

UNIVERSITE MOULOUD MAMMERI DE TIZI-OUZOU

FACULTE DES SCIENCES ECONOMIQUES, COMMERCIALES ET SCIENCES DE GESTION

DEPARTEMENT DES SCIENCES ECONOMIQUES

**Thèse de Doctorat
troisième cycle
(LMD) En
Sciences économiques**

Spécialité : Entrepreneuriat et développement local

Sujet de thèse

**L'émergence de l'entrepreneuriat féminin dans la wilaya de
Tizi-Ouzou :
Analyse de ses incidences socio-économiques et limites de son
accompagnement**

Présenté par :

M^{elle} BEN MAKHLOUF Yasmina

Sous la direction du:

Dr. AKNINE-SOUIDI Rosa

Jury composé de :

Président	M. DAHMANI Mohamed	Professeur à l'UMMTO
Rapporteur	M^{me}. AKNINE-SOUIDI Rosa	Maître de conférences classe « A » «à l'UMMTO
Examineur	M. SI-MOHAMMED Djamal	Professeur à l'UMMTO
Examineur	M. BOUKRIF Moussa	Professeur à l'université Abderrahmane MIRA Bejaia
Examineur	M. MOKRANE Ali	Maître de conférences classe « A » à l'UMMTO
Examinatrice	M^{me}. AIT SIDHOUM Houria	Maître de conférences classe « A » à l'université Abderrahmane MIRA Bejaia

« C'est trop fragile, ça tient à rien, une vie d'homme...une vie de femme c'est un peu plus coriace, mais c'est plus souple, ça plie à tout vent...et il souffle tant de vent sur la terre. »

Mouloud Mammeri, « Escale» la découverte, 1992, Paris

« The ultimate measure of a man is not where he stands in moments of comfort and convenience, but where he stands at times of challenge and controversy » **Martin Luther King**

Remerciements

Il me sera très difficile de remercier tout le monde car c'est grâce à l'aide de nombreuses personnes que j'ai pu mener cette thèse à son terme.

Je voudrai tout d'abord remercier grandement ma directrice de thèse, Madame le Dr. AKNINE/SOUIDI Rosa, pour son appui scientifique, ses conseils, son soutien, sa disponibilité, sa confiance et surtout ses motivations tout au long de l'élaboration de cette thèse.

Je tiens à remercier Monsieur le Pr. DAHMANI Mohamed, qui m'a soutenue tout au long de la réalisation de mon travail de recherche, il m'a fait partager ses brillantes intuitions. Qu'il soit aussi remercié pour sa gentillesse, sa disponibilité permanente pour me lire et corriger mes travaux et pour les nombreux encouragements qu'il m'a prodigués.

Je tiens à remercier les membres du jury : le Pr. SI-MOHAMMED Djamal, le Pr. BOUKRIF Moussa, le Dr. MOKRANE Ali et le Dr. AIT SIDHOUM-TALEB Houria, d'avoir accepté d'évaluer mon travail.

Je tiens à remercier particulièrement le Dr. MOULAI Kamel pour toutes nos discussions et ses conseils qui m'ont aidée dans l'amélioration de mon travail.

Il m'est impossible d'oublier Mr. LALEG Aziz qui m'a initié à la technique du système d'information géographique SIG, Mr. AIT OUDJAUD Abedellahet Mr. SADI Kaci d'avoir fait une première lecture de mon travail, Mr. OUSSALEM Mohand Ouamer d'avoir traduit le résumé de ma thèse vers la langue amazigh. Mr. MAZA Zahir d'avoir traduit le résumé de ma thèse vers la langue arabe, le Pr. CHEMAKH Said et le Dr. RAMDANE Achour de m'avoir aidée dans la traduction du résumé de cette thèse vers la langue amazigh.

Je remercie toutes les personnes avec qui j'ai partagé mes études et notamment ces années de thèse.

A tout le personnel : 1) de la CNAC de Tizi-Ouzou, en particulier M^r BOULARES et M^{me} AIT LHADJ, 2) de l'ANGEM de Tizi-Ouzou, singulièrement M^{me} IYAMRACHE et de l'ANSEJ de Tizi-Ouzou, particulièrement M^r HAMOUR.

Aux bénéficiaires du crédit de CNAC, ANGEM et ANSEJ qui ont accepté de faire partie de l'échantillon et de répondre à mes questions.

A ma famille et mes amis, pour leur appui et leur soutien moral qu'ils trouvent ici toute ma reconnaissance.

Dédicace

Je dédie ce travail

A mes chers parents que Dieu les protège.

A mes deux frères Abdelaziz et Amer

A ma sœur Mouna et à ma belle-sœur Cylia

A ma famille.

A tous ceux et toutes celles qui me sont chers.

ABREVIATIONS ET SIGLES UTILISES

ADS Agence de Développement Social

AFAD Association des Femmes Algériennes pour le Développement

AFAEMME Association des organisations des femmes d'affaires méditerranéennes

AFCARE Association des Femmes Cadres Algériennes

AFEM Association des Femmes Chefs d'Entreprises du Maroc

AFEV Association des Femmes en Economie Verte

AIG Activité d'Intérêt Général

AJIE Association pour la jeunesse innovatrice et de l'environnement

ALEM Agence Locale de l'Emploi

AME Association Algérienne des Femmes Managers et Entrepreneures

AMP Achat de la Matière Première

ANDPME Agence Nationale du développement de la PME

ANFEDR Association nationale femmes et développement rural

ANGEM Agence Nationale de Gestion du Micro- crédit

ANSEJ Agence nationale de soutien à l'emploi des jeunes

APCE Agence Pour la Création d'Entreprises

BAD Banque Africaine de Développement

BADR Banque Algérienne de Développement Rural

BDL Banque de Développement Local

BEA Banque Extérieure d'Algérie

BIT Bureau International du Travail

BNA Banque Nationale d'Algérie

BTPH Bâtiments et travaux publics et hydraulique

CCIAF Club Femmes chefs d'entreprises de la chambre de commerce et d'industrie Algéro-Française

CENEAP Centre National d'Etudes et d'Analyse pour la Planification

CFE Contrat Formation Emploi

CGCI Caisse de Garantie du Crédit d'Investissement

CIDDEF Centre d'Information et de Documentation sur les Droits de l'Enfant et de la Femme

CIP Contrat d'Insertion Professionnelle

CMGRCJP Fonds de Caution Mutuelle de Garantie Risques/Crédits Jeunes Promoteurs

CMT Crédit à Moyen Terme

CNA Chambre Nationale d'Agriculture

CNAC Caisse Nationale d'Assurance Chômage

CNAM Chambre Nationale de l'Artisanat et des Métiers

CNES Conseil National Economique et Social

CNI Conseil National de l'Investissement

CNRC Centre National du Registre de Commerce

CPA Crédit Populaire d'Algérie

CRASC Centre de Recherche en Anthropologie Sociale et Culturelle

CTA Contrat de Travail Aidé

CTB Bureau Technique Belge

DAIS Dispositif d'Activités d'Insertion Sociale

ESCWA United Nations Economic and Social Commission for Western Asia

EUR Entreprise Unipersonnel à Responsabilité Limitée

FAM Femme d'Avenir en Méditerranée

FCE Forum des Chefs d'Entreprise

FCEM Forum des Chefs d'Entreprise Femmes

FED Femme Et Développement

FGAR Fonds de Garantie des Crédits aux PME

FGMMC Fonds de Garantie Mutuelle des Microcrédits

FNDRA Fonds National de Régulation pour le Développement agricole

FNSEJ Fonds National de Soutien à l'Emploi des Jeunes

GEM Global Entrepreneurship Monitor

GED Genre Et Développement

GENA Global EntrepreneurshipNetworkAlgeria

IAIG Indemnité pour Activité d'Intérêt Général

IBS Impôt sur le Bénéfice des Société

IFD Intégration des Femmes dans le Développement

INSEE Institut National de la Statistique et des Etudes Economiques

IRG Impôt sur le Revenu Global

MENA Middle East and North Africa

MIM Ministère de l'Industrie et des Mines

MSP Ministère de la Santé et de la Population

OCDE Organisation de Coopération et de Développement Economique

OIT Organisation Internationale du Travail

ONG Organisme Non Gouvernemental

ONS Office National des Statistiques

ONU Organisation des Nations Unies

ONUDI Organisation des Nations Unies pour le Développement Industriel

PAP Projet d'Activités Productives

PIB Produit Intérieur Brut

PID Prime d'Insertion des Diplômés

PME Petite et moyenne entreprise

PNR Prêt Non Rémunéré

PNR-CG Prêt Non Rémunéré- Cabinet Groupé

PNR-LO Prêt Non Rémunéré-Location

PNR-VA Prêt Non Rémunéré-Véhicule Atelier

PNUD Programme des Nations Unies pour le Développement

PPDRI Programme de Proximité de Développement Rural Intégré

PSCE Plan de Soutien à la Croissance Economique

RAFA Réseau Algérien de Femmes d’Affaires

SARL Société à Responsabilité Limitée

SEVE Savoir Et Vouloir Entreprendre

TAP Taxe sur l’Activité Professionnelle

T-O Tizi-Ouzou

TPE Très Petite Entreprise

TS Technicien supérieur

TUPHIMO Travaux d’Utilité Publique à Haute Intensité de Main d’œuvre .

TVA Taxe sur la Valeur Ajoutée

UGTA Union Générale des Travailleurs Algériens

UNESCO United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization

WED women entrepreneurship day

WEP Women Entrepreneurship Program

WTO Wilaya de Tizi-Ouzou

Sommaire

Introduction générale.....	15

Chapitre I: Les femmes et le marché du travail

Introduction	29

Section 01 : Les défaillances du marché du travail	31

1.1. Le travail domestique VS le travail non domestique	31
1.2. Les inégalités entre les sexes sur le marché du travail	32
1.3. Division professionnelle et sectorielle des deux sexes sur le marché du travail	38
1.4. Stratégies de lutte contre la discrimination sur le marché du travail.....	41

Section 02: Le travail des femmes en Algérie: Analyse.....	42

2.1. Evolution de la population active.....	43
2.2. Evolution de la population occupée féminine	47
2.3. Evolution de la population en chômage.....	51
2.4. Les conditions de l'emploi recherché par les femmes	52
2.5. Le travail informel des femmes en Algérie.....	53

Section 03 : Les facteurs qui influencent le travail féminin en Algérie	55

3.1. Facteurs qui tendent à favoriser le travail féminin	55
3.2. Les prétextes du problème d'accès des femmes au marché de l'emploi	58
3.3. Les dispositifs institutionnels d'appui à l'emploi des femmes en Algérie	61

Conclusion	65

Chapitre II: L'émergence et l'accompagnement de l'entrepreneuriat féminin

Introduction	68

Section 01 : Approches et importance du phénomène entrepreneurial	70

1.1. Les différentes approches du phénomène d'entrepreneurial	70
1.2. L'importance de l'entrepreneuriat.....	75
1.3. Les formes d'entrepreneuriat.....	76

1.4. La féminisation de l'entrepreneuriat «Approche par le genre»	78
Section 02: L'émergence de l'entrepreneuriat féminin	84
2.1. Evolution de la recherche sur l'entrepreneuriat féminin	84
2.2. Les modèles d'émergence de l'entrepreneuriat féminin	86
2.3. Les principaux facteurs explicatifs de l'entrepreneuriat féminin	94
Section 03 : Le rôle de l'accompagnement dans l'évolution de l'entrepreneuriat féminin .	101
3.1. Ce qu'accompagner veut dire	101
3.2. Les deux approches de l'accompagnement	103
3.3. La fonction technique et le rôle social de l'accompagnement	105
3.4. L'accompagnement des femmes entrepreneures.....	106
Conclusion	112

Chapitre III: Le contexte algérien de l'entrepreneuriat féminin

Introduction	116
Section 01 : Le profil des femmes entrepreneures algériennes	118
1.1.Le statut des entreprises créées par les femmes algériennes	118
1.2. Les secteurs d'activités des entreprises féminines en Algérie.....	119
1.3. La classe d'âge des femmes entrepreneures en Algérie	122
1.4. La répartition géographique des femmes entrepreneures en Algérie	123
Section 02: L'émergence de l'entrepreneuriat féminin en Algérie	125
2.1. Les motivations à l'entrepreneuriat féminin en Algérie.....	126
2.2. Les obstacles à l'entrepreneuriat féminin en Algérie	130
2.3. Le cadre réglementaire et institutionnel de l'entrepreneuriat féminin en Algérie.....	138
Section 03 : Les organismes d'aide à la création d'entreprise et l'entrepreneuriat féminin en Algérie.....	141
3.1. Les femmes et les structures étatiques d'aide à la création d'entreprises en Algérie	142
3.2. Les réseaux professionnels et les associations d'entrepreneures en Algérie.....	151
3.3. Les stratégies nationales et coopération internationale pour le développement de l'entrepreneuriat féminin en Algérie	154
Conclusion	158

**Chapitre IV: Cadre méthodologique de l'investigation de terrain : observation à partir
des données sur les femmes entrepreneures dans les dispositifs ANSEJ, CNAC et
ANGEM**

Introduction	161
Section 01: Présentation de l'espace d'investigation : le territoire de la wilaya de Tizi- Ouzou	162
1.1. Présentation de la wilaya de Tizi-Ouzou	162
1.2. Les potentialités du territoire de la wilaya de Tizi-Ouzou	164
Section 02 : Description du processus de l'enquête	171
2.1. Présentation des dispositifs d'accompagnement ANSEJ, ANGEM et CNAC	172
2.2. Présentation des femmes entrepreneures objet de notre enquête (la population mère)	172
2.3. Choix et constitution de l'échantillon d'étude	173
2.4. Les contraintes de l'échantillonnage	174
2.5. Le questionnaire (instrument de l'enquête)	176
2.6. Le taux de réponse à la passation du questionnaire	178
2.7. Le déroulement de l'enquête de terrain	179
Section 03 : Interprétation des données institutionnelles sur les femmes bénéficiaires des dispositifs ANSEJ, ANGEM et CNAC dans la wilaya de Tizi-Ouzou	180
3.1. Interprétation des données institutionnelles du dispositif ANSEJ	181
3.2. Interprétation des données institutionnelles du dispositif CNAC	188
3.3. Interprétation des données institutionnelles du dispositif ANGEM	196
Conclusion	202

**Chapitre V : Analyse du processus d'émergence et d'accompagnement, par les dispositifs
ANSEJ, ANGEM et CNAC, de l'entrepreneuriat féminin dans la wilaya de Tizi-Ouzou**

Introduction	204
Section 01 : Analyse de l'émergence et de l'accompagnement de l'entrepreneuriat féminin par les dispositifs ANSEJ, CNAC et ANGEM dans la wilaya de Tizi-Ouzou	205
1.1. Caractéristiques des femmes entrepreneures enquêtées	205

1.2.Caractéristiques des entreprises enquêtées	217
1.3.Accompagnement des bénéficiaires ANSEJ, CNAC, ANGEM	227
1.4.L'expérience entrepreneuriale des bénéficiaires ANSEJ, CNAC et ANGEM.....	231
1.5. L'apport de l'entreprise créée à son milieu d'implantation.....	234
Section 02: Incidences socio-économiques et limite de l'accompagnement de l'entrepreneuriat féminin dans la wilaya de Tizi-Ouzou	236
2.1. Les difficultés rencontrées par les promotrices ANSEJ, CNAC et ANGEM	236
2.2. Les limites de l'accompagnement qu'accordent l'ANSEJ, CNAC et ANGEM aux femmes entrepreneures de la wilaya de Tizi-Ouzou	239
2.3.Analyse des Incidences socioéconomiques de l'entrepreneuriat féminin dans la wilaya de Tizi-Ouzou.....	244
Conclusion	248
Conclusion générale.....	251
Références bibliographiques	262
Annexes	278
Liste des figures.....	342
Liste des tableaux	345
Liste des Cartes.....	349
Liste des annexes	349
Table des matières	350
Résume	359

Introduction générale

Le travail des femmes a existé depuis la nuit des temps. Les femmes ont toujours travaillé, (travail domestique, élevage, agriculture, artisanat, etc.). C'est au milieu du vingtième siècle, avec l'industrialisation, l'urbanisation et l'exode rural que le travail des femmes a commencé à prendre la forme que nous connaissons aujourd'hui. Soit, un travail hors domicile et rémunéré (Gatillier, 2014).

Dans de nombreux pays, développés et/ou en voie de développement, plusieurs progrès en faveur du travail féminin (lois sur l'équité des salaires, congés de maternité, la disponibilité des services de garde...) ont été réalisés. Néanmoins, les disparités entre hommes et femmes dans le secteur de l'emploi persistent encore. En effet, les femmes ont moins de chance d'obtenir un emploi rémunéré par rapport aux hommes. De ce point de vue, nous pouvons considérer qu'une partie de la ressource humaine, c'est-à-dire les femmes non impliquées dans l'activité économique, comme un manque à gagner en termes de ressources pour l'économie nationale. Ou dans le meilleur des cas, celles-ci investissent le secteur informel et précaire, souvent mal rémunéré et/ou s'orientent vers l'entrepreneuriat (OCDE, 2003; OCDE, 2012).

L'analyse de l'entrepreneuriat féminin est intimement liée à l'analyse de la place de la femme sur le marché du travail. En effet, l'entrepreneuriat féminin peut être perçu comme une solution aux défaillances du marché du travail. Ces défaillances peuvent être liées à : une insatisfaction subie par les femmes (l'harcèlement moral ou physique, le manque d'ascension de la femme dans la hiérarchie-essentiellement dans la fonction publique-, la situation d'ennui du salariat routinier et sans ambition...) et/ ou au chômage qui représente une plaie structurelle, surtout avec l'instabilité du marché du travail qui propose de moins en moins de formes classiques d'emploi salarié à temps plein et à durée indéterminée (Rapiau, 2010 ; Gheddache, 2016).

De nos jours, force est de constater une certaine démocratisation de l'entrepreneuriat (Estay, 2003), à la suite des encouragements des gouvernements en ce qui concerne la création d'entreprises d'une part, mais également grâce à une évolution des aspirations sociétales en général d'autre part, deux facteurs qui ont fait émerger de «nouvelles figures de l'entrepreneuriat» (D'Andria et Gabarret, 2017). Parmi ces dernières, apparaît celle de l'entrepreneuriat féminin. Celui-ci, s'est affirmé comme un champ d'études à part entière (OCDE, 2003). Toutefois, globalement, l'entrepreneuriat féminin n'a fait l'objet de recherches que très récemment. En effet, les premiers travaux recensés ne datent que de la fin des années 70 (Stevenson, 1990, Carrier et al, 2006).

Ces travaux étaient axés principalement sur des comparaisons homme/femme sans intégration de la dimension genre (Rachdi-Khalid, 2016).

Les études menées sur l'émergence du «phénomène» de l'entrepreneuriat féminin sont plus orientées vers la mise en place d'un cadre d'analyse basé sur des recherches multidisciplinaires et transversales analysant de manière partielle et globale ce phénomène. Ainsi, ce dernier est étudié sous différentes facettes : du point de vue des motivations, des freins et obstacles rencontrés par les femmes dans leur quête entrepreneuriale (Tahir-Metaiche, 2010 ;Tessa et Gheddache, 2012; Martin, 2013; Rachdi-Khalid, 2016;Gheddache, 2016;Himrane et Hassani, 2017; D'Andria et Gabarret, 2017; Constantinidis et El abboubi, 2017), sous le prisme du genre afin de déceler des différences potentielles entre l'entrepreneur homme et l'entrepreneure femme, notamment, sur le plan managérial, pérennité et financement de l'entreprise (St-Cyr, 2002; J. Lambrecht et al, 2003; Guillet, 2007 ; Bel, 2009 ; Chalal, 2014) et récemment du point de vue de l'accompagnement consacré à cette catégorie «spécifique» d'entrepreneurs pour concrétiser leurs projets de création (Boughanem, 2008 ; Bernard et al, 2013 ; D'andria et Richommet-Huet, 2013; Brière et Auclair, 2017).

Les motivations et freins à l'entrepreneuriat féminin ont fait l'objet de beaucoup d'écrits scientifiques traitant de ce sujet. Ce dernier, n'est pas une donnée statique, au contraire, il est assujéti à des facteurs qui peuvent le freiner ou l'encourager. Il est, en effet, soumis à des variables contextuelles, institutionnelles, économiques et sociales de l'entrepreneure. A cet effet, les rapports du GEM (2009-2012) avaient dévoilé qu'il existe autant de facteurs de motivation et de frein que de femmes entrepreneures; ces facteurs peuvent varier d'un pays à un autre, d'une région à une autre ou même d'une province à une autre (Hughes et Djennings, 2012).

A la différence des deux thématiques des motivations et des freins à l'entrepreneuriat féminin, l'accompagnement dont bénéficient les femmes entrepreneures n'a fait l'objet que de quelques rares travaux de recherches(Le Moign et al, 2013, Lee-Gosselin et al, 2010; Mclymont, 2008, D'andria et Richomme-Huet, 2013). Ces derniers ont, majoritairement, approuvé le rôle positif que joue une bonne politique publique d'accompagnement dans l'émergence de l'entrepreneuriat féminin. Ces recherches avaient montré que la volonté de se lancer en entrepreneuriat est plus vigoureuse dans les pays où les politiques gouvernementales (législation, exonérations fiscales, encouragement, etc.) sont plus propices à ce genre d'activités. (Dana, 1987, 1990 cités in Paturel et Arasti, 2006).

L'entrepreneuriat féminin est de plus en plus considéré comme un élément clé de la performance économique et sociale. En effet, il a été identifié comme l'un des principaux moteurs de la croissance économique, la compétitivité et la création d'emploi qui demeure insuffisamment exploité (OCDE, 2014).

Avant d'enchaîner avec la situation de l'entrepreneuriat féminin en Algérie et de présenter notre problématique de recherche ainsi que les objectifs assignés à notre travail de thèse, nous avons jugé judicieux de présenter la définition de l'entrepreneure femme que nous avons retenue comme élément central de notre objet de recherche tout au long de ce travail.

1. La femme entrepreneure : de quoi parle-t-on?

Donner une définition exhaustive de la femme entrepreneure n'est pas chose aisée. Néanmoins, en se basant sur le contexte social, économique et institutionnel où évolue la femme entrepreneure, certains auteurs tels que Lavoie, 1988; Binetou Rassoulcorrea, 1998; Arasti., 2008, Martin, 2013, ont donné les définitions suivantes :

1.1. Une femme entrepreneure se définit comme «Une femme 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 richesses envisagées» (Arasti, 2008 : p11). Dans sa définition de la femme entrepreneure, Arasti ne semble pas intégrer les femmes repreneuses ou héritières d'entreprises. Pour cette auteure, la femme est donc entrepreneure dans la mesure où elle change de statut, de métier ou d'organisation afin de créer une nouvelle organisation, tout en assumant des risques.

1.2. Une femme entrepreneure est celle qui, seule ou en équipe, contrôle et gère une Entreprise héritée, achetée ou créée «Woman entrepreneur is: a person, who alone or with partners, founded, bought or accepted in inheritance a business for which she assumes the financial, administrative and social responsibilities and who participates in its daily administration» (Lavoie, 1988 : p9). Lavoie semble omettre du champ de l'entrepreneuriat féminin les travailleuses indépendantes. Ces dernières sont considérées, au même titre que les dirigeantes d'entreprises, des femmes entrepreneures. *«Une entrepreneure est une femme passionnée et déterminée qui a choisi de créer son entreprise ou travailler à son compte pour avoir le contrôle sur les décisions, et le temps avec un sentiment de flexibilité, exploiter au maximum ses capacités et ses compétences avec un objectif personnel de se réaliser à travers son*

projet»(CLD,2004 : p33). En plus de la recherche de l'autonomie et de l'accomplissement personnel, une femme entrepreneure peut être motivée par la richesse *«celle qui, en dehors du ménage, à travers des activités lucratives régulières, déplace des ressources économiques d'un niveau de productivité et de rendement donné à un niveau supérieur lui permettant au moins de se maintenir mais surtout de se développer sur le plan économique et social»* (Binetou Rassoulcorrea, 1998 : p13). En effet, à la différence de la femme en chômage, la femme entrepreneure est celle qui, par sa rentabilisation des ressources économiques et sa motivation lucrative arrive à subvenir à ses besoins et à réaliser son développement. L'entrepreneure sociale est exclue de cette définition. Nous n'allons pas nous intéresser dans notre travail à ce nouveau type d'entrepreneures.

De ces définitions nous noterons, donc, que la femme entrepreneure, désigne le genre féminin de l'entrepreneuriat. C'est une femme autonome, seule, ou en équipe, qui agit en vue d'améliorer sa situation antérieure (en chômage, salariée...), d'augmenter sa richesse et/ou de réaliser un épanouissement personnel et professionnel. Elle prend des risques, crée (achète et/ou hérite), gère et contrôle une entreprise ou travaille à son compte. Ainsi, la femme entrepreneure peut aussi bien concerner les cheffes d'entreprises, les artisanes, les commerçantes et aussi les spécialistes des fonctions libérales (architecture, comptabilité, médecine...). Elle mobilise des ressources en vue d'offrir des biens et/ou des services dans l'entité qu'elle a créé tout en supportant un risque modéré (Dif, 2010; OIT¹, 2017).

Au cours de la décennie précédente, la littérature académique algérienne afférente au sujet de l'entrepreneuriat féminin était très pauvre (Guillet, 2007; Boughanem, 2008; Tahir-Metaiche, 2010). Néanmoins, nous assistons ces trois dernières années, à un regain d'intérêt académique pour ce sujet. Suivant les modèles et les approches retenues, ce sujet a été abordé sur maints fronts en Algérie: intention entrepreneuriale des femmes (Dif, 2010; Berfas, 2016), autonomisation des femmes, motivations et freins à l'entrepreneuriat féminin (Challal, 2014 ; Tessa et Gheddache, 2012; Gheddache, 2016, Himrane, 2016...), et avec une moindre mesure l'accompagnement de cet entrepreneuriat par les dispositifs étatiques d'aide à la création d'entreprises (Boughanem, 2008 ; Ben Makhoulouf, 2014; Debbih, 2015). Les quelques études menées sur le sujet de l'entrepreneuriat féminin sont essentiellement orientées vers l'adaptation de modèles réalisés dans des contextes autres que celui de l'Algérie. Ce qui rend l'implication théorique de ces études très peu probante. Cette lacune dans les écrits, accentuée

¹ Organisation internationale du Travail.

par le manque de précision et/ou l'indisponibilité des chiffres officiels sur les femmes entrepreneures en Algérie constitue un frein pour la réussite des programmes mis en place pour faire émerger et appuyer les entrepreneures (Boughanem, 2008; Tahir-Métaiche, 2013; Debihh, 2015). Pour pallier à cela, nous essayerons d'apporter des enseignements sur la réalité et le contexte algérien de l'entrepreneuriat féminin.

2. L'énoncé de la problématique

Depuis quelques années, le rôle des femmes dans l'économie algérienne a connu une évolution considérable. En effet, les femmes sont présentes dans la plupart des secteurs économiques, elles représentent 74% des enseignants de l'éducation nationale, 52,10% de l'effectif de la formation professionnelle (ONS, 2016), près de 50% de l'effectif du corps médical (CIDDEF², 2013), plus de 50% des journalistes, plus de 35% des magistrats et plus de 54% de l'effectif des enseignants universitaires (CNES³, 2013).

Néanmoins, le ratio de femmes entrepreneures demeure faible; il ne dépasse pas les 12,8% (ONS, 2016) et/ou 7,5% (CNRC⁴, 2017), un taux jugé faible que ce soit à l'échelle nationale où les femmes représentent plus de 49% de la population en âge de travailler et 17% des chômeurs (ONS, 2016), ou bien à l'échelle maghrébine où l'Algérie est qualifiée de climat d'affaire défavorable à l'entrepreneuriat en général, ou encore à l'échelle mondiale où 31% à 38% des entreprises mondiales sont d'appartenance féminine (Cawtar, 2015; Himran, 2017). Selon le rapport du GEM (2009/2012), les hommes sont deux fois plus impliqués dans l'aventure entrepreneuriale que les femmes. A vrai dire, ce rapport avait indiqué que le taux de l'activité entrepreneuriale moyen (TEA) en Algérie au cours de la période 2009/2012 a été de 14,5% pour les hommes et seulement de 8% pour les femmes. Il semble donc que le potentiel entrepreneurial des femmes en Algérie est insuffisamment exploité. Cela dénoterait de l'existence de certaines contraintes qui entravent les femmes, plus que les hommes dans leur ascension entrepreneuriale (Challal, 2018).

Encore faudra-t-il souligner que, le taux de l'entrepreneuriat féminin en Algérie a presque doublé en l'espace de dix ans, passant ainsi de 3,2% (CNRC, 2007) à 7,5% (CNRC, 2017). Cette hausse est la résultante, en partie, d'une série d'encouragements à la création d'entreprises. En effet, à partir des années 90, suite à l'apparition de la crise économique

² Centre d'information et de documentation sur les droits de l'enfant et de la femme.

³ Conseil National Economique et Social.

⁴ Centre National du Registre de Commerce.

suivie par la montée en flèche du chômage endémique (qui a touché beaucoup plus les femmes (40% en 1994) que les hommes), l'Etat algérien a mis en place plusieurs formules d'emploi touchant particulièrement les plus démunies (les jeunes, les chômeurs et les femmes). Il a opté pour un recentrage en vue de stimuler l'esprit entrepreneurial et de renforcer l'initiative privée (Boughanem, 2008; Debbih, 2015). Cette détermination s'est affirmée par la mise en place des dispositifs d'aide à la création de micro-entreprises, notamment, la Caisse Nationale d'Assurance Chômage (CNAC), l'Agence Nationale de Soutien à l'Emploi des Jeunes (ANSEJ), l'Agence Nationale de Gestion du Microcrédit (ANGEM) et l'Agence Nationale de Développement de l'Industrie (ANDI). Ces dispositifs ont un objectif ambivalent: création d'entreprise et création d'emploi, ils proposent deux types d'encouragements: par des financements directs de l'entreprise créée et/ou par l'allégement fiscal. Ils ont pour mission de soutenir, de conseiller et d'accompagner l'entrepreneur(e) potentiel (e) durant toutes les phases du processus de création d'entreprises (Aknine et Ferfera, 2014).

Les dispositifs publics d'aide à la création d'entreprises mis en place par l'Etat algérien ont la particularité de ne pas être discriminants de genre ni positivement ni négativement (boughanem, 2008 ; debbih, 2015; Bessouh, 2018). Hommes et femmes peuvent les solliciter pour créer leurs entreprises. L'enjeu majeur pour les femmes est donc de saisir toutes les opportunités qu'offrent ces dispositifs et de savoir les canaliser pour en tirer le meilleur profit. Chose qui contribuera à l'émergence de l'entrepreneuriat féminin. Une émergence qui reste tributaire de la qualité des services d'accompagnement que proposent les dispositifs publics d'aide à la création d'entreprises.

De la recension d'écrits abordant le sujet de l'efficacité des dispositifs d'aide à la création d'entreprises en Algérie, essentiellement les dispositifs ANSEJ, CNAC et ANGEM (CONDIFAM, 2013; Ben Makhoulouf, 2014; El Ghazi, 2015; Midouni et Bedrani, 2015), les contraintes qui freinent l'entrée des femmes algériennes au monde de l'entrepreneuriat sont partiellement dues à ces dispositifs, qui ne tiennent pas compte des spécificités et besoins des projets de ces femmes.

C'est donc en ce sens que nous chercherons à connaître les motivations qui poussent les femmes de la wilaya de Tizi-Ouzou à solliciter ces dispositifs et les freins qui les entravent dans leur aventure entrepreneuriale. Et ainsi nous procéderons à l'évaluation de

l'accompagnement accordé par ces dispositifs aux femmes entrepreneures dans la wilaya de Tizi-Ouzou.

Notre recherche a donc pour **objet** l'analyse de l'émergence de l'entrepreneuriat féminin suite à la mise en place des dispositifs publics d'aide à la création d'entreprises. Puis par conséquent, l'analyse des incidences socio-économiques de cet entrepreneuriat dans le territoire de la wilaya de Tizi-Ouzou.

Notre question principale est formulée comme suit:

«Dans le contexte actuel de l'entrepreneuriat féminin en Algérie, les dispositifs d'aides à la création d'entreprises contribuent-ils à faire émerger cet entrepreneuriat dans la wilaya de Tizi-Ouzou?»

Cette problématique suscite les questions subsidiaires suivantes:

- Quel est le contexte actuel de l'entrepreneuriat féminin en Algérie? à travers cette question nous cherchons à connaître l'état des lieux de l'entrepreneuriat féminin en Algérie, les différents profils de femmes entrepreneures algériennes, leurs motivations, les freins qui les inhibent dans leur quête entrepreneuriale, le cadre institutionnel et réglementaire dans lequel elles évoluent et aussi les différents organismes mis en place pour les accompagner.
- Quel est l'impact des dispositifs d'aide à la création d'entreprises ANSEJ, ANGEM et CNAC sur l'émergence de l'entrepreneuriat féminin au niveau de la wilaya de Tizi-Ouzou? Nous cherchons à connaître ici, le profil des femmes qui sollicitent ces dispositifs; les raisons qui les poussent à les solliciter. Autrement dit, ce qui a motivé ces femmes à recourir à ces dispositifs (sur la base de la nature de ces motivations, nous saurons classifier les promotrices de ces dispositifs dans la catégorie d'entrepreneurs par opportunité ou dans la catégorie d'entrepreneurs par nécessité); les difficultés qu'elles rencontrent; l'accompagnement qui leur est discerné par ces dispositifs (nous cherchons à connaître si cet accompagnement répond aux besoins spécifiques de ces femmes entrepreneures ou non); les caractéristiques des entreprises qu'elles ont créées; et enfin les incidences socioéconomiques de ces entreprises dans la wilaya de Tizi-Ouzou.

Notre recherche repose, ainsi, sur les hypothèses suivantes :

- **H1: Le contexte actuel en Algérie a un caractère ambivalent. Il pourrait contribuer à la fois à stimuler et à freiner l'émergence de l'entrepreneuriat féminin**

L'émergence de l'entrepreneuriat féminin en Algérie peut être soumise à deux types de facteurs. D'un côté des facteurs qui tendent à favoriser ce phénomène (la généralisation de l'enseignement, l'égalité des genres devant la loi ...) de l'autre côté des facteurs qui tendent à le freiner (persistance de stéréotypes, accès difficile au financement...);

- **H2: Les dispositifs d'aides à la création d'entreprises ANSEJ, CNAC et ANGEM contribuent positivement à l'émergence de l'entrepreneuriat féminin**

Après une décennie d'existence et eu égard aux avantages financiers et fiscaux qu'ils procurent, l'impact des dispositifs ANSEJ, CNAC et ANGEM commence à se faire ressentir. Ces dispositifs ont, en effet, contribué à faire émerger l'entrepreneuriat féminin dans la wilaya de Tizi-Ouzou.

- **H3: L'accompagnement accordé par les trois dispositifs ANSEJ, CNAC et ANGEM est inadapté aux besoins des femmes entrepreneures.**

Les trois dispositifs (ANSEJ, ANGEM et CNAC) offrent des avantages à l'entrepreneuriat en général. Ainsi, l'accompagnement qu'ils accordent aux femmes entrepreneures accuse diverses limites. C'est pourquoi, à défaut de mettre en place un dispositif spécifique pour l'accompagnement de ces femmes, l'adaptation de l'accompagnement qu'offrent les trois dispositifs aux besoins de cette catégorie «spécifique» d'entrepreneurs s'avère nécessaire;

- **H4 :L'entrepreneuriat féminin soutenu par les dispositifs ANSEJ, CNAC et ANGEM induit des incidences socioéconomiques positives qui restent, tout de même, discutables.**

De part la création d'entreprises, l'entrepreneuriat féminin soutenu par les dispositifs d'aide à la création d'entreprises ANSEJ, ANGEM et CNAC induit des incidences socio-économiques dans la wilaya de Tizi-Ouzou. Toutefois, ces incidences peuvent être critiquées sur plusieurs niveaux (performance des entreprises créées, qualité des emplois générés ...).

3. L'approche mobilisée

L'approche que nous avons suivie pour répondre à notre problématique est une approche multidisciplinaire (sociologie, science du comportement, sciences de gestion...). En effet, avant d'être un champ de recherche à part entière, l'entrepreneuriat féminin comme action motrice s'inscrit dans les contextes : psychologique, social, économique, politique et juridique des territoires. Il s'est imposé comme un sujet de recherche suscitant la transversalité et l'usage de différentes approches, telles que l'approche gestionnaire de l'entrepreneuriat (approche fonctionnelle, approche comportementale et l'approche processuelle) et l'approche «genre».

L'étude des processus entrepreneuriaux est aujourd'hui au cœur de nombreux travaux dans le domaine de l'entrepreneuriat. Fayolle (2002) avait montré que l'approche par les processus puise son fondement dans des rudiments empruntés aux sciences de gestion, sciences de l'action et plus précisément aux théories des organisations. Notamment, l'émergence organisationnelle (Hernandez, 2001, Verstraete, 2000) et l'opportunité entrepreneuriale (Shane et Venkataraman, 2000). Cette approche se veut complexe et multidimensionnelle. Elle intègre les notions d'opportunités, d'autonomie, de conduite du changement, d'évaluation et de l'acceptation des risques (Assoune, 2006, cité par Dali, 2014).

Tounés A. (2003), avait expliqué que l'approche par les processus repose sur les deux autres approches de l'entrepreneuriat définies par Fayolle (2002), à savoir l'approche fonctionnelle et l'approche comportementale. En effet, l'approche par les processus fait appel aux variables psychologiques, culturelles, sociales, politiques et économiques des approches fonctionnelle et comportementale. Elle inscrit ces variables dans une dimension dynamique et complexe. La démarche processuelle a pour objet d'analyser, dans une perspective temporelle et contingente, les variables personnelles et environnementales qui favorisent ou inhibent les actes et les comportements entrepreneuriaux.

Nous allons procéder à la transposition de ces approches à l'étude de l'entrepreneuriat féminin et ce, en appliquant l'approche «genre». Actuellement, les chercheurs économistes relient la dimension de l'approche genre avec celle du champ de l'entrepreneuriat afin d'expliquer l'émergence de l'entrepreneuriat féminin. En effet, la promotion de la femme entrepreneure implique de facto le renforcement de son autonomie (économique, social...), l'identification de ses besoins et les besoins de son entreprise et aussi son accompagnement lors de la concrétisation de son projet, notamment en termes d'information, de formation et d'accès aux ressources.

4. La démarche méthodologie

La réalisation de cette présente thèse, s'est faite en trois phases :

- La première phase consiste en la construction d'un cadre théorique, basé sur la recherche bibliographique et web-graphique. Nous avons procédé à la consultation des différents documents nécessaires pour la compréhension des logiques relatives à notre thématique et constituer notre partie théorique. Il s'agit entre autre des ouvrages, articles scientifiques, thèses, rapports, textes juridiques,...portant sur nos principales préoccupations de recherche à savoir : la situation des femmes sur le marché du travail, l'entrepreneuriat, le genre, l'entrepreneuriat féminin, l'accompagnement entrepreneurial, le contexte de l'entrepreneuriat féminin en Algérie, etc.

La seconde phase se rapporte à la collecte des informations et statistiques auprès des institutions publiques qui détiennent l'information chiffrée sur les femmes entrepreneures, (ONS, CNRC, CAM...). Toutefois, nous étions confrontées au problème de non prise en considération de la dimension genre par la majorité des institutions sollicitées. Exceptés les dispositifs ANSEJ, CNAC et ANGEM, objet de notre étude, qui nous ont fournie l'information recherchée ventilée par genre, par secteur d'activité, par année et par commune. Dans un souci d'amélioration de la qualité des statistiques obtenues ou de les compléter tout simplement, nous avons utilisé les annuaires statistiques de la wilaya de Tizi-Ouzou (2012,2014 et 2016).

- La troisième phase s'est soldée par l'usage de la méthode inductive, où à partir d'un cas particulier tirerons des conclusions et nous généraliserons nos résultats. Pour cela nous nous sommes appuyées sur une enquête de terrain réalisée par le biais d'une étude mixte (qualitative et quantitative) matérialisée par des questionnaires auprès d'un échantillon de 112 femmes entrepreneures réparties sur toutes les communes de la wilaya de Tizi-Ouzou. Comme nous l'avons souligné plus haut, nous avons constitué notre échantillon en nous référant aux données statistiques qui nous ont été communiquées par les trois organismes ANSEJ, ANGEM et CNAC. Ainsi, nous avons mené une enquête ciblée auprès des seules femmes promotrices ANSEJ, ANGEM et CNAC, et ce en adéquation avec notre objectif qui est l'analyse de l'implication de ces dispositifs dans l'émergence de l'entrepreneuriat féminin et l'évaluation de l'accompagnement qu'ils accordent à ces femmes.

5. Intérêt de la recherche

Notre travail de recherche est à la confluence de deux intérêts, un intérêt théorique et un intérêt pratique (empirique).

Etant labellisé d'un «nouveau visage» de l'entrepreneuriat ou encore d'un « entrepreneuriat de minorité», l'entrepreneuriat féminin a fait l'objet d'études spécifiques traitant généralement ou spécifiquement des motivations des femmes, des obstacles qui les entraves, du genre, de l'empowerment féminin, des mamepreneures et bien d'autres thématiques ayant donné naissance à différents modèles de l'émergence de l'entrepreneuriat féminin (Iacasse, 1988 ; Hisrich et Brush, 1980 ; Brush, de Bruin et Welter, 2009...). Toutefois, la réalisation de telles études restent problématique en Algérie, où les estimations statistiques sont souvent peu fiables et les études menées sur ce sujet peu nombreuses.

Dans le monde entier, les recherches menées sur l'accompagnement institutionnel des femmes entrepreneures demeurent marginales dans la littérature et ce malgré le rôle avéré des dispositifs de soutien dans le développement de l'entrepreneuriat féminin (Lebègue, 2015). Pareillement, les études menées sur cette question en Algérie demeurent encore plus rares.

Ainsi, contribuer à l'étude de l'émergence de l'entrepreneuriat féminin en Algérie est toujours intéressant pour connaître le contexte dans lequel évolue cet entrepreneuriat, les freins et motivations qui alimentent ses acteurs, les femmes en l'occurrence, et surtout déduire l'influence qu'ont les dispositifs étatiques d'aide à la création d'entreprises sur un tel phénomène.

Sur le plan pratique, notre travail concourra à identifier «les bonnes pratiques» (Boughanem, 2008; Firalas, 2012) des agents d'accompagnement, en terme d'accompagnement, d'accueil et d'orientation des femmes porteuses de projets et à offrir, sur la base des difficultés et les limites d'accompagnement repérées, un guide d'action que les accompagnateurs pourront suivre quand ils seront face à l'accompagnement d'un tel public, dit «spécifique».

6. Structure de la thèse

Afin d'apporter les éléments de réponse à notre problématique et de confirmer ou infirmer nos hypothèses, nous avons réparti notre travail en cinq chapitres.

Chapitre 01: Les femmes et le marché du travail

Ce premier chapitre présentera la situation des femmes sur le marché du travail et les contraintes auxquelles elles font face. D'après les différentes études réalisées sur le sujet, l'entrepreneuriat féminin est intimement lié à la réalité socioéconomique du genre féminin. Sur ce, l'étude de ce sujet requiert une esquisse sur la réalité des femmes sur le marché du travail. Cette ébauche peut nous apporter une vision approximative sur les caractéristiques des futures femmes créatrices d'entreprises. En effet, l'intégration du monde de l'entrepreneuriat par les femmes peut être une alternative au statut de salariées ou fonctionnaires et/ou un dépassement des insatisfactions professionnelles tel que le problème du « plafond de verre » et « de déclassement professionnel ».

Chapitre 02: L'émergence et l'accompagnement de l'entrepreneuriat féminin

Dans ce chapitre nous présenterons le positionnement de notre recherche par rapport au champ de l'entrepreneuriat. Ainsi, nous survolerons brièvement les principales approches et les différentes formes de l'entrepreneuriat, puis nous déclinerons sur la féminisation de l'entrepreneuriat via l'approche « genre », l'évolution et l'émergence de l'entrepreneuriat féminin et enfin son accompagnement, notamment par les institutions gouvernementales.

Chapitre 03: Le contexte algérien et l'entrepreneuriat féminin

Ce chapitre mettra en évidence le profil des femmes entrepreneures algériennes, Les quatre principaux types de motivations qui poussent les femmes algériennes à entreprendre; les cinq catégories de freins qui inhibent ces femmes dans leurs aventures entrepreneuriales; le cadre institutionnel dans lequel évoluent ces femmes et enfin l'accompagnement que leur accordent les différents organismes de promotion de l'entrepreneuriat.

Chapitre 04: Cadre méthodologique de l'investigation de terrain : observation à partir des données sur les femmes entrepreneures dans les dispositifs ANSEJ, CNAC et ANGEM féminin dans la wilaya de Tizi-Ouzou

Portant sur le cadre méthodologique de notre investigation, ce chapitre présentera le terrain de notre étude qu'est la wilaya de Tizi-Ouzou avec ses différentes potentialités naturelles et humaines, le cadre général de notre enquête et l'interprétation des informations statistiques fournies par les trois dispositifs ANSEJ, CNAC et ANGEM de Tizi-Ouzou.

Chapitre 05: Analyse du processus d'émergence et d'accompagnement, par les dispositifs ANSEJ, ANGEM et CNAC, de l'entrepreneuriat féminin dans la wilaya de Tizi-Ouzou

Afin d'avoir une meilleure compréhension du phénomène de l'émergence de l'entrepreneuriat féminin dans la wilaya de Tizi-Ouzou ainsi que l'impact des trois dispositifs ANSEJ, ANGEM et CNAC sur ce phénomène, nous avons opté pour une étude singulière dont le but est de présenter des systèmes d'informations sur des aspects précis de l'entrepreneuriat féminin. Ainsi, nous allons, procéder à l'analyse et l'interprétation des résultats de notre enquête de terrain. Nous allons dépouiller les réponses des 112 promotrices ANSEJ, CNAC et ANGEM interrogées et les interpréter en fonction des objectifs de notre travail de recherche. Nous procéderons également à l'analyse des incidences socioéconomiques et les limites de l'accompagnement des femmes par ces trois dispositifs.

Chapitre I

Les femmes et le marché du travail

Introduction

La femme a toujours travaillé. Elle exerçait un travail essentiellement invisible, soit un travail domestique¹ (tâches ménagères et entretien de la famille) et non rémunéré. Elle s'occupait de sa famille et de ses enfants. A partir de la seconde moitié du vingtième siècle, avec l'essor industriel, la transformation du modèle conservateur de la femme au foyer, une revendication des libertés..., les femmes commençaient à s'émanciper et à intégrer le marché du travail (Gatillier, 2014). Une intégration qui s'est faite de manière progressive. Elle est soumise aux différentes variables économiques, politiques, socioculturelles des pays. Ainsi, l'évolution du travail des femmes n'est guère une histoire linéaire, mais elle fluctue suivant les éléments qui viennent l'impacter; elle est faite d'avancées et de retour en arrière.

De nos jours, force est de constater que la proportion de femmes qui travaillent est relativement en hausse suite aux différents progrès (lois sur l'équité des salaires, congés de maternité, la disponibilité des services de garde...) réalisés en faveur du travail des femmes dans de nombreux pays, développés et/ou en voie de développement (OCDE, 2003; OCDE, 2012). Néanmoins, le problème de l'inégalité des sexes sur le marché du travail persiste encore. L'examen des indicateurs d'emploi dans différents pays du monde le démontre clairement : les femmes n'ont pas les mêmes opportunités que leurs homologues masculins sur le marché du travail (Maruani, 1998). Ce constat est valable aussi bien en terme de salaires qu'en terme de perspective de carrière. En effet, les femmes sont en grande majorité dans les emplois atypiques, informels, temporaires et à temps partiel (OCDE, 2003; Boughanem, 2008; Banque mondiale, 2015; OIT, 2016).

La position des femmes sur le marché du travail est, non seulement, un indicateur économique de leur participation à l'activité, mais aussi un indicateur de leur autonomisation et de leur place au sein de la société. En ce sens, les instances publiques sont appelées à mettre en place des politiques garantissant l'accès des femmes à un emploi décent et sans discrimination de genre (Association adéquation, 2010; OCDE, 2012, Gatillier, 2014).

Depuis une trentaine d'années, suite à l'accès des filles à l'éducation, à la formation professionnelle, le recul de l'âge au mariage, le chômage, la croissance démographique..., le marché du travail en Algérie a connu une forte affluence de femmes. Ces dernières représentent plus de 19% de la population active en 2015 alors qu'elles ne représentaient que 8% en 1987 (ONS, 1980-2015). Néanmoins, cette revue à la hausse du taux d'activité des

¹<http://tpe-emancipation-femmes.e-monsite.com/pages/travail/le-travail-des-femmes.html> Consulté le 23/05 /2015

femmes algériennes n'est qu'un trompe-l'œil. En effet, celles-ci présentent un taux de chômage élevé par rapport à celui de leur homologues masculins (20% de femmes contre 8,1% d'hommes) et continuent à être moins présentes sur le marché.

L'objectif de ce chapitre est de répondre aux questions suivantes : quelles sont les contraintes auxquelles sont confrontées les femmes sur le marché du travail ? De quelle manière ces contraintes peuvent être contrecarrées ? Quelle est la situation des femmes sur le marché du travail en Algérie ?

Ce présent chapitre est organisé en trois sections. La première est consacrée aux inégalités et difficultés qui entravent les femmes dans leur ascension sur le marché du travail (les inégalités de salaire, les inégalités de carrière, le plafond de verre...). La deuxième section concerne la présentation et l'interprétation des données statistiques, ventilées par genre, du marché de travail en Algérie, ces données concernent l'évolution de la population occupée féminine, l'évolution de la population en chômage, les conditions de travail recherchées par les femmes ainsi que le travail informel des femmes en Algérie. Dans la dernière section nous aborderons les différents facteurs socio-économiques, législatifs et culturels qui influencent le travail des femmes en Algérie.

Section 01 : Les défaillances du marché du travail

Suite à l'évolution du marché du travail dans les années 90, la proportion de femmes qui travaillent est relativement en hausse dans la plupart des pays. Néanmoins, la violence, la dépendance financière, les tâches ménagères et domestiques qui incombent aux femmes au premier rang et la sous-représentation de celles-ci dans les instances décisionnelles, entraînent toute une série d'inégalités sur le marché du travail² (Core, 1999 ; BIT, 2011). En même temps, les femmes représentent le maillon faible du marché de l'emploi; elles sont confinées dans des secteurs dits à connotation féminine (les services, la santé, l'éducation...). Répartition qui reflète les stéréotypes en vigueur dans le travail, la famille et dans la société. Les femmes sont en grande majorité dans les emplois atypiques, informels, temporaires et à temps partiel (OCDE, 2003; Banque mondiale, 2015 ; OIT, 2016).

Dans cette section nous allons essayer d'apporter des éléments de repense aux deux questions suivantes : quelles sont les principales inégalités auxquelles font face les femmes sur le marché du travail ? Et quelles sont les stratégies à suivre pour contrer ces inégalités?.

1.1. Le travail domestique VS le travail non domestique

Longtemps exclues de la sphère publique, économique et politique, la majorité des femmes sont restées confinées dans la sphère domestique, tâches ménagères et perpétuation de la lignée. Elles étaient astreintes à des activités souvent subordonnées aux activités de production. C'est pour quoi, une part considérable du travail féminin a encore pour finalité le maintien de la solidarité de la famille, ce qui le rend sans équivalent monétaire ni valeur marchande, contribuant ainsi à sa dévalorisation.

L'intégration massive des femmes dans le marché du travail, masque la permanence des structures invisibles (domination masculine, système patriarcal, stéréotype du genre...) qui mettent implicitement en relation le travail domestique et le travail non domestique où hommes et femmes sont engagés; la répartition des tâches dans l'une et l'autre des deux formes de travail, domestique/non domestique, ne peut être appréhendée de manière déconnectée. C'est le cas par exemple des femmes qui ont accompli une réussite professionnelle (occupation des postes de haute responsabilité hiérarchique) au détriment d'une réussite dans l'ordre domestique (mariage tardif, difficultés avec les enfants, divorce,

²À l'échelle mondiale la rémunération des femmes n'est encore égale qu'à environ 77% de celle des hommes (OIT, 2016); Au rythme actuel, l'équité salariale ne sera pas atteinte avant 2086 (BIT, 2011).

etc.) ou inversement, réussir sa vie domestique en dépit de sa vie professionnelle (Boufnik, 2010; Boughanem, 2008; Charmes et Remaoum, 2016).

C'est en effet, à condition de prendre en compte les contraintes que l'espace domestique fait peser sur l'espace professionnel (à travers la représentation d'un écart acceptable entre la position du mari et celle de l'épouse) que l'on pourra comprendre la course poursuite où les femmes ne rattrapent jamais leur handicap. (boughanem 2008).

1.2. Les inégalités entre les sexes sur le marché du travail

1.2.1. L'écart des taux d'activité³ entre les sexes

A l'échelle mondiale, les chances de participation des femmes au marché du travail sont inférieures de 27%⁴ à celles des hommes. La faiblesse du taux d'activité féminin se traduit par des possibilités d'offres d'emploi moins nombreuses, ainsi que l'existence de certains facteurs⁵ contextuels qui inhibent les femmes au travail, ce qui se répercute négativement sur l'autonomie et la sécurité économique des femmes.

Néanmoins, l'écart des taux d'activité entre les sexes s'est réduit dans l'ensemble des régions du monde. Cette réduction peut être justifiée par : l'effet «travailleur supplémentaire»⁶ en cas de crise économique où l'offre de travail des femmes mariées augmente pour compenser la perte du revenu du ménage lorsque le mari est au chômage (Bredtmann, Otten et Rulff, 2014); une évolution démographique et une évolution des comportements (BIT, 2012); une légère hausse du taux d'activité féminin ainsi qu'un déclin du taux d'activité masculin. Ce dernier, était dû au changement de la structure des activités au profit du secteur tertiaire et au détriment du secteur primaire ; l'intégration économique et la grande ouverture commerciale ont contribué à une importante croissance dans les secteurs tournés vers l'exportation, habillement, électronique, services..., qui emploient les femmes en grand nombre et en évolution croissante ; les progrès dans les secteurs de l'éducation et de la

³ C'est le rapport entre la population active, occupée ou au chômage, et la population en âge de travailler.

⁴ Entre 1995 et 2015, le taux d'activité des femmes est passé de 52,4% à 49,6%. Pour les hommes, les chiffres correspondants sont respectivement de 79,9% et 76,1% (OIT, 2016).

⁵ L'urbanisation et la sortie de l'agriculture de subsistance sont deux déterminants du retrait des femmes de la main-d'œuvre en Turquie (Banque mondiale, 2009), l'augmentation de la scolarisation et l'élévation du revenu des ménages peuvent entraîner un déclin du taux d'activité des femmes en Inde (Kapsos, Silberman et Bourmpoula, 2014 cité in OIT, 2016: p 26), l'existence de barrière à l'entrée du marché du travail et des restrictions culturelles continuent d'entraver l'accès des femmes au travail en Afrique du Nord, au moyen Orient et en Asie du Sud (Elder et Kring, 2016).

⁶ Bredtmann, Otten et Rulff (2014) ont mis en lumière cet effet «travailleurs supplémentaire», qui consiste en la réaction des femmes à la perte du travail de leur conjoint, cette réaction serait plus forte lorsque la protection sociale n'atténue pas suffisamment les conséquences de la perte d'emploi, il est donc considéré comme un soutien familial. En effet, depuis 2006, le taux d'activité des femmes en Europe, excepté l'Europe orientale, a augmenté de 2,4% tandis que celui des hommes diminuait de 1,7%.

santé, notamment, la baisse du taux de fécondité ; l'augmentation des dispositifs subventionnés de gardiennage des enfants peut également expliquer l'accroissement du taux d'activité des femmes (Busso et Fonseca, 2015) ; la persistance de la pauvreté, l'insuffisance des revenus de remplacement provenant de la protection sociale, les possibilités limitées de poursuivre les études ou une formation ainsi que le chômage soutenu des hommes obligent les femmes, dans les pays en mal de développement, à intégrer le monde du travail (ONU, 2011).

1.2.2. L'emploi familial et informel des femmes

A l'échelle mondiale, le taux d'emploi⁷ des femmes est inférieur à celui des hommes. En 2015, 1,3 milliard de femmes avaient un emploi contre près de 2 milliards d'hommes, soit 46% contre 72% respectivement. L'écart des taux d'emploi entre les sexes s'élevait à 26% au détriment des femmes, soit seulement 0,6% de moins qu'en 1995.

En 2015, plus de la moitié des actifs occupés, hommes et femmes, étaient salariés. Néanmoins, la progression de l'emploi salarié⁸ féminin n'est pas essentiellement gage de la qualité de l'emploi, ce dernier, est souvent précaire ou informel (OIT, 2016).

Au cours de la période 1995 -2015, la participation des femmes dans les travailleurs familiaux⁹ a connu une baisse significative¹⁰, cela est dû à la décroissance de la main-d'œuvre féminine engagée dans le secteur agricole au profit du secteur des services. Il y a eu donc, une transition du travail familial vers le salariat et le travail pour compte propre¹¹ à l'échelle mondiale.

1.2.2.1. Les femmes et le travail familial

Dans son rapport de 2016, l'OIT a indiqué qu'en 2015 près de 600 millions de femmes étaient engagées dans le travail indépendant¹², précisément dans le travail pour compte propre ou familial. Les femmes sont plus enclines à activer dans un travail familial que les hommes. Cette situation prévaut, surtout dans les pays en développement, là où la majorité des femmes sont des travailleuses familiales et où le pourcentage de femmes activant dans le travail

⁷ Le taux d'emploi ou rapport emploi-population, il correspond au nombre des actifs occupés rapporté à la population en âge de travailler.

⁸ Depuis 1995, la part du salariat féminin a augmenté de plus de 12%.

⁹ Le travail familial regroupe l'ensemble des tâches ménagères, entretien des espaces de vie, assurer la garde d'enfants... qu'assurent les femmes en contre partie d'une rémunération.

¹⁰ La part des femmes dans les travailleurs familiaux a diminué de 17%.

¹¹ Le travail pour compte propre est le deuxième statut d'emploi le plus répandu dans le monde, 29,1% de femmes et 38,9% des hommes. Néanmoins, la ration d'hommes et de femmes employeurs a une allure stagnante, 3,2% pour les hommes et 1,4% pour les femmes.

¹² L'emploi indépendant comprend les employeurs, les travailleurs à leur propre compte et les travailleurs familiaux.

familial dépasse largement celui des hommes. La majorité de la population de ces pays est en effet une population à vocation rurale et agricole.

1.2.2.2. Les femmes dans l'emploi informel

En 2015, dans les nouvelles recommandations sur la transition du secteur informel, caractérisé par un faible rendement et une faible progression, vers le secteur formel, il est reconnu que la majorité des personnes qui intègrent le secteur informel le font par nécessité, par manque de possibilités offertes par le secteur formel et/ou par absence de moyens de subsistance, et non pas par choix (BIT, 2016; OIT, 2017).

Dans les pays en développement¹³, l'emploi informel, hors emploi agricole, connaît un engouement de femmes plus que les hommes. Ce constat a été déjà confirmé dans le rapport de l'OCDE en 2004. Il a été indiqué que le secteur informel constitue un problème dans les pays en développement, il est important et dominé par les femmes suite à leur incapacité à lire, écrire et compter ainsi que leur manque de formation dans le domaine de l'entrepreneuriat.

Les femmes sont surreprésentées dans le travail familial ou dans les activités domestiques où l'emploi informel est plus fréquent. Néanmoins, dans tous les cas le caractère informel de l'emploi affecte de façon disproportionnée toutes les personnes, femme ou homme, qui se situent au bas de l'échelle des revenus (BIT, 2016).

Le secteur informel n'est soumis à aucune réglementation, la concurrence y est vive, le niveau technologique est faible et ses activités s'opèrent à petites échelles, les femmes qui y activent sont majoritairement privées de protection sociale (OCDE, 2004; ONU Femmes, 2013).

1.2.3. Le taux de chômage des femmes

À l'échelle mondiale, comparativement à leurs homologues masculins, les femmes sont les plus exposées au risque du sous-emploi et de chômage. En 2015, le taux de chômage dans le monde était de 6,2% pour les femmes contre, seulement, 5,5% pour les hommes (OIT, 2016). Néanmoins, au cours de la première phase de la crise financière, période 2007-2010, l'écart des taux de chômage féminin et masculin s'est réduit dans les pays développés. Ce constat peut être expliqué par deux principaux facteurs. D'un côté, la crise a touché des secteurs d'activité à dominante masculine notamment, le secteur de l'immobilier (Etats-Unis,

¹³ Au Moyen-Orient et en Afrique du Nord, 47% des hommes et 35% des femmes activent dans le secteur informel. Dans ces deux régions, que l'emploi soit formel ou informel, les femmes en ont moins accès que les hommes. Néanmoins, les femmes qui ont un emploi, hors emploi agricole, semblent plus à même d'accéder à un emploi dans le secteur formel (OIT, 2016).

Irlande et Espagne), ce qui a contribué à l'accroissement rapide du taux de chômage masculin, réduisant ainsi l'écart entre les taux de chômage des deux sexes. De l'autre côté, il y a eu l'effet de «travailleurs supplémentaires» où des femmes, initialement en chômage, ont pu se mettre au travail pour compenser la perte de revenu du ménage suite à la perte de l'emploi du conjoint (OCDE, 2012; Khitarishvili, 2013).

Pourtant, dans la seconde phase de la crise, l'application de certaines mesures d'austérité dans le secteur public a conduit au gel et à la suppression d'emplois à dominante féminine, chose qui a affecté négativement les femmes plus que les hommes (Rubery, 2013). Au cours de la période de reprise qui a suivi, l'écart s'est de nouveau creusé, et ce du fait que la reprise était plus prononcée dans les secteurs à dominante masculine.

Dans les pays en développement, le chômage touchait beaucoup plus les hommes que les femmes. En effet, les secteurs à dominante masculine, construction et services financiers, étaient les plus rudement touchés par la crise. Le fait que les femmes soient moins touchées par le chômage n'indique pas forcément que celles-ci sont mieux placées sur le marché du travail. En effet, cela peut être expliqué par une demande forte et soutenue d'une main-d'œuvre féminine faiblement rémunérée dans les secteurs tournés vers l'exportation.

En Afrique, le taux de chômage des deux sexes est supérieur à la moyenne mondiale. En Afrique subsaharienne, l'écart entre les hommes et les femmes est moindre qu'en Afrique du Nord où le taux de chômage des femmes est presque deux fois plus élevé que celui des hommes (BIT, 2016).

1.2.3.1. Sous-emploi¹⁴/ Temps partiel¹⁵ : une affaire de femmes

Les femmes sont les plus exposées à effectuer un nombre d'heures de travail inférieur à ce qu'elles souhaiteraient. Elles sont donc plus exposées que leurs homologues masculins au risque du sous-emploi lié au temps de travail. Dans les pays en développement, la fréquence du sous-emploi est plus prononcée chez les femmes que les hommes. Toutefois, les écarts entre les deux sexes sont très importants (BIT, 2015).

¹⁴ Selon le BIT 2015, la notion du sous-emploi s'applique à toute personne en emploi qui souhaiterait travailler plus d'heures, qui est encline à le faire et dont le seuil de travail est inférieur à un seuil spécifié en tenant compte de la situation nationale.

¹⁵ Avec la progression du chômage, «l'emploi type» à plein temps et à durée indéterminée offrant une grande stabilité qui construit la référence sinon la norme, s'effrite. Il est remplacé par ce qui est communément appelé «les nouvelles formes d'emploi» ou «l'emploi atypique»: emplois aidés par l'état, l'intérim, contrat à durée déterminée (CDD) et le temps partiel (Boughanem, 2008).

A l'échelle mondiale, les femmes constituent la majorité des personnes travaillant moins de 35 heures par semaine (OIT, 2016). En effet, pour concilier travail et responsabilités familiales, les femmes travaillent plus souvent à temps partiel, elles effectuent moins d'heures que les hommes ou choisissent des emplois où la durée hebdomadaire du travail n'est pas élevée. L'une des raisons qui poussent les femmes vers l'informel.

L'engouement des femmes dans cette catégorie de travail peut, également, être justifié par le fait que le travail à temps partiel n'est proposé que dans un nombre restreint de professions, ces dernières sont majoritairement à dominante féminine (le secteur de la santé, l'éducation, la restauration...) (Coll, 2014). Cela dit, la présence très importante des femmes dans ce travail accentue leur cantonnement dans un nombre limité de professions et de domaines d'activités, ce qui sous-entend une ségrégation sectorielle et professionnelle.

Pour pouvoir réduire la durée de leur travail, les femmes optent pour un «déclassement professionnel», elles ont tendance à se tourner vers des professions moins qualifiantes. C'est le phénomène par lequel les femmes qui travaillent à plein temps doivent changer de fonction pour faire moins d'heures et ce en raison de leurs responsabilités familiales. L'une des principales conséquences de ce phénomène est la sous-utilisation par les femmes de leur instruction et de leur formation professionnelle. De ce fait, l'impact de ce déclassement est plus grave sur les femmes ayant des professions à qualification élevée (diplômes universitaires) (Connolly et Gregory, 2008).

1.2.4. Répartition sectorielle de l'emploi féminin

Depuis 1995, et dans toutes les régions du monde, l'emploi féminin comme masculin s'est déplacé du secteur primaire, vers le secteur secondaire, puis tertiaire (BIT, 2014). En 2015, plus de 50% de la main-d'œuvre mondiale, féminine et masculine, travaillaient dans le secteur des services. Au cours des vingt dernières années, la part des services dans l'emploi féminin est passée de 40% à 60% (OIT, 2016). Ce constat peut, partiellement, être justifié par l'importance du travail domestique des femmes (BIT, 2013).

Au cours des vingt dernières années, l'emploi agricole féminin¹⁶ a connu une baisse considérable. Néanmoins, à la différence des pays à revenu élevé, le secteur agricole reste la source d'emploi féminin par excellence dans les pays à faible revenu. Dans ces derniers, les activités agricoles, mal rémunérées et nécessitant beaucoup de temps, sont souvent l'apanage

¹⁶ En 2015, un quart de la population féminine mondiale activent dans le secteur agricole (OIT, 2016).

des femmes (Banque mondiale, 2014). Avec la croissance économique, l'emploi féminin s'est déplacé du secteur agricole, et dans une moindre mesure du secteur industriel, vers le commerce, l'éducation et la santé.

L'évolution technique a conduit à la déféminisation de certains secteurs, à forte main-d'œuvre féminine, et ce en transformant les activités à forte intensité de main-d'œuvre à des activités à forte intensité de capital (Kucera et Tejani, 2014, cité in OIT, 2016 : p44).

L'emploi féminin connaît une forte concentration dans des secteurs spécifiques¹⁷, le secteur du commerce dans les pays à revenu intermédiaire et les secteurs de la santé et l'éducation dans les pays à revenu élevé. Cette concentration peut, partiellement, être due à une fréquence importante du travail partiel et à une rémunération relativement faible dans le secteur du commerce. Aussi à des stéréotypes dévalorisant les qualifications requises par l'emploi dans les secteurs de l'éducation et la santé. Ainsi, l'éducation, notamment lorsqu'elle s'adresse aux enfants, est considérée comme un prolongement du rôle maternel traditionnel des femmes (Shaeffer, 2015 cité in OIT, 2016).

1.2.5. L'écart salarial¹⁸ entre les deux sexes

En moyenne mondiale, l'écart salarial entre les deux sexes est de 23%, cela signifie que le salaire moyen d'une femme est égal à 77% de celui d'un homme (BIT, 2011). Le BIT a indiqué que l'égalité salariale entre les deux sexes ne sera atteinte qu'en 2086 et ce compte tenu du rythme actuel.

Cet écart peut être justifié par les différences d'évolution de l'emploi des deux sexes, par la présence des femmes dans des catégories professionnelles peu valorisées et/ou par le fait que les femmes soient moins revendicatrices et bénéficient moins des promotions individuelles. Néanmoins, la comparaison des données sur les hommes et les femmes est problématique dans la mesure où les femmes ont en moyenne une durée de travail rémunéré inférieure à celle de leur homologue masculin, du fait de leurs responsabilités familiales et domestiques (OIT, 2016).

¹⁷ 34% des femmes des pays à revenu intermédiaire activent dans le-commerce de gros ou de détail. Plus d'un tiers des femmes des pays à revenu élevé sont dans le secteur de l'éducation et/ou la santé (OIT, 2016).

¹⁸ L'écart salarial désigne une différence de rémunération entre les deux sexes. Cet écart peut être expliqué par la différence dans : le niveau d'instruction, l'expérience professionnelle, le domaine d'activité ou la profession, la situation géographique (zone urbaine ou rurale) et par le temps respectivement consacré au travail rémunéré et non rémunéré. L'écart salarial est aussi engendré par la sous-évaluation du travail des femmes, leur concentration dans les emplois les moins bien rémunérés ainsi que leur faiblesse dans les postes de décision (Goldin, 2014; Chen et coll., 2013).

Afin de palier au problème d'inégalité de salaire entre les deux sexes, la commission européenne a adopté en Juillet 1996 (CNES, 2005), une communication relative au code de conduite concernant l'application de l'égalité de rémunération entre les hommes et les femmes pour un travail d'égale valeur. Nonobstant, de l'amélioration de la situation, cette égalité des salaires est loin d'être effective et les écarts, bien que de moins en moins importants, persistent toujours.

1.2.6. Les inégalités de carrière entre les sexes

Les conditions de travail et les charges familiales peuvent inhiber les femmes à postuler à des postes de haute responsabilité. Plusieurs causes peuvent en être à l'origine, nous pouvons citer à titre d'exemple le travail de nuit ou jusqu'à des horaires très tardifs, le moindre accès des femmes à la formation continue et leur moindre mobilité (engendrées par la lourdeur des tâches domestiques), la crainte de l'échec liée à un manque d'assurance et de confiance en elles, la persistance de certains stéréotypes qui incitent la femme à se reléguer à un rang inférieur dans l'idée de préserver socialement la dignité de son conjoint, pour lequel le statut de dominant est dévoué. C'est autant de facteurs qui conduisent à une moindre motivation des femmes à gravir les échelons et à accéder à des postes de responsabilités supérieurs.

1.3. Division professionnelle et sectorielle des deux sexes sur le marché du travail

La division sexuelle du travail représente la plus ancienne forme de division du travail découlant des rapports sociaux entre les sexes. Elle désigne la distribution institutionnelle ou coutumière des fonctions productives entre les sexes¹⁹. « Elle a pour caractéristiques l'assignation prioritaire des hommes à la sphère productive et des femmes à la sphère reproductive ainsi que, simultanément, la captation par les hommes des fonctions à forte valeur ajoutée (politiques, religieuses, militaires, etc...) » Kergoat (2000 :p37). Cette division présente deux principes fondamentaux : un principe de séparation –il existe un travail d'homme et un travail de femme – et un principe de hiérarchisation- un travail d'homme a plus de valeur que celui de la femme.

1.3.1. Les causes de la division sexuelle au travail

Suite à la convention n° 111 de l'OIT concernant la discrimination professionnelle en 1958, le degré de ségrégation sexuelle au travail est reconnu comme un indicateur de discrimination à l'encontre des femmes. La ségrégation est définie comme l'un des aspects les

¹⁹https://www.questionsdeclasses.org/IMG/pdf/sudeduc_fiche_division_sexuelle_du_travail_en.pdf consulté le 16/12/2016.

plus nuisibles à l'égalité des sexes sur le marché du travail. Elle est fréquemment accompagnée d'une moindre rémunération et de moins bonnes conditions de travail dans les professions à dominante féminine.

Cette ségrégation se manifeste de façon circulaire du fait que les hommes et les femmes sont confinés dans certaines professions distinctes. Aussi les stéréotypes se renforcent et du côté des préférences des deux sexes et des perceptions des employeurs sur les compétences supposées des deux sexes.

Les professions sont classées féminines ou masculines suivant les qualifications requises et aussi selon la culture professionnelle. En effet, les professions à forte émotivité, qui demandent des compétences dans les relations interpersonnelles et qui impliquent l'entretien de l'autre sont considérées comme féminines car elles sont considérées comme innées et s'inscrivent dans le prolongement de la division familiale du travail (Bettio et Verashchagina, 2009). En revanche, les professions à haute rationalité, nécessitant une force physique, une prise de risque et un pouvoir de décision sont considérées plus masculines (BIT, 2012).

Certaines professions du secteur public sont considérées comme féminines parce qu'elles aménagent des dispositions qui satisfont les besoins des travailleurs ayant plus de responsabilités familiales, tel est l'exemple du congé de maternité (Vaughan-Whitehead, 2013).

Malgré que les professions à dominante féminines ne soient pas toutes sujettes à des mauvaises conditions de travail, les femmes restent majoritairement concentrées dans des secteurs d'activité à faible rémunération (Bettio et Verashchagina, 2009; BIT, 2012).

Qu'il s'agisse de processus de ségrégation horizontale (différentiation des emplois) ou de ségrégation verticale (différenciation des carrières), ni le type, ni le niveau de formation des femmes, souvent plus élevé que celui de leurs homologues masculins, ne peuvent être remis en question (Maruani, 2000).

En effet, il s'agit de rompre avec l'approche statique de la reproduction des rapports de sexe sur le marché du travail, pour mettre l'accent sur les dynamiques qui reconduisent les clivages entre les sexes, déplacent les limites du masculin et du féminin, ou tendent à estomper ces différences (Boughanem, 2008).

1.3.2. Plafond de verre et sous-représentation des femmes dans les postes de décision

Dans son rapport sur les femmes d'affaires et les femmes cadres en 2015, le BIT a indiqué que les femmes ont tendance à occuper de plus en plus des postes de décisions qu'il y a dix ans. Néanmoins, dans la majorité des domaines d'activité, les femmes restent sous-représentées dans les postes de décision et peinent à atteindre le sommet de la hiérarchie. Ce phénomène est le «plafond de verre», il est décrit comme *«l'ensemble des obstacles visibles et invisibles qui séparent les femmes du sommet de la hiérarchie professionnelle et organisationnelle»* (Laufer, 2004 : p12). Il s'agit d'un frein invisible dans la carrière professionnelle des femmes et qui empêche leur ascension à des postes hiérarchiques supérieurs.

Etant invisible, ce «plafond de verre» est par conséquent difficile à contrer. Il a été justifié par les divers problèmes que peuvent rencontrer les femmes dans leur travail (l'équité salariale, l'exigence d'une grande disponibilité au travail, etc.). De plus les femmes ont souvent l'impression de devoir travailler plus fort que les hommes pour obtenir la même reconnaissance (Collins, 2007).

D'autres auteurs ont avancé l'hypothèse d'un retard historique dû à un accès tardif des femmes, comparativement aux hommes, à l'éducation et aux diplômes. Dans la mesure où la croissance du nombre de femmes diplômées n'a pas été suivie d'une progression proportionnelle de leur nombre dans les postes de haute responsabilité, cette hypothèse demeure réfutable.

Toutefois, même s'il est usuellement admis que la plupart des femmes ne parviennent pas à transgresser ce «plafond de verre», certaines d'entre elles développent des stratégies leur permettant d'atteindre le sommet de la hiérarchie : persévérance et volonté de progression dans la carrière, adaptation de certains traits de personnalité avec les exigences du poste occupé, exercice de l'autorité de façon adaptée, etc. Elles vont même jusqu'à articuler leur rôle familial avec une mobilisation temporelle intense et une forte délégation des tâches domestiques, alors que d'autres font face aux dilemmes qui naissent des conflits entre le travail et la famille mettant ainsi un frein à leurs aspirations de carrière.

Le sentiment de stagnation ou d'iniquité quant à l'ascension dans l'organisme employeur, peut pousser les femmes ayant des expériences professionnelles antérieures à créer leur propre emploi ou entreprise, et ce dans un besoin d'autonomie, d'indépendance, de réussite et de dignité.

1.4. Stratégies de lutte contre la discrimination sur le marché du travail

1.4.1. Contrecarrer les stéréotypes par l'éducation et la sensibilisation

Dans de nombreux pays, le taux de scolarisation des filles croît plus vite que celui des garçons et le niveau moyen d'instruction des femmes est identique à celui des hommes (UNESCO, 2012). A l'échelle mondiale, la majorité des diplômés sont des femmes (Banque mondiale, 2011). Ce dernier constat s'explique par le changement, dans la société, des perceptions de la scolarisation des jeunes filles. Aussi, par l'orientation des jeunes hommes, plus que les filles, vers l'emploi ou des formations non formelles après l'enseignement secondaire (UNESCO, 2012).

Le niveau d'instruction élevé ou encore le progrès de parité dans l'éducation ne sont plus, comme avant, des facteurs significatifs d'atténuation de la ségrégation professionnelle des sexes sur le marché du travail (ONU Femmes, 2015). Cette ségrégation peut être attribuée aux différences dans les domaines d'études et au choix des métiers entre les deux sexes. En effet, ces différences sont fortement influencées par les facteurs socioculturels et par les stéréotypes du genre. C'est pourquoi, il est intéressant d'opérer des changements dans la qualité de l'instruction. Et ce, en mettant en place des programmes éducatifs et de formations qui vont à l'encontre des stéréotypes et préjugés du genre pouvant inciter les filles dès leur jeune âge à s'engager dans des domaines à dominante masculine (Himran, 2016; OIT, 2016).

1.4.2. Encourager l'entrepreneuriat féminin

L'encouragement de l'entrepreneuriat féminin passe par la levée des obstacles au lancement et au développement des entreprises féminines. Cet encouragement passe par trois niveaux.

Au niveau macro-social où les pouvoirs publics sont appelés à adopter un cadre juridique garant de l'égalité entre homme et femme dans le développement des entreprises et à mettre en place des mécanismes pour prévenir et combattre les discriminations en matière de crédit, de droit foncier et de droit de propriété. Au niveau méso-social où les pouvoirs publics et toutes les organisations d'entrepreneurs et de travailleurs sont appelés à prendre des mesures incitatives pour faciliter l'accès des femmes aux marchés publics ou privés. Au niveau microsocial où il est essentiel pour les travailleuses indépendantes et les petites entrepreneures à faible revenu d'avoir accès aux ressources financières pour lancer et faire fonctionner leurs entreprises (ONU Femmes, 2015).

Dans cette section, nous avons confronté la situation des femmes sur le marché du travail à celle de leurs homologues masculins, dans les pays développés comme dans les pays en développement. Il ressort que la féminisation du marché du travail est effective, mais reste inachevée étant donné qu'elle s'est produite dans un contexte d'inégalité et de précarité. Les contraintes qui entravent les femmes dans leur intégration du marché du travail peuvent être liées au poids des responsabilités familiales qui incombent aux femmes au premier chef, les stéréotypes du genre et/ ou la ségrégation professionnelle. Les femmes sont très présentes parmi les travailleurs familiaux, dans le secteur informel et dans les emplois à temps partiels, ces constats sont d'autant plus vérifiés dans les pays en voie ou en mal de développement. Les inégalités entre les deux sexes sur le marché du travail se creusent en termes de salaire et en termes d'ascension dans la hiérarchie. Pour endiguer les différentes formes de discriminations des femmes sur le marché du travail, la sensibilisation, l'éducation à la dimension genre et l'encouragement de l'entrepreneuriat féminin s'avèrent nécessaires.

Section 02: Le travail des femmes en Algérie: Analyse

Le secteur de l'emploi en Algérie est caractérisé par le faible poids des femmes sur le marché du travail (Guillet, 2007; Boufnik, 2010). Néanmoins, la crise économique qu'a connue l'Algérie au cours des années 80 et 90, liée à la chute du prix des hydrocarbures et aux diverses réformes économiques au profit d'une économie de marché, a engendré des effets très négatifs sur les revenus et entraîné une paupérisation des salariés et une dégradation des conditions de vie des ménages. Eu égard à cet état de fait, les ménages ont été amenés à envisager concrètement d'augmenter leur salaire, ce qui a contribué à changer la perception du travail de la femme qui est devenu une source supplémentaire, parfois principale, de revenu pour le foyer (Boualali et Boutaleb, 2003 ; Guillet, 2007; Boughanem, 2008).

Ainsi, suite à cette crise et grâce à la généralisation de l'enseignement obligatoire qui a contribué à l'augmentation progressive du nombre de femmes dans l'enseignement secondaire et universitaire, la part des femmes algériennes dans la population active n'a cessé de croître depuis les années 90. Selon les données de l'ONS entre 1980 et 2014, le taux de féminisation de la population active a plus que doublé, passant de 8,1% en 1987 à plus de 19% en 2015. Nonobstant ces améliorations, les femmes accusent d'un taux de chômage plus élevé (20% des femmes face à 8,1% des hommes) et ont un taux d'activité plus bas (16,6% pour les femmes face au 66,6% pour les hommes) et continuent à être nettement moins présentes dans le marché du travail que leurs homologues masculins (OIT, 2017).

Dans cette section, nous allons voir l'évolution de l'emploi féminin en Algérie suivant les données de l'office national des statistiques (ONS). Nous allons pouvoir caractériser la demande féminine d'emploi en Algérie (tranche d'âge, secteur d'activité, niveau d'instruction...) et d'en voir la tendance, notamment pour l'année 2016.

2.1. Evolution de la population active²⁰

En Avril 2016, la population active en Algérie, a atteint 12,092,000 de personnes, avec un volume de la population active féminine atteignant 2,470,000, constituant ainsi 20,4% de l'ensemble de la population active (ONS, 2016).

Le taux de participation à la force de travail (taux d'activité économique) de la population âgée de 15 ans et plus a atteint 42,0%, il s'établit à 66,3% pour les hommes contre seulement 17,3% chez les femmes. Il est à noter que c'est la première fois que le taux d'activité féminin a atteint un tel niveau (ONS, 2016).

2.1.1. Evolution de la population active féminine

Le travail rémunéré féminin est un phénomène relativement récent. En Algérie, la définition du rôle de l'homme et de la femme au sein de l'unité familiale, affirme le rôle de l'homme en tant que pourvoyeur de l'ensemble des besoins de la famille, y compris ceux de sa femme. Cependant, les différents facteurs tels que l'accès à l'éducation, la formation professionnelle et l'enseignement supérieur ont encouragé les femmes à investir la sphère économique (Guillet, 2007; Boughanem, 2008).

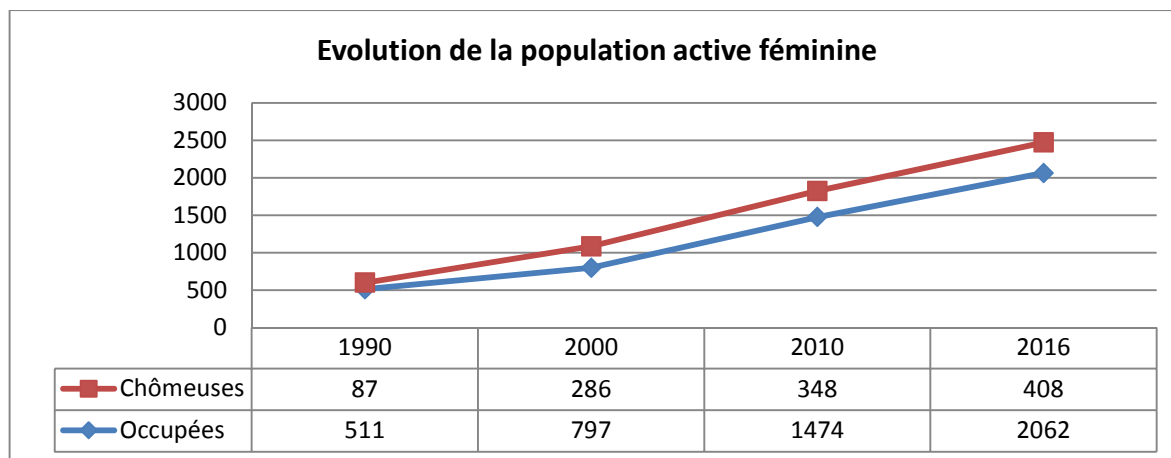
La population active potentielle²¹ a connu, ainsi, une évolution assez importante aussi bien du point de vue de ses effectifs que de sa structure par âge, selon le milieu d'habitat (rural, urbain) et le niveau d'instruction.

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

²⁰ La population active est la frange de la population en âge de travailler et qui est disponible sur le marché du travail. Elle regroupe la population occupée et la population en chômage.

²¹ La population active potentielle est constituée de la frange de population en âge de travailler.

Figure 01: Evolution de la population active féminine (En milliers)



Source : construit à partir des données de l'ONS

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

Cette évolution positive de la population active féminine est due à l'amélioration du niveau d'instruction des femmes (le taux d'alphabétisation des femmes en 2015 était de 73,1%)²² et à la baisse du taux de fécondité (2,74 naissance(s)/femme en 2016)²³, et donc à la réduction du poids de la responsabilité familiale, à laquelle s'ajoute la disparition de certaines contraintes socioculturelles dans notre société.

Néanmoins, il y a lieu de constater, que parallèlement à l'évolution positive du nombre de femmes sur le marché du travail, leur présence parmi les chômeurs évolue également. Le facteur démographique peut être avancé pour expliquer ce constat.

Pour d'éventuelles explications quant à l'évolution de la population féminine en situation de chômage, nous reviendrons dessus, de façon plus détaillée, dans les prochains développements.

2.1.2. Evolution de la population active totale

Dans la mesure où les enquêtes exhaustives sur l'évolution de la population active en Algérie n'ont pas pour objet la mesure de l'emploi réel, elles sont basées sur des déclarations spontanées qui ne mentionnent pas l'occupation d'emploi non salarié, ces données peuvent être d'une fiabilité peu avérée.

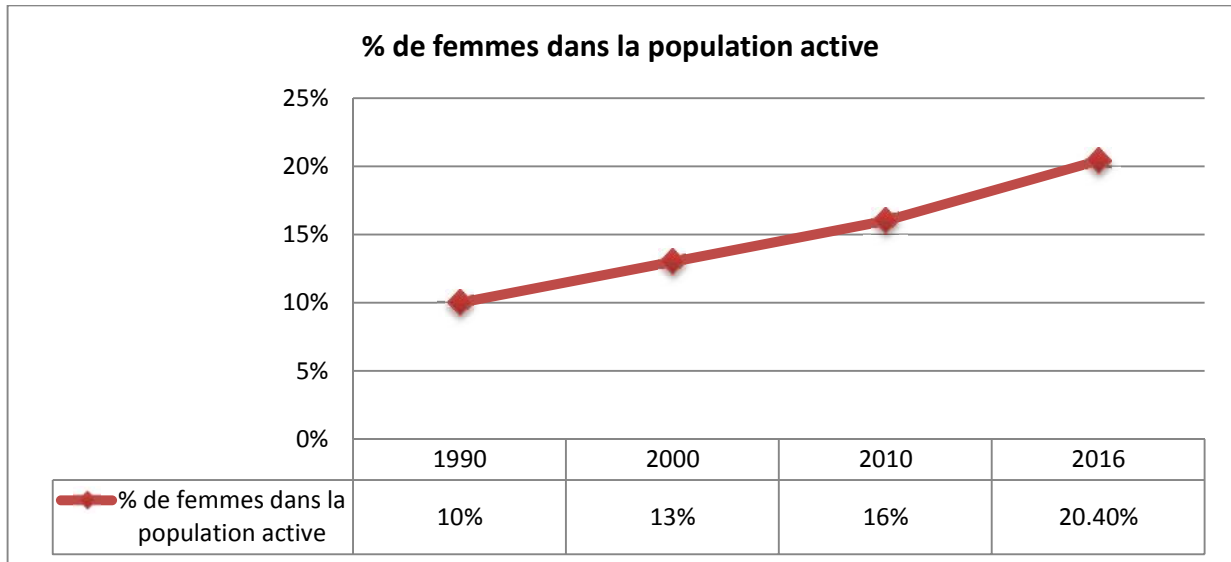
²²Algérie profil population 2017 consulté sur le site :

https://www.indexmundi.com/fr/algerie/population_profil.html le 22 Mai 2017.

²³https://www.indexmundi.com/fr/algerie/population_profil.html consulté le 22 Mai 2017.

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

Figure02: Evolution de la population active totale



Source : Construit à partir des données de l'ONS

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

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

Le tableau suivant nous montre la répartition de la population active et le taux d'activité économique en Algérie par groupe d'âge et sexe pour l'année 2016.

Tableau 01: Répartition de la population active et taux d'activité économique par groupe d'âge et genre:

	Population active (en milliers)			Taux d'activité économique (en milliers)		
	Masculin	Féminin	Total	Masculin	Féminin	Total
15-19 ans	314	31	345	18,8	1,9	10,6
20-24 ans	1093	232	1324	59,2	13,0	36,5
25-29 ans	1560	599	2160	85,5	35,1	61,1
30-34 ans	1577	491	2068	92,1	29,0	60,7
35-39 ans	1313	378	1691	91,9	24,9	57,3
40-44 ans	1128	304	1432	91,7	22,9	56,0
45-49 ans	1036	212	1248	92,3	18,7	55,3
50-54 ans	820	141	961	79,6	13,9	47,0
55-59 ans	499	57	557	59,8	8,0	35,9
60 ans et +	282	24	306	15,6	1,3	8,5
Total	9623	2470	12092	66,3	17,3	42,0

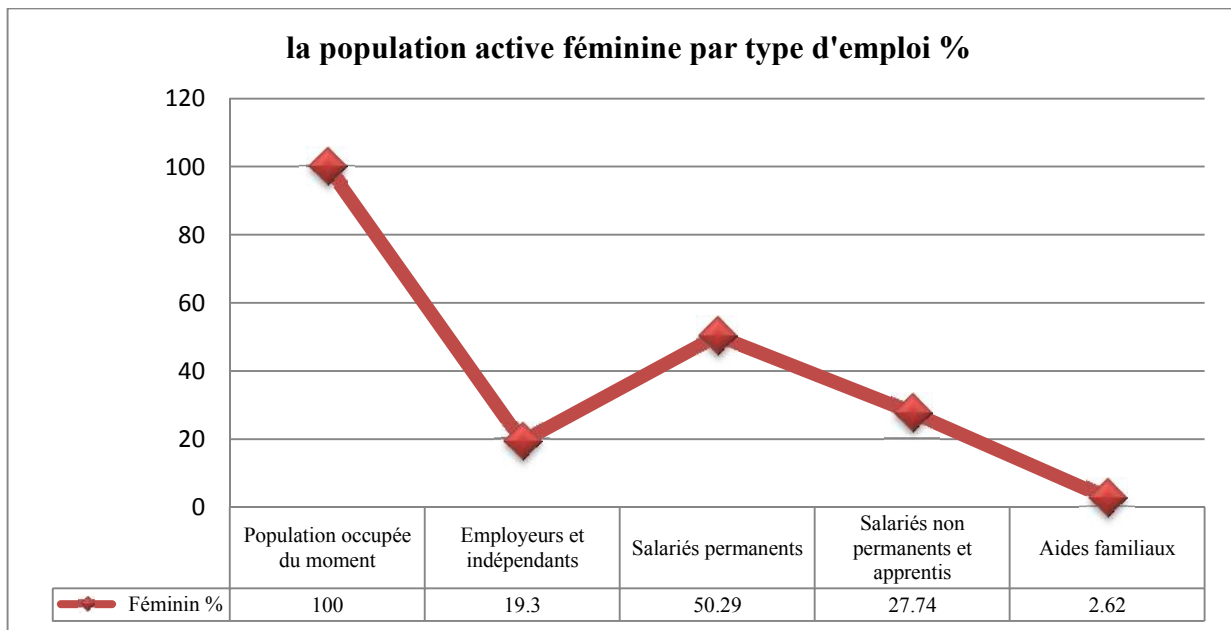
Source : ONS : « activité, Emploi et chômage en Avril 2016, N° 748 », p5

Le taux d'activité économique des femmes est le plus élevé dans la tranche d'âge 25 à 29 ans, 35,1% des femmes de ce groupe d'âge sont sur le marché de l'emploi. Dans cette tranche d'âge les femmes peuvent être, célibataires ou mariées sans enfants. Elles sont, soit diplômées de l'enseignement supérieur, soit diplômées de la formation professionnelle. Le taux d'activité masculine est à son apogée dans la tranche d'âge 45 à 49 ans, 92,3%, d'hommes contre 18,7% pour les femmes de cette même tranche d'âge.

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

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

Figure03: Représentation de la population active féminine par type d'emploi (En milliers)



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

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

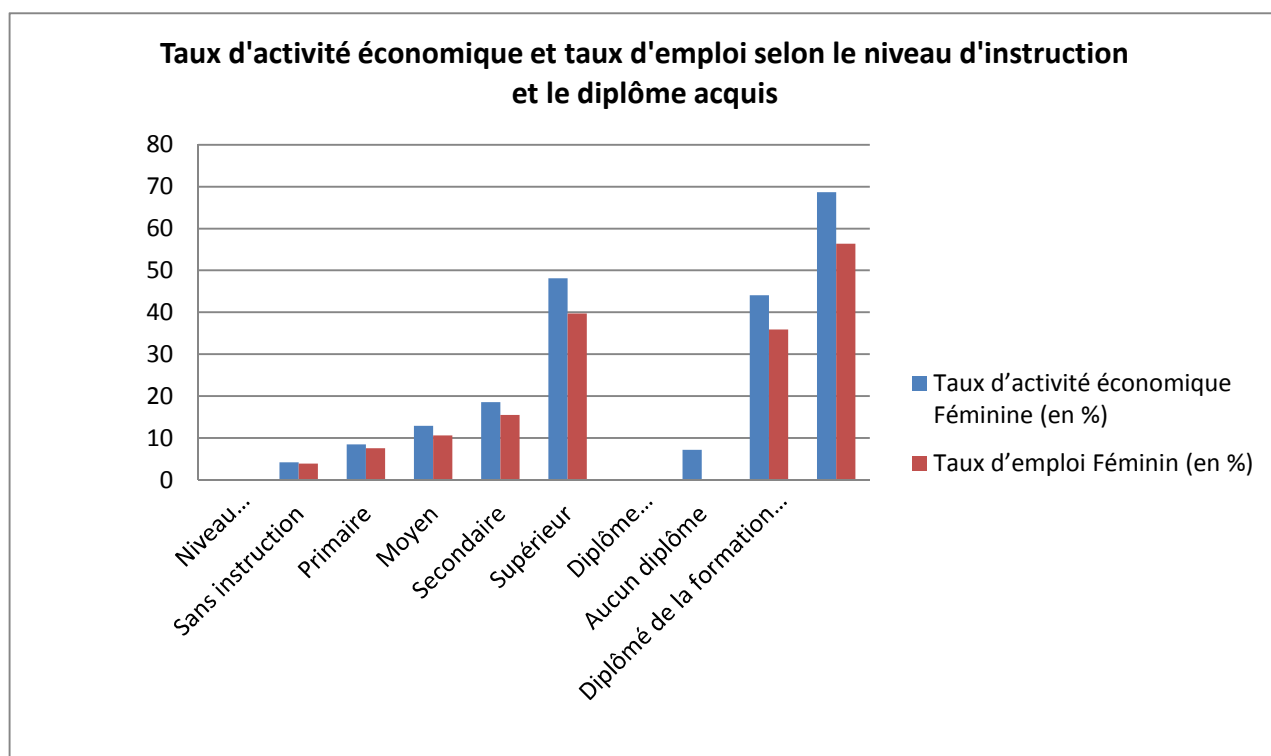
2.2. Evolution de la population occupée féminine

La population occupée du moment est estimée à 10.895.000 personnes, avec un solde positif de 301000 personnes par rapport à l'année précédente. Le taux d'occupation est estimé à 26,8%. Le volume de la population occupée féminine a franchi pour la première fois le seuil des deux millions d'occupées (2.062.000), il représente ainsi 18,9% de la population totale (ONS, 2016).

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

La figure suivante nous donne des informations sur le taux d'activité économique et le taux d'emploi selon le niveau d'instruction et le diplôme acquis par les femmes en Algérie, pour l'année 2016.

Figure 04: Taux d'activité économique et taux d'emploi selon le niveau d'instruction et le diplôme acquis:



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

Les femmes actives sont surtout des femmes qui ont poursuivi leurs études. Plus leur niveau scolaire augmente, plus les femmes sont présentes sur le marché de l'emploi. Le taux d'activité est inférieur à 5% pour les femmes sans instruction et dépasse 60% pour celles qui détiennent un diplôme de l'enseignement supérieur. En valeur absolue également le nombre de femmes qui travaillent augmente avec le niveau d'instruction et le diplôme acquis, 48,1% sont diplômées de l'enseignement supérieur.

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

Le tableau ci-dessous nous montre la répartition de la population occupée en Algérie pour l'année 2016, selon le secteur d'activité et le genre.

Tableau 02: Répartition de la population occupée selon le secteur d'activité de l'établissement et le genre.

	Masculin		Féminin		Total	
	Effectif	%	Effectif	%	Effectif	%
Agriculture	894	10,1	56	2,7	949	8,7
Industrie	1018	11,5	396	19,2	1414	13,0
BTP	1776	20,1	36	1,8	1813	16,6
Commerce-Service	5144	58,2	1574	76,3	6718	61,7
Total	8833	100	2062	100	10895	100

Source : ONS:« activité, Emploi et chômage en Avril 2016, N° 748 », p4

La plus grande part des emplois en Algérie se situe dans le secteur tertiaire (commerce et services), plus de six millions d'emplois, soit 61,7% des emplois totaux. Pour les femmes cela est encore plus vrai puisque 76,3% des emplois féminins se situent dans ce secteur. L'industrie vient en seconde position avec 19,2% des emplois féminins. Les femmes sont presque totalement absentes dans le secteur agricole (2,7%) et plus encore dans le BTP (1,8%).

Dans le secteur de l'agriculture et en milieu rural, les femmes représentent 10,2% (ONS : 2016) de la population féminine occupée, un taux relativement élevé par rapport à la présence des femmes dans ce secteur en milieu urbain, soit 0,6%. Cela s'explique par :

- La mise en place, par les pouvoirs publics, de différents fonds et programmes agricoles. Notamment, les programmes de proximité de développement rural intégré (PPDRI) en faveur de la femme rurale et le Fonds Algérien de Régulation et de Développement Agricole (FNDRA) ;
- La mise en place, depuis 2004, de l'Agence Nationale de Gestion du Microcrédit (ANGEM), pour la promotion de la femme rurale en lui accordant plus d'avantages (fiscaux, parafiscaux...) pour la création et le développement de son entreprise;
- Les relations de partenariat national et étranger pour l'émancipation de la femme rurale, telle que TOUIZA solidarité par exemple.

Dans les autres secteurs, industrie, BTP, commerce et services, les taux de participation des femmes sont presque similaires que ce soit en milieu urbain ou rural.

Cette répartition par secteur d'activité est peu fiable. En effet, le secteur de l'administration, dont les femmes présentent une grande proportion, n'est pas indiqué.

2.2.3. L'emploi féminin par secteur juridique

Le tableau suivant nous montre la répartition de la population active féminine selon le secteur juridique et la localisation pour l'année 2016.

Tableau 03: Répartition de la population active féminine selon le secteur juridique et la localisation (en millier)

	Féminin					
	Urbain		Rural		Total	
	Effectif	%	Effectif	%	Effectif	%
Public	1072	66,7	242	53,3	1314	63,7
Privé-mixte	535	33,3	212	46,6	748	36,3
Total	1608	100	454	100	2062	100

Source : ONS : « activité, Emploi et chômage en Avril 2016, N° 748 », p4

La part de la population active féminine par milieu (urbain, rural), avoisine les 80% en milieu urbain. Les femmes occupées sont, majoritairement, employées dans le secteur public, soit 66,7% en milieu urbain, et 53,3% en milieu rural.

En effet, les femmes sont beaucoup plus présentes dans la fonction publique. Elles représentent 64% (ONS, 2011-2013), des enseignants de l'éducation nationale, plus de 70% de l'effectif du corps médical, plus de 35% des magistrats et plus de 50% de l'effectif des enseignants universitaires (CIDDEF, 2013)²⁴.

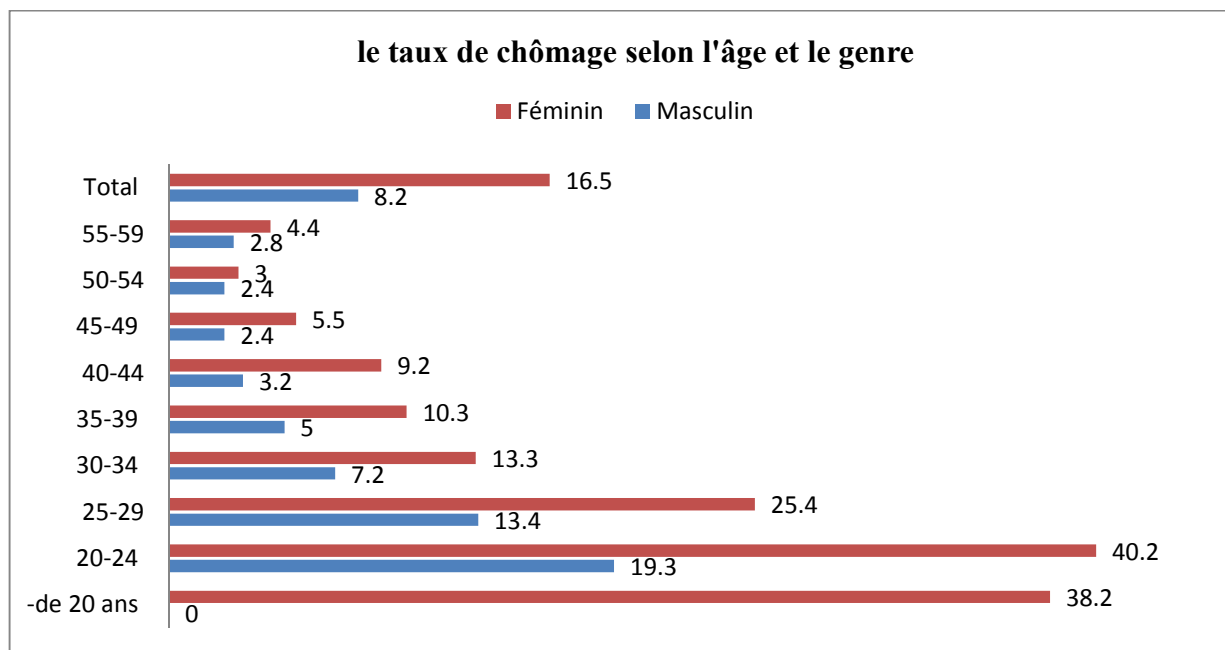
²⁴ Centre d'Information et de Documentation sur les Droits de l'Enfant et de la Femme (2013)

2.3. Evolution de la population en chômage²⁵

2.3.1. Le taux de chômage global

La figure suivante nous éclaire sur le taux de chômage selon l'âge et le genre pour l'année 2016.

Figure 05: Le taux de chômage selon l'âge et le genre pour l'année 2016



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

Dans toutes les tranches d'âge, le taux de chômage féminin est le plus élevé comparativement à celui de son homologue masculin. Ce constat trouve justification dans la persistance de préjugés sociaux qui inhibent la femme dans sa quête d'un emploi décent, ou encore dans l'indisponibilité d'un emploi qui confère à la femme une flexibilité en terme de conciliation vie-privée et vie-professionnelle.

2.3.2. Evolution du chômage selon les démarches effectuées pour chercher un emploi

Le tableau suivant nous éclaire sur l'effectif et les parts relatives des chômeurs selon les démarches effectuées pour chercher un emploi, selon le diplôme acquis et le sexe pour l'année 2016.

²⁵Par population en chômage nous désignons, toutes les personnes en âge de travailler qui n'étaient pas en emploi, avaient effectué des activités de recherche d'emploi durant une période récente spécifiée, et étaient actuellement disponibles pour l'emploi si la possibilité d'occuper un poste de travail existait. (Ilo, 2013 : p 11) https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---stat/documents/normativeinstrument/wcms_233215.pdf consulté le 12/08/2016.

Tableau 04: Effectif et parts relatives des chômeurs selon les démarches effectuées pour chercher un emploi, classification par sexe et diplôme obtenu.

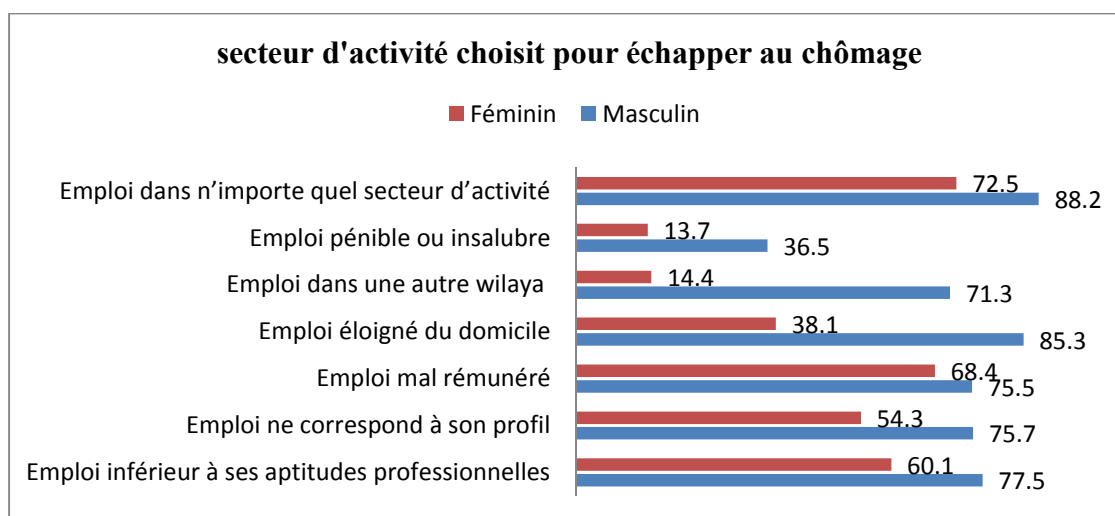
	Masculin		Féminin		Total	
	Effectif	%	Effectif	%	Effectif	%
Inscription auprès d'un bureau de main d'œuvre	477	60,3	303	74,4	780	65,1
Démarche auprès des entreprises	402	50,9	283	69,4	685	57,2
Par les relations personnelles	654	82,7	312	76,5	965	80,6
A la recherche de moyens pour s'installer à son compte	235	29,7	85	20,8	319	26,7
Autre démarche	133	16,8	56	13,8	189	15,8

Source : ONS : « activité, Emploi et chômage en Avril 2016, N° 748 », p7

En 2016, la recherche de moyens pour s'installer à son compte comme alternative à la situation de chômage ne représente que 26,7% des démarches effectuées pour chercher un emploi. Elle n'est que de 20,8% chez les femmes. La majorité d'entre-elles font recours aux relations personnelles (informelles) puis à l'inscription auprès de l'ANEM, 76,5% et 74,4% respectivement, suivie de la démarche auprès des entreprises avec 69,4%.

2.4. Les conditions de l'emploi recherché par les femmes

La figure qui suit nous montre les parts relatives des chômeurs acceptant des postes d'emplois sous différentes conditions de travail selon le sexe (en %).

Figure 06: Les parts relatives des chômeurs acceptant des postes d'emplois sous différentes conditions de travail selon le sexe (en %)

Source : ONS : « activité, Emploi et chômage en Avril 2016, N° 748, p7

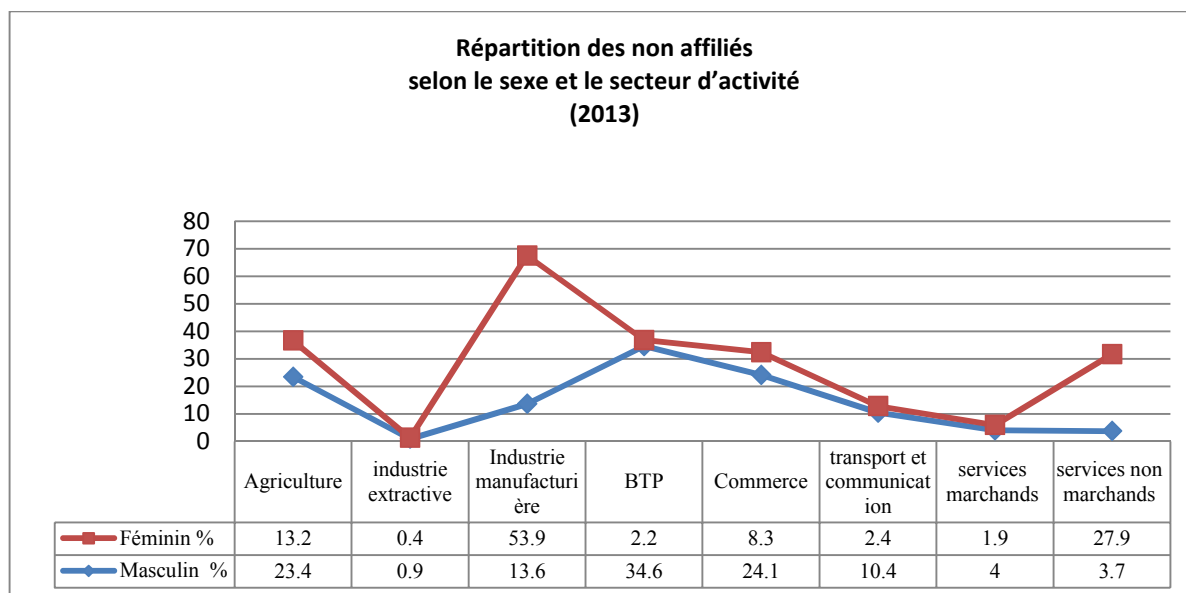
Nous constatons que, pour éviter le chômage, les femmes sont beaucoup plus enclines à travailler dans n'importe quel secteur d'activité ou à accepter des emplois mal rémunérés, soit 72,5% et 68,4% respectivement, que de s'engager dans des emplois pénibles ou insalubres. Elles sont aussi peu motivées à travailler dans une wilaya ou un endroit éloigné de leurs domiciles (14,4). Nous constatons donc qu'elles fuient le risque et l'incertitude.

2.5. Le travail informel des femmes en Algérie

A l'instar des pays en développement, le secteur informel en Algérie a connu une évolution considérable au cours de ces vingt dernières années (Charmes, 2009; Adair et Bellache, 2009), et avec lui les disparités entre les hommes et les femmes (Beneria, 2003). En effet, beaucoup de femmes sont employées dans ce secteur, soit par choix délibéré, dû à leur aversion aux impôts, soit par obligation, du fait que leurs employeurs ne les déclarent pas à la sécurité sociale (60% des travailleuses ne sont pas déclarées dans le secteur privé) ou encore, elles sont exploitées dans le marché domestique sans aucune couverture sociale ni reconnaissance de droits (Selhab, 2009).

La figure suivante nous donne des informations sur la répartition des non-affiliés selon le sexe et le secteur d'activité en Algérie, pour l'année 2012.

Figure 07: Répartition des non affiliés selon le sexe et le secteur d'activité (2012)



Source : ONS (2011/2013).

Les femmes du secteur informel, suite à leur faible niveau d'instruction, sont présentes en masse dans des activités qui ne nécessitent pas une qualification professionnelle. Elles sont également majoritairement présentes dans des activités qu'elles peuvent entièrement contrôler et qui leur permettent une flexibilité horaire et une conciliation vie professionnelle et familiale.

Dans cette section nous avons constaté qu'au cours de 20 ans²⁶, le nombre de femmes intégrant le marché du travail en Algérie a quadruplé entre 1990 et 2016, passant ainsi de 511.000 de femmes à 2.062.000. Cette croissance peut être la résultante de l'amélioration du niveau de scolarisation des femmes, le recul de l'âge du mariage, la baisse du taux de fécondité, l'amélioration des conditions de vie en général...Néanmoins, cette tendance crescendo qu'a connue le nombre de femmes occupées s'est toujours accompagnée par une évolution de même allure des femmes chômeuses. Le facteur démographique et la persistance de certains préjugés du genre peuvent être avancés pour expliquer ce constat.

La population active est constituée essentiellement des femmes âgées entre 25-44ans. Celles-ci sont majoritairement des salariées permanent, du secteur public, et ont un niveau d'instruction élevé. Elles sont présentes massivement dans le secteur tertiaire (commerce et service) et par ricochet dans les milieux urbains.

Dans la population active féminine, les employeurs indépendants occupent une infime place (19,3%). En effet, pour alterner avec la situation de chômage, les femmes algériennes sont plus enclines à travailler dans le secteur privé formel ou informel que de se lancer en entrepreneuriat.

Le travail des femmes en Algérie ne relève pas uniquement de la situation professionnelle de celles-ci; il convient de le resituer dans le contexte d'une société où la place des femmes est influencée par les traditions, les représentations, les pratiques sociales et les différences sociales entre les sexes.

²⁶ Charmes et Remaoum (2016) indiquent que la non-prise en compte des activités économiques exercées à domicile et qui ne sont pas forcément rémunérées, élevage, activité agricole, confection, etc. rend les chiffres indiqués par l'ONS biaisés car ils sont une sous-estimation de la réalité.

Section 03 : Les facteurs qui influencent le travail féminin en Algérie

Les femmes travailleuses, en Algérie, ont à gérer plusieurs logiques parfois antagonistes entre traditions et modernité, entre logique communautaire et logiques individuelles; elles doivent de ce fait créer une articulation originale et spécifique entre plusieurs mondes sociaux (Guillet, 2007, Boufnik, 2010).

Toutefois, il n'en demeure pas moins que les choses continuent d'avancer et que les femmes travaillent maintenant de plus en plus, ce qui est révélateur d'une nouvelle mentalité et d'un certain changement au sein de la société (Alias, 1991 ; Boltanski et Thevenot, 1987; Bouanani, 2009).

Dans cette section, nous allons voir quels sont les facteurs qui ont facilité l'accès des femmes algériennes au marché du travail ? Quels sont les problèmes qu'elles rencontrent sur ce marché quels sont les dispositifs mis en place par les pouvoirs publics pour faciliter l'accès des femmes au marché du travail en Algérie ?

3.1. Facteurs qui tendent à favoriser le travail féminin

Le droit à un emploi décent et l'égalité d'accès au marché du travail sont essentiels à l'autonomisation économique des femmes. Du point de vue légal, l'Algérie est signataire de plusieurs conventions internationales de protection des droits des Hommes²⁷ d'une manière générale et de droit des femmes en particulier.

Nous pouvons identifier un certain nombre de facteurs qui devraient favoriser le travail des femmes en Algérie. A savoir :

²⁷ Il s'agit de la déclaration universelle des droits de l'homme, la charte de l'O.N.U., signée à San Francisco en 1945, la déclaration U.D.H de 1948, du pacte relatif aux droits économiques, sociaux et culturels et du pacte international relatif aux droits civils et politiques, la charte africaine des droits de l'homme et des peuples ratifiée par l'Algérie le 3 février 1987, la Charte Arabe des droits de l'homme date du 15 septembre 1994, elle est entrée en vigueur en 2008... La convention internationale sur l'élimination de toutes les formes de discrimination à l'égard des femmes ratifiée par l'Algérie le 22 janvier 1996- cette convention condamne la discrimination à l'égard des femmes, inscrit dans la constitution le principe de l'égalité des hommes et des femmes et assure l'application effective de ces principes, déclare que la discrimination est une atteinte à la dignité humaine et empêche les femmes de participer à la vie économique, politique, sociale et culturelle- Les textes de cette convention ont consacré le droit de voter, de prendre part à l'élaboration de la politique de l'Etat et à son exécution, occuper des emplois publics et exercer toutes les fonctions publiques, participer aux organisations et associations non gouvernementales s'occupant de la vie publique- La charte des droits politiques de la femme a été ratifiée par l'Algérie en 2004. Elle est considérée comme le premier instrument juridique de portée universelle qui consacre de manière formelle l'égalité de l'homme et de la femme dans l'exercice des droits politiques (Arroum et Ousidhoum, 2014).

3.1.1. L'accès des filles à l'éducation et à la formation professionnelle

Le niveau d'instruction et de compétences des individus, homme ou femme, détermine et leur rôle de citoyens, d'individus émancipés, et leur rôle de travailleurs. *«Un corps civique éduqué est également une clé de la stabilité politique et sociale au sein des nations et entre ces dernières»* (UNESCO, 2012, p 11). C'est en ce sens que l'éducation est considérée comme la pièce motrice du développement économique des pays.

Longtemps les inégalités entre filles et garçons dans l'accès à l'éducation et la formation ont compromis l'accès des femmes au travail. Cette situation a beaucoup changé en Algérie, elle s'est même inversée. Au niveau législatif et réglementaire, il n'existe aucune discrimination entre filles et garçons. L'orientation par l'institution des élèves entre les différentes filières se réalise surtout en fonction des compétences et des résultats obtenues (CIDDEF, 2013).

3.1.2. Une législation qui bannit toute forme de discrimination en matière de formation et de travail

L'article 29 de la constitution notifie explicitement l'égalité entre les citoyens dans tous les domaines. L'article 32 énonce clairement le principe de non-discrimination et d'égalité des personnes devant la Loi. La constitution prévoit, également, que les institutions ont pour finalité d'assurer l'égalité entre citoyens et citoyennes, et ce en supprimant les obstacles qui empêchent la participation de tous à la vie économique. Tous les citoyens ont le droit au travail.

Sur le plan législatif, il n'existe aucune discrimination en matière de travail entre homme et femme. Les articles 17 et 84 de la Loi relative aux relations de travail consacrent le principe de non-discrimination de rémunération, de conditions de travail et la liberté d'affiliation syndicale. Aussi, dans le cadre de la relation de travail, l'article 84 exige de tout employeur d'assurer pour un travail d'égale valeur, l'égalité de rémunération entre les travailleurs sans aucune discrimination *«tout employeur est tenu d'assurer pour un travail de valeur égale l'égalité de rémunération entre les travailleurs sans aucune discrimination»*. Cette législation sur l'égalité des rémunérations est respectée. C'est au niveau des carrières que se creuse l'inégalité; homme et femme ne progressent pas de la même façon.

Néanmoins, il existe une disposition, l'article 29/1 de la loi 1990, interdisant à l'employeur de recourir au personnel féminin pour le travail de nuit. Cette disposition qui était initialement une discrimination positive pour les femmes travailleuses constitue, de nos jours, un frein pour certaines femmes qui ne peuvent concourir à des postes, où les femmes se trouvent exclues de la production. Toutefois, la loi prévoit des dérogations lorsque la nature de l'activité et les spécificités du poste de travail les justifient.

La loi relative aux relations de travail²⁸ stipule que la loi portant code de la famille modifié permet aux conjoints d'exprimer dans le contrat de mariage ou dans un contrat authentique ultérieur, toute clause qu'ils jugent utile, surtout en ce qui concerne la polygamie ou le travail de l'épouse. Cette disposition permet à la femme de protéger son droit au travail.

3.1.3. Une protection sociale de la femme travailleuse large et socialisée

Les femmes travailleuses bénéficient des mêmes droits que leurs homologues masculins, elles disposent d'une protection contre toute discrimination et à la promotion dans le travail.

Depuis 2013, l'Algérie a entamé de larges réformes dans le code du travail pour la promotion de la dimension de genre. Dans le cadre de ce projet de réforme, le Ministère de la Solidarité Nationale, de la Famille et de la Condition de la Femme a recommandé d'adopter une «Charte de la Femme travailleuse». Celle-ci inclut des propositions pour l'adaptation des postes et des horaires de travail aux parents ayant des enfants malades et handicapés, un encouragement de l'entrepreneuriat de services à la personne et une prolongation de la durée du congé de maternité de 14 à 16 semaines et la durée de la période d'allaitement à deux heures pendant deux ans avec un salaire maintenu à 100% couvert par le système de sécurité sociale. Il existe cependant une forte différence du taux d'affiliation selon le sexe de la personne qui travaille : 64% des femmes qui travaillent sont affiliées à la sécurité sociale contre 48% des hommes. Ces chiffres sont à rapprocher des types d'emplois occupés par les femmes (salarié régulier, secteur public). D'autres propositions ont porté sur la réservation d'un quota de 30% aux femmes dans les postes de responsabilité au sein des établissements publics, administratifs et à caractère économique (OIT, 2017).

²⁸ L'article 55 et de nombreux autres articles de la loi 90-11 du 21 Avril 1990 portant sur le droit au travail pour tous.

3.1.4. Un rapport au travail des femmes en évolution

Nous pouvons considérer à juste titre que 20,4% seulement de femmes sont dans la population occupée, c'est modeste. Mais il faut savoir qu'elles n'étaient que 11% en 1980 et que ce pourcentage était tombé à 7% en 1990; il a doublé en 30 ans. Le rapport au travail²⁹ des femmes est donc entrain d'évoluer.

Le diplôme est considéré par toutes les femmes et encore plus par les femmes au foyer comme un atout majeur pour le travail. Alors que dans un passé récent le travail pour les célibataires occupées constituait une étape de transition avant le mariage, 2/3 des femmes célibataires qui travaillent ne pensent pas à arrêter de travailler si elles se marient. Celles qui pensent arrêter sont surtout celles qui travaillent dans l'informel et un peu moins celles qui travaillent dans le privé formel. Par contre, les femmes qui travaillent dans le secteur public comptent continuer après leur mariage (CIDDEF, 2013).

Dans leur étude sur le travail des femmes en Algérie, Belmihoub et Alilat (2016) ont montré que pour les femmes qui travaillent, une amélioration de la situation financière de la famille ne conduirait pas à une cessation de travail, ce qui montre que le travail des femmes ne correspond pas exclusivement à des nécessités économiques. Les femmes qui refuseraient de travailler seraient des femmes âgées, peu instruites ou mariées, ces dernières peuvent être influencées par leurs conjoints qui peuvent être réfractaires au travail de leurs épouses.

3.2. Les prétextes du problème d'accès des femmes au marché de l'emploi

Malgré les évolutions favorables signalées ci-dessus, l'emploi féminin progresse lentement. En effet, le taux d'activité et le taux d'emploi des femmes révèlent leur faible insertion dans le marché de l'emploi. Plusieurs facteurs peuvent être avancés pour expliquer cette situation.

3.2.1. Les facteurs économiques et sociaux

3.2.1.1. La femme et la cellule familiale

Le changement de statut matrimonial peut constituer un frein à l'emploi féminin en Algérie. En effet, le passage de célibataire à mariée, entraîne une sortie d'une part de femmes du marché du travail, elles passent du statut de femmes actives au statut de femmes au foyer.

²⁹ Le rapport au travail peut être défini comme l'importance qu'accorde un individu au travail, le sens qu'il donne à celui-ci et les attentes qui y sont associées (s'épanouir, mettre à profit ses compétences, relever un défi...). http://www.crimt.org/AV/3_8/3_8_COTE_Bernard_Malenfant_PPT.pdf consulté le 21/02/2017.

Cela peut être expliqué par la charge familiale qui incombe à la femme après le mariage ou encore au non consentement de l'époux du travail de sa femme.

Les femmes mariées considèrent en majorité que leur rôle principal dans leur vie quotidienne est celui de mère. Or, actuellement, il existe peu de structures de prise en charge de la petite enfance. Il s'agit en général de structures privées très coûteuses, sauf dans les cas où il existe un appui familial, une jeune mère doit donc mettre en balance ses gains professionnels et les coûts de garde de son enfant.

Malgré, les efforts consentis par le ministère de l'éducation nationale au cours des dernières années, la généralisation des établissements du préscolaire pour les enfants entre 4 et 6 ans, avec un maillage territorial suffisant, n'est pas encore totalement réalisée. Généralement, il existe un décalage entre la rentrée scolaire des cycles traditionnels et le cycle préscolaire, ce qui laisse les mères des enfants dans l'embarras pendant quelques semaines. Aussi, une garde d'enfants durant les vacances scolaires est inexistante.

Le travail des femmes est tributaire, donc, des tâches matrimoniales et maternelle qui incombent aux femmes algériennes (Boufnik, 2010; Belmihoub et Alilat, 2016).

3.2.1.2. Les restrictions à l'éloignement du domicile familial

Socialement, il n'est pas acceptable pour une femme d'habiter seule comme en témoigne ces cas de femmes gravement agressées parce qu'elles vivaient seules. Cette situation restreint l'accès à tout emploi éloigné du domicile familial. Ainsi, dans l'enquête de l'ONS, fin 2016, les femmes chômeuses sont près de 90% à refuser un emploi dans une autre Wilaya, et 88% à refuser un emploi éloigné du domicile.

Le transport et la sécurité constituent les principaux obstacles évoqués par les femmes. Elles sont également contraintes à une proximité du domicile afin d'exercer convenablement leurs responsabilités familiales.

3.2.1.3. Une protection sociale très favorable aux femmes au foyer

Certaines dispositions du système de sécurité sociale apportent une large protection à la femme au foyer, ce qui peut présenter un facteur décourageant au travail des femmes.

Par référence à la loi n° 90-11 du 21 avril 1990 relative aux relations de Travail modifiée et complétée au 11 janvier 1997 :

- Les ayant-droits d'un travailleur sont le conjoint, les enfants mineurs ou ceux de moins de 21 ans qui poursuivent des études et les filles au foyer non mariées quel que soit leur âge.
- La pension de réversion est versée au conjoint survivant quel que soit son âge. En sont également bénéficiaires les filles au foyer quel que soit leur âge.

3.2.2. Des stéréotypes (hétéro-stéréotype et auto-stéréotypes) qui perdurent

Le contrôle social, par toute la société, la communauté proche³⁰ ou la famille³¹, exercé sur la femme algérienne reste encore relativement important. Ce contrôle est plus vigoureux sur les femmes mariées que sur les autres.

Une part de la société considère, encore, que la principale mission des femmes est de s'occuper du foyer et des enfants. *«Le précepte religieux, largement répandu à travers le discours savant et néophyte, chargeant l'homme de la responsabilité de subvenir aux besoins de sa famille et de sa femme, décourage cette dernière à s'engager dans une activité professionnelle, et à se consacrer à son foyer et ses enfants»* (Belmihoub et Alilat, 2016 p8). En effet, certains hommes considèrent que dans la mesure où ils sont tenus légalement de subvenir à l'entretien de leur épouse, celle-ci ne doit pas travailler. D'autres considèrent que la femme ne doit pas se montrer devant des hommes étrangers à leur famille et partant ne peut pas travailler hors de son foyer.

Ce n'est pas seulement chez les hommes que cette idée est ancrée; une majorité de femmes considèrent que certains métiers leur sont réservés. Considérant le milieu professionnel pas sécurisé et le déplacement des femmes vers le lieu de travail comme portant préjudice à leur intégrité physique et à leur honorabilité. Les femmes restent confinées dans certaines filières universitaires ou formations professionnelles et par ricochet travaillent dans des secteurs dits à dominante féminine (Boughanem, 2008; Dif, 2010; Ben makhlouf, 2014, Belmihoub, 2016).

3.2.3. Autres facteurs de blocage

La répartition des femmes au foyer selon leur niveau d'instruction montre qu'il y a de plus en plus de femmes instruites qui restent hors du marché du travail. Avec la démocratisation de l'enseignement, avoir un diplôme supérieur ne représente plus une garantie pour avoir un travail stable. Ce résultat peut être expliqué, et comme le montre

³⁰ Famille élargie, village, cité.

³¹ Père, mère, frère, mari et belle famille.

l'enquête de l'ONS sur l'emploi, par le fait que les femmes trouvent des difficultés à sortir de leur domaine de compétence; Ainsi elles sont plus réticentes que les hommes à accepter un emploi qui ne correspond pas à leurs profils ou qui serait inférieur à leurs aptitudes professionnelles. Ceci explique qu'elles ne saisissent pas les opportunités de travail. De la même façon, c'est dans leur savoir-faire traditionnel (gâteaux, tissage...) que les femmes au foyer cherchent des sources de revenus. Nous constatons, également, que les femmes tendent davantage à s'intégrer dans des emplois sûrs, stables et sans risques (secteur public 63% et fonction publique 56%), elles se retirent, donc, temporairement du marché du travail en attendant de trouver un emploi dans le secteur public. A défaut de ne pas en trouver, certaines d'entre elles décident de se retirer définitivement du marché du travail.

En conclusion, l'intégration des femmes au marché du travail est confrontée à la fois aux facteurs objectifs, comme les services sociaux (fécondité, crèches, transport...) et aux facteurs socioculturels (préjugés et stéréotypes du genre, division du travail...). Les trajectoires professionnelles des femmes sont souvent interrompues par des situations personnelles (mariage et maternité) ou professionnelles (discrimination, harcèlement, plafond de verre...).

3.3. Les dispositifs institutionnels d'appui à l'emploi des femmes en Algérie

L'Etat Algérien a mis en œuvre un important dispositif destiné à organiser le marché de l'emploi, à lutter contre le chômage et à appuyer la création d'entreprises ou l'auto-emploi.

Des organismes publics contribuent à la mise en œuvre de ce dispositif. Ce dernier, est ouvert aux hommes et aux femmes sans distinction. Néanmoins, il bénéficie un peu plus aux hommes à l'exception des microcrédits accordés par l'ANGEM. Ces microcrédits sont conçus pour faciliter l'activité des femmes au foyer.

3.3.1. L'accès des femmes à l'emploi salarié

Concernant l'emploi salarié, l'Agence Nationale de l'Emploi (ANEM) est chargée d'organiser et d'assurer la connaissance de la situation du marché national de l'emploi. Cette agence participe à la mise en œuvre des programmes spécifiques d'emploi décidés par l'Etat. Toute personne, homme ou femme, qui cherche un emploi doit être inscrite à l'ANEM.

La «carte bleue» du demandeur d'emploi est délivrée par les agences locales de l'emploi (ALEM): il y a 174 ALEM réparties sur tout le territoire national. Pour leur part, les entreprises ont l'obligation légale de passer par l'ANEM pour n'importe quel recrutement.

Pour l'année 2017³², l'ANEM a enregistré 971 868 demandes d'emploi, dont 702 818 hommes et 269 050 femmes (soit 27,7%). Cette agence a enregistré 262 262 offres d'emploi, dont 76055 femmes. Elle a effectué 203 429 placements, dont 42720 femmes.

Un dispositif d'aide à l'insertion professionnelle (DAIP) est mis en place. Il prévoit pour tout recrutement d'une personne âgée de 18 à 35 ans, n'ayant jamais travaillé et inscrite à l'ANEM, les avantages suivants :

- Dans le cadre du contrat d'insertion des diplômés (CID) une rémunération mensuelle (de 15000DA pour les diplômés de l'enseignement supérieur et de 10000DA pour les techniciens supérieurs est versée par l'Etat ;
- Dans le cadre du contrat d'insertion professionnelle (CIP) une rémunération mensuelle de 8000DA est prévue ;
- Dans le cadre du contrat formation-insertion (CFI), une rémunération mensuelle de 12000DA pour les chantiers et une rémunération de 4000DA pour les artisans.

Il ya aussi d'autres mesures incitatives, notamment :

- Le contrat formation emploi (CFE), qui peut être financé par le dispositif à hauteur de 60% et pendant une période maximale de six mois dans le cas où l'employeur s'engage à recruter le bénéficiaire à l'issue de la formation ;

Le contrat de travail aidé (CTA), qui peut être conclu entre les entreprises d'accueil et les jeunes placés en contrat d'insertion et qui donne lieu à une contribution de l'Etat aux salaires des jeunes.

Ces avantages sont valables pour 3 années renouvelables dans les institutions et administrations publiques et organismes publics à gestion spécifique. Ces avantages sont accordés à tous sans aucune discrimination de sexe. La seule ségrégation qui peut subsister trouve justification dans le domaine de l'emploi proposé. Ce dernier peut relever du domaine d'activité des hommes (emploi à connotation masculine que les femmes ne peuvent pas exercer.).

³²Ministère du travail, de l'emploi et de la sécurité sociale : « Informations statistiques pour le site web de l'ANEM », Juillet 2017, Pp1-6.

Pour le mois de Juillet 2017, les placements féminins dans ces dispositifs ont concerné :

Tableau 05 : Placements féminins effectués dans le cadre du DAIP

Courant Rubrique	CID	CIP	CFI	Total
DAIP	420	262	181	863
	Secteur administratif		Secteur économique	
	10		853	
CTA	CID	CIP	CFI	Total
	300	187	23	510

Source : ANEM, juillet 2017

3.3.2. Insertion des femmes dans les Activités d'intérêt général (AIG)

Indemnité pour activités d'intérêt général (IAIG) de 3000DA par mois (majorée de 1200DA pour le chef de chantier d'AIG), avec prise en charge de l'assurance maladie pour le bénéficiaire et ses ayant-droits, destinée aux personnes défavorisées en âge de travailler et aptes au travail, en contrepartie d'activités d'intérêt général.

Bénéficiaires: Hommes: 100 471, Femmes: 20 936. En l'an 2017

3.3.3. Travaux d'utilité publique à haute intensité de main-d'œuvre (TUPHIMO)

Ce dispositif insère des chômeurs de zones déshéritées dans des chantiers d'entretien et de maintenance visant l'amélioration des infrastructures de base dans les zones défavorisées. Ce programme est le seul qui ne s'adresse qu'à des personnes de sexe masculin.

3.3.4. Les femmes et la Prime d'insertion des diplômés (PID)

C'est une insertion professionnelle, avec des contrats de pré-emploi, de jeunes primo-demandeurs d'emploi, âgés de 19 à 35 ans, diplômés de l'enseignement supérieur ou d'instituts nationaux de formation (TS). Le montant de la prime est de 10 000DA par mois pour les universitaires et 8000 DA par mois pour les TS.

En 2017, 15 463jeunes ont été placés dont 10200 femmes. Parmi ces femmes 8050 étaient universitaires et 2250 techniciens supérieurs.

3.3.5. Projet d'appui au développement socio-économique local dans le Nord-est algérien

Ce projet permet le financement de microprojets d'activités productives (PAP).

En 2017, 2130 projets ont été financés, permettant de créer 3195 emplois, dont 1029 portés par des femmes. Ces projets portent sur l'élevage, les services, la couture et le petit commerce.

3.3.6. La participation des femmes dans les dispositifs d'appui à création d'entreprises

Ces organismes ont été mis en place par les pouvoirs publics pour apporter un appui particulier aux personnes désireuses de créer leur entreprise ou d'améliorer leur revenu par l'auto-emploi ou le travail à domicile. Ces dispositifs sont :

- Agence Nationale de Soutien à l'Emploi des Jeunes ANSEJ ;
- Agence Nationale de gestion du microcrédit ANGEM ;
- La caisse nationale d'assurance chômage CNAC.

Nous n'allons pas nous étaler sur cet élément car il sera présenté dans les chapitres qui suivront.

L'évolution positive du rapport au travail des femmes en Algérie est désormais un fait. L'accès à l'éducation et à la formation, les réformes du code du travail engagées depuis 2013, la sacralisation du principe de non-discrimination entre les sexes dans les conditions de travail et la rémunération sont tous autant de facteurs facilitateurs d'accès des femmes au marché du travail. Néanmoins, si les textes de lois, hormis le code de la famille algérien, n'intègrent pas de formes de discrimination directes, certaines ségrégations indirectes, les hétéro-stéréotypes et les auto-stéréotypes..., impactent encore le travail des femmes. Celles-ci continuent à subir des discriminations quant à leur accès à l'emploi et aux différents dispositifs légaux mis en place, surtout dans les zones rurales. D'une manière générale, les femmes rurales sont mal informées sur leur droit au travail et sur les dispositifs mis à leur disposition pour accéder soit au marché du travail, soit à la création d'entreprises (Boighanem, 2008 ; Bilmihoub, 2016)

Conclusion

Des progrès significatifs en matière d'égalité homme/femme sur le marché du travail ont été réalisés. Les femmes sont de plus en plus instruites, accèdent au marché de l'emploi et occupent des postes de responsabilité. L'écart entre le taux d'activité des deux sexes est revu à la baisse dans beaucoup de régions du monde. Toutefois, l'arrivée massive des femmes sur le marché du travail n'est pas gage de la qualité des emplois qu'elles occupent. Le poids des responsabilités familiales qui incombent aux femmes, La persistance de certains stéréotypes du genre et les inégalités de carrière et de salaire, le plafond de verre, le déclassement professionnel... continuent encore à altérer les femmes dans leur ascension sur le marché du travail, surtout dans les pays en voie ou en mal de développement.

Depuis une vingtaine d'années, le marché du travail algérien est bouleversé par une arrivée massive des femmes. En effet le nombre de femmes occupées est passé de 511.000 femmes en 1990 à 2.062.000 en 2016. Cette évolution positive est la résultante de l'imbrication de plusieurs facteurs à savoir: l'accès des filles à l'éducation et à la formation, le recul de l'âge au mariage, la baisse du taux de fécondité, les réformes du code du travail engagées depuis 2013, la non-discrimination, effective, entre les sexes dans la rémunération et l'accès au travail, la mise en place des dispositifs institutionnels d'appui à l'emploi, etc.

Par ailleurs et au cours de la même période, il est à noter que l'évolution positive du nombre de femmes intégrant le marché du travail s'est accompagnée d'une évolution de même allure du nombre de femmes chômeuses. Ce dernier est passé de 87.000 en 1990 à 408.000 en 2016. En effet, si la législation algérienne (constitution, code de travail...) ne discrimine pas les femmes au travail, certains préjugés et stéréotypes de genre, division sexuelle du travail, restriction à l'éloignement du domicile familial..., les impactent encore.

L'étude de l'emploi féminin permet d'avoir un aperçu sur la réalité des femmes sur le marché du travail. Elle permet de voir et de caractériser la demande d'emploi des femmes et aussi d'apporter une vision approximative sur les futures femmes créatrices d'entreprises. En ce sens, il serait intéressant de savoir dans quelle mesure la création d'entreprises par les femmes (entrepreneuriat féminin) constitue-t-elle une alternative au statut de salariées ou fonctionnaire et/ou un dépassement du problème de plafond de verre et de déclassement professionnel? Le désir de surpasser les inégalités sur le marché du travail, dont sont victimes certaines femmes, de l'autonomie, de l'épanouissement personnel et professionnel sont très présents chez les femmes entrepreneurs. Néanmoins, l'entrepreneuriat féminin ne semble pas être à l'écart des inégalités caractérisant le statut des femmes dans le marché du travail en particulier et dans la sphère économique et sociale en général (Boughanem, 2008 ; Dif, 2010; Ben makhlouf 2014; Debbih, 2015).

Chapitre II

L'émergence et l'accompagnement de l'entrepreneuriat féminin

Introduction

L'entrepreneuriat féminin, défini comme la création et le développement d'entreprises par les femmes, est un phénomène qui n'a fait l'objet d'étude que très récemment. En effet, les premiers travaux recensés ne datent que de la fin des années 70 (Stevenson, 1990, Carrier et al, 2006). Ainsi, le sujet est étudié sous diverses facettes : du point de vue des motivations, des freins et obstacles rencontrés par les femmes dans leur quête entrepreneuriale (Tahir-Metaiche, 2010; Tessa et Gheddache, 2012; Martin, 2013; Khalid, 2016; D'Andria et Gabarret, 2017; Constantinidis et El abboubi, 2017), de l'accompagnement qui leur est consacré pour concrétiser leur projet de création (Boughanem, 2008; Bernard, Le Moign et Nicolai, 2013; D'andria, 2013; Brière et Auclair, 2017) et aussi sous le prisme du genre pour déceler des différences potentielles entre l'entrepreneur homme et l'entrepreneure femme, notamment, sur le plan managériale, pérennité et financement de l'entreprise (St-Cyr, 2002 ; J. Lambrecht et al, 2003; Guillet, 2007; Bel, 2009; Chalal, 2014).

Actuellement, les chercheurs essayent de comprendre l'émergence de l'entrepreneuriat féminin dans le monde entier. Certains chercheurs ont conclu que pour étudier l'entrepreneuriat féminin, il faut en premier lieu faire un retour sur le phénomène entrepreneurial en général. En effet, ils définissent l'entrepreneuriat féminin comme un sous-champ de l'entrepreneuriat (Bruch et Jennings, 2013 ; Dali, 2014; Ahl et al, 2015; OIT, 2017).

Les recherches sur le phénomène entrepreneurial féminin sont axées sur deux objets d'étude distincts. D'une part, la volonté de certains chercheurs de lui donner une place dans le vaste champ de l'entrepreneuriat engendre le déploiement des études majoritairement comparatives dont l'objectif est de relever les points en communs et les points de divergence avec ce champ. D'autre part, à partir d'études de cas ou longitudinales, d'autres recherches plus approfondies s'intéressent, en adoptant une approche genre, à la compréhension de la réalité des femmes entrepreneures (Lebegue 2011 cité in Rachdi-khalid, 2016 : p26). Si les premières recherches sont sans rigueur théorique et ont un caractère exploratoire et descriptif, les dernières recherches émergentes sont fondées sur un cadre conceptuel très subtil (Ahl et al, 2015).

Les études menées sur les motivations des femmes et sur les obstacles spécifiques qui les affectent insistent majoritairement sur la nécessité d'accompagnement de celles-ci. Toutefois, ces études divergent sur la façon dont ces femmes doivent être accompagnées. Si certaines études prônent la mise en place de programmes d'accompagnement spécifiques, d'autres au contraire insistent sur la nécessité d'intégrer la problématique du genre dans les

dispositifs d'accompagnement généralistes (Pardo-del-Val, 2010; Drine et Grach, 2012 cité par Lebégue, 2015).

Dans ce chapitre, nous allons voir quel est le positionnement de notre recherche par rapport au champ de l'entrepreneuriat? Quelles sont les principales approches et formes de l'entrepreneuriat? Quels sont les modèles d'émergence de l'entrepreneuriat féminin? Quels sont les facteurs explicatifs de l'entrepreneuriat féminin? Quel est le rôle de l'accompagnement dans l'évolution de l'entrepreneuriat féminin?

Ce chapitre se présente en trois sections. La première, est consacrée aux différentes approches du phénomène entrepreneurial- l'approche fonctionnelle, l'approche comportementale, l'approche par les processus, l'approche environnemental, l'approche interactionniste et l'approche effectual- à l'importance et formes de l'entrepreneuriat et enfin à l'approche genre et la féminisation de l'entrepreneuriat. La deuxième fait état de l'évolution des recherches en entrepreneuriat féminin et des différents modèles d'émergence de cet entrepreneuriat et enfin la troisième et dernière section porte sur le rôle de l'accompagnement dans l'évolution de l'entrepreneuriat féminin.

Section 01 : Approches et importance du phénomène entrepreneurial

Discipline scientifique, objet d'enseignement, de débats politiques, économiques ou institutionnels, l'entrepreneuriat¹ revêt de multiples formes. Il représente souvent un enjeu, parfois un espoir, et systématiquement une richesse. Il est généralement qualifié «d'un véritable phénomène de société» (Messeghem et Sammut, 2011 : p6).

Selon l'angle adopté, le courant de pensées et le contexte spatiotemporel, l'entrepreneuriat peut être valorisé comme porteur de solutions alternatives aux problèmes de chômage, formateur d'un état d'esprit, moteur de développement économique et social (Zammar, 2010), essentiellement par le biais de la création de richesses, d'emploi, l'innovation, le renouvellement du parc d'entreprises, l'exploitation des ressources, la diversification et la complémentarité des entreprises, etc.

En dépit des multiples approches scientifiques possibles pour tenter de comprendre l'entrepreneuriat, les chercheurs s'accordent pour faire l'hypothèse que l'entrepreneur² est la pièce motrice de ce phénomène. Il voit des possibilités, prend des risques et saisit des opportunités et ce par le biais de la création d'entreprise, qui présente non seulement un moyen de lutte contre le chômage mais également une source très importante de développement et d'innovation. Cette hypothèse constitue un paradigme dans la construction de l'acte d'entreprendre.

Dans cette section, nous allons voir quelles sont les principales approches du concept d'entrepreneuriat abordées dans la littérature ? Quelle est l'importance de l'entrepreneuriat ? Et quelles sont les différentes formes d'entrepreneuriat ?

1.1. Les différentes approches du phénomène entrepreneurial

Essentiellement, les recherches sur le phénomène entrepreneurial peuvent être résumées en trois grandes approches : l'approche fonctionnelle, l'approche comportementale et l'approche processuelle (Fayolle, 2005).

¹ L'entrepreneuriat est l'action humaine, soutenue par le milieu environnant, générant de la valeur sur le marché par la création d'une activité économique nouvelle, dans un objectif de satisfaction des besoins individuels ou collectifs (Bruyat, 1993; Julien et Marchesnay, 1997; Verstrete., 2003; Fayolle et Verstrete., 2005; OCDE, 2007 ; Julien et Cadieux, 2010 ; Zammar, 2010).

² L'entrepreneur est le produit de son environnement social, culturel et économique, il cherche à créer une organisation pour son compte en accomplissant les fonctions suivantes : prise de risques, de décisions, innover, identifier les opportunités d'affaires, coordonner les facteurs de produits et implicitement contribuer au développement socioéconomique de son milieu (Van caille et Lambrecht, 1995; Julien et Marchesnay, 1996 Boutillier et Uzunidis, 2001; Tounes 2003).

Tableau 06: Les différentes approches de l'entrepreneuriat

Question principale	What (approche fonctionnelle)	Who/why (approche comportementale)	How (approche processuelle)
Echelle du temps	200 dernières années	depuis le début des années 50	Depuis le début des années 90
Domaine scientifique principal	Economie	Psychologie, sociologie Psychologie cognitive Anthropologie sociale	Science de gestion science de l'action Théories des organisations
Objet d'étude	Fonctions de l'entrepreneur	Caractéristiques personnelles Traits des individus Entrepreneurs et entrepreneurs potentiels	Processus de création d'une nouvelle activité ou d'une nouvelle organisation
Paradigme dominant	Positivisme	Positivisme Sociologie compréhensive	Constructivisme Positivisme
Méthodologie	Quantitative	Quantitative Qualitative	Qualitative Quantitative
Hypothèse de base	L'entrepreneur joue / ne joue pas un rôle important dans la croissance économique	Les entrepreneurs sont différents des non-entrepreneurs	Les processus entrepreneuriaux sont différents les uns des autres
Lien avec la demande sociale (qui est intéressé par...)	Etat, collectivités territoriales, responsables économiques	Entrepreneurs potentiels Système éducatif Formation	Entrepreneurs potentiels Educateurs et formateurs Structures d'accompagnement et d'appui des entrepreneurs

Source : Fayolle (2005, 17)

1.1.1. L'approche fonctionnelle

C'est une approche économique de l'entrepreneuriat. Ses partisans, les économistes en l'occurrence, s'intéressent aux actions de l'entrepreneur. Ils étudient le concept de l'entrepreneuriat sous le prisme de la création de richesse et de la croissance économique. Cantillon (1680-1734) et Say (1767-1832) sont les premiers à essayer d'apporter une représentation dynamique de l'économie fortement liée au rôle joué par l'entrepreneur. Ce dernier est vu comme l'acteur transformant le produit et/ou le service et ainsi dit, l'agent assumant le risque de cette transformation (Bouslikhane, 2011). Pour Richard Cantillon, fermier, artisan, manufacturiers et marchands ne sont pas exclus de cette réflexion, car selon lui ils assument tous des risques, «*l'entrepreneur est celui dont les gages sont incertains*» il s'expose, donc, tout au long de son activité à des risques inhérents et inattendus (MesseghemetSammur, 2011 : p 10). La pensée de Jean Baptiste Say est un prolongement de celle de Cantillon. En effet, pour Say, l'entrepreneur n'est pas incontestablement celui qui détient le capital. Il est celui qui gère des ressources et supporte les risques des aléas économiques (financiers, techniques et humains) (Fayolle., 2005). Ces deux auteurs ont pu donc déterminer deux fonctions de l'entrepreneur : **le preneur de risque** (Cantillon, 1755) et **le coordinateur** (combinaison des facteurs de production) (Say, 1803).

Pour Marchesnay (2009) cité par Messeghem et Sammut, (2011), la référence à Cantillion est exagérée. Dans son ouvrage d'inspiration physiocrate, la référence à l'entrepreneur ne représente que 3%, soit 5 pages sur un total de 175 pages. Ajoutant à cela, les approches cognitives montrent que les entrepreneurs ne prennent pas autant de risques, mais ont tendance à percevoir les situations de façon plutôt positive.

Les travaux de Joseph Schumpeter (1935) donnent son envol au domaine de l'entrepreneuriat et viennent compléter ceux de Cantillion et Say (Filion, 1997). Toutefois, si chez Say l'entrepreneur est vu comme un coordinateur *«l'intermédiaire entre les classes de producteurs et entre ceux-ci et le consommateur»* (Messeghem et Sammut, 2011 :p13), Schumpeter l'associe clairement à l'innovation *«L'essence de l'entrepreneuriat se situe dans la perception et l'exploitation de nouvelles opportunités dans le domaine de l'entreprise ... cela a toujours à faire avec l'apport d'un usage différent des ressources qui sont soustraites de leur utilisation naturelle et sujettes à de nouvelles combinaisons»* (Schumpeter, 1935 cité par Fayolle, 2005 :p10). Schumpeter définit donc **la fonction de l'innovation** de l'entrepreneur.

La limite de ce qui est avancé par Schumpeter réside dans le fait que seule l'innovation matérielle et technologique est prise en considération. En fait, tel qu'il est présenté précédemment, l'entrepreneuriat chez Schumpeter consiste à *«réformer ou révolutionner la routine de la production en exploitant une invention ou, plus généralement, une possibilité technique inédite»* (Messeghem et Sammut, 2011). Enfin, le lien entre l'entrepreneuriat et le développement économique à travers l'innovation doit être un processus où il convient de tenir compte de paramètres comme l'évolution des attentes des consommateurs, le développement de la concurrence, l'évolution de la technologie et également la mondialisation des marchés dans le contexte actuel (Bouslikhane, 2011).

Kirzner (1973,1997), quant à lui, explique que l'entrepreneur n'a de raison de prouver sa valeur que dans des situations de déséquilibre économique, il joue le rôle d'arbitre qui lui permet de tirer profit de cette situation. Il est dans un «état de vigilance» qui lui permet de percevoir les opportunités présentes. La fonction de l'entrepreneur ici est **l'arbitrage** (Messeghem et Sammut, 2011).

1.1.2. L'approche comportementale (l'approche par les traits)

L'approche comportementale de l'entrepreneuriat est une approche behavioriste³. Elle s'intéresse au créateur d'entreprise et ces caractéristiques psychologiques. Les chercheurs de cette approche considèrent l'entrepreneur en tant que tel et s'intéressent à la question « qui est l'entrepreneur? ». Ils identifient l'entrepreneur comme un individu qui a un besoin élevé d'accomplissement (McClelland, 1961), qui prend des risques (Belley, 1990), qui a une forte confiance en soi et une capacité à résoudre seul les problèmes (Fayolle., 2005).

L'un des précurseurs de cette approche fut Max Weber (1930). Il a identifié le système de valeurs comme fondamental pour expliquer le comportement des entrepreneurs, il les considérait comme des innovateurs, des gens indépendants possédant des attributs psychologiques (attitudes, motivations, aptitudes...) différents des non-entrepreneurs. Donc, Il y a eu ici une première distinction entre les créateurs et les non-créateurs d'entreprises.

1.1.3. L'approche par les processus

La démarche processuelle a pour objet d'analyser dans une perspective temporelle et contingente, les variables personnelles et environnementales qui favorisent ou inhibent l'esprit⁴ d'entreprise, les actes et les comportements entrepreneuriaux (A. Shapero et L.Sokol 1982 cité in Dali, 2014) sont les premiers qui ont éclairé l'optique processuelle du phénomène entrepreneurial en le corrélant avec des facteurs situationnels et individuels (Tounés, 2003).

Pour Fayolle (2002), l'étude des processus est aujourd'hui au cœur de nombreux travaux dans le domaine de l'entrepreneuriat. Cet auteur (2005) montre que l'approche par les processus renvoie à des notions empruntées aux sciences de gestion, sciences de l'action et plus particulièrement aux théories des organisations⁵. Notamment, l'émergence organisationnelle (Hernandez, 2001, Verstraete, 2000) et l'opportunité entrepreneuriale (Shane et Venkataraman, 2000). Cette approche est complexe et multidimensionnelle. Les auteurs s'orientent vers les

³ Le behaviorisme, appelé également comportementalisme a été développé au sein de l'école de psychologie qu'avait fondée John Watson en 1913. C'est un des courants à l'origine de la psychologie cognitive d'aujourd'hui. Selon ce courant, seuls les comportements observables, tangibles peuvent être mesurés. Selon la théorie behavioriste, nos réponses aux stimuli de notre environnement génèrent nos comportements. Les behavioristes peuvent être des psychologues, psychanalystes, sociologues et autres spécialités du comportement humain <http://www.cours-de-psychologie.fr/behaviorisme.html> consulté le 23/02/2015.

⁴ L'esprit d'entreprise est l'aptitude particulière qu'à une personne de percevoir et d'anticiper les opportunités entrepreneuriales là où les non-entrepreneurs ne perçoivent que des menaces.

⁵ La théorie des organisations est la discipline qui s'intéresse à l'étude des organisations, marchandes ou non-marchandes, l'analyse du fonctionnement de celles-ci, leur structure et leur développement. Cette discipline est à la confluence de l'économie, la sociologie et le management. L'économie des organisations s'intéresse à l'étude de l'entreprise comme une organisation spécifique dont il convient de comprendre le fonctionnement pour en déceler le dysfonctionnement et proposer des modèles de développement.

notions d'opportunités, de prise d'initiative, d'autonomie, de conduite du changement, d'évaluation et de l'acceptation des risques (Assoune, 2006, cité in Dali, 2014).

Tounés (2003), quant à lui, explique que l'approche par les processus repose sur les deux autres approches de l'entrepreneuriat définies par Fayolle (2002), à savoir l'approche fonctionnelle et l'approche comportementale. En effet, l'approche par les processus fait appel aux variables psychologiques, culturelles, sociales, politiques et économiques des approches fonctionnelle et comportementale. Elle inscrit ces variables dans une dimension dynamique et complexe.

A ces trois approches proposées par Fayolle (2002, 2005), nous pouvons ajouter trois autres approches qui sont tout autant pertinentes dans la compréhension du phénomène entrepreneurial.

1.1.4. L'approche environnementale

L'approche par les traits ignore le rôle de l'environnement de l'entrepreneur dans la création d'entreprises. Il est ainsi fait abstraction de plusieurs événements, catalyseurs ou inhibiteurs, qui peuvent influencer la décision de création d'entreprises.

Il est communément connu que l'individu ne vit pas en vase clos. En effet, il évolue dans un milieu qui influence directement ou indirectement son choix de carrière. Le fait de vivre, dans un environnement d'entrepreneurs, un membre de la famille entrepreneur, ou dans un milieu culturel favorable à une carrière entrepreneuriale, marque l'individu et influence ses décisions et l'incite a priori à entreprendre. Vouloir sortir d'une situation de pauvreté les incite, également, à créer leurs propres entreprises.

Bien qu'elle soit intéressante, l'approche environnementale n'explique pas pour autant la raison pour laquelle des individus évoluant dans des environnements similaires et faisant face à des situations analogues réagissent différemment, l'un décidant de créer une entreprise et l'autre pas (Rachdi-Khalid, 2016).

1.1.5. L'approche interactionniste

Dans cette approche, l'entrepreneuriat est vu sous le prisme d'une rencontre entre un acteur et une situation influencée par le poids des normes, des structures, des institutions, des rapports de pouvoir et certaines caractéristiques de l'environnement

Cette approche est fondée sur une analyse stratégique rénovée (Bernoux, 1990). Elle souligne que les comportements des individus résultent, essentiellement, de leur intention stratégique. Toutefois, elle n'exclut pas leur déterminisme individuel, ni celui de leur

environnement global (socioéconomique, socioculturel, sociopolitique...). Cette approche mobilise le concept interactionniste du point de vue des théories stratégiques professionnelles environnantes (Fayolle, 2001).

L'entrepreneur est vu comme un acteur stratège, qui résonne, calcule, évalue les moyens à mobiliser pour atteindre son objectif. Il suit une démarche consciente qui expliquerait son action et, plus particulièrement, ses comportements professionnels. Néanmoins, cet acteur n'existe pas indépendamment de la situation à laquelle il est confronté, les logiques peuvent évoluer en fonction des actions envisagées et non en fonction des acteurs eux-mêmes (Bernoux, 1990).

1.1.6. L'approche effectuale (l'effectuation)

Sarasvathy (2001,2008) a développé le paradigme de l'effectuation qui apporte de nouvelles perceptions de l'action entrepreneuriale dans des environnements caractérisés par l'incertitude. Sarasvathy réfute le raisonnement causal (définition du problème (cause), étude de solutions et actions à mener par l'entrepreneur) et atteste le raisonnement effectual selon lequel, l'entrepreneur ne suit pas des choix prédéterminés, il découvre et construit de nouvelles réalités qui lui étaient impossibles d'envisager a priori.

Ce paradigme est fondé sur cinq principes fondateurs :

- L'entrepreneur entreprenant en fonction des ressources dont il dispose ;
- L'entrepreneur fait un diagnostic des contraintes et les transforme en opportunité ;
- L'entrepreneur est préparé à accepter l'échec et supporter une perte abordable ;
- Au lieu de se focaliser sur des stratégies concurrentielles de confrontation, l'entrepreneur est à l'affut des partenariats ;
- L'entrepreneur est contrôleur de l'avenir incertain et non un prédicateur.

Ce paradigme reste à son stade embryonnaire, la validation empirique de sa théorie sous différentes possibilités, ainsi que l'éclairage de la notion de « l'incertitude » restent à réaliser (Rachdi-Khalid, 2016).

1.2. L'importance de l'entrepreneuriat

C'est dans les intérêts apportés à l'économie et à la société que réside l'importance de la place occupée par l'entrepreneuriat dans les recherches et les politiques économiques (Berziga et Meziane). En effet, les apports de l'entrepreneuriat à l'économie et à la société concernent la création d'entreprise, la création d'emploi, l'innovation, le développement de

l'esprit d'entreprendre dans les entreprises et les organisations et l'accompagnement de changements structurels (Fayolle, 2005).

- L'entrepreneuriat **stimule la croissance économique**, non pas par un effet direct mais, par la présence d'une masse d'entrepreneurs qui contribueront à l'accélération du processus de croissance.
- L'entrepreneuriat constitue **un moyen pour la résorption du chômage**, il est considéré comme une source potentielle de création et de sauvegarde d'emplois. L'acte d'entreprendre est devenu une nécessité pour l'intégration sociale de l'entrepreneur et de sa famille.
- L'entrepreneuriat et l'innovation sont associés depuis que l'économiste Joseph Schumpeter a évoqué la force du processus de «destruction créatrice» qui caractérise l'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 de nouvelles activités économiques
- L'entrepreneuriat permet de renouveler et reconstruire le tissu économique par **la création d'entreprises**, sachant que cette dernière recouvre des situations différentes:
 - **La création «ex-nihilo»:** c'est la création d'une entreprise nouvelle par un individu ou un groupe d'individus. Elle est certainement une situation délicate, elle exige de la rigueur et de la persévérance pour pouvoir se positionner sur le marché, par conséquent le degré d'innovation sera élevé, donc le risque doit être diagnostiqué et bien évalué.
 - **La reprise d'entreprise :** c'est la création d'une entreprise reprenant partiellement ou totalement les activités et les actifs d'une entreprise ancienne. C'est-à-dire achat, donation ou héritage d'une entreprise déjà existante. Dans ces conditions, l'incertitude est généralement moindre et les niveaux de risque beaucoup plus faibles.
 - **La réactivation d'entreprise:** c'est le redémarrage des activités d'une entreprise en répit. Ce qui permet de constituer un contrepoids et une compensation aux disparitions et l'échec d'autres entreprises existantes.

1.3. Les formes d'entrepreneuriat

Suivant le contexte spatiotemporel, l'entrepreneuriat peut vêtir plusieurs formes (Julien, 2005). Nous allons définir les trois principaux types d'entrepreneuriat à savoir: l'entrepreneuriat par opportunité, l'entrepreneuriat par nécessité et l'entrepreneuriat social ou communautaire.

L'entrepreneuriat par opportunité⁶ : Il est réalisé suite à la découverte, par l'entrepreneur, d'une opportunité d'affaires. Ce type d'entrepreneuriat, contrairement à l'entrepreneuriat par nécessité, est généralement conçu dans le secteur formel.

L'entrepreneuriat social ou communautaire : Communément, cet entrepreneuriat est caractérisé par l'activité d'un groupe d'individus qui expriment un même besoin et qui choisissent d'unir leurs efforts afin de répondre à ce besoin. Ces individus cèdent la recherche du gain lucratif au profit du changement social. L'entrepreneuriat social ou communautaire relève de l'économie sociale. Cette dernière, relève d'une mobilisation sociale pour animer des activités économiques combinant initiative et solidarité (Dali, 2014).

L'entrepreneuriat par nécessité : Dans cet entrepreneuriat, les individus ont été poussés par leurs situations antérieures défavorables (chômage de longue durée, licenciement, raisons familiales et personnelles, etc.) à devenir entrepreneur (entrepreneur par nécessité). Ce dernier est défini comme *« toute personne qui décide de s'impliquer dans une activité entrepreneuriale parce qu'elle ne dispose pas d'autres alternatives pour trouver un travail »* (Bosma et Levie, 2009). L'individu n'a, donc, d'autres choix que de créer son propre emploi. C'est une forme d'entrepreneuriat de «survie» qui se réalise en général au domicile de l'entrepreneur et dans le secteur informel. Nous pouvons dire, que l'entrepreneuriat de nécessité est souvent l'apanage des femmes⁷.

Dans les pays en développement ou en mal de développement, l'entrepreneuriat féminin relève, dans une certaine mesure, d'un entrepreneuriat de nécessité. C'est le dysfonctionnement des infrastructures et /ou l'inefficience du marché qui poussent les femmes à se lancer en entrepreneuriat. Ceci nous amène à chercher comment l'entrepreneuriat féminin a émergé?

⁶L'opportunité d'affaire a été définie par Schumpeter (1974 : p35) comme *« les nouvelles combinaisons qui se manifestent dans l'introduction d'un nouveau produit, d'une nouvelle méthode de production, de l'exploitation d'un nouveau marché, de la conquête d'une nouvelle source d'approvisionnement et, finalement d'une nouvelle forme d'organisation industrielle »*. Ainsi, selon Schumpeter (1974), lorsqu'un entrepreneur obtient une évolution profitable de ses facteurs de production, grâce à une nouvelle combinaison, il (ou elle) a donc identifié une nouvelle opportunité. Kirzner (1973, 1979 cité par Aguilu et Boujelbene, SD) identifie l'opportunité à « l'opportunité de profit ». Cette dernière est définie comme la présence dans l'économie d'une mauvaise affectation des ressources à cause d'une forme de gaspillage. L'entrepreneur saisit l'opportunité en mettant au point une meilleure combinaison qui corrige l'imperfection et lui permet d'en tirer profit. L'opportunité de profit existe lorsqu'il y a une demande pour laquelle des individus veulent payer et que, concurrentiellement, les ressources requises sont disponibles (Kirzner, 1973) <https://www.strategie-aims.com/events/conferences/27-xxveme-conference-de-l-aims/communications/4515-l-opportunite-entrepreneuriale-est-elle-objective-ou-subjective-approche-processuelle/download> consulté le 23/08/2017.

⁷ Ce secteur n'est pas réglementé et la concurrence y est vive. Plus de 80% des entrepreneurs de ce secteur sont des femmes. (OCDE, 2004 : p40).

1.4. La féminisation de l'entrepreneuriat «Approche par le genre»

L'entrepreneuriat féminin et l'approche genre constituent des champs d'enseignement et de recherche émergents (Redien-Colloot, 2006). Ce phénomène récent a engendré une nouvelle dimension dans l'étude du contexte entrepreneurial.

L'entrepreneuriat féminin est situé dans les problématiques du développement du travail féminin et de l'entrepreneuriat (Guillet, 2007). La féminisation de l'entrepreneuriat est née avec l'apparition de la théorie du Genre. Ainsi la question de la femme entrepreneure a fait l'objet de beaucoup d'attention de la part des chercheurs (Dif, 2010).

1.4.1. La notion du genre

Le concept «genre» est né aux Etats-Unis dans les années 70. Il se rapporte aux rôles socialement construits des hommes et des femmes. Il ne fait pas référence aux seules différences physiques «biologiques» entre les deux sexes. Il est déterminé par les tâches, les fonctions et les rôles assignés aux femmes et aux hommes dans la sphère publique et privée⁸. Ces rôles sont construits culturellement, ils varient et évoluent d'une époque à une autre, et d'une société à une autre. Ils sont, généralement, caractérisés par des inégalités entre ces deux genres⁹. En d'autres termes, *«l'individu naît «mâle» ou «femelle» (sexe) et devient un «homme» ou une «femme» (genre)»* (PNUD, 2011 : p11).

Le genre recouvre quatre dimensions analytiques :

- Le genre est **une construction sociale**: Il remet en question des visions essentialistes de la différence des sexes qui attribuent aux hommes et aux femmes des caractéristiques perpétuelles en fonction de leur sexe biologique.
- Le genre est **un processus relationnel**: les identités associées aux femmes et aux hommes sont construites dans le cadre d'une dichotomie féminin-masculin qui structure des relations d'opposition. c'est pourquoi les études sur le genre s'intéressent tout autant aux femmes et au féminin qu'aux hommes et au masculin.
- Le genre est **un rapport de pouvoir**: les rapports entre les sexes sont hiérarchisés, les valeurs liées au masculin sont systématiquement plus valorisées que celles liées au féminin. Même si ces valeurs peuvent varier d'une société à l'autre, cela se traduit,

⁸ L'espace public et politique est depuis toujours réservé aux hommes, qui continuent à l'occuper majoritairement, tandis que les femmes étaient assignées à l'espace domestique (privée). Du fait de la moindre valeur attribuée traditionnellement aux femmes, leur travail domestique, reproductif n'a jamais été comptabilisé dans le circuit formel de l'économie, alors même qu'il constitue la base qui permet le développement des activités productives de l'ensemble d'une société.

⁹ Ministère des affaires étrangères, direction générale de la coopération internationale et du développement : «promouvoir l'égalité entre hommes et femmes», initiatives et engagement français en matière de genre et développement, Décembre 2006, p27.

généralement, par de nombreuses inégalités dans la majeure partie de ces sociétés (Bereni, Chauvin, Jaunait et Revillard).

- Le genre est **une notion dynamique**: de nombreux événements et processus de transformation sociale, économique, écologique font évoluer en permanence les rapports entre les sexes : législation, éducation, politiques économiques, évolutions technologiques, crises économiques, dégradation de l'environnement, etc¹⁰.

La prise en considération du «genre» ou des rapports du genre nécessite, donc, une articulation avec l'analyse de clivage et de facteurs sociaux-économiques: appartenance à une caste, origine ethnique, classe sociale, religion, statut, situation matrimoniale, activité formelle et/ou informelle, classe d'âge...

1.4.2. L'approche «genre» (perspective de genre)

L'approche genre mobilise plusieurs grandeurs analytiques, différence de condition, de besoins, de taux de participation, d'accès aux ressources, de gestion du patrimoine, de pouvoir de décision..., qui mettent en évidence l'existence de rapports de pouvoirs entre les hommes et les femmes. Cette approche suppose d'examiner les différentes opportunités offertes à ces deux derniers, les rôles qui leur sont assignés socialement et les relations qui existent entre eux.

Les rapports de pouvoir entre les hommes et les femmes se traduisent, majoritairement, par des inégalités au détriment des femmes. C'est pour quoi, lorsqu'une approche genre est mobilisée dans les projets de développement, elle s'accompagne souvent d'un diagnostic sur les situations et besoins des femmes. Cependant, cette approche ne vise pas uniquement les projets spécifiques adressés aux femmes. Elle s'applique à toutes les actions concernant les hommes et les femmes puisqu'il s'agit de tenir compte des dynamiques sociales dans lesquelles chacun et chacune se situe.

L'approche genre s'ajoute comme un nouveau cadre de recherche intimement lié à tous les aspects de la vie économique et sociale. Il s'agit de composantes fondamentales qui influent sur le processus de développement de la société et sur l'aboutissement des politiques, des programmes et des projets des organismes internationaux et nationaux.

Avec cette nouvelle vision, chaque individu joue un rôle spécifique dans le développement économique et social qu'il soit homme ou femme.

¹⁰ Direction générale de la coopération internationale et du développement (2006): «Promouvoir l'égalité entre hommes et femmes : initiative et engagement français en matière de genre et développement », Décembre 2006, p28.

1.4.3. De l'approche «femme et développement» à l'approche «genre et développement»

Dans le monde, les femmes effectuent les 2/3¹¹ du nombre d'heures de travail et produisent plus de la moitié des aliments, mais ne gagnent que 10% du revenu total, elles constituent 70% des 1,2 milliard de personnes vivant avec moins de 1 dollar/jour, possèdent moins de 2% des terres, reçoivent moins de 5% des prêts bancaires. La précarité, le travail non qualifié et à temps partiel touchent en premier lieu les femmes. Dans le secteur formel, en moyenne 1 homme sur 8 occupe un poste de haute direction, pour une femme sur 40 (Association Adéquation, 2015).

Dans les régions les plus pauvres et à forte émigration, jusqu'à 70% des femmes travaillent dans l'agriculture et effectuent la majeure partie du travail domestique et de soins non comptabilisé dans l'économie.

Depuis la *Déclaration Universelle des Droits de l'Homme*¹² en 1948, le principe d'égalité entre les hommes et les femmes n'a cessé d'être proclamé à travers les différentes conventions et conférences internationales¹³ tenues par l'ONU entre 1975 et 1995. L'égalité est non seulement l'un des fondements des droits humains mais elle est également reconnue comme étant une condition essentielle à la réalisation du développement humain.

La conférence mondiale de Pékin, en 1995¹⁴, a marqué une rupture dans la manière de prendre en compte les intérêts des femmes dans l'aide au développement ainsi que leur participation dans le processus de ce dernier. A l'approche « femme et développement », ciblant les femmes de manière isolée dans des projets spécifiques, succède l'approche « genre et développement », qui s'efforce de prendre en compte, simultanément, les besoins des hommes et des femmes dans chaque contexte social et aussi de renforcer les capacités et l'autonomie des femmes durablement, afin d'agir sur des situations inégalitaires entre hommes et femmes (PNUD, 2011).

¹¹ Association Adéquation: «chiffres et données sur les inégalités femmes-hommes: égalité femmes-hommes, égalité et approche de genre», 15 Janvier 2015, pp 7-8, <http://www.adequations.org/spip.php?article363> consulté le 17/12/2015 à 18H05.

¹² La Déclaration universelle des droits de l'homme (DUDH) est adoptée par l'Assemblée générale des Nations unies le 10 décembre 1948 à Paris. Elle précise les droits fondamentaux de l'Homme. Son texte, composé de 30 articles, énonce les droits fondamentaux de l'individu, leur reconnaissance, et leur respect par la loi. Il comprend aussi un préambule avec huit considérations reconnaissant la nécessité du respect inaliénable de droits fondamentaux de l'homme par tous les pays, nations et régimes politiques.

¹³ De la Conférence de Mexico, en 1975, au Sommet du Millénaire pour le développement, en 2000, une série de conférences mondiales est organisée par l'ONU, rappelant les objectifs d'égalité entre femmes et hommes, comme fondement des droits humains et du développement. Quatre de ces conférences concernent spécifiquement le statut des femmes: la Conférence mondiale de l'Année internationale de la femme à Mexico en 1975; la Conférence mondiale de la décennie des Nations unies pour la femme "Égalité, développement et paix" à Copenhague en 1980; la Conférence mondiale chargée d'examiner et d'évaluer les résultats de la décennie des Nations unies pour la femme à Nairobi en 1985; la Conférence mondiale sur les femmes "Lutte pour l'égalité, le développement et la paix" à Pékin en 1995. Les organisations de la société civile des pays du Sud et du Nord ont été très présentes lors de ces conférences, en particulier à Rio et Pékin, et ont grandement favorisé les avancées par leur expertise et leurs actions de plaidoyer.

¹⁴ Direction générale de la coopération internationale et du développement (2006): «Promouvoir l'égalité entre hommes et femmes: initiative et engagement français en matière de genre et développement», Décembre 2006, p25.

1.4.3.1.L'approche «femme et développement»

Les années 1960marquées par la guerre froide et par la lutte entre blocs pour la domination des pays anciennement colonisés, voient apparaître les premières critiques à l'égard des théories du développement. Dans les années 70, ces critiques visaient le manque d'intérêt porté à la place des femmes et aux conséquences pour elles des politiques de développement. En effet, elles étaient considérées comme des bénéficiaires passives de l'aide et non des actrices du développement (Fraisie et al, 2011). Et les politiques mises en place ont mis l'accent sur leur rôle reproductif (épouses et mères) et s'intéressaient uniquement à l'allègement de leurs tâches dans le cadre de leurs rôles sociaux (Redien-Collot, 2006).

Dans le cadre de la première conférence mondiale sur les femmes à Mexico en 1975¹⁵ et de «la décennie des femmes»¹⁶(1976-1985) de l'ONU, émerge l'approche «femme et développement»¹⁷qui préconise la prise en compte du rôle des femmes dans le développement. Cette approche a tenté de répondre aux besoins spécifiques des femmes dans tous les secteurs, en orientant des projets vers des opérations dont elles étaient les seules bénéficiaires¹⁸ (projet d'adduction d'eau potable, de fours améliorés, etc.), en améliorant les services de santé, en particulier ceux liés à la santé maternelle et en leur donnant accès à des ressources économiques pour augmenter leur productivité, leurs revenus et in fine diminuer les inégalités femme-homme (PNUD, 2011).

Toutefois, si les projets de cette approche ont incontestablement contribué à améliorer, un tant soit peu, les conditions de vie des femmes qui y sont impliquées. A terme, leur caractère exclusif, ignorant les positions inégalitaires et les interactions entre hommes et femmes au sein de la sphère privée et publique¹⁹, ont paradoxalement conduit à marginaliser

¹⁵ Influencée par l'apparition du courant «women in développement» (WID) ou (intégration des femmes au développement) suite à la publication, en 1970, de l'ouvrage de l'économiste estherBoserup «Women's in economic développement», où l'auteur dénonce vivement la marginalisation des femmes au cours du processus de modernisation et met en évidence le rôle fondamental qu'elles jouent dans le travail agricole.

¹⁶ Direction générale de la coopération internationale et du développement (2006): «Promouvoir l'égalité entre hommes et femmes: initiative et engagement français en matière de genre et développement», Décembre 2006, p25.

¹⁷ Pause Genre, 2014-2015, p5 www.afd.fr/genre>DonnéesGenre>RéflesionAFDsurlGenre consulté le 24/02/2016 à 17h18.

¹⁸ Cette action est qualifiée de discrimination positive, elle est définit comme «mesures à l'attention d'un groupe particulier visant à éliminer et prévenir ou à compenser des désavantages résultant des attitudes, des comportements et des structures existants» (100 mots pour l'égalité-égalité-commission européenne, 1998 cité in TRANSRURAL initiatives, N°275, 16 Mars 2004, p2).

¹⁹ Si des actions spécifiques permettent souvent à des femmes d'accéder à des ressources utiles (formation, organisation, crédit...), ces actions montrent leurs limites lorsqu'elles ne prennent pas en compte, dans chaque situation, les relations culturellement construites et les inégalités initiales existant entre les femmes et les hommes: accès inégal à la terre, aux ressources du travail, au contrôle du revenu, à la représentation politique, au pouvoir, etc. (Direction générale de la coopération internationale et du développement (2006), idem).

certaines femmes (augmentation de leur charge de travail, non perception des crédits ou équipements qui leur sont alloués suite à des détournements fortuits par les hommes, etc.).

La prise en compte des interactions²⁰ concernant l'évolution des rôles sociaux des deux sexes dans un contexte de mondialisation économique, constitue un élément essentiel pour atteindre, non seulement, l'objectif politique des droits humains, de la gouvernance et du renforcement des capacités, mais également accroître l'efficacité de l'aide et éviter divers échecs et gaspillages. Sans renoncer aux actions ciblant spécifiquement les femmes en vue de renforcer leurs capacités et leurs droits, il est nécessaire de replacer les interventions en faveur du développement dans un contexte de relations sociales entre les hommes et les femmes, et de définir des stratégies qui prennent en compte les différences entre leurs situations respectives. Cette nouvelle approche, qui correspond au concept sociologique de « genre », a pour objectif un développement qui réduit les inégalités entre hommes et femmes dans un souci d'efficacité autant que de justice sociale.

1.4.3.2.L'approche «Genre et développement» (GED)

Apparue vers la fin des années 80, l'approche «genre et développement» s'inscrit dans le courant du développement humain (PNUD, 2011), elle vise à équilibrer les rapports de pouvoirs entre les deux sexes, et à améliorer conjointement les conditions de vie des femmes ainsi que celles de leur statut. En effet, le statut des femmes et des hommes est le résultat de structures économiques et sociales qui reproduisent de facto des inégalités de genre²¹.

Les stratégies et les actions promues dans le cadre de cette approche visent à répondre aux besoins pratiques (améliorations des conditions de vie) et aux besoins stratégiques (amélioration du statut social) des femmes, elles prennent en compte les identités sociales et culturelles féminines et masculines pour favoriser les transformations sociales à travers la promotion de l'équité et de l'égalité entre les sexes.

L'approche genre vise donc l'implication complémentaire et égale des femmes et des hommes dans toutes les problématiques du développement.

²⁰ À partir des années 80, en lien avec les politiques macro-économique d'ajustement structurel, l'éclatement des structures sociales qui assuraient la production, l'éducation, la transmission culturelle, l'insertion et la sécurité sociale a eu pour effet l'appauvrissement de groupes entiers de populations dans de nombreux pays. Ces processus ont perturbé les relations entre hommes et femmes. Ils ont entraîné des effets positifs quant à la reconnaissance des droits des femmes, à leur autonomie et à leur prise de responsabilité et des effets négatifs en rendant plus vulnérables certains groupes sociaux et particulièrement des femmes, notamment dans le secteur informel, et dans les mégalo-pôles (habitat insalubre, violences, familles monoparentales, etc.).

²¹ L'exclusion des femmes du marché du travail par exemple, est l'une des manifestations des inégalités de genre profondément ancrée dans la structure sociale. Lorsque la majorité des femmes qui occupent un emploi rémunéré n'occupent que des emplois précaires et peu rémunérés, ou dans le cas où elles doivent remettre leurs revenus à leur conjoint, leur intégration sur le marché du travail ne signifie pas qu'il y ait plus d'égalité entre les hommes et les femmes.

Tableau 07: Tableau récapitulatif des deux approches

	Femme et Développement	Genre et Développement
Centre d'attention	Les femmes	Les relations inégalitaires entre les femmes et les hommes.
Problème de départ	L'exclusion des femmes du processus de développement.	Les différences d'accès et le contrôle aux ressources qui empêchent la pleine participation des femmes
Objectif	Intégrer les femmes dans le processus de développement à travers leur entrée dans le marché économique.	Améliorer l'accès des femmes aux ressources. Transformer les relations et promouvoir la redistribution des pouvoirs.
Stratégies	Le montage de projets «femmes». L'augmentation de la productivité économique des femmes. Le renforcement des compétences des femmes au sein des foyers.	Identification des différents besoins pratiques formulés par les hommes et les femmes. Mise en évidence et prise en compte des intérêts stratégiques des femmes. Renforcement de l'autonomie des femmes à tous les niveaux (économique, politique, social...).

Source : www.adéquation.org consulté le 17/12/2015 à 18H05

L'approche «genre et développement» a été introduite en Algérie vers la fin des années 90 (Boufnik, 2010). Deux rencontres ont été tenues avec la contribution de deux organismes internationaux, le PNUD et l'ESCWA²². La première rencontre était un atelier de formation ayant pour objectif l'intégration de l'approche genre dans la politique et les programmes entrepris, il était organisé par le Ministère de la Santé et de la Population (MSP), en collaboration avec le PNUD, en décembre 1999. La seconde rencontre, fut un séminaire initié par le Centre National d'Etudes et d'Analyse pour la Planification (CENEAP), avec la participation de l'ESCWA, en mars 2000.

Cette approche demeure encore méconnue en Algérie. Elle a été présentée comme un nouveau produit dont le mode d'emploi a été expliqué au cours de l'atelier de formation du MSP et l'illustration a été faite lors du séminaire du CENEAP. Somme-toute, la participation des populations ciblées par cette approche apparaît comme un moyen de répondre aux préoccupations des institutions internationales en matière de pérennité des projets de développement initiés, et non comme une finalité. En effet, les projets entrepris dans ce domaine s'intéressaient à des questions globales comme le chômage, l'analphabétisme, la pauvreté, etc. Ils n'ont qu'exceptionnellement soulevé la question du rapport des femmes au processus de développement et encore moins, l'implication des politiques et programmes engagés dans l'intégration et la mise à contribution de celles-ci au développement en Algérie.

²² Commission Economique et Sociale des Nations Unies pour l'Asie Occidentale (ESCWA).

Suivant les différentes approches avancées par A. Fayolle (2005-2001), l'entrepreneuriat est un phénomène polymorphe faisant appel aux différentes variables économiques, sociologiques, culturelles, psychologiques et environnementales de l'entrepreneur. L'entrepreneuriat est assimilé à la prise de risque, la combinaison des facteurs de production, l'innovation, l'opportunité et/ ou à la nécessité. Il revêt ainsi trois formes : entrepreneuriat par nécessité, entrepreneuriat par opportunité et l'entrepreneuriat social. L'une comme l'autre, toutes les formes d'entrepreneuriat contribuent à la croissance économique, au développement et/ au bien être individuelle ou collectif.

Les chercheurs économistes relient la dimension de l'approche genre avec celle du champ de l'entrepreneuriat afin de promouvoir l'émergence de l'entrepreneuriat féminin. En effet, la promotion de la femme entrepreneure implique de facto le renforcement ses prérogatives et de son autonomie (économique, sociale...), l'identification de ses besoins et les besoins de son entreprise et aussi son accompagnement lors de la concrétisation de son projet, notamment en termes d'information, de formation et d'accès aux ressources.

Section 02: L'émergence de l'entrepreneuriat féminin

La littérature sur l'entrepreneuriat foisonne de modèles. Divers auteurs ont, en effet, tenté de comprendre le phénomène en arborant des modèles, évoquant ainsi les facteurs pouvant l'expliquer (Shapero, 1975; Timmons, 1982; Fillion, 1991; Marchesnay et Julien, 1996; Brush, 1986, Gartner, 1985; Convin et slevin 1999; Prévost, 1993; Hernandez, 1999; Lacasse1988; Hayton, George et zahra, 2002; Brush, Bruin et Welter, 2009...). Dans le contexte de notre recherche, nous allons nous intéresser aux modèles d'émergence de l'entrepreneuriat qui font référence aux facteurs qui favorisent la création d'entreprises par les femmes.

Dans la présente section, nous allons retracer l'évolution des recherches en entrepreneuriat féminin et voir quels sont les modèles d'émergence de ce phénomène? Et quels sont les facteurs qui l'influencent ?

2.1. Evolution de la recherche sur l'entrepreneuriat féminin

La littérature sur l'entrepreneuriat féminin est abondante mais discordante. A cet effet, Ahl et al (2016) ont identifié trois phases pour retracer l'évolution de la recherche en entrepreneuriat féminin et expliquer les dissensions entre les recherches (Rachdi-khalid, 2016).

Le tableau ci-après retrace l'évolution des recherches en entrepreneuriat féminin et récapitule les tendances générales par période.

Tableau 08: Evolution de la recherche en entrepreneuriat féminin et les tendances générales par période

	1^{ère} Période: 1983-1992 (40 articles)	2^{ème} Période: 1993-2002 (81 articles)	3^{ème} Période: 2003-2012 (214 articles)
Sujets	Les recherches se sont focalisées sur les «profils» des Femmes entrepreneures (âge, situation matrimoniale, famille, éducation, expérience, traits de personnalité et attitudes)	Les thématiques dominantes sont : la performance (20), le processus entrepreneurial, la famille et les pratiques de gestion. Certaines études sur les attitudes / intentions (4), réseaux (2) traits (2) et les programmes d'entrepreneuriat(1).	Les principaux thèmes sont : le financement (33), la performance (19), la motivation (17) et les groupes ethniques /minoritaires (17). Il y eu aussi l'émergence de recherches portant sur l'influence contextuelle, La formation/ l'éducation, la famille et l'identité entrepreneuriale féminine, le capital social, l'incubation et l'entreprise sociale.
Secteur	La majorité des recherches ne précisaient ni le secteur, ni le type d'entreprise. Néanmoins, Les secteurs concernaient étaient, surtout, les services et le commerces de détail,	La majorité des recherches ne précisaient ni le secteur, ni le type d'entreprise. Néanmoins, Les secteurs concernaient étaient, surtout, les services et le commerces de détail	La majorité des recherches ne précisent ni le secteur, ni le type d'entreprise. Néanmoins, Les secteurs concernés étaient, surtout, les services et la technologie
Origines des recherches	Les études étaient essentiellement anglo-saxonnes, avec plus de la moitié des études provenant des États-Unis / Royaume-Uni.	Les études provenaient majoritairement des États-Unis / Royaume-Uni (52), mais certaines études commencent à émerger de l'Europe, de l'Australie, Moyen-Orient et en Asie. Un petit nombre d'études comparatives de pays, est notés, à savoir au Royaume-Uni France, Nouvelle-Zélande / Norvège / Royaume-Uni et la Finlande / Ecosse.	Les études proviennent majoritairement du «BigThree» (Etats-Unis / Royaume-Uni/ Australie) (108), mais la portée géographique se développe pour inclure des articles en provenance de nouvelles régions telles que l'Afrique sub-saharienne.
Approche méthodologique et méthode	La majorité des études étaient fondée sur des méthodes quantitatives. Seulement 4 études étaient qualitatives. De ce fait, pratiquement toutes les études étaient descriptives et exploratoire.	Les études étaient fondées sur des méthodes quantitatives, qualitatives ou même mixtes. De ce fait, les études étaient explicatives, avec certaines à vocation descriptive et exploratoire.	Les méthodes utilisées sont partagées entre quantitatives et qualitatives (73 études) voire même mixtes (31 recherches). Elles sont des études à vocation descriptive ou explicatives.
Objet des recherches	essentiellement des recherches comparatives entre des hommes et des femmes entrepreneurs.	Essentiellement des recherches comparatives entre des hommes et des femmes entrepreneurs.	Essentiellement des recherches comparatives entre des hommes et des femmes entrepreneurs. Emergence des recherches portant sur les femmes seulement, en offrant des comparaisons intra groupe

Source : adapté de AHL et al. 2016 p: 224

Nous remarquons que les études récentes sur l'entrepreneuriat féminin sont plus axées sur la mise en place d'un cadre d'analyse pluridimensionnel propre à l'analyse de cet entrepreneuriat. Ces études se détachent de celles antérieures qui font des comparaisons homme/femme sans intégration de la notion du «genre», chose qui a conduit à des résultats disparates voir contradictoire (Rachdi-Khalid, 2016). Carrier et al. (2006) ont expliqué cette hétérogénéité des résultats par des raisons temporelles (décalage temporel entre les études), culturelles (diversité des environnements et des contextes) et méthodologiques (diversité des approches et méthode d'analyse).

Dans le souci de comprendre au mieux le phénomène entrepreneurial féminin, différents auteurs ont proposé d'adopter des cadres d'analyse à la fois spécifiques et génériques. Ils ont proposé différentes approches et différents modèles d'émergence de l'entrepreneuriat féminin.

2.2. Les modèles d'émergence de l'entrepreneuriat féminin

2.2.1. Le modèle de Shapero (1975)

Le modèle d'Albert Shapero (1975) est le plus connu des modèles conceptuels de l'entrepreneuriat. Selon cet auteur, l'entrepreneuriat est la résultante d'interaction de quatre variables, économiques, psychologiques, sociologiques et de situation. Ces variables agissent sur l'entrepreneur potentiel et lui permettent de passer d'une situation de dépendance à une situation d'autonomie. Elles sont :

- Le déplacement;
- La disposition à l'action ;
- Les perceptions de la désirabilité de l'acte;
- La faisabilité de l'acte en tenant en considération de la disponibilité des ressources.

Selon Shapero (1975), la variable situationnelle correspond à un événement catalyseur «le déplacement/la discontinuité» qui est à l'origine de l'action entrepreneuriale. Cet événement peut être positif «facteur pull» (un nouveau marché, la confiance d'un fournisseur, etc.) ou négatif «facteur push» (licenciement, insatisfaction au travail, chômage, etc.). Selon cet auteur, le facteur «Push» est, généralement, le plus influençant sur la décision de l'entrepreneur. En fait, selon lui, dans 65% des cas, la première où la seule influence est négative, contre seulement 28% d'entrepreneurs influencés par les facteurs «pull».

La seconde variable du modèle de Shapero (1975) est «la disposition à l'action». Il s'agit du domaine des caractéristiques psychologiques de l'entrepreneur potentiel (Motivations, attitudes, dogmatisme et intuitions). En effet, se sont ses caractéristiques qui font que l'entrepreneur potentiel sera disposé à entreprendre ou non selon Shapero.

Comme troisième variable du modèle, Shapero parle de « crédibilité de l'acte », c'est la variable à caractère sociologique du modèle. L'entrepreneur potentiel doit s'imaginer lui-même faisant démarrer et diriger son entreprise (Chartier, 2002). Le milieu dont l'entrepreneur active, milieu familial, professionnel ou social, y contribue fortement. Selon cet auteur, les entrepreneurs sont majoritairement issus de familles dont un membre est ou était entrepreneur. C'est la familiarisation avec l'environnement entrepreneurial qui pousse les potentiels entrepreneurs à se lancer dans cette activité.

La quatrième et dernière variable du modèle de Shapero (1975) est « la faisabilité et disponibilité des ressources ». Il s'agit d'une variable à caractère économique. L'entrepreneur potentiel doit avoir accès aux différentes ressources pour créer son entreprise. Shapero dans son modèle a pris en considération les ressources suivantes : la main-d'œuvre, les ressources financières et technologiques, l'accès au marché et enfin l'aide de l'Etat.

Le modèle de Shapero est très important pour comprendre les facteurs qui influencent l'entrepreneur, homme ou femme. Néanmoins, la dimension de l'opportunité d'affaires a été négligée par cet auteur (Timmons, 1982 et Belley, 1989, cité in Chartier, 2002, p67).

Pour Belley (1989), la détection de l'opportunité d'affaires est subséquente aux quatre variables identifiées par Shapero (1975). L'opportunité peut être de trois origines:

- Liée à l'expérience de l'entrepreneur;
- Liée à des circonstances;
- Recherche d'une opportunité.

Lacasse (1988), au cours de ses recherches sur l'entrepreneuriat féminin, a adopté le modèle de Shapero (1975) qui est générique et ne distingue pas les sexes. Néanmoins, pour compléter ce dernier, Lacasse a ajouté les types d'événements entrepreneuriaux identifiés par Cooper et Dunkelberg (1984) ainsi que l'échelle de l'idéologie d'affaires de Gasse (1978 et 1986).

2.2.2. Le modèle de Lacasse (1988)

L'objectif de ce modèle était de vérifier si les variables définies par Shapero (1975) s'appliquaient à l'événement entrepreneurial féminin au Québec²³. Lacasse a, en effet, établi le profil des entreprises à propriété féminine et a exploré les valeurs et les perceptions des propriétaires de ces mêmes entreprises. Au terme de son étude, Lacasse a démontré que les quatre variables du modèle de Shapero (1975) s'appliquent aussi pour l'entrepreneuriat féminin.

²³ Nous soulignons que la population ciblée par Lacasse (1988), était les femmes propriétaires- dirigeantes de petites entreprises manufacturières au Québec.

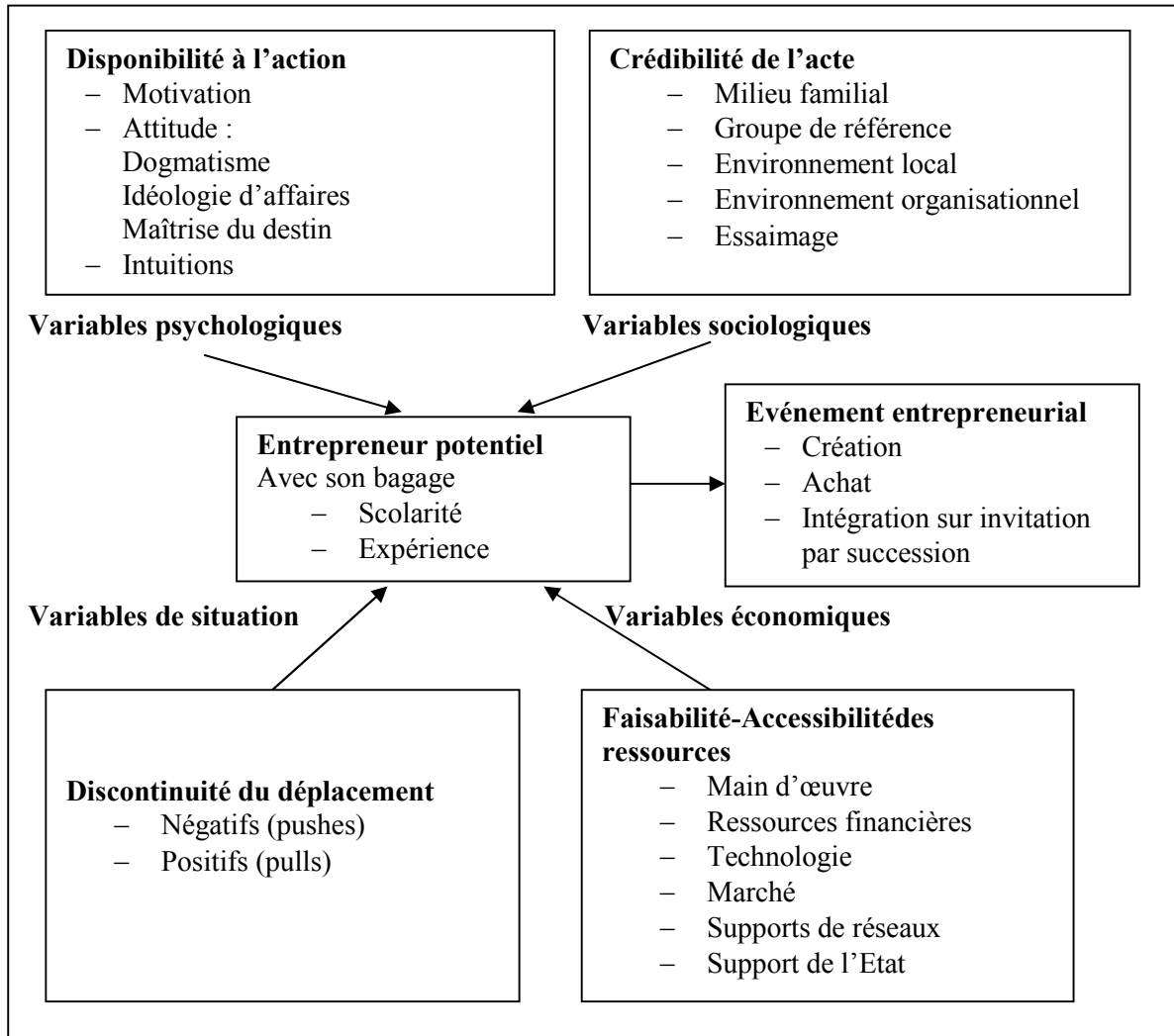
Concernant la variable «discontinuité ou déplacement», l'auteur arbore que les facteurs négatifs influencent fortement la décision des femmes à se lancer en entrepreneuriat. Leur «disposition à l'action» est essentiellement fonction de quatre motifs, à savoir: le désir de relever un défi, devenir leur propre patron, l'accomplissement personnel et la volonté de faire mieux et autrement. Cela dit, après avoir approfondi cette deuxième variable²⁴, Lacasse (1988) avance que les femmes croient en leur capacité d'influencer sur les événements et de contrôler leur destin. Elles adoptent des modèles d'actions plus intuitifs que scientifiques.

Concernant la troisième variable du modèle de Shapero «crédibilité de l'acte». Lacasse (1988) a montré que, le contexte familial et la variable confiance des fournisseurs locaux de matières premières ont une grande influence sur la crédibilité de l'action entrepreneuriale chez les femmes. Enfin, pour ce qui est de «la disponibilité des ressources», l'auteur a discerné que lors du lancement de leurs activités, les femmes ne font appel qu'à l'épargne personnelle et/ou l'aide familiale. Les pouvoirs publics, les institutions financières et les agents de développement économique ne sont généralement pas sollicités. Les femmes entrepreneures recrutent une main-d'œuvre locale et peu qualifiée, elles utilisent une technologie peu complexe et des immobilisations peu coûteuses. Elles assurent leur indépendance par l'utilisation de la matière première locale et elles misent sur les ressources naturelles.

Des travaux de Lacasse (1988), nous retenons que les facteurs d'émergence de l'esprit entrepreneurial féminin sont scindés en deux catégories : individuels et environnementaux. Ils peuvent être de caractères sociologiques, psychologiques, situationnels et/ou économiques. Etant donné la complexité et la multi-dimensionnalité du processus de création d'entreprises, ces facteurs sont considérés comme pertinents. Néanmoins, cette pertinence a été critiquée par certains auteurs comme Hernandez (1999), et ce en y ajoutant d'autres facteurs que Lacasse (1988), inspiré de Shapero (1975), a négligé. Dans son modèle, Hernandez (1999) s'est intéressé à la dimension stratégique de l'événement entrepreneurial.

²⁴Lacasse (1988) a approfondi la dimension « disposition à l'action » grâce à l'échelle de l'idéologie d'affaires de Gasse (1978 et 1986) ainsi que le modèle de Cooper (1984).

Figure 08 : le modèle de Lacasse (1988) : extension du modèle de Shapero (1975)



Source : l'événement entrepreneurial (Shapero, 1975) cité in Colot et al (2007, p5).

2.2.3. Le modèle stratégique de l'entrepreneuriat d'Hernandez (1999)

Dans le modèle de Shapero (1975), Hernandez (1999) a aperçu que lors du passage à l'acte entrepreneurial, l'entrepreneur potentiel agit non pas en tant que décideur, mais plutôt comme un individu influencé par certains facteurs. Dans son modèle, Hernandez mise sur la capacité de l'entrepreneur potentiel à dénicher et exploiter des opportunités d'affaires, et non sur les facteurs qui influencent cet entrepreneur.

Selon cet auteur, le passage à l'acte entrepreneurial peut être identifié comme un processus complexe de détection et d'exploitation d'opportunités. En effet, l'acte entrepreneurial survient après une succession de quatre étapes, à savoir : l'initiation, la maturation, la décision et la finalisation. A chaque étape l'entrepreneur potentiel a une mission particulière. Premièrement, l'éventuel entrepreneur doit avoir la capacité de trouver une opportunité d'affaires dans son environnement. Ensuite, il va transformer cette opportunité en

un projet. Ce dernier étant faisable, l'éventuel entrepreneur passe à la phase de décision de créer son entreprise. Laquelle prendra existence à l'étape de finalisation du processus.

Selon Hernandez (1999), l'essence de tout processus entrepreneurial est l'identification de l'opportunité d'affaires. Cette dernière, est intimement liée à l'expérience professionnelle de l'entrepreneur. Elle se rapporte à une idée nouvelle susceptible de générer une organisation créatrice de richesse.

D'après Lorrain, Belley et Dussault (1998): la capacité à identifier des opportunités d'affaires, la capacité à élaborer une vision d'entreprise, la capacité à créer et gérer son réseau d'affaires et la capacité à gérer son travail, sont les principales capacités dont un entrepreneur doit être doté. Ces capacités peuvent être innées ou construites. Ces dernières sont le fruit de l'expérience et des réseaux relationnels (Julien, 2012).

Ces auteurs font la distinction entre les compétences entrepreneuriales, managériales et techniques de l'entrepreneur. Pour (Meddeb, 2003 cité in Dali, 2014) « *une compétence est le produit d'interaction entre les connaissances formalisées (savoir), les habilités développées par la pratique ou l'expérience (savoir-faire) et les attitudes personnelles (savoir être et agir)* ». La compétence entrepreneuriale est donc la combinaison de savoir, savoir-faire et savoir-agir qui permet à l'éventuel entrepreneur de réussir son projet d'entreprise.

Actuellement, cette compétence est également acquise par les femmes. Ces dernières possèdent à la fois, le savoir, le savoir-faire et le savoir-être et agir qui leur permettront de détecter une opportunité d'affaires et de la saisir. En fait, l'intégration des compétences par un individu n'est pas conditionnée par son sexe. Ce sont, des facteurs « socialement construits » qui discriminent les femmes dans l'accès à la formation pour l'acquisition de la compétence;

Dans les modèles de Lacasse (1988) et d'Hernandez (1999), les femmes ne sont intégrées que comme une variable « sexe » de l'entrepreneur. Dans ce qui suit, nous allons voir les modèles entrepreneuriaux dont le genre est considéré comme un angle de recherche à part entière.

2.2.4. Le modèle de Lerner, Brush et Hisrich

Dans ce modèle, Lerner, Brush et Hisrich ont étudié les dimensions individuelles qui influencent la performance des femmes entrepreneures. Ces dimensions peuvent être de cinq ordres: les motivations, la théorie de l'apprentissage social, l'affiliation à des réseaux professionnels ou d'accompagnement, le capital humain et enfin l'environnement.

Les motivations peuvent être liées à la volonté de réussir, d'acquérir une forme d'indépendance ou encore dues à une nécessité économique. La théorie de l'apprentissage social est intimement liée au vécu de l'entrepreneure et à l'influence de son milieu familial (avoir ou non

un parent entrepreneur). L'affiliation à des réseaux revient à intégrer un réseau professionnel, en particulier féminin, et/ ou à solliciter des consultants ou des mentors. Le capital, quant à lui, est l'ensemble des connaissances acquises. Ces dernières sont liées au niveau et domaine d'étude, à l'expérience professionnelle et/ ou entrepreneuriale, à l'ancienne localisation et aux compétences managériales de l'entrepreneure. L'environnement où exerce l'entrepreneure est lié au secteur d'activité de l'entreprise créée et au mode et source de son financement.

Ce modèle a eu pour principale critique, la non-prise en compte des événements contextuels qui peuvent inciter la femme à entreprendre (Carrier, 2006). C'est pour quoi Brush et Hirich, en prenant en considération les insuffisances et restrictions de ce modèle, ont élaboré en 1980 un autre modèle.

2.2.5. Le modèle de Hisrich et Brush (1980)

Dans leur modèle, Hisrich et Brush (1980) ont étudié la performance des femmes entrepreneures à travers des facteurs tels que: les traits individuels, l'environnement industriel, les stratégies et politiques utilisées, les critères des affaires traitées et les ressources utilisées.

Les traits individuels ont été illustrés par le niveau et domaine d'études, l'expérience de l'entrepreneure et les informations de nature démographique. L'environnement industriel fut présenté avec des variables de régulation et les forces industrielles présentes. Les stratégies et politiques utilisées ont été faites sur la base des coûts des services rendus aux clients et sur le niveau de l'innovation obtenu. Les critères des affaires traitées, quant à eux, ont été mesurés par apport à la taille de l'affaire et sa durée. Enfin, les ressources retenues dans ce modèle sont à la fois les ressources financières et humaines.

Lors de la réalisation de leur modèle sur l'influence des cinq facteurs, précédemment cités, sur la performance entrepreneuriale des femmes. Ces deux auteurs, en tenant compte des différences significatives entre les hommes et les femmes, ont pris en considération et la performance économique et la performance sociale de la femme entrepreneure.

2.2.6. Le modèle des 5M (Brush, de Bruin et Welter, 2009)

C'est en se basant sur une approche féministe²⁵ que Brush, de Bruin et Welter (2009) ont analysé le phénomène entrepreneurial féminin. Ces auteurs se sont intéressés aux facteurs sociaux, stéréotypes, préjugés et mentalités en défaveur des femmes, qui les inhibent dans leur

²⁵ L'approche féministe est une approche qui révoque les préjugés et stéréotypes basées sur le sexe, la culture ou le statut social. Elle favorise la prise de conscience de la situation des femmes, l'autonomisation de celles-ci et la solidarité entre les groupes de femmes. Elle vise à établir une relation de confiance égalitaire. Elle est plus claire que l'approche « genre » pour signifier la hiérarchie des valeurs établies dans la société entre les femmes et les hommes. <http://maisonlibere-elles.ca/notre-approche/http://www.genreenaction.net/Clarification-des-concepts-pour-une-approche.html> consulté le 20/09/2017.

quête entrepreneuriale. Selon elles, tout processus entrepreneurial ne peut être abstrait d'un contexte social prégnant (elles parlent de *social embeddedness*). Sur ce, tous préjugés et toutes valeurs rétrogrades doivent être bannis, et ce par la mise en place de politiques publiques qui encouragent les femmes à entreprendre.

Le cadre d'analyse de l'entrepreneuriat féminin proposé par Brush, de Bruin et Welter (2009) est fondé sur la théorie des 3M: «Market», «Money» et «Management» développée par Bates, Jackson et Johnson (2007) pour analyser l'environnement des entrepreneurs. Néanmoins, Brush, de Bruin et Welter (2009), ont ajouté deux autres M permettant de mieux comprendre l'influence qu'exerce l'environnement social sur l'émergence de l'entrepreneuriat féminin. Elles ajoutent alors, la «Maternité» et le «Mésos et Macro environnement».

La maternité (ou Motherhood) désigne le contexte familial qui est une variable significative de la démarche entrepreneuriale des femmes. Elle conditionne l'implication de ces dernières dans leur entreprise. Cornet et Constantinidis (2007) avaient identifié trois profils d'entrepreneures, dont le niveau d'implication et de réussite variaient selon leur situation familiale (mariée ou célibataire, avec des enfants ou sans).

Le méso-environnement désigne l'environnement immédiat des femmes (les institutions et structures autour d'elles) et le macro-environnement indique l'ensemble des normes socioculturelles qui orientent leur démarche entrepreneuriale.

Ces deux niveaux de l'environnement influencent notamment le choix du secteur d'activité dans lequel la femme va entreprendre. Selon ces auteurs l'économie est genrée²⁶, et certains secteurs d'activité apparaissent plus fermés aux femmes que d'autres. Ce qui fait que les femmes activent généralement dans le secteur dit «informel».

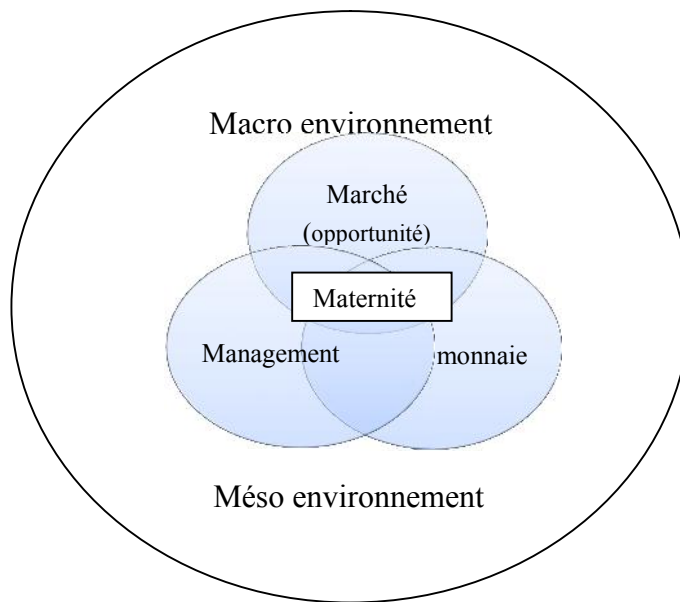
En adoptant l'approche genre, ces auteurs se sont intéressés non pas aux caractéristiques des femmes entrepreneures mais à leur démarche entrepreneuriale. Cette dernière est orientée par un ensemble d'attentes sociales et de normes culturelles qui influencent les femmes entrepreneures. *«Au lieu de s'attacher à dégager les caractéristiques des entrepreneures, il serait plus productif de s'intéresser à leur démarche, afin de mettre en lumière l'importance du contexte social»*²⁷. Étant donné que les pratiques entrepreneuriales se forment par les facteurs environnants qui président à leur émergence et c'est de ces facteurs qu'elles tirent leurs caractéristiques de

²⁶http://www.women-equity.org/question-de-genres/entrepreneuriat-feminin/article/mieux-comprendre-l-entrepreneuriat-feminin-les-5m_7 consulté le 08/05/2016.

²⁷http://www.women-equity.org/question-de-genres/entrepreneuriat-feminin/article/mieux-comprendre-l-entrepreneuriat-feminin-les-5m_7 consulté le 08/05/2016.

développement, nous allons nous intéresser à une recherche entreprise suivant une approche féministe dans le contexte algérien de l'entrepreneuriat féminin.

Figure n° 9: le modèle des «5 M» de l'entrepreneuriat féminin



Source : Le modèle des 5M (Brush, de Bruin et Welter, 2009)

2.2.7. L'analyse comparative des différents modèles

Les approches mobilisées dans les Six modèles d'émergence de l'entrepreneuriat féminin peuvent être regroupées en deux catégories : les approches non féministes et les approches féministes;

L'approche non féministe intègre les trois premiers modèles: le modèle de Shapero (1975), le modèle de Lacasse (1988) et le modèle d'Hernandez (1999). Il n'y a que le modèle de Lacasse (1988) qui présente un modèle d'émergence de l'entrepreneuriat féminin.

Les modèles utilisant cette approche renvoient à une approche processuelle de l'entrepreneuriat. Ils sont, de ce fait, orientés vers l'étude des facteurs individuels et environnementaux de l'avènement de l'entrepreneuriat. Ces modèles sont axés sur une perspective comparative entre les différences dans les traits de personnalité des hommes et des femmes entrepreneurs.

Pour sa part, **l'approche féministe** intègre les trois derniers modèles : le modèle de Lerner, Brush et Hisriche, le modèle de Brush et Hisricheet le modèle de Brush, de Bruin et Welter (2009).

Tout comme les premiers modèles utilisant l'approche non féministe, les modèles utilisant la seconde approche étudient les contextes socioculturels et socioéconomiques qui

peuvent influencer la démarche des éventuelles entrepreneures. Ces modèles renvoient, ici encore, à une approche processuelle de l'entrepreneuriat.

Les modèles qui utilisent une approche féministes mettent en lumière le fait que dans la démarche entrepreneuriale les individus sont différenciés et hiérarchisés en fonction de leur sexe. De ce fait, la démarche entrepreneuriale est « genrée » (Dali, 2014).

Sur l'ensemble des modèles d'émergence de l'entrepreneuriat féminin, ce dernier est étudié en tenant compte de divers facteurs (individuels, économiques, sociaux, culturels, managérial...). Néanmoins, toutes les études, combien même elles sont divergentes, se focalisent sur les facteurs incitatifs ou répulsifs à l'entrepreneuriat.

2.3. Les principaux facteurs explicatifs de l'entrepreneuriat féminin

Dans la littérature sur l'entrepreneuriat féminin, nous trouvons divers facteurs qui constituent, soit des facteurs répulsifs (freins), soit des facteurs incitatifs (motivations) à l'entrepreneuriat féminin (Madicke, 2012 ; Fernandez et al, 2014; D'Andria et Gabarret, 2017; Salmani et al, 2017).

2.3.1. Les freins et motivations à l'entrepreneuriat féminin

L'entrepreneuriat féminin n'est pas un phénomène statique, au contraire, il est assujéti à des facteurs qui peuvent le freiner ou l'encourager (Boughanem, 2008). Il est donc soumis à des variables contextuelles, institutionnelles, économiques et sociales de l'entrepreneure.

Dans le tableau qui suit nous avons résumé certains de ces facteurs.

Tableau 09 : les freins et motivations à l'entrepreneuriat féminin

	Revue de la littérature	Auteurs
Motivations à l'entrepreneuriat féminin	Selon ces auteurs, il existe des facteurs négatifs, dits « push » ou de « pression » qui inciteraient les femmes à entreprendre, Notamment, la volonté d'échapper au chômage, à une insatisfaction dans l'emploi précédent, à des barrières organisationnelles ou familiales, l'incapacité de trouver ou d'évoluer dans un emploi et/ou une nécessité d'avoir un revenu.	Shapero et Sokol (1982); Hisrich et Brush, (1985), Green et Cohen (1995); Buttner et Moore (1997) ; Baines et Wheelorks (1998); Orhan et Scott (2001); Allen et al (2007); Redien-Colot (2007, 2013); Benredjem, (2009); Brush, de Bruin et Welter, (2009) ; Renders, (2010); Kelley, Bosma et Amoros, (2011) ; Cornet et Constantinidis, 2004
	Il existerait d'autres facteurs, dits « pull » ou « d'attraction », notamment dans les pays développés, qui renvoient à une volonté de satisfaction, d'épanouissement personnel, d'être son propre patron, de saisir une opportunité d'affaires ou de concrétiser une idée ancienne non exploitée.	Buttner et Moore (1997) ; Hernandez (1999), Lambrecht et al (2003) ; Robichaud et al (2006) ; GEM (2007) ; Humbert et Drew (2010); Short et al (2010) cite in d'Andria et Richomme-Huet (2011); (Hughes et Djennings, 2012).
	D'autres chercheurs suggèrent que les femmes entreprennent pour aider les autres. L'argent ne constitue pas une fin en soi	Thompson et Hood (1991); Kent et al (1982), Stevenson et Gumpert (1985) et Cornet, Constantinidis et Asendéi (2003) ; Lee-Gosselin et al (2010)

	D'autres recherches mettent l'accent sur le rôle essentiel que joue le réseau relationnel, ainsi que la présence de modèles, dans l'éveil entrepreneurial. Le milieu direct et indirect participe à ce processus. Les femmes issues des familles d'entrepreneurs ou ayant des exemples réussis d'entrepreneures dans leur milieu sont plus enclines à entreprendre que d'autres. En effet, les encouragements des parents ou du conjoint sont des facteurs déterminants.	Fayolle (1994) ; Paturel et Arasti (2006), Carrier (2006), Arasti (2008) ; Tchouassi (2005), cité in ; Rwenge, Njeri, Maina (2013)
Freins à l'entrepreneuriat féminin	Paradoxalement au fait que la création d'entreprise est connue pour enchevêtrer les limites vie professionnelles/vie privée. La volonté de gagner en termes de flexibilité constitue une motivation principale pour les femmes entrepreneures.	Duchêneaut et Orhan, (2000) ; d'Andria et Richomme-Huet, 2011
	L'accès difficile au crédit de démarrage est l'un des facteurs freinant l'entrepreneuriat féminin. En effet, les femmes sont moins susceptibles de solliciter du financement par capitaux propres, elles créent des entreprises de petites tailles; présentent peu de cautions immobilières; ont moins d'expérience en gestion et management, sont réticentes envers le risque et sont plus enclines à travailler dans l'informel.	OCDE, 2004 ; Rachdi (2006). Orser et Carrington (2005). Amine et Staub (2011). Zahara, 2006 ; Housieaux et Villeneuve (2010),
	Dans les sociétés en développement, les préjugés socioculturels selon lesquelles, le rôle de la femme est à la maison, son statut dépend plus de son état matrimonial que de son activité sont à l'origine du moindre accès des femmes à l'éducation, aux ressources, à l'exercice d'un pouvoir décisionnel, et par ricochet à la création d'entreprises. Au fait, certains métiers exercés par les femmes, surtout ceux d'envergure masculine, sont mal vu, les femmes ne sont pas prises au sérieux entant que directrices ou patronnes et leurs capacités managériales sont remises en doute.	Diakité (2004). Paturel et Arasti, (2006). Ngnono, 2008 ; bel, 2009; Sawma et Levy-Tadjine (2010) ; Mungai (2012).
	faute de contraintes familiales, de manque de mobilité ou de communication, l'accès à l'information et aux réseaux d'affaire fait défaut. En effet, la notion de réseau est peu présente dans l'entrepreneuriat féminin,	OCDE, (2004) ; Rwenge, Njeri et Maina (2013)
	le faible niveau d'instruction des femmes et leur moindre formation dans le domaine technique, de gestion, management et comptabilité font également partie des facteurs qui influent négativement sur l'entrepreneuriat féminin.	Tounes (2003). Rwenge, Njeri et Maina (2013)
	l'arbitrage entre vie professionnelle et vie familiale est également une contrainte qui entrave les femmes entrepreneures. Elles sont appelées à concilier entre l'entretien de leur ménage (tâches domestiques) et leur travail au sein de l'entreprise.	Benghabrit-Remaoun et Rahou (2008) Taya (2008) ; d'Andria et Richomme-Huet, 2011.

Source : élaboré par nos soins.

La thématique des motivations entrepreneuriales des femmes a eu beaucoup d'écho dans la communauté scientifique travaillant sur le sujet de l'entrepreneuriat féminin. Néanmoins, les résultats des différentes études menées sur le sujet divergent et ils sont parfois, contradictoires.

Les rapports du GEM dévoilent une grande variabilité dans les motivations et profils des femmes entrepreneures, entre différents pays, mais aussi à l'intérieur d'un même pays (Hughes et Djennings, 2012).

D'un côté, certaines recherches (Buttner et Moor, 1997; Humbert et Drew, 2010; Hughes et Djennings, 2012) montrent que les motivations entrepreneuriales des femmes sont composées essentiellement de facteurs positifs «Pull»: relever un défi, vivre dans un environnement agréable de travail, être indépendante..., auxquels s'ajoute de façon vigoureuse le facteur d'équilibre entre leur vie privée et leur vie professionnelle. Lebegue (2015) montre que c'est la définition même de la réussite qui diffère d'une entrepreneure à une autre. En effet, c'est souvent le désir de gagner en flexibilité (horaire) qui pousse les femmes à se lancer en entrepreneuriat afin de pouvoir imbriquer différentes facettes de leur vie, en arbitrant entre leur préférence professionnelles, le style de vie auquel elles aspirent et selon leurs arrangements familiaux (Hakim, 2000 cité in D'Andria et Gabarret, 2017).

En matière de comparaison entre les motivations des hommes et des femmes à devenir entrepreneurs (es), certains chercheurs arguent que la volonté de conciliation vie familiale et vie professionnelle chez un groupe de femmes ne prédomine pas plus que dans le cas des hommes (Konrad et Langton, 1991; Bettner et Moor, 1997). D'autres encore ont indiqué que les femmes sont plus motivées par la réalisation de leurs rêves et par l'autodétermination que les hommes (Redien-Collot, 2013).

D'un autre côté, d'autres recherches montrent que les femmes sont principalement motivées par des facteurs négatifs «push» que positifs «Pull» (Hughes, 2003; Cornet et Constantinidis, 2004... Kelley, Bosma et Amoros, 2011). Elles sont devenues entrepreneures en raison d'une nécessité économique, d'une insatisfaction dans l'emploi précédant ou d'une impossibilité d'évolution dans leurs carrières (Plafond de verre). Ces mêmes recherches montrent que les femmes sont plus motivées par des facteurs négatifs que les hommes.

Les résultats de l'étude de Bonet Fernandez et al (2014), ont indiqué que la nature des facteurs de motivations (Push ou Pull) est tributaire de l'âge des femmes entrepreneures. Ainsi, les femmes les moins jeunes, ayant plus de 50 ans, sont plus poussées par des facteurs « Pull », en l'occurrence la volonté d'être indépendante. A leur différence, les femmes entrepreneures plus jeunes (18- 40 ans) sont essentiellement motivées par des facteurs push. Conclusion, les motivations des femmes à entreprendre sont tributaires des caractéristiques personnelles de celles-ci ainsi que de leur environnement socioéconomique.

A l'instar de la thématique sur les motivations des femmes à entreprendre, celle des freins a retenu également l'attention d'un grand nombre de chercheurs (Scott, 1986, Hirsrichet Brush 1986, Aldrich, 1989; Hurley, 1991; Forget, 1997; Riding et Swift, 1990; Coleman, 2000; Richer, 2007...).

L'accès au financement est, sans nul doute, la plus grande difficulté qui entrave les femmes entrepreneures. Leur manque d'expérience dans le domaine des finances et de l'entrepreneuriat en est la principale raison (Hirsrichet Brush 1986). Chose qui oblige ces femmes à emprunter, et ainsi à investir, des sommes moindres que leurs homologues masculins (Richer, 2007). Généralement, les entrepreneures femmes engagent, à défaut de leurs épargnes personnelles²⁸, des prêts informels auprès de leur entourage, plutôt que recourir à des prêts bancaires (Powers, 2009).

Selon Riding et Swift, 1990 ; Coleman, 2000 et OCDE, 2004, les institutions financières sont beaucoup plus réfractaires envers les femmes que les hommes lors de l'accord des services financiers. Cette hypothèse a été réfutée par Haines et al. 1999; Coleman, 2000 et Orser, Riding et Manley, 2006. Selon ces derniers, il n'existe aucune discrimination de genre lors de l'octroi des crédits ou des services financiers aux femmes. D'autres auteurs associent la difficulté des femmes à accéder au financement à leur aversion au risque ainsi qu'aux auto-stéréotypes²⁹ (Zahara, 2006; Ngnono, 2008; Sellamat, 2013). Selon ces auteurs, ce qui freinent les femmes dans leur ascension entrepreneuriale et ainsi dit dans leur recours au financement externe, sont des obstacles d'ordre psychologique qui ont survécu conséquemment à des problèmes de socialisation³⁰ des femmes.

Outre le problème d'accéder à un financement «formel», les femmes sont confrontées au problème de la conciliation vie professionnelle et vie familiale «phénomène de la double journée» (OIT, 2016). Les femmes «mère de familles» de par leurs responsabilités familiales (responsabilité des enfants, de la maison et d'autres membres de la famille), éprouvent des

²⁸Ces épargnes personnelles sont souvent maigres. Au fait, l'OCDE, 2004 : p 44 a indiqué que « pour lancer une activité entrepreneuriale, il faut d'abord disposer d'un capital financier, mais aussi cognitif. Compte tenu de leur place dans la société, les femmes sont souvent privées de ces deux catégories de ressources. Leurs obligations familiales les empêchent fréquemment d'exercer un emploi à temps plein ou de faire carrière. La palette de leurs opportunités professionnelles s'en trouve ainsi considérablement réduite et les femmes sont amenées à travailler dans les secteurs qui paient le moins. Or qu'avoir un emploi à temps partiel, mal rémunéré ne constitue pas une base de départ favorable à la constitution d'un patrimoine personnel ». C'est pourquoi, les femmes entrepreneures se retournent vers le financement informel.

²⁹Ces auto-stéréotypes ont été souligné par Ngnono: «Il arrive que les femmes manquent de confiance en elles ou même qu'elles aient une image négative d'elles. Ce facteur psychologique n'est pas à négliger. Comme obstacles dans l'entrepreneuriat féminin, parce qu'il empêche les femmes de se lancer dans une activité entrepreneuriale.» (Ngnono. A. 2008).

³⁰«La socialisation des filles ne contribue pas à développer leur confiance en elles, leur autonomie, leur sens du risque et leur goût de l'innovation» (Zahra, 2006 : p 2).

difficultés quant à la pleine consécration de leur énergie, leur volonté et leur temps à leurs affaires (APCE, 2010; Louhab et Teghilt, 2016). Dans le même raisonnement, Fouquet (2005) affirme que les femmes entrepreneures célibataires, veuves ou divorcées créent davantage d'entreprises car elles auraient moins de charges familiales.

La contrainte de conciliation vie privée/vie professionnelle prohibe les femmes entrepreneures d'améliorer leurs capacités entrepreneuriales. La participation de ces femmes à des programmes de formations, l'acquisition d'une meilleure part de marché et l'intégration des réseaux d'affaires se voient limitées. Chose qui affecte négativement la performance de leurs entreprises (OCDE, 2004; Zahara, 2006).

D'andria et Gabarret (2017) ne sont pas de cet avis. Ces deux auteurs en se basant sur leurs études sur les motivations des mampreneures³¹ et sur d'autres recherches antérieures (Korsgaard, 2007, Ekinsmyth, 2011; Jean et Fobes; 2012, D'andria et Rochommet-huet, 2013) indiquent que les femmes «futures mères» lors de la création de leurs entreprises perçoivent la volonté de concilier vie familiale et professionnelle comme une motivation et non un obstacle. En effet, la conciliation vie privée/vie professionnelle est considérée par les mampreneures comme un moyen leur permettant, non seulement de trouver un équilibre entre leur lieu de travail ou de carrière avec les besoins de leurs propres familles mais également de combiner ces éléments avec des expériences de travail intéressantes (Korsgaard, 2007 cité in D'andria et Gabarret, 2017: p163).

Comme les motivations, les freins à l'entrepreneuriat féminin dépendent également des caractéristiques socioprofessionnelles de la femme entrepreneure (âge, niveau d'instruction, expérience professionnelle...) et de l'environnement de celle-ci.

En plus des motivations et freins à l'entrepreneuriat féminin, certaines études se sont intéressées au style de gestion adopté par les femmes entrepreneures ainsi qu'à la performance des entreprises créées par celles-ci.

2.3.2. Le spécificités du management féminin

Hirish et Brush (1984) et Chaganti (1986), sur la base d'une étude empirique, attestent de l'existence d'un style de gestion féminin différent de celui des hommes. Combien même sur un plan fonctionnel, les hommes et les femmes gèrent leurs entreprises de la même manière.

³¹D'andria, Vial et Rochommet-huet, (2013) définissent la mampreneure comme une femme qui, s'identifiant à la fois comme mère et femme d'affaire, impulse une organisation, dont elle est propriétaire et gestionnaire, afin d'atteindre un équilibre professionnelle et privé difficile, voire impossible dans le salariat et, dont l'opportunité d'affaire est généralement en lien avec l'expérience particulière d'avoir des enfants. Pour ces mamans et entrepreneures l'entreprise et l'enfant sont conçu de manière presque simultanée (Cobe et Parlapiano, 2002 cité in D'andria et Gabarret, 2017).

Dans son étude, Chaganti (1986) a proposé une grille de lecture des différences significatives du style de management entre les hommes et les femmes entrepreneurs. Nous résumons les synthèses de cette étude dans le tableau ci-dessous

Tableau 10 : comparaison entre le management stratégique des femmes et celui des hommes entrepreneurs.

Le management stratégique des femmes entrepreneurs	Le management stratégique des entrepreneurs à succès
L'orientation générale de l'entreprise Les femmes entrepreneurs ont de modestes objectifs ; Elles optent pour une satisfaction personnelle plus que le profit ; Elles choisissent des entreprises de petite taille. Les stratégies <u>Marketing</u> Elles offrent des produits qui demandent l'offre de services personnalisés; Elles intègrent et restent dans les marchés de « niches ». <u>Finance</u> Elles n'utilisent que leurs capitaux et ne s'engagent que dans des activités à faible capitaux. <u>Les Structures et les systèmes</u> La structure est petite et décentralisée, elle n'est pas formelle; Les systèmes de motivation dépendent de l'accomplissement personnel et non lucratif; Le contrôle est faible et l'enregistrement est limité ou n'existe pas. <u>Le personnel et les compétences</u> Elles n'ont pas un grand effectif, le personnel embauché n'est pas, forcément, instruit et n'a pas une expérience préalable. Les femmes préfèrent recruter des femmes, des membres de la famille ou des proches. Le recours aux compétences managériales reste relativement faible, surtout en finance et planification. <u>Le style de leadership</u> Amical, personnalisé et non-formel. L'entreprise reste de petite taille pour éviter le risque et les conflits. Les femmes entrepreneurs ne s'intéressent pas à la prise de pouvoir. Décisions émotives. <u>La performance</u> Profits inférieurs et croissance faible.	L'orientation générale de l'entreprise Les entrepreneurs ont des objectifs modestes. Ils s'intéressent plus au profit qu'à la satisfaction personnelle; ils cherchent à accroître la taille de leurs entreprises. Les stratégies <u>Marketing</u> Ils offrent des produits divers; Ils intègrent les marchés des niches, non pas pour y rester, mais visent la grande taille avec le développement de l'entreprise. <u>Finance</u> Au démarrage, ils n'utilisent que leurs propres capitaux, et sollicitent des prêts avec le développement de l'entreprise. <u>Les Structures et les systèmes</u> Au démarrage, la structure est non-formelle mais centralisée, et devient de plus en plus formelle avec la croissance de la taille de l'entreprise; Les systèmes de motivation dépendent des récompenses financières et non financières, mais les dernières priment. Le contrôle est faible au démarrage mais s'accroît avec la croissance. <u>Le personnel et les compétences</u> Le nombre des effectifs évolue avec le développement de l'entreprise. Les entrepreneurs à succès embauchent un personnel instruit et qualifié.. Au démarrage, le management demeure faible, mais se développe au fur et à mesure que l'entreprise se développe. <u>Le style de leadership</u> Personnel et non-formel au démarrage, mais à force que l'entreprise se développe, il devient professionnalisé. Les entrepreneurs à succès sont décisifs et cherchent à gravir les échelles du pouvoir. Décisions rationnelles. <u>La performance</u> Initialement, profits inférieurs et croissance faible, puis développement dans les phases ultérieures.

Source : adapté de Changati (1986)

Les styles et pratiques de management des femmes a suscité un grand intérêt des chercheurs (Mukhtar, 2002 cité in Rachdi-Khalid, 2016). La question posée est la suivante : et si les styles de management entre hommes et femmes sont les mêmes ?

En termes d'objectifs, les femmes sont moins ambitieuses que leurs homologues masculins. Elles préfèrent opter pour des entreprises de petites tailles afin d'éviter les risques inhérents à un investissement de grande taille. Mais aussi pour éviter les conflits entre le personnel dans les différentes sphères hiérarchiques. A la différence des hommes qui adoptent des structures formelles et hiérarchisées, les femmes préfèrent des structures non-formelles, caractérisées par des relations collaboratrices et horizontales; elles choisissent ainsi, un style de management participatif (Hegelsen, 1990; Mione, 2002; Chabaud et Lebegue, 2013).

Selon Riebe (2005), les femmes entrepreneures adoptent un style de management typique. Elles adoptent, en effet, une attitude maternelle avec leur personnel et mettent en avant des attributs de leur statut social. Ce constat a été confirmé par Liebegue (2011) qui a conclu que les femmes entrepreneures tendent à appliquer à leur entreprise une approche multitâches de la femme et de la mère (Khalid, 2016).

Ce style spécifique de management leur permettra de relever les défis liés à la croissance et à la performance de leur entreprise.

2.3.3. La performance des entreprises féminines

La performance entrepreneuriale est assimilée au développement de l'entreprise ou à sa pérennité. La littérature foisonne de travaux sur l'analyse comparative entre la performance entrepreneuriale des femmes et celle des hommes (St Cyr, 2002 ; Lambrecht et al, 2003 ; Gagnon, 2004 ; Cornet et Constantinidis, 2004...). Les résultats de ces travaux de recherche sont souvent disparates en fonction de la définition retenue. En fait, contrairement à la taille qui est un critère en faveur des entreprises masculines, la pérennité est un critère favorable aux entreprises féminines (St Cyr, 2002).

En termes de revenus et de rentabilité de l'entreprise, les entreprises détenues par des hommes sont mieux cotées. Ce constat peut être expliqué par des éléments tels que : le secteur, la taille et le capital engagé qui sont relativement faibles dans les entreprises féminines (Lambrecht et al, 2003).

Par opposition aux conclusions de Lambrecht et al (2003), St-Cyr et Gagnon (2004) ont conclu que la performance des entreprises féminines est influencée, non pas par le secteur d'activité, mais par l'âge de l'entreprise (l'expérience), les réseaux d'affaires (accompagnement) et le niveau d'éducation de l'entrepreneure. Cowling et Taylor (2001) concluent que les

femmes entrepreneures ont, généralement, un niveau de scolarisation plus élevé que celui des femmes dans les autres domaines; elles ont aussi un niveau d'instruction plus éminent que celui de leurs homologues masculins.

St-Cyr et al. (2003: p5) arguent que: *«les entreprises des femmes semblent se trouver dans un cercle vicieux où la petite taille de leur entreprise restreint leur accès au financement institutionnel et où le manque de financement restreint les possibilités de croissance des entreprises»*. Cette auteure a mis en évidence le fait que les caractéristiques des entreprises féminines (taille, âge...) rendent l'accès au financement plus difficile et inhibent la croissance de ces entreprises. En effet, les banques semblent se désintéresser par l'investissement de petite taille. Chose qui, par ricochet, nuit à la performance des entreprises féminines.

Sans arriver à un consentement à l'unanimité, les questions de financement et d'accompagnement des entreprises féminines sont largement débattues dans la littérature économique. Ainsi, la question demeure ouverte (Cornet et Constantinidis, 2004) et présente de nouveaux défis pour les chercheurs voulant analyser en profondeur les perceptions qu'ont les entrepreneures d'elles-mêmes et de leur environnement, pour envisager des possibilités de financement et d'accompagnement adaptées.

La problématique du financement et du soutien à l'entrepreneuriat féminin retient également l'attention des chercheurs, c'est pourquoi nous avons préféré lui accorder une section entière.

Section 03 : Le rôle de l'accompagnement dans l'évolution de l'entrepreneuriat féminin

L'accompagnement comme champ d'étude et comme pratique est d'apparition récente, il est né dans les années 90 (Paul, 2004); il est admis que l'accompagnement ne dispose pas encore de définition commune (Cuzin et fayolle, 2004 ; Deschamps, Fatien et Geinder, 2010). Néanmoins, il est considéré comme l'une des clés de voûte de la réussite entrepreneuriale (Fayolle et Nakara, 2012). Il fait interagir, à la fois, l'entrepreneur, la structure ou dispositif d'accompagnement et les financeurs (Messeghm, Naro et Sammut, 2010) dans un seul et même but, qu'est la réussite du projet de création d'entreprise.

Dans cette section nous présenterons une rétrospective sur la notion d'accompagnement, les différentes phases du processus d'accompagnement, l'apport des dispositifs d'accompagnement dans chacune des phases et ainsi présenter la particularité de l'accompagnement des femmes.

3.1. Ce qu'accompagner veut dire

L'accompagnement est un processus qui consiste à faire passer une personne d'un état à un autre, à l'influencer pour qu'elle prenne des décisions. Il vise à rendre le créateur (ou

une équipe) autonome³²et capable de renouveler son organisation (Sammut, 2003, vallon, 2005). De plus, il vise à l'accompagner à faire cheminer l'idée qu'il porte en amont en vue de son aboutissement à un projet de création viable. L'accompagnant ne doit en aucun cas se substituer au créateur (Jariniou, 2005), ce dernier, dispose de compétences et de connaissances lui permettant de prendre des décisions pour son entreprise. L'autonomisation du créateur lui confère, dès lors, confiance dans ses propres, actions et décisions. L'accompagnement doit transférer progressivement cette autonomie au créateur qui devient alors un acteur stratégique et acquière une identité propre (Avenier, 1997).

En reprenant la définition de Cuzin et Fayolle (2004 : p 4), « *l'accompagnement se présente comme une pratique d'aide à la création d'entreprise, fondée sur une relation qui s'établit dans la durée et n'est pas ponctuelle, entre un entrepreneur et un individu externe au projet de création. A travers cette relation, l'entrepreneur va réaliser des apprentissages multiples et pouvoir accéder à des ressources ou développer des compétences utiles à la concrétisation de son projet* ». L'accompagnement nécessite une succession de contrats ainsi qu'une relation de confiance, donc un lien se noue entre l'accompagnateur et l'accompagné (l'entrepreneur) en vue de concrétiser son projet.

L'accompagnement peut s'inscrire dans un processus d'apprentissage individualisé de l'entrepreneuriat (Kokou Dokou, 2001), et ce dans un objectif de répondre au mieux au besoin d'accompagnement spécifique de chaque entrepreneur. (Tel est le cas par exemple des femmes entrepreneures qui peuvent avoir des difficultés à concilier leur vie privée et vie professionnelle, d'assurer la charge de travail et la gestion de leurs entreprises, leur manque de formation dans le domaine des affaires...). Il est nécessaire que les structures d'accompagnement tiennent compte des spécificités de chaque entrepreneur (Fayolle et Nakara, 2012).

L'approche effectual (l'effectuation) de l'entrepreneuriat (Sarasvathy, 2001 et Silberzann, 2012 ; Witmer, 2013 cité in Frugier, 2014) rend plus claire la non linéarité du processus entrepreneurial. Ainsi, des outils d'accompagnement plus adaptés, tel que le marketing expérimental, le design thinking, commencent à être utilisés.

Nous constatons que les écrits sur la question de l'accompagnement tendent à proposer des études axées sur des démarches différentes. Ainsi, il y a eu des études sur le rôle des structures d'accompagnement dans l'autonomisation de l'entrepreneur, la possibilité d'individualisation de l'accompagnement, l'adaptation de l'accompagnement à certains groupes d'entrepreneurs (les femmes, les mampreneurs, les entrepreneurs par nécessité...) et aussi en

³²L'autonomie ne doit pas être confondue avec l'indépendance de l'activité.

tenant compte des dynamiques cognitives mise en avant dans le processus entrepreneurial (Sammur, 2003; Kokou-Dokou, 2001; Cuzin et Fayoll, 2004 ; Fayoll et Nakara, 2012, D'Andria et Rochommet-huet, 2013).

3.2. Les deux approches de l'accompagnement

L'accompagnement peut être envisagé suivant deux principales approches, à savoir : une approche collective et une approche individuelle.

Dans l'**approche collective**, l'accompagnement entrepreneurial fait interagir plusieurs acteurs à la fois, le porteur de projet, les financeurs et les dispositifs d'accompagnement. Ils sont tous orientés vers la réussite du projet entrepreneurial, et ce malgré les divergences des enjeux et aspirations de chacun d'eux (Messeghem, Naro et Sammut, 2010). Les trois acteurs de l'accompagnement entrepreneurial sont appelés à assurer trois types de missions : la formation et le suivi à la création d'entreprise, le financement de l'activité et l'hébergement de l'entreprise. Les dispositifs algériens d'aide à la création d'entreprises (ANSEJ, CNAC et ANGEM) tendent-ils à être dans cette approche ?

Dans cette approche, un lieu spécifique, une couveuse³³, un incubateur³⁴ ou une pépinière d'entreprises³⁵, pour accueillir et héberger la future entreprise est nécessaire. Les partisans de cette approche ont étudié entre autres l'efficacité et la performance de ces lieux d'hébergement d'entreprises (Cable et Shane, 1997 ; Bakkali, Messeghem et Sammut, 2011), ainsi que, les possibilités de mise en réseau de ces derniers (Messeghem et al. 2009; Chabaud et Ehlinger, 2009). Ces réseaux sont variés puisqu'ils vont de la formation à la création d'entreprise jusqu'à l'hébergement de la structure, en passant par son financement. Certains réseaux sont ouverts à tous les entrepreneurs, d'autres concernent un public spécifique, comme par exemple les femmes entrepreneures (Gagliardi et Montay, 2007 cité in D'Andria et Richommet-Huet, 2013).

³³ Les couveuses sont des structures d'accompagnement accueillant les porteurs de projet dans la phase de pré-crédation de leurs entreprises. Elles aident les entrepreneurs potentiels dans la maturation et le test de leurs projets grâce à un hébergement juridique et la mise à leur disposition de locaux. Elles proposent une offre d'accompagnement permettant aux porteurs de projets de viabiliser leurs projets. Néanmoins, les couveuses ne proposent pas systématiquement de locaux. Elle fonctionne parfois en partenariat avec une pépinière, assumant simultanément les contraintes juridiques et fiscales, ainsi que l'hébergement. Les couveuses conviennent le plus aux porteurs d'idées de projets voulant tester leurs idées avant de lancer en entrepreneuriat.

³⁴ L'incubateur est exclusivement destiné aux entreprises innovantes, son objectif est de soutenir la gestion des projets innovants en phase de création ou créés depuis moins d'un an. Il permet aux porteurs de projets de bénéficier de l'expertise des partenaires (publics, privés, institutionnels et économiques) de la structure. Il leur apporte un accompagnement et des conseils dans divers domaines (management, gestion, marketing, communication, etc.)... Il peut aussi les aider financièrement en leur assurant une rémunération sous forme de contrat de travail à durée déterminée pour une période d'un an renouvelable.

³⁵ La différence principale avec les deux structures précédentes est que la pépinière va s'adresser exclusivement à des entrepreneurs ayant déjà créé leurs entreprises depuis moins de deux ans. Elle va leur permettre de bénéficier d'un certain nombre de services pour les aider à développer leurs entreprises: hébergement, logistique, conseils en marketing et communication, etc. La durée de l'accompagnement apporté par la pépinière est limitée à 5 ans, celle-ci offre ses services en contre partie d'une prise de participation dans l'entreprise. <https://www.digischool.fr/vie-etudiante/enseignement/les-differences-entre-couveuse-incubateur-et-pepiniere-29782.html> consulté le 12/02/2017.

Les lieux d'hébergement d'entreprises (couveuses, incubateurs, pépinières) proposent un accompagnement standardisé qui se personnalise au fur et à mesure à travers des réseaux thématiques. Ainsi l'adhésion à un réseau permettra à la personne en quête d'un accompagnement ciblé d'améliorer ses compétences en bénéficiant de l'assistance, formation et information que lui concéderont les acteurs ayant réfléchi la stratégie du réseau thématique concerné (Messeghem et al, 2010).

Dans **l'approche individuelle**, l'accompagnement entrepreneurial est essentiellement axé sur la volonté de révéler le potentiel entrepreneurial des individus (Barés, 2004 ; Bares et Persson, 2011 ; D'Andria et Richommet-Huet, 2013).

Ainsi, l'accompagnement est d'une nature plus structurante et encadrante, et ce suivant les outils mis en place (coaching³⁶, mentorat³⁷, tutorat³⁸, etc.). Avec le mentorat et tutorat, le mentor et /ou le maître forme, protège et discipline l'entrepreneur potentiel (Bares et Persson, 2011 ; D'Andria et Richommet-Huet, 2013). Dans le coaching, le coach est appelé à *«amener l'individu à s'extraire de l'existant pour le transformer, tout en s'ancrant résolument dans le réel tel qu'il est, entre contraintes et opportunités»* (Bares et Persson, 2011 : p183). A la différence du mentorat et du tutorat, les techniques du coaching sont beaucoup plus axées sur la stimulation de la créativité de l'entrepreneur potentiel.

Néanmoins, quel que soit l'approche ou la technique retenue, le but de l'accompagnement est d'aider le porteur du projet à concrétiser son projet de création d'entreprise.

³⁶Selon Audet et Couteret (2004 : p 4) le « coaching entrepreneurial est un accompagnement individuel ponctuel qui s'adresse aux entrepreneurs dont l'entreprise est en phase de démarrage ou de jeune croissance ; il répond à un besoin particulier d'acquisition, de développement et d'amélioration des compétences requises pour gérer l'entreprise ». La position du *coach* n'est donc pas celle d'un expert en contenu, mais plutôt celle d'un expert dans le processus de développement de la personne face à ses difficultés. L'art du *coaching* est de favoriser chez la personne accompagnée la prise de conscience nécessaire afin de faire émerger les axes de réussite et de performance, les incohérences possibles et les problématiques clés souvent cachées, mais éminemment stratégiques dans son développement. Cet accompagnement est structuré autour d'objectifs précis de développement ainsi que d'indicateurs de résultats préalablement convenus avec l'individu et son supérieur immédiat. Il s'agit donc d'un accompagnement de développement à partir du potentiel de la personne accompagnée, sans lui fournir la recette (Sammur, 2008 ; Nadeau et Labre, 2011).

³⁷Selon Saint Jean et Audet (2007 : p3), « le mentor est généralement une personne possédant certaines qualités de veille de façon bienveillante sur un individu jeune, lequel bénéficie de conseils et du support de son mentor ». Le mentorat pourrait être envisagé de la façon suivante : Comment puis-je vous aider à progresser dans l'entreprise? C'est donc une relation d'échange qui vise le transfert de connaissances et d'expériences afin de permettre au mentoré d'avancer sur les plans tant personnel que professionnel. Contrairement au *coaching*, la notion de « mesurable » n'est pas le but de cette stratégie. C'est davantage une relation d'aide où le mentor conseille l'individu au mieux de sa connaissance et lui transmet ses savoirs, ce qu'il a accumulé comme expertise, expérience et connaissance de l'entreprise (Sammur, 2008 ; Nadeau et Labre, 2011).

³⁸Le tutorat pourrait être abordé sous l'angle suivant : Comment pouvons-nous nous entraider? C'est une relation bilatérale de coopération spontanée entre des personnes de même niveau, visant l'acquisition d'une formation particulière ou complémentaire. Cette relation de tutorat s'instaure sur la base d'un désir commun de s'aider mutuellement à progresser (Nadeau et Labre, 2011).

3.3.La fonction technique et le rôle social de l'accompagnement

L'accompagnement vise à aider une personne ayant une idée de création d'entreprise à concrétiser son projet et devenir un chef d'entreprise autonome dans l'hypothèse où son projet de création s'avère viable, et, dans le cas contraire, mettre en évidence des qualités personnelles ou professionnelles sur lesquelles cette personne pourra rebondir si son projet s'avère irréalisable (Jarinou, 2008; Boughanem, 2008, Firlas, 2012).

Ainsi, la démarche d'accompagnement à la création d'entreprise peut avoir trois fonctions principales, à savoir : l'accueil, l'accompagnement et le suivi post-crétation.

3.3.1. L'accueil des entrepreneurs potentiels

Il comprend l'information, la sensibilisation et l'orientation ou la réorientation des porteurs d'idées. Il marque le début du traitement de l'idée et laisse une grande place à l'expression du porteur. Ce dernier va tenter d'expliquer au mieux son idée (histoire de l'idée, raisons de ce choix...) et l'accompagnant va l'aider à la clarifier. A partir des informations échangées, l'accompagnant peut aider le porteur de projet dans la définition du produit et/ou du service et, surtout, le conseiller sur d'autres éléments d'information à collecter, puis détecter des besoins de formation technique ou liés à la gestion de la future entreprise.

En proposant une démarche d'accompagnement au porteur, l'accompagnant est amené à donner des informations détaillées sur la méthodologie de la création d'entreprises, les dispositifs d'aide et de soutien existants et, probablement, orienter le porteur de projet vers des organismes complémentaires. En effet, l'accompagnant va réaliser un pré-diagnostic du projet.

3.3.2. L'accompagnement proprement dit

Il est constitué de deux parties corrélées : l'accompagnement au montage du projet pour aboutir à présenter un business plan et l'accompagnement financier.

L'accompagnement au montage du projet prévoit des formations éventuelles et des temps de rencontre avec l'accompagnant pour mûrir le projet, réaliser l'étude de faisabilité, valider et construire le business plan.

L'accompagnement financier permet d'aider le porteur de projet dans ses relations et démarches de négociation avec les bailleurs de fonds (mise en relation bancaire ; finalisation de l'appropriation des termes de la négociation bancaire par le porteur), et de finaliser l'appropriation du chiffrage du projet par le porteur, ou encore de réaliser une expertise du dossier pour d'autres institutions financières, ainsi le rapport de l'accompagnant servira de pré-décision pour ces institutions quant à l'octroi ou non de la subvention.

3.3.3. Le suivi post-création

Il comprend toutes les formes d'appui au chef d'entreprise visant à l'aider à mettre en place des outils de gestion adaptés, lui apporter des conseils pour la prise de décision, l'aider à définir et à réaliser sa stratégie commerciale et insérer son entreprise au mieux dans l'environnement.

Dans cette perspective, se pose la question sur les structures d'accompagnement ; celles-ci tiennent-elles en compte des spécificités de leurs bénéficiaires, telles que les femmes ou non ?

L'accompagnement entrepreneurial réunit à la fois, la durée, la fréquence des contacts, l'unicité de la structure d'accompagnement, la prise en compte de la diversité des problèmes qui se posent à l'entreprise, l'adaptation à la culture et à la personnalité du créateur (Letowski, 2001; Kokou Dokou, 2001; Cuzin et fayolle ; 2004).

3.4.L'accompagnement des femmes entrepreneures

L'accompagnement des femmes entrepreneures est une question très peu explorée dans la littérature académique (D'andria D'Andria et Richommet-Huet, 2013 Leb gue, 2015). Néanmoins, à l'unanimité les recherches sur l'environnement entrepreneurial des femmes de divers pays s'accordent pour faire l'hypothèse que la volonté de se lancer en entrepreneuriat est plus vigoureuse dans les pays où les politiques gouvernementales (législation, exonérations fiscales, encouragement, etc.) sont plus propices à ce genre d'activités. (Dana, 1987, 1990 cités in Paturel et Arasti, 2006).

En se basant sur l'événement entrepreneurial de shapero et sokol (1982), Lacasse (1990) avait conclu que la disponibilité des ressources (la disponibilité de la matière première, une main d'œuvre qualifiée, la technologie, l'accès au marché, le capital-risque et l'encouragement de l'Etat), en plus des facteurs sociologiques (le contexte familial, le milieu scolaire, le cadre du travail, l'environnement local, les réseaux internationaux et l'interaction de l'acteur avec le méso système) et des facteurs situationnels (les événements positifs et négatifs), est le troisième facteur qui influence le phénomène entrepreneurial féminin.

Dans un cadre professionnel et familial diff rent de celui des pays de l'OCDE, Lerner, Brush et Hisrich (1997) ont mis l'accent sur l'importance de l'affiliation à des réseaux, en particulier à des réseaux féminins, l'utilisation de consultants et l'existence de mentors dans la performance des femmes entrepreneures (Carrier, 2006).

Paturel et Arasti (2006) soulignent, quant à eux, que les actions gouvernementales, sous forme de soutiens, en faveur des coopératives de femmes et des jeunes diplômées, ainsi que les exonérations fiscales des entreprises créées dans les régions pauvres favorisent

l'entrepreneuriat féminin. Ainsi, l'écart entre les hommes et les femmes dans le monde de l'entrepreneuriat peut, proportionnellement, être justifié (D'andria et Richomme-Huet, 2013).

A cet effet, à l'image des pays développés, les Etats-Unis, depuis la fin des années 70, ont mis en avant des politiques visant à développer l'entrepreneuriat féminin. Ils ont mis en place en 1974, le «Equal Crédit Opportunité Act», une loi interdisant la discrimination entre les sexes dans l'octroi du crédit bancaire, et en 1975, une association très active de femmes chefs d'entreprises (la «National Association of Women Business Owners») fut créée. Les pays émergents, quant à eux, favorisent depuis quelques années le microcrédit comme moyen de faciliter le passage des femmes du secteur parallèle au secteur formel (McLymont, 2008 cité in D'andria, 2013; Bouzar et Lougar, 2014).

Dans l'ensemble des pays, les femmes entrepreneures perçoivent, encore, les programmes gouvernementaux d'accompagnement comme étant, lourds sur le plan administratif, elles estiment qu'ils ne satisfont pas suffisamment leurs demandes en termes d'accès au financement, à la formation, à l'information et seraient mal adaptés aux petites et moyennes entreprises qu'elles dirigent majoritairement (Lee-Gosselin et al, 2010). Nous allons ainsi tenter de voir la situation des femmes entrepreneures bénéficiaires des dispositifs d'aide à la création d'entreprises (ANSEJ, ANGEM et CANC) dans la wilaya de Tizi-Ouzou pour en déceler les éventuelles insuffisances quant à leur accompagnement par ces dispositifs

Suivant une approche comparée des études, Lebegue (2015) avait procédé au recensement des travaux sur l'accompagnement des femmes entrepreneures. Ils sont regroupés dans le tableau suivant :

Tableau 11: Approche comparée d'études sur l'accompagnement des femmes entrepreneures

Auteurs	Questions posées	Démarche de la recherche	Principaux résultats
Nilsson (1997)	Mise en œuvre d'un programme d'accompagnement gouvernemental spécifique conçu pour les femmes entrepreneures discutée à partir d'une perspective féminine néo-institutionnelle. Question soulevée : pourquoi existe-t-il un problème de légitimité perçue dans les programmes FE, alors que le nombre d'entreprises gérées par des femmes est en constante augmentation ?	Etude qualitative auprès de dix femmes accompagnatrices	La perception d'un manque de légitimité réelle. Pour construire leur légitimité les accompagnatrices n'ont pas pu s'appuyer sur le réseau des organismes d'accompagnement de leur territoire mais ont eu recours aux organismes spécifiques aux FE des autres régions
Bliss et Garratt (2001)	Accompagnement des pays en transition et identification de recommandations pour faire	Analyse de 12 associations de FE « historique de l'accompagnement des FE en	Proposition d'un cadre de travail pour une association polonaise de FE et élaboration de recommandations pour

	progresser le nombre de FE. peu de soutien forme aux entrepreneur (e) s. expliqué par le fait que la Pologne est récemment passée d'une économie socialiste au capitalisme	Pologne »	les pays en transition économique : 1. Définir des objectifs claires dès la création des associations. 2. Une approche « best practice » permet de passer outre les différences/méfiances culturelles 3. Le benchmark doit inclure des organisations des pays en transition économiques 4. Il faut former les membres fondateurs au marketing, levé de fonds 5. Les efforts initiaux doivent se focaliser sur le fait d'intégrer de nouveaux membres et de lever de fonds.
Wilson, Whittam et Deakins (2004)	Analyse critique du développement récent des politiques publiques d'accompagnement des FE	Usage de trois approches théoriques développées en sciences politiques 1. Paradigme néolibéral 2. Feminist empowerment (autonomisation des femmes) paradigme 3. Paradigme interventionnisme de réduction de la pauvreté	Le paradigme interventionniste de réduction de la pauvreté est très présent dans la politique du Royaume-Uni car il met l'accent sur l'hétérogénéité des femmes (expérience, origine ethnique et motivations)
Tillmar (2007)	Etude approfondie d'un projet destiné aux femmes propriétaires de petites entreprises gérées par la grande organisation suédoise de soutien aux entreprises. Question soulevées : dans quelle mesure le système de genre a-t-il influé sur le processus de sélection des femmes accompagnées ?	Etude longitudinale de deux années auprès de femmes en projet et de conseillers à la création d'entreprises	Les programmes d'accompagnement spécifiques aux femmes ne garantissent pas une impartialité dans la sélection des femmes accompagnées. Les organismes d'accompagnement doivent avoir un haut niveau de compréhension des attentes des FE pour éviter l'influence des normes masculines. Cela implique que les accompagnateurs soient conscients de leurs propres préjugés avant de débiter la sélection mais également d'intégrer les FE dont les entreprises se situent dans des secteurs d'activités variés.
Treanor et Henry (2010)	Etude auprès de tous les incubateurs financés par l'organisme public « entreprise Ireland ». question posée : pourquoi les femmes sont-elles sous-représentées dans les incubateurs basés sur les campus irlandais ?	Etude quantitative et qualitative menée auprès des dirigeants d'incubateurs et des entrepreneurs incubés	La faible promotion d'entreprises dirigées par les femmes au sein des incubateurs en Irlande vient essentiellement du fait que les démarches de « recrutement » des entreprises incubées ne s'adressent pas spécifiquement aux femmes. Méconnaissances des besoins : l'accompagnement proposé est standard, et les représentants des incubateurs estiment à 88% que les besoins des hommes et des femmes accompagnées sont les mêmes.

			Les entreprises appartenant aux femmes ne jouissent pas du même soutien ni des mêmes avantages que celles des hommes.
Pardo-del-val (2010)	Démarches entrepreneuriales des femmes entrepreneures. Trois questions soulevées : 1. Ont-elles des spécificités ? 2. Quelles motivations ont-elles ? 3. Quels sont les obstacles spécifiques auxquels elles se heurtent ?	Etude qualitative auprès de 25 experts travaillant sur l'accompagnement des FE au sein des chambres de commerce en Espagne	Les politiques de soutien aux femmes entrepreneures devraient se focaliser sur : 1. Un niveau et un type de formation plus adaptés à la demande 2. La disponibilité des financements spécifiques : 60% des FE sont au chômage lorsqu'elles se lancent. 3. Motivation : consensus pour dire que la raison principale est la difficulté de trouver un emploi correctement rémunéré. 4. Principal obstacle : manque de moyens financiers, et mauvais accès au financement extérieur.
Dhalwal (2010)	Indentification des principaux défis que connaissent les femmes qui entreprennent	Etude quantitative auprès de 1000 FE	Inadéquation entre l'offre d'accompagnement et les attentes des FE. La focalisation sur le résultat crée des approches standardisées d'accompagnement. Méconnaissance des services proposées par les organismes d'accompagnement. Besoin d'être conseillées par des personnes ayant l'expérience de direction d'entreprise.
Lee, Sohn et Ju (2011)	Efficacité des politiques d'accompagnement mises en place par le gouvernement coréen à partir du degré de satisfaction des FE	Etude quantitative auprès de FE coréennes. Entretien face à face et questionnaires internet.	Les FE sont beaucoup plus satisfaites grâce au processus de soutien gouvernemental. Cependant, le degré de soutien du gouvernement est faible et doit donc être augmenté. La vie de famille, le réseau social, l'environnement professionnel, l'accompagnement mis en place par les pouvoirs publics ont des effets directs sur la satisfaction des FE.
Drine et Grach (2012)	Degré de satisfaction des entrepreneurs (H/F) concernant les trois facteurs-clés de succès de l'accompagnement : information, formation, financement	Etude quantitative et qualitative auprès de 50 femmes et 50 hommes détenant une majorité dans le capital de l'entreprise, gérant effectivement l'activité.	Les services d'appui existants ne sont pas adéquats pour promouvoir l'entrepreneuriat féminin. 47% des interrogés (H/F) pensent que les mesures d'aide permettent d'augmenter le taux de survie des entreprises. 84% disent avoir bénéficié des aides. Information : les FE n'ont pas beaucoup utilisé les aides par manque d'information/compréhension de ces mesures d'aides. Formation : 66% des F interrogées avaient connaissance des programmes de formation (57% des H). problème vient du coût de ces

			formations et de leur emplacement dans peu de régions, et le manque de formation de formations adaptées. Capitaux : les femmes sont désavantagées car elles n'ont pas les compétences requises. Il apparaît clairement que des biais et discriminations empêchent les femmes d'accéder aux capitaux. Le fait que les entreprises dirigées par des femmes soient plus petites et sous-capitalisées explique en partie cela. La plupart de ces entreprises ont été financées par de l'argent emprunté à leur famille.
Petterson (2012)	Analyse des programmes publics d'accompagnement des FE à partir de trois paradigmes : 1. Paradigme néolibéral 2. Feminist empowerment paradigm 3. Paradigme interventionnisme de réduction de la pauvreté	14 rapports rédigés par les pouvoirs publics et 8 sites internet	Les organismes d'accompagnement des FE ont tendance à situer a femme dans une position secondaire par rapport aux hommes. Tous les pays étudiés ont un programme d'accompagnement sauf l'Islande. La Norvège et la Suède sont les pays les plus avancés avec des objectifs et budgets dédiés. Norvège : son programme est celui qui s'appuie le plus sur le paradigme »feminist empowerment » Le Danemark : s'appuie sur le paradigme libéral Les trois autres pays considérés (Suède, Finlande, Islande) se situent entre ces deux extrêmes.
Richomme-huet et d'Andria (2013)	Un accompagnement spécifique aux mampreneurs est-il pertinent ?	Etude qualitative autour de la seule organisation active en France (étude de cas unique ») et qui plus est en développement (Mampreneurs)	Un accompagnement entrepreneurial différencié à émerger faute de structures et de réponses adaptées aux besoins et attentes des mampreneurs (maman et entrepreneur) ces femmes qui se rassemblent entre elles et créent leur propres méthodes d'accompagnement ;

Source : Lebègue (2015 : 115-119)

Les recherches convergent toutes vers l'influence qu'à la dimension genre sur l'entrepreneuriat féminin et par ricochet vers la nécessité de la prendre en considération lors de l'accompagnement des femmes entrepreneures. Toutefois, un consensus sur la façon d'intégrer cette dimension dans l'accompagnement n'est pas encore établi. Si certaines recherches exhortent la mise en place de programmes d'accompagnement spécifiques, d'autres au contraire prônent la nécessité d'intégrer la problématique du genre dans les dispositifs d'accompagnement généralistes. En effet, les programmes d'accompagnement réservés aux femmes peuvent

reproduire les stéréotypes de genre en situant les femmes dans une position secondaire par rapport aux hommes (Nilsson, 1997; Tillmar, 2007; Pettersson, 2012 cité par Lebègue, 2015).

En conclusion, nous pouvons dire que l'accompagnement entrepreneurial est un processus diachronique unique, il englobe un ensemble d'actions-influencer, assister, aider, orienter, protéger, former, financer...- visant à autonomiser et à améliorer les compétences entrepreneuriales de l'entrepreneur potentiel. Il véhicule donc une dimension opérationnelle - former à la maîtrise des outils marketing, financiers, logistique...-, une dimension relationnelle -un lien de confiance se noue entre l'accompagné et l'accompagnateur. Ce dernier peut être vu comme un expert qui serait plus objectif et plus enclin à déceler les dysfonctionnements et apporter les mesures correctives nécessaires -, et une dimension psychologique- intuitivement l'accompagnement confère à l'entrepreneur potentiel un sentiment de confiance. Il peut être conçu comme une protection du risque inhérent à la création d'entreprise. L'accompagnement entrepreneurial peut aussi bien être assuré par des organismes privés (bureau de coaching, consulting, tutorat et/ ou monitorat,...) ou publics (dispositifs publics d'aide à la création d'entreprise...). Pour ces derniers, les aides financières, l'allègement fiscal, la mise en place de programmes et législation encourageant l'entrepreneuriat, la formation..., sont toutes des mesures d'accompagnement entrepreneurial dont doit bénéficier tout entrepreneur, homme ou femme, sans discrimination.

L'accompagnement a un effet positif sur la satisfaction des femmes, laquelle influe sur la performance des entreprises (Lee, Sohn et Ju, 2011). Toutefois, les femmes entrepreneures ne constituent pas un groupe homogène et par conséquent un accompagnement spécifique doit leur être réservé (Lebègue, 2015).

Conclusion

L'entrepreneuriat est un phénomène polymorphe, il fait interagir plusieurs champs disciplinaires, économie, sociologie, psychologie..., Il est essentiellement assimilé à la combinaison des facteurs de production, à la création de richesse, d'emploi, d'innovation et à la création de valeur. L'entrepreneur est le pivot de ce phénomène, il saisit des opportunités, engage des actions coordonnées, prend et assume des risques et innove. Selon que l'entrepreneur soit contraint ou non, que l'objectif de l'entreprise créée soit lucratif ou non, l'entrepreneuriat peut être soit un entrepreneuriat par nécessité, un entrepreneuriat par opportunité et/ ou un entrepreneuriat social.

La transposition de l'approche genre à celle de l'entrepreneuriat a donné naissance à l'entrepreneuriat féminin. Ce dernier a transgressé les limites entre les disciplines. Il s'est construit un positionnement scientifique et s'est imposé comme un phénomène suscitant la transversalité et l'usage d'une approche multidisciplinaire (sociologie, science du comportement, sciences de gestion...).

Dans un souci de compréhension de l'émergence de l'entrepreneuriat féminin, différents modèles ont été proposés, le modèle de Lacasse (1988), le modèle de Lerner, Brush et Hisriche, le modèle de Brush et Hisriche et le modèle de Brush, de Bruin et Welter (2009). Les approches mobilisées dans ces modèles concernent aussi bien des approches non féministes que féministes. Indépendamment de l'approche mobilisée, tous ces modèles s'appuient sur l'approche processuelle de l'entrepreneuriat. En effet, les modèles utilisant la première approche- non féministe- sont axés sur l'étude des facteurs individuels et environnementaux qui affectent l'avènement de l'entrepreneuriat. Ils s'appuient sur une perspective comparative entre les différences dans les traits de personnalité des hommes et des femmes entrepreneurs. Les modèles de la seconde approche-féministe- s'intéressent à l'étude des contextes socioculturels et socioéconomiques qui peuvent influencer la démarche des éventuelles entrepreneures. Ces modèles mettent en exergue le fait que la démarche entrepreneuriale est «genrée».

Etant un phénomène dynamique, l'émergence de l'entrepreneuriat féminin est soumise à des variables qui peuvent le freiner ou l'encourager. Quel que soit l'approche mobilisée, les auteurs des différents modèles ont mis en lumière les facteurs motivationnels et les facteurs freinant ce phénomène.

Les facteurs motivationnels peuvent être des facteurs positifs, dits «pull»: être autonome, réaliser son rêve, saisir une opportunité d'affaire, concilier vie privée et vie professionnelle... ou négatifs, dits «push»: insatisfaction dans le milieu professionnel, incapacité d'ascension dans la carrière professionnelle, nécessité économique, etc. Quant aux facteurs freinant l'entrepreneuriat féminin, ils peuvent être des facteurs de blocage communs aux deux sexes-la bureaucratie, l'accès au financement, l'intégration du marché... ou spécifiques aux femmes- l'arbitrage entre vie privée et vie professionnelle, les stéréotypes et préjugés socioculturels, manque d'expérience dans le domaine de l'entrepreneuriat, etc. La nature des facteurs de motivations (Push ou Pull) ou de blocage est tributaire des caractéristiques socioprofessionnelles des femmes entrepreneures (âge, niveau d'instruction, situation matrimoniale, expérience professionnelle...) ainsi que de leur environnement socioéconomique.

L'accompagnement entrepreneurial est un processus diachronique unique et non linéaire. Il englobe l'ensemble des actions coordonnées, accueil, orientation, formation, financement, conseils, etc. visant à faire évoluer l'idée de projet d'un entrepreneur potentiel, la mûrir et la transformer en une entreprise pérenne. L'objectif escompté de l'accompagnement est d'améliorer les compétences de l'entrepreneur potentiel et de le soutenir dans les phases amont (conception, planification...) et aval (création et post-crétation) de la création de son entreprise. L'accompagnement est pluridimensionnel, il est à la jonction de l'économie, la sociologie et la psychologie. Il peut être envisagé suivant une approche individuelle (mentorat, tutorat, coaching...) ou collective (pépinière, incubateur, couveuse...), il peut être assuré par un organisme privé ou public.

Dans les différents modèles d'émergence de l'entrepreneuriat féminin, la majorité des auteurs (Lacasse, 1990 ; Brush et Hisrich, 1997 ; Paturel et Arasti, 2006, Lebegue, 2015...) s'accordent pour faire l'hypothèse que les femmes ayant bénéficié de l'accompagnement des organismes publics, sous forme d'encouragements, d'aides financières, de microcrédits ou d'allégement fiscal, ont monté des entreprises pérennes et performantes. Néanmoins, dans l'ensemble des pays, les femmes entrepreneures perçoivent l'accompagnement offert par ces organismes comme étant mal adapté à leurs besoins et aux besoins de leurs entreprises.

Cet exposé de la littérature a renforcé l'intérêt de questionner l'émergence de l'entrepreneuriat féminin en Algérie, et plus particulièrement l'émergence et l'accompagnement de l'entrepreneuriat féminin dans la wilaya de Tizi-Ouzou. La suite de notre thèse tentera de circonscrire les logiques entrepreneuriales des femmes algériennes, tizi-ouziennes, et d'analyse

et évaluer la qualité de l'accompagnement que leur accordent les dispositifs publics d'aides à la création d'entreprises ANSEJ, CNAC et ANGEM. Nous verrons finalement les incidences socio-économiques engendrées par cet entrepreneuriat.

L'entrepreneuriat féminin a pris son envol dans la plupart des pays industrialisés mais aussi dans les pays en voie de développement (le Maroc et la Tunisie par exemple). Néanmoins, à la différence de ces pays, l'entrepreneuriat féminin en Algérie est encore en manque d'évolution. Il ne dépasse pas les 7% (CNRC, 2017); un taux jugé faible que ce soit par rapport à l'entrepreneuriat masculin ou par rapport à la population féminine algérienne. Ainsi, dans le chapitre suivant, nous allons voir le contexte algérien de l'entrepreneuriat féminin et présenterons les éventuelles contraintes que rencontrent les entrepreneures algériennes puis enchaînerons avec l'accompagnement de celles-ci.

Chapitre III

Le contexte algérien de l'entrepreneuriat féminin

Introduction

A l'unanimité, les chercheurs ayant traité le sujet de l'entrepreneuriat féminin confirment et l'absence d'écrits scientifiques sur ce sujet et l'absence de statistiques fiables sur le nombre de femmes chefs d'entreprises en Algérie (Oufriha, 1998; Gillet, 2007, Boughanem, 2008; Dif, 2010; Tahirmétaiche, 2013; Ghiat, 2014; Bessouh, 2018).

Néanmoins, nous assistons ces dernières années à un regain d'intérêt académique pour ce sujet. Ainsi, diverses études ont été menées en vue de décrire l'état des lieux de l'entrepreneuriat féminin en Algérie et/ou de déterminer les facteurs de réussites ou d'échecs de cet entrepreneuriat. Ces études concernent essentiellement : le profil des femmes entrepreneures : la femme «prête-nom», celle «contrainte par les stéréotypes», femme «héritière d'entreprises... (Challal, 2014, Dif et Hassani 2015; Himrane et Hassani, 2017), les motivations des femmes pour entreprendre: l'acquisition ou l'augmentation de son revenu, l'autonomie financière ou décisionnelle, l'altruisme, l'épanouissement personnel... et/ou l'innovation (Tahir-Métaiche, 2013; Medouni et Bedrani, 2015; Ouchalal, 2015; Gheddache, 2016; Salamani, 2017), les obstacles qui entravent les femmes dans leur expérience entrepreneuriale, des obstacles tantôt communs aux hommes et femmes tantôt spécifiques aux femmes : l'accès au financement, les lenteurs administratives, l'accès à l'information et à la formation, les stéréotypes de genre, le problème de la double journée...(Tahir-Métaiche, 2013; El Ghazi, 2015; Berrefas, 2016; Gheddache, 2016) et enfin, avec une moindre mesure, l'accompagnement des femmes par les dispositifs publics d'aide à la création d'entreprise (Ben Makhoul, 2014; Debbih, 2015; Bessouh, 2018).

En Algérie, les femmes représentent la moitié de la population en âge de travailler, (49,38%) et plus de 17% de la population en situation de chômage (ONS, 2016). Paradoxalement, force est de constater que l'intérêt porté par cette frange (les femmes) de la population à l'entrepreneuriat est très marginal. Ainsi, peu de femmes sont intéressées par une carrière entrepreneuriale (12,8% (ONS, 2016)). Il paraît que ces femmes rencontrent davantage de difficultés pour monter une entreprise et tendent ainsi à préférer une carrière salariale (50,9% des salariés) ou encore une carrière dans l'entrepreneuriat «informel» (Boughanem, 2008; Boufnik, 2010; ONS, 2016; Gharbi, 2016; Bessouh, 2018).

Il va sans dire que, la création et le développement d'entreprises en Algérie dépend de l'encouragement public de l'initiative privée. Cet encouragement s'est matérialisé par des dispositifs publics d'appui à la création d'entreprises (ANSEJ, ANGEM, CNAC, ANDI, FNRPA...) mis en

place depuis le début des années 90. Il s'agissait d'inscrire le chômage des minorités (jeunes et femmes) comme une priorité majeure des pouvoirs publics. Ces dispositifs ont un caractère non discriminant, ainsi des femmes algériennes les ont sollicités pour créer leurs entreprises (Boughanem ,2008; Louggar, 2011; Bessouh, 2018). La question que nous nous posons ici est celle de l'efficacité de ces dispositifs dans l'émergence de l'entrepreneuriat féminin ?

Dans ce chapitre nous ambitionnons d'apporter des éléments de réponse aux questions suivantes: quels sont les différents profils de femmes entrepreneures en Algérie ? Quelles sont les motivations de ces femmes à intégrer le monde de l'entrepreneuriat ? Quels sont les obstacles qui les entravent dans leur quête entrepreneuriale ? Quel est le cadre réglementaire où évoluent ces femmes et quel est l'accompagnement qui leur est consacré ?

Section 01 : Le profil des femmes entrepreneures algériennes

L'une des premières recherches sur les femmes entrepreneures en Algérie a été réalisée par A. Guillet en 2003. Depuis l'intérêt académique pour l'entrepreneuriat féminin est allé crescendo, avec de nombreuses études sur le sujet. Celles-ci étaient majoritairement axées sur quatre thèmes : le profil des femmes entrepreneures (caractéristiques sociodémographiques et psychologiques, formation et expérience professionnelle); le profil des entreprises créées par celles-ci (secteur d'activité, taille, statut juridique et performance) ; le processus entrepreneurial (intentions entrepreneuriales, motivations et obstacles) ; et enfin, et dans une moindre mesure, la stratégies entrepreneuriale des femmes (styles de management et financement de l'entreprise).

La littérature sur le profil des femmes entrepreneures reste assez nébuleuse. En effet, suivant le niveau d'instruction, l'âge, l'expérience professionnelle, le milieu familial, la propriété et la gestion de l'entreprise créée, l'influence de l'environnement socioéconomique et culturel, divers profils de femmes entrepreneures ont été identifiés.

Cette section se donne pour objectif de dresser une vue d'ensemble du profil des femmes algériennes reconnues comme entrepreneures et du profil des entreprises qu'elles créent. Précisément, il s'agit d'appréhender le statut juridique et le secteur d'activité des entreprises créées par les femmes algériennes, la classe d'âge de ces dernières, leur savoir-faire managérial et entrepreneurial, leur niveau d'instruction et l'expérience professionnelle en amont de l'entrepreneuriat.

1.1. Le statut¹ des entreprises créées par les femmes algériennes

Selon le CNRC (2017), l'Algérie compte 156102² entreprises créées par des femmes, soit un taux de 7,5% du nombre global des opérateurs économiques inscrits au registre de commerce. Ce taux demeure très faible en comparaison avec celui de la gent masculine, 92,5%.

Sur ces 156102 entreprises, 143227 ont le statut «personne physique», soit 91,75% des entreprises. Et 12875 entreprises ont le statut «personne morale» (dirigeantes d'entreprises), soit 8,25%. Ce constat est en parfaite stagnation. En effet, toutes les études s'intéressant au statut des entreprises créées par les femmes algériennes révèlent, depuis une dizaine d'années maintenant, la dominance du statut «personne physique» (Rabah, 2006; Metaiche, 2010; Chabour, 2013; Himrane, 2016).

¹Le statut dont il est question ici est celui de « personne physique » ou « personne morale » de l'entreprise.

² Sur les 156102 entreprises féminines immatriculées au registre de commerce, un taux relativement important n'est que des prête-noms.

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

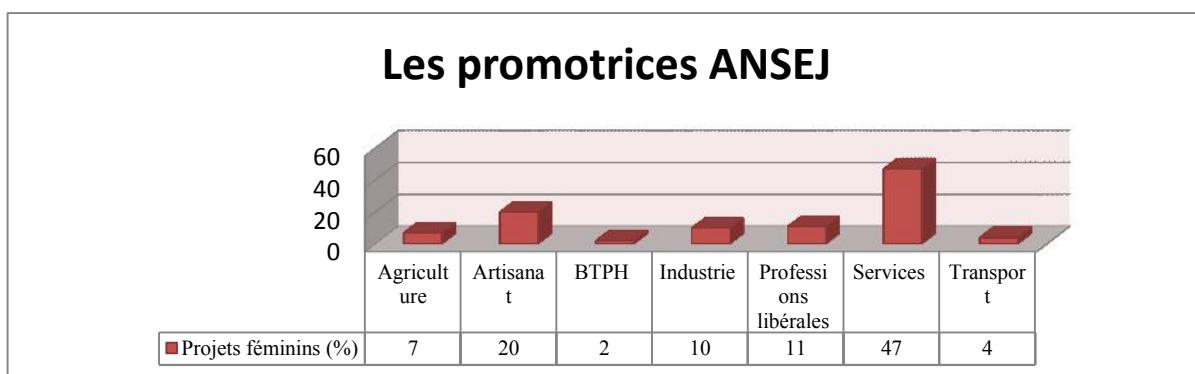
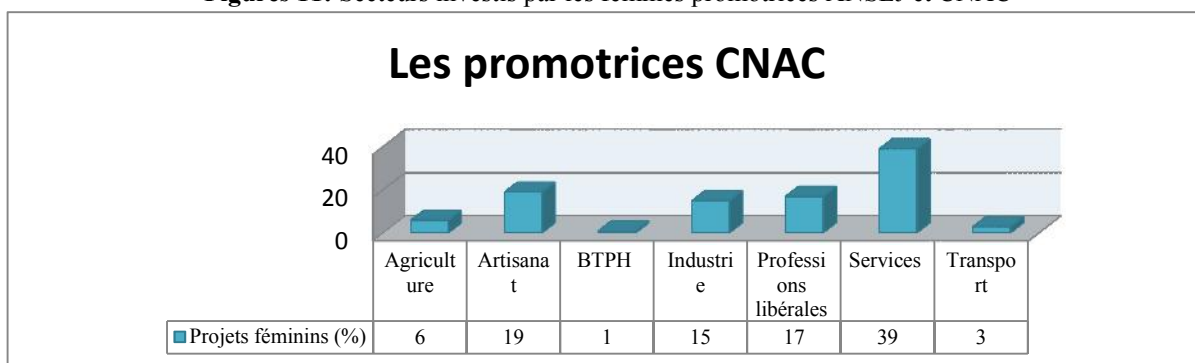
Les domaines de prédilection des femmes entrepreneures algériennes sont le commerce et les services. Sur les 143227 entreprises, «personne physique», immatriculées au registre de commerce en 2017, 52,82% relèvent du secteur du commerce (essentiellement de détail) et 37,62% des services. Pour les 12875 entreprises, «personne morale», le constat est pratiquement le même, avec 39,6% des opérateurs dans les services, 33,6% dans le commerce (y compris les importations) et 25% des entreprises dans la production³.

Dans le secteur de l'artisanat, les femmes sont très présentes. En effet, leur pourcentage avoisine celui des hommes (4,1% et 7,1% respectivement), dans le secteur de l'agriculture leur présence est très limitée, elles ne sont que 1,7%. Les activités agricoles et l'élevage sont souvent pratiqués par les femmes dans le secteur parallèle (CNAM et CNA, 2014).

Pour mieux cerner la question des secteurs d'activités investis par les femmes entrepreneures en Algérie, un aperçu sur leur participation, par secteur, dans les trois dispositifs d'aide à la création d'entreprises (ANSEJ, CNAC et ANGEM), s'avère nécessaire.

Les figures suivantes présentent la répartition par secteur d'activité des femmes entrepreneures ANSEJ et CNAC (situation cumulée⁴ jusqu'au 30 Juin 2016).

Figures 11: Secteurs investis par les femmes promotrices ANSEJ et CNAC⁵



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

³Ces statistiques n'intègrent pas les activités artisanales ou agricoles. C'est pourquoi nous avons, pour plus de précision, utilisé les statistiques de la Chambre Nationale de l'Artisanat (CNAM) et de l'Agriculture (CNA) que nous avons trouvées dans le rapport de l'Organisation Internationale du Travail (2017). Néanmoins, il est utile de signaler que ces statistiques remontent à 2014.

⁴ Les statistiques cumulées présentées par ces dispositifs ne sont pas très fiables, elles ne prennent pas en considération le taux de mortalité des entreprises créées ainsi que le problème des prête-noms.

⁵ Nous tenons à signaler que les deux dispositifs ANSEJ et CNAC ne financent pas le secteur du commerce.

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

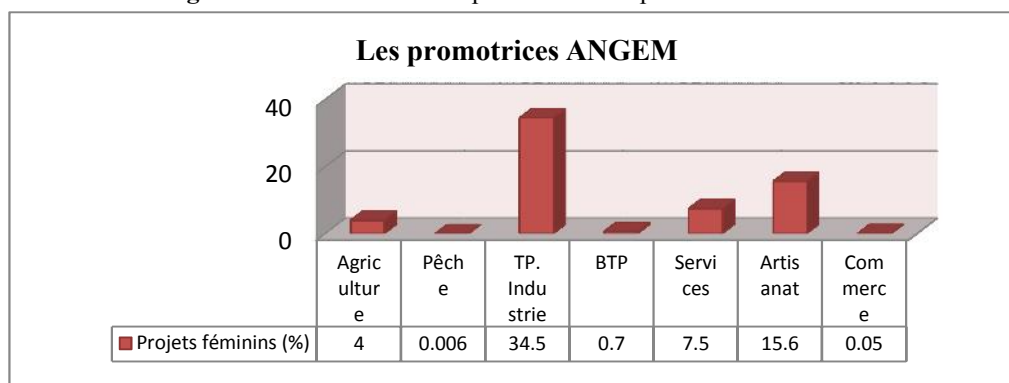
Les fréquences des projets féminins créés dans les deux dispositifs par secteurs⁶ d'activité sont pratiquement les mêmes. Les femmes entreprennent majoritairement dans le secteur des services (47% ANSEJ, 39% CNAC) et le secteur de l'artisanat (20% ANSEJ, 19% CNAC),

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

Pour ce qui est du dispositif du microcrédit (ANGEM), les femmes algériennes sont présentes en force comparativement aux hommes, elles ont sollicité ce dispositif à hauteur de 62,38% en 2017. Elles sont majoritairement présentes dans la formule de financement PNR-AMP⁷, soit 67,13%. Elles évitent le recours à la formule de financement triangulaire qui nécessite le recours au financement bancaire, seulement 18,29%.

Quant aux secteurs d'activité occupés par les promotrices ANGEM, la figure suivante les montre clairement.

Figure 12: Secteurs investis par les femmes promotrices ANGEM



Source : statistiques cumulées ANGEM 2017

⁶ Le taux de participation des bénéficiaires ANSEJ, CNAC ou ANGEM dans chaque secteur d'activité est le résultat du rapport suivant: Nombre de bénéficiaires par secteur/ le total des projets financés (projets hommes et femmes)*100. En effet, c'est le taux de participation de chaque secteur par rapport au total des projets financés par l'ANSEJ, la CNAC et/ou l'ANGEM.

⁷ Prêt non rémunéré pour l'achat de la matière première.

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

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

Le positionnement des femmes algériennes dans le secteur des services a été déjà souligné au niveau national depuis le début des années 1980⁸ (Talahite, 1983). Plus d'une trentaine d'années plus tard, l'entrepreneuriat féminin, comme nous l'avons vu plus haut, calque le même schéma dans la structure d'activité des femmes. Nous assistons, en effet, à un engouement des femmes dans les domaines qui leur sont familiers et qui sont connotés «féminins», à savoir : les services, le commerce et l'artisanat.

La disposition des femmes à investir des secteurs traditionnellement « féminins » n'est pas propre à l'Algérie. Le phénomène est universel. Au niveau maghrébin 42% des entreprises marocaines créées en 2009 relèvent du secteur des services et 32% du secteur du commerce (AFEM, 2010). En Tunisie, la majorité des femmes entrepreneures sont dans le secteur de l'agroalimentaire et le textile (Deneuil, 2006; Chabbert et al, 2014 cité in Medouni et Bedrani, 2015).

L'étude de Lavoie (1988) avait indiqué que les secteurs des services et le commerce de détail sont les secteurs de prédilection des femmes entrepreneures canadiennes. Boutillier (2006), dans le même sillon, avait indiqué que la grande majorité des entreprises créées par les femmes sont dans le secteur des services et le commerce de détail.

Une étude de l'INSEE (2012) en France, a fait ressortir que sur les 33% de femmes entrepreneures, hors agriculture, 29% sont dans le secteur des services et 25% sont dans le secteur de la santé contre 16% et 11% dans les deux secteurs respectivement pour les hommes.

Ce phénomène peut être expliqué par l'engagement des femmes dans les secteurs qu'elles connaissent le mieux et qui sont le prolongement de leurs activités domestiques (Talahit, 1983; Tahir-Métaiche, 2013 ; Medouni et Bedrni, 2015). Il a été expliqué également par l'existence de contraintes socioculturelles traditionnelles qui confinent les femmes dans les

⁸Talahit (1983) avait indiqué que les femmes algériennes étaient concentrées dans les secteurs du textile et de l'alimentation. L'activité salariale des femmes n'était qu'un prolongement de leur travail domestique.

tâches domestiques (tâches ménagères, entretien de la famille...). Conséquence, les femmes entrepreneures sont restées cantonnées dans ces mêmes secteurs d'activités (Denieuil, 2006).

Du point de vue des sociologues et anthropologues, le confinement des femmes dans ces secteurs d'activité est fortement lié à un phénomène de conditionnement de l'individu dans la société depuis son enfance. Ce phénomène a été nommé par Bourdieu (1998) «l'habitus»⁹, ce dernier à un rôle prépondérant dans la vie socioprofessionnelle de l'individu. En effet, il sert viscéralement dans le comportement de cet individu ainsi que dans ses orientations, sociales et économiques dans la vie. Ainsi, même si le statut des femmes a nettement évolué avec leur intégration du marché du travail, hors du domicile, la division sexuelle du travail¹⁰ persiste encore; elles sont de ce fait, évincées des secteurs d'activité dit «masculins».

1.3. La classe d'âge des femmes entrepreneures en Algérie

Les statistiques du CNRC (2014), indiquent que la tranche d'âge la plus fréquente des femmes entrepreneures algériennes est celle de 39 à 48 ans avec un taux de 26,85%, suivie par la tranche d'âge des 29 à 38 ans avec un taux de 22,15% (Himran, 2017).

Les promotrices ANGEM sont plus de 70% à avoir moins de 40 ans lors de la création de leurs entreprises (ANGEM, 2017). Pour l'âge des bénéficiaires ANSEJ et CNAC, elles sont systématiquement dans les catégories d'âge éligibles, soit 19 à 30 ans pour l'ANSEJ, et 35 à 50 ans pour la CNAC. Néanmoins, dans le cadre des deux dispositifs, toutes les entrepreneures dépassent l'âge de 25 ans. Ce constat nous amène, comme l'ont confirmé les résultats de Métaiche (2013) et Guillet (2007), à penser qu'il existerait des barrières à l'entrée au domaine de l'entrepreneuriat pour les jeunes femmes algériennes (la préférence des femmes algériennes qui va au salariat (Oufriha, 2016), non disponibilité de financement, du foncier, de l'information, auto-stéréotypes, hétéro-stéréotypes...)

1.4. La répartition géographique des femmes entrepreneures en Algérie

Selon les statistiques du CNRC (2014), les femmes entrepreneures sont présentes majoritairement, dans la wilaya d'Alger avec 11% du taux global, suivie de la wilaya d'Oran avec 7%, puis Tlemcen 4,4%, Constantine 4,2%, Blida 3,7% et Tizi-Ouzou 3,5%. Elles sont

⁹ Pierre Bourdieu (1998) définit l'habitus comme «Un système de dispositions acquises, incorporées de manière durable, et tendant à reproduire la logique des conditionnements qui sont à son origine».

¹⁰ «L'ordre social fonctionne comme une immense machine symbolique tendant à ratifier la domination masculine sur laquelle il est fondé: c'est la division sexuelle du travail». Bourdieu utilise les notions ou les concepts d'habitus, de violence symbolique, et marché des biens symboliques, pour montrer les modalités spécifiques d'un rapport de domination entre êtres humains, tellement incorporé dans nos schèmes de perceptions, de pensée et d'action, qu'on ne le voit plus lorsqu'il ne prend pas des formes extrêmes (Fine, 2000 cité in Medouni et Bedrni, 2015: p 28).

présentes donc majoritairement, à l'instar des entrepreneurs hommes, dans la région du Nord du pays, suivis du territoire des hauts plateaux puis du sud (chabour, 2013; Metaiche, 2013; CNRC, 2017; OIT, 2017).

En résumé, nous pouvons dire que la femme entrepreneure algérienne, qui opère dans le secteur formel, est d'un âge moyen (26-48); elle entreprend généralement dans le secteur de l'artisanat, des services et/ou du commerce. Le statut juridique de son entreprise est majoritairement «personne physique». Elle se localise essentiellement dans les wilayas du Nord. Pour la création de son entreprise, en plus de ses ressources propres, elle sollicite au premier chef le dispositif du microcrédit ANGEM pour l'achat de la matière première (Guillet, 2007; Tahir-Metaiche, 2013 ; Himrane, 2016; OIT, 2017).

En plus du profil de la femme entrepreneure algérienne que nous avons dressé en nous basant sur les données statistiques de l'ONS, le CNRC, la CNAM, la CNA et l'OIT. Guillet (2007), Dif (2010), CRASC (2010) et Himrane et Hassani (2017) ont identifié, sur la base du milieu familial et socioprofessionnel de la femme, les profils de femmes entrepreneures en Algérie suivant :

- **Femme issue d'une construction culturelle familiale qui soutient les créatrices d'entreprises**

C'est une femme qui a un faible niveau d'études, elle a créé son entreprise à un âge jeune avec un capital de départ très important et avec le soutien de sa famille.

28,2% des femmes algériennes affirment que leurs familles étaient partie prenante dans le montage financier de leurs entreprises. Elles n'ont utilisé que leurs épargnes personnelles et le fonds de leurs familles (CRASC, 2009). L'existence d'un environnement familial solidaire est la clé de voute de la réussite entrepreneuriale féminine en Algérie. Les femmes entrepreneures algériennes sont, majoritairement, soutenues par leurs familles (Gheddache et Tessa, 2012; Challal, 2014).

- **Femme héritière d'une entreprise**

Elle peut être une femme d'un âge moyen, elle a hérité ou repris l'entreprise de son mari. Elle a essentiellement un faible niveau d'études. Aussi, elle peut être très jeune, avec un niveau d'instruction universitaire lui permettant de diriger une entreprise et ainsi hériter l'entreprise de son père. La présence de cette catégorie de femmes est relativement modeste

dans le contexte algérien. Les traditions sociales et religieuses confient la reprise d'entreprises aux membres de la famille mâles¹¹.

- **Femme issue d'un milieu d'entrepreneurs**

C'est une femme qui a un niveau d'étude secondaire. Lors de la création de son entreprise, c'était son père ou son mari (entrepreneurs) qui l'ont aidée. Elle a créé son entreprise à partir de son fonds propre et celui de sa famille. Etant donné que son niveau intellectuel est peu élevé, cette femme manquerait de compétences entrepreneuriales. Himran et Hassani (2017) associent cette catégorie de femmes à celle des entrepreneures dynastiques.

- **Femme ayant un niveau universitaire**

Le travail indépendant et les professions libérales sont considérés comme un aboutissement logique d'une fin de parcours universitaire. La source de financement de son entreprise est généralement son épargne personnelle ou l'aide de sa famille. Selon l'étude du CRASC menée sur un échantillon d'une centaine de femmes entrepreneures algériennes, 24,7% des femmes entrepreneures ont un niveau d'instruction supérieur.

- **Femme ayant un acquis professionnel**

C'est une femme ayant une expérience professionnelle dans un domaine puis elle crée son entreprise dans ce même domaine. (Guillet, 2007; Dif, 2010). Elle est une femme qui était insérée à un moment donné dans le salariat, mais qui veut maintenant être indépendante (Oufriha, 1998). Himrane et Hassani (2017) ont indiqué qu'il existerait une sous-catégorie liée à l'insatisfaction de la femme dans son milieu professionnelle (plafond de verre, discrimination, etc.). Elle a quitté son travail et face à la difficulté de trouver un autre emploi, elle s'est orientée vers l'entrepreneuriat. Ces deux auteurs ont associé cette catégorie à celle des entrepreneures sans alternatives. Selon l'étude du CRASC, 51,8% des femmes ont affirmé que l'idée de création d'une entreprise leur est venue de l'expérience acquise au cours de leur carrière professionnelle.

Dif et Hassani (2015) quant à eux ont identifié trois profils de femmes entrepreneures en Algérie, à savoir :

- **La femme «prête-noms»**

C'est une femme qui agit en représentation légale d'un membre de la famille ou d'un proche de la gent masculine (père, frère, mari, fils), elle a généralement un niveau d'étude peu

¹¹En Algérie, la forme d'organisation familiale traditionnelle est patriarcale et sa structure est agnatique - filiation patrilinéaire, l'héritage se transmet de père en fils. Néanmoins, des évolutions remarquables ont été réalisées et le patriarcat ne revêt plus la même forme qu'autrefois. Par ailleurs, ces derniers temps certains chercheurs défendent la thèse d'un pouvoir implicite ou contre-pouvoir féminin dans le groupe familial traditionnel (Boutefnouchet M., 1979, Benham D., 1986 ; Boutira E.M., 1987 cité in Guillet, 2003).

élevé et elle ne participe pas à la gestion courante et aux décisions de l'entreprise. Cette catégorie de femmes est la plus répandue en Algérie. Néanmoins, les statistiques confirmant ce constat n'existent pas.

- **La femme entrepreneure qui «décide de prendre le contrôle de ses affaires»**

C'est une femme combattante, elle s'impose quant aux conditions socioéconomiques et socioculturelles de son environnement.

- **La femme «influencée par les stéréotypes»**

C'est une femme qui subit son environnement et qui est influencé négativement par les stéréotypes sociaux. C'est pourquoi, cette femme finit toujours par abandonner son projet par crainte des difficultés qui incombent à la création d'entreprises.

Suivant le niveau d'instruction, l'âge, l'expérience professionnelle, le milieu familial, la propriété et la gestion de l'entreprise créée, l'influence de l'environnement socioéconomique et culturel, divers profils de femmes entrepreneures ont été identifiés en Algérie. Néanmoins, il serait judicieux de signaler que dans toutes les études, le profil de la femme entrepreneure accompagnée par les dispositifs publics d'aide à la création d'entreprises n'a pas été identifié. C'est pourquoi nos prochains développements ambitionnent de mettre en lumière ce profil « spécifique » de femmes entrepreneures algériennes.

Autre que le profil des femmes entrepreneures algériennes, les motivations qui les ont incitées à entreprendre et les freins qui les entravent, sont des éléments importants dans l'émergence et le développement de l'entrepreneuriat féminin. C'est ce que nous allons présenter dans la section suivante.

Section 02: Les entraves et les motivations à l'émergence de l'entrepreneuriat féminin en Algérie

L'arrivée massive des femmes algériennes sur le marché du travail et dans une moindre mesure leur intégration dans le monde de l'entrepreneuriat, un monde exclusivement masculin au cours des années 80, est révélatrice de changements en profondeur dans la société traditionnelle algérienne. Mais aussi, et surtout, de la volonté de ces femmes de transcender les barrières (socioculturelles, économiques, institutionnelles...) qui leur étaient imposées et aussi de mettre en pratique et consolider leur savoir et savoir-faire dans des projets de création d'entreprises.

Comme le reflète son faible taux, l'activité entrepreneuriale des femmes en Algérie n'est pas sans embûches. En effet, les femmes entrepreneures algériennes rencontrent

quelques difficultés, sociales, économiques, culturelles, pour faire émerger leurs projets d'entreprises, les faire fonctionner et les faire croître.

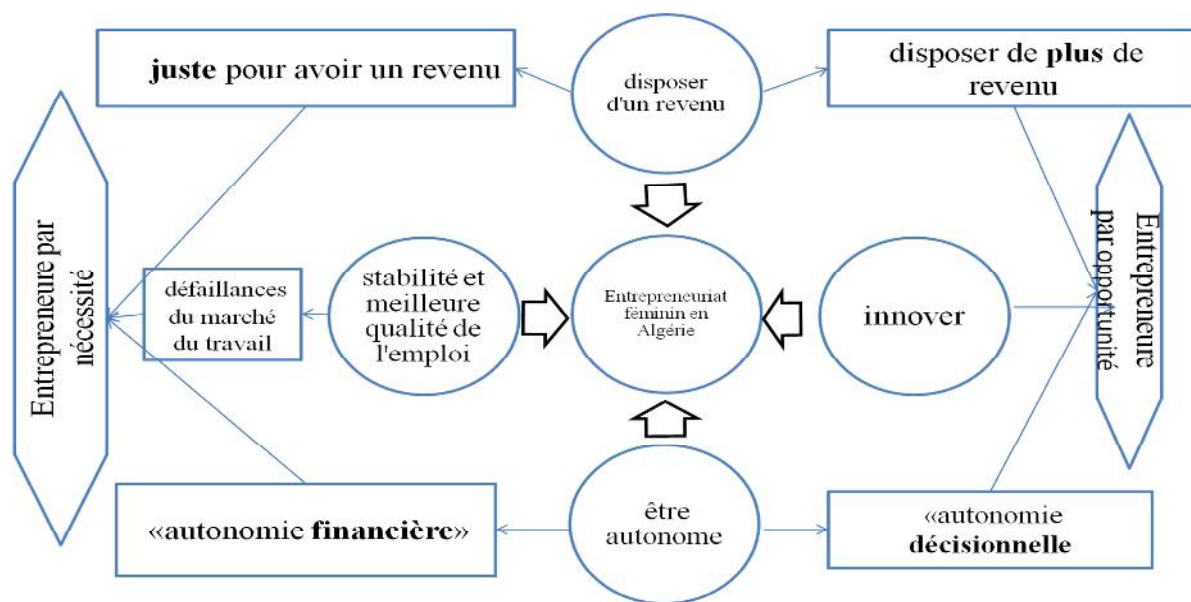
Ainsi, dans cette section nous allons présenter un panorama des motivations et des freins à l'entrepreneuriat féminin en Algérie.

2.1. Les motivations à l'entrepreneuriat féminin en Algérie

Les facteurs qui encouragent l'entrepreneuriat des femmes attestent des nombreuses mutations qu'a connues la société algérienne laissant apparaître de nouvelles configurations de l'emploi féminin et indiquant la volonté des filles de travailler dans la sphère privée formelle (Guillet, 2007; Boughanem, 2008; Medouni et Berdrani, 2015).

Les motivations des femmes algériennes à entreprendre sont de nature à vouloir améliorer leurs situations économiques et sociales. Ainsi, de l'analyse de la littérature, qui est relativement faible concernant ce sujet, et des rencontres que nous avons faites avec certaines femmes entrepreneures, nous avons pu recenser quatre principales motivations, le schéma suivant les illustre clairement.

Figure 13: Les motivations à l'entrepreneuriat des femmes en Algérie



Source : Elaboré par nos soins

Les principales motivations qui incitent les femmes algériennes à entreprendre sont, selon nous, au nombre de quatre, chacune d'elles regroupe des sous-groupes de motivations. Nous tenons à signaler que les femmes entrepreneures algériennes peuvent être influencées, à la fois, par plusieurs motivations lors de leurs décisions d'entreprendre.

2.1.1. Disposer d'un revenu

Dans les écrits que nous avons recensés, combien même ils sont peu nombreux, tous les chercheurs s'accordent pour faire l'hypothèse que les femmes entrepreneures algériennes sont très motivées par le revenu (GEM, 2011, Gheddache et Tessa, 2012 ; Gheddache, 2016, Slamani et al 2017; Himrane et Hassani, 2017 ; OIT ; 2017).

Néanmoins, il est nécessaire d'indiquer que la motivation pour acquérir un revenu n'est pas la même pour toutes les femmes entrepreneures algériennes. En effet, et comme l'ont montré les résultats du GEM (2011), une partie des femmes algériennes sont motivées à entreprendre « juste pour avoir un revenu ». Ces femmes trouvent que la création d'entreprise est leur seul moyen de disposer d'un revenu. Elles sont poussées donc à entreprendre plus par nécessité économique que par opportunité. Cette catégorie correspond aux femmes ayant un niveau d'instruction peu élevé et des conditions économiques très défavorables. Elles auraient du mal à intégrer le marché de l'emploi et ainsi certaines d'entre-elles auraient tendance à créer leurs entreprises dans le secteur informel (Boufnik, 2010 ; Bessouh, 2018). L'autre partie des femmes intègre le monde de l'entrepreneuriat pour « disposer de **plus** de revenu ». Ces femmes n'étaient pas initialement en situation de nécessité économique. Elles étaient salariées, mais suite à une rémunération insatisfaisante, elles ont quitté leur poste de travail et créé leurs entreprises. Ces femmes, peuvent être assimilées à la catégorie de femmes entrepreneures par opportunité¹² dans la mesure où elles ont créé leurs projets dans l'intention d'avoir plus de bénéfice¹³ en mettant en place un projet qui tirera partie des opportunités disponibles dans leur environnement (GEM, 2011, Gheddache et Tessa, 2012; Gheddache, 2016, Slamani et al 2017).

2.1.2. Stabilité et meilleure qualité de l'emploi

Les femmes entrepreneures algériennes de cette catégorie sont celles qui ont subi une insatisfaction, hormis celle du revenu, dans leur emploi précédent. Ces insatisfactions peuvent être dues à l'harcèlement moral ou physique de la femme dans son milieu de travail, au manque d'ascension de la femme dans la hiérarchie¹⁴ (c'est le problème du plafond de verre) essentiellement dans le secteur de l'administration publique (fonction publique), ou encore, à une situation d'ennui du salariat routinier et sans ambition (Rabah, 2006; Gheddache

¹² La littérature traitant du concept de l'opportunité est foisonnante. Sans pour autant que sa définition ne fasse consensus (Casson et Wedson, 2007). Toutefois, il est généralement associé aux facteurs «pull» de l'entrepreneuriat.

¹³ Cette définition de l'opportunité liée à la réalisation d'un bénéfice économique est essentiellement soutenue par l'école autrichienne de l'entrepreneuriat. (Kirzner en l'occurrence).

¹⁴ Rabah (2006) avait écrit que l'entrepreneuriat féminin est perçu comme un accélérateur de carrière pour les femmes entrepreneures algériennes.

et Tessa, 2012; Gheddache, 2016). Ces femmes ont donc créé leurs entreprises pour contrer ces insatisfactions.

Outre les femmes entrepreneures qui ont voulu contrecarrer l'insatisfaction liée à leur travail antérieur, certaines femmes algériennes ont créé leurs entreprises pour avoir un emploi stable (Gheddache et Tessa, 2012; Gheddache, 2016). En effet, pour ces femmes l'entrepreneuriat est vu comme un moyen de rupture avec leur situation d'inactivité (sortir du chômage) ou de marginalisation dont elles peuvent être victimes, surtout avec l'instabilité du marché de l'emploi en Algérie et la qualité des emplois précaires proposés aux femmes.

Enfin, certaines femmes de cette catégorie pourraient être amenées à entreprendre dans la mesure où elles chercheraient à créer une entreprise dans leurs domaines de compétences spécifiques (l'artisanat par exemple). Ces derniers étant difficilement employables sur le marché du travail algérien¹⁵. Les femmes se voient obligées de choisir l'entrepreneuriat comme alternative pour préserver leur savoir-faire, l'améliorer et voir le transmettre (Oufriha, 1998 ; Gheddache et Tessa, 2012 ; Gheddache, 2016).

Les femmes entrepreneures de cette catégorie peuvent être assimilées à des entrepreneures par nécessité étant donné qu'elles ont été poussées à entreprendre, majoritairement, par des facteurs négatifs (insatisfaction dans l'emploi, défaillance du marché de l'emploi qui n'intègre pas certaines activités....).

2.1.3. Être autonome

Cette catégorie peut être scindée en deux sous-catégories. D'une part, certaines femmes entrepreneures algériennes peuvent être amenées à entreprendre en vue d'avoir une «autonomie financière» vis-à-vis de leurs pourvoyeurs (conjoint, parents...); elles créent leurs entreprises pour subvenir à leurs besoins financiers. Cette sous-catégorie peut être aussi, assimilée à celles dont les femmes entreprennent « juste pour avoir un revenu».

D'autre part, à la différence de cette première sous-catégorie, d'autres entrepreneures algériennes sont essentiellement motivées par une «autonomie décisionnelle». Les femmes de cette deuxième sous-catégorie sont majoritairement des anciennes salariées ou fonctionnaires. Ces femmes sont des femmes ambitieuses et cherchent, désormais, à être leur propre patron et à gagner autrement leurs vies (Slamani et al, 2017; OIT, 2017).

¹⁵Oufriha (1998) dans son étude a affirmé que l'entrepreneuriat féminin est apparu à la suite de la difficulté d'entrée sur le marché salarial pour certaines femmes.

2.1.4. Innover

Cette catégorie est minoritaire en Algérie. Elle regroupe les femmes qui ont entrepris suite à une innovation. Elles sont ambitieuses et c'est la volonté de sortir de l'ordinaire qui les a poussées à créer leurs projets. Ces derniers, ont été mûrés grâce aux formations et aux expériences qu'ont eu leurs créatrices (dans le domaine de la technologie par exemple). Elles sont donc des entrepreneures par opportunité (au sens de Shumpter).

D'autres types de motivations à l'entrepreneuriat féminin ont été également cités par d'autres chercheurs. Tel est le cas de la volonté de concilier vie privée/vie familiale; l'existence d'un membre de la famille entrepreneur, l'épanouissement personnel et confiance en soi, la reconnaissance sociale ou encore l'altruisme (Dif, 2010; Ben makhoul, 2014; Gheddache et Tessa, 2012; Ouchalal, 2015; Gheddache, 2016; Slamani et al, 2017).

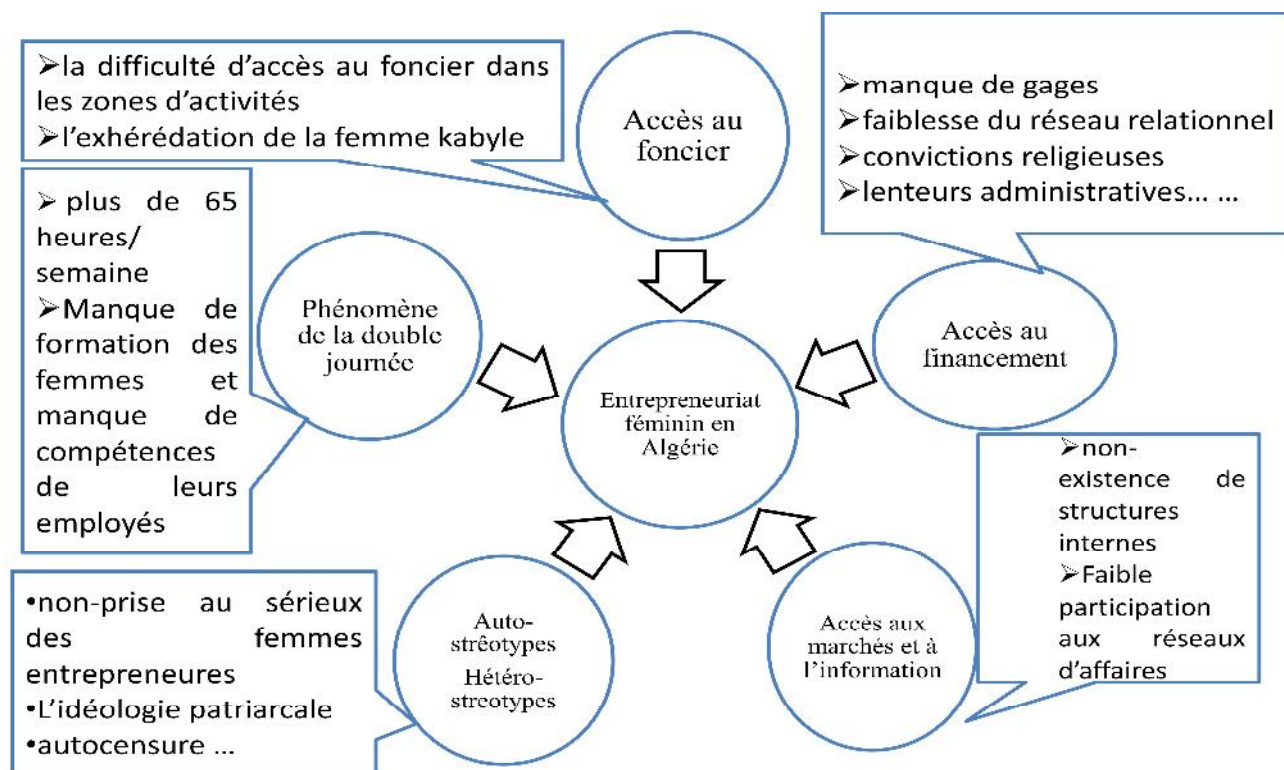
Slamani et al (2017) dans leur étude sur les facteurs de motivation des femmes entrepreneures en Algérie ont indiqué qu'il existe une différence dans les motivations des hommes et des femmes à entreprendre. En effet, les hommes sont beaucoup plus portés par des facteurs «pull» (avoir plus de revenu, exploiter une opportunité d'affaire, détection d'un nouveau marché...). Ils sont de ce fait, majoritairement des entrepreneurs par opportunité. A contrario, les femmes sont beaucoup plus touchées par des facteurs «push» (insatisfaction dans l'emploi précédent, désir de reconnaissance sociale...). Elles sont donc des entrepreneures par nécessité.

Cette différence dans la nature des motivations des femmes et des hommes peut trouver justification, dans l'environnement socioculturel dans lequel évoluent les deux genres, et aussi dans le phénomène de socialisation de ceux-ci. Dans la société algérienne, comme dans toutes les sociétés maghrébines et conservatrices, les hommes, depuis leur jeune âge, sont orientés vers le monde extérieur (jouer dehors, participer à des jeux très compétitifs, assister aux comités de village « ajma3t » ...) et ainsi ils ont acquis des facultés dans le sens de la prise de risque, de prise d'initiative, d'innovation et du développement de leur sens de l'opportunité. Alors que les femmes, depuis leur jeune âge, sont orientées vers le monde intérieur (rester à la maison et aider leur mère dans les tâches ménagères) et ainsi leur capacité à détecter des opportunités se voient réduites tout comme leur désir de prendre des risques, pire encore elles ont développé des aversions au risque. Ce qui les pousse à rester dans les activités informelles ou encore dans le salariat. Dans ce même ordre d'idées, Bel (2009) avait écrit que *«la pesanteur de l'inconscient collectif peut amener certaines femmes à se détourner des opportunités de l'entrepreneuriat, car elles doutent de leur capacité»*.

2.2. Les obstacles à l'entrepreneuriat féminin en Algérie

Nombreuses sont les entraves que rencontrent les femmes entrepreneures algériennes dans leur quête entrepreneuriale. Du recensement des écrits sur la question (Benghabrit et Rahou, 2006; Taya, 2008; Boughanem, 2008; Dif, 2010; Metaiche, 2013; Gheddache, 2016, OIT, 2017), nous avons énuméré cinq obstacles très prégnants.

Figure 14: Les obstacles de l'entrepreneuriat féminin en Algérie



Source : Elaboré par nos soins

Suivant leur degré d'influence sur l'activité entrepreneuriale féminine en Algérie, ces obstacles sont: La difficulté d'accès à un crédit ou à un financement; la difficulté d'accès à l'information et aux marchés, la persistance de certains préjugés et stéréotypes sociaux; la difficulté de concilier vie professionnelle et vie familiale et enfin, l'accès difficile au foncier. Néanmoins, ce classement peut être interchangeable. En effet, ces contraintes sont tributaires des caractéristiques des entreprises féminines créées (taille, secteurs d'activité, localisation, le marché visé...). Ainsi, ces obstacles sont plus persistants dans le secteur de l'artisanat et dans les marchés à forte concurrence.

Il y a lieu de constater que la majorité des entraves que rencontrent les femmes entrepreneures sont d'ordre économique plus que socio-culturel. Ce qui dénote d'une amélioration des conditions sociales et des mentalités en Algérie.

Nous signalons que ces cinq difficultés sont reliées entre elles et que chacune peut intégrer en elle-même d'autres difficultés, que nous avons nommées des sous-difficultés, étant donné qu'elles vont de pair avec les cinq grandes difficultés.

2.2.1. L'accès au financement¹⁶

Par peur du risque, par leur manque de gages¹⁷ et/ou d'expérience dans le domaine des finances et de gestion¹⁸, par la faiblesse de leur réseau relationnel¹⁹ ou encore par des convictions religieuses²⁰, les femmes entrepreneures algériennes sont relativement réticentes envers le financement externe. Elles sont amenées alors, à investir de faibles montants au démarrage et à avoir principalement recours à l'épargne personnelle, ou à des prêts informels auprès de leur entourage, plutôt qu'à des prêts bancaires.

Dans la phase de développement de leurs entreprises, les femmes algériennes rencontrent davantage de difficultés d'accéder au financement. En effet, à ce stade, et comme l'a révélé l'étude de Tahir-Métaiche (2013), les femmes engagent majoritairement leurs épargnes personnelles ou les recettes de leurs entreprises.

Mieux encore, la réticence des banques envers les projets portés par les femmes et la limitation du financement accordé par les dispositifs publics d'aide à la création d'entreprises

¹⁶ Il convient de dire qu'en Algérie, il n'existe pas de loi interdisant l'accès des femmes au crédit, ni même de discrimination de genre dans l'accès aux services offerts par les institutions financières. La seule discrimination quant à l'octroi des crédits s'effectue uniquement sur la base de la viabilité du projet. Selon le rapport de l'OIT (2017) sur le développement de l'entrepreneuriat féminin en Algérie, l'initiative de création du fond d'investissement et d'appui à la création d'entreprises (PME) initiée et lancée par le FCE, à savoir le JILFCE, à la fin de l'année 2015 avec un montant de 1 milliard de DA, pourrait combler le problème de financement que rencontrent tous les entrepreneurs, y compris les femmes entrepreneures. Cet instrument est devenu opérationnel depuis la mise en place du compte d'affectation spéciale n° 302-124 intitulé «Fonds national de mise à niveau des PME, d'appui à l'investissement et de promotion de la compétitivité industrielle » (article 19 de la loi n° 17-02 du 10 Janvier 2017 portant loi d'orientation sur le développement de la PME).

¹⁷ Les femmes algériennes sont rarement propriétaires de biens hypothécables qu'elles peuvent offrir en garantie (Boughanem, 2008 : p86)

¹⁸ Comme l'a souligné Gheddache (2016 : p5) dans sa recherche sur les motivations des femmes entrepreneures en Algérie. Suite aux manques de connaissances des femmes algériennes dans le domaine des finances, elles n'arrivent pas à estimer précisément le coût du projet. De plus, elles considèrent que leurs moyens propres restent insuffisants. Elles décident donc d'attendre quelques temps encore de sorte à accumuler une épargne suffisante. Ce qui retarde leur lancement dans l'entrepreneuriat

¹⁹ Les femmes entrepreneures algériennes n'ont pas beaucoup de contact avec l'extérieur et ignorent les crédits bancaires ou hésitent à en demander (Gheddache, 2016 : p5)

²⁰ Influencées par leurs convictions religieuses, certaines femmes algériennes évitent de recourir au crédit bancaire pour lancer leurs entreprises. Elles estiment que les intérêts qui accompagnent le crédit bancaire sont «Haram» donc inacceptables (OIT, 2017 : p40)

aux entrepreneures initialement chômeurs, constituent d'autres freins pour l'accès des femmes entrepreneures au financement.

La contrainte du financement est intimement liée à celle des lenteurs administratives, des méandres bureaucratiques ainsi qu'à celles des charges fiscales. Ces sous-difficultés, accentuées par le manque de transparence et la rigidité du cadre juridique dissuade les entrepreneures algériennes de sortir du secteur parallèle (Assela, 2006; Taya, 2008; Métaiche, 2013; Gheddache, 2016).

2.2.2. L'accès au marché²¹ et à l'information

Pour les très petites entreprises (TPE) l'accès à l'information est capital pour leur réussite. Néanmoins, les moindres moyens (matériels et humains) et la non-existence de structures internes (conçues pour collecter l'information) entravent les entreprises féminines quant à la réception de l'information.

Les femmes entrepreneures en Algérie, lors de leur intégration sur un marché donné, se heurtent à deux niveaux de difficultés. D'un côté, et à la différence des résultats de recherche de Métaiche (2013)²², l'existence de barrières à l'entrée pour les nouveaux entrepreneurs (particulièrement les femmes), telle que la concurrence déloyale, qui est pratiquée majoritairement par les entrepreneurs de la gent masculine²³. D'un autre côté, la localisation et l'éloignement qui profitent aux revendeurs ayant une bonne position sur les circuits de distribution.

Comme le souligne l'OIT (2017), les entrepreneures algériennes estiment qu'il est beaucoup plus facile de créer son entreprise que d'acquérir l'information et d'accéder aux marchés.

²¹ L'accès au marché fait référence, particulièrement, à l'accès des femmes aux appels d'offres. Le marché des appels d'offres étant insuffisamment structuré, les femmes se trouvent évincées (Benghabrit et Rahou, 2006). En Algérie, il existe un magazine «BOSE» spécialisé dans les appels d'offres. Ces derniers, sont destinés uniquement aux grandes entreprises. L'article 25 de la loi n°17-02 du 10 Janvier 2017, prévoit que l'Etat et ses institutions veillent à soumettre une proportion des marchés publics à une concurrence inter PME. Dont un quota de 25% est réservé aux bénéficiaires ANSEJ. Cette disposition pourrait aider les femmes entrepreneures algériennes disposant de PME compétitives à s'accaparer de quelques parts de marchés.

²² Métaiche dans son étude atteste que les femmes algériennes n'ont jamais ressenti de la discrimination dans leurs activités, que ce soit de la part des différentes administrations, des banques ou mêmes de la part de leurs fournisseurs ou leur clientèle.

²³ L'OIT (2017: p40), a souligné dans son rapport sur l'évaluation du développement de l'entrepreneuriat féminin en Algérie que *«les femmes affirment que la concurrence sur le marché n'est pas faite sur les prix ou sur la qualité, mais elle est le fait de pratiques déloyales par des acteurs qui contrôlent le marché... le sentiment d'être écarté des soumissions de marchés par des pratiques déloyales, faites par les entrepreneurs de sexe masculin»*.

La difficulté d'accès des femmes algériennes à l'information engendre une sous-difficulté, celle-ci est liée à la faible participation de ces femmes aux réseaux d'affaires²⁴. En fait, cette sous-difficulté est perçue, par Gheddache et Tassa (2012), comme un handicap majeur pouvant se traduire par la perte d'opportunités d'affaires (la formation, l'information et l'accompagnement financier...). Contrairement aux conclusions de ces deux auteurs, Métaiche (2013) conclut, qu'avec le développement des technologies d'information et de communication (TIC), les femmes entrepreneures algériennes rencontrent moins de difficultés d'accéder aux réseaux d'affaires et ainsi d'en bénéficier des avantages qu'ils procurent²⁵.

2.2.3. Les auto-stéréotypes et les hétéro-stéréotypes²⁶

Nonobstant les progrès qu'a connus le statut de femme en Algérie²⁷, progrès juridiques et institutionnels, les femmes entrepreneures algériennes ont encore du mal à transcender certaines contraintes d'ordre socioculturel. Les «hétéro-stéréotypes» sociaux vont dans le sens de non-prise au sérieux des femmes entrepreneures, du doute dans leurs capacités managériales, de la réfraction «informelle»²⁸ des banques envers elles et aussi dans la

²⁴ Les études empiriques ont dévoilé l'importance du rôle que pourront jouer les réseaux d'affaires comme catalyseur dans l'apprentissage entrepreneurial. Les apports de Starr et Yudkin, 2002 cité in Métaiche, 2013: p19, insistent sur l'importance de ces réseaux tant pour les hommes que pour les femmes entrepreneurs sans y déceler de différence notable selon le genre

²⁵ Cette différence dans les deux conclusions peut s'expliquer par la nature de l'échantillon étudié, le profil des entreprises enquêtées (taille, l'âge, localisation et secteur d'activité) et le profil des femmes entrepreneures (niveau d'instruction, expérience professionnelle...), et aussi la période dont sont réalisées les deux recherches. En effet, l'échantillon de Métaiche est tiré de la base de données de l'association pour l'accompagnement des femmes entrepreneures Algérienne «SEVE» (savoir et vouloir entreprendre). c'est un échantillon de 36 femmes, elles activent dans les wilayas d'Alger, Oran, Tlemcen, Annaba, Tizi-Ouzou et Sidi Bel Abbes. Les femmes enquêtées sont davantage présentes dans les prestations de service (Informatique-Internet-Télécom, Communication-Relation presse, Juridique-Fiscal, Audit-Conseil-Consulting...). L'étude de Tessa et Gheddache a été réalisée sur un échantillon de 20 femmes activant dans la wilaya de Tizi-Ouzou uniquement, elles activent majoritairement dans les services ou la petite industrie. Et elles n'ont pas intégré la SEVE ni aucune autre association d'entrepreneures.

²⁶ Ces stéréotypes sont nourris dès l'enfance au sein de la famille (Medouni et Bedrani, 2015 ; El ghazi, 2015). Une étude faite par une neurobiologiste sur des jeunes enfants des deux sexes a confirmé l'influence du contexte socio-éducatif et culturel, nourri par les préjugés, sur les performances des garçons et des filles. « *La pesanteur de cet inconscient collectif peut certainement amener un certain nombre de femmes à se détourner des opportunités de l'entrepreneuriat, car elles doutent de leur capacité en la matière* » (Bel, 2009).

²⁷ Comme le note Kamel Kateb (2015) dans son essai sur l'émergence des femmes dans le Maghreb : « *les femmes bénéficient des droits fondamentaux. Néanmoins, l'ordre social et religieux ne lâche que partiellement est seulement lorsqu'il est contraint* ». Ce constat, est plus que vrai en Algérie, en effet, l'émergence des femmes dans le marché du travail salarié, formel, était la résultante de la dégradation de la situation économique du pays au cours des années 80. Ce scénario tend à se reproduire avec la situation de crise que traverse le pays actuellement. Mout d'encouragements vont au profit de l'entrepreneuriat féminin et son émergence.

²⁸ Au niveau de la loi algérienne, il n'existe aucune discrimination de genre lors de l'octroi des crédits ou des services financiers. Néanmoins, au niveau de la pratique, certains banquiers ont tendance à sous-estimer les projets portés par les femmes entrepreneures algériennes. Ces projets étant de petite taille et peu mûrés.

difficulté qu'ont ces femmes de conclure certaines affaires²⁹ (Ben Ghebrit et Rahou, 2006 ; Taya, 2008; Dif, 2010; Debih, 2015).

L'idéologie patriarcale n'encourage pas les femmes à participer pleinement à la vie socioéconomique et publique. Celles-ci sont perçues comme préservatrices des valeurs et de l'honneur de leurs familles et de leurs conjoints. En effet, le concept de bonne réputation des femmes, et par ricochet celle de leurs familles ou belles familles, est l'une des principales valeurs dans la société algérienne. Cette mentalité lègue aux femmes algériennes un statut de «mineur» vis-à-vis de leurs droits. De plus, le phénomène de socialisation (éducation reçue, religion...) de la femme algérienne a fait que l'homme soit le pourvoyeur de la famille et le responsable sur la sécurité et les actes de la femme. Résultat, cette dernière, a toujours besoin de l'autorisation d'un tuteur mâle (père, frère, mari...) pour tout acte social ou économique (déplacement, usage des ressources pour développer une activité...) (Bourdieu, 1998; Nader, 2001; Boughanem, 2008; bel, 2009; Dif, 2010; Debih, 2015; El Ghazi, 2015; OIT, 2017).

Plus grave encore, certaines femmes se sont appropriées ces valeurs et elles les font perpétuer. Mieux encore, elles s'autocensurent quant à la participation aux activités économiques, travail salarié ou entrepreneuriat; elles ont une aversion au risque et se restreignent sur l'activité domestique informelle (Boufnik, 2010; El ghazi, 2015, Medouni et Bedrani, 2015). C'est ce que nous avons nommé les « auto-stéréotypes »³⁰.

Métaiche (2013 : p20) dans son étude sur le profil des femmes entrepreneures en Algérie, a réfuté l'hypothèse de l'autocensure liée au contexte socioculturel en Algérie. Elle a indiqué que *«le climat des affaires et le contexte social algériens sont moins discriminatoires qu'on a tendance à le croire, ce constat nous mène à révéifier l'hypothèse qui stipule que la culture algérienne considère l'entrepreneuriat comme activité masculine réservée qu'aux hommes, est à examiner»*. Effectivement, avec la généralisation de l'enseignement³¹ et l'accès des femmes à la formation professionnelle et au travail salarié, plus encore, avec leur intégration dans l'entrepreneuriat formel et l'entrepreneuriat dans des domaines traditionnellement masculins, les discriminations de genre et les stéréotypes tendent à s'estomper en Algérie.

²⁹Les femmes entrepreneures algériennes trouvent du mal à conclure certaines affaires, du fait des difficultés de sortir le soir pour les diners d'affaires, Rencontrer des responsables ou visiter des salons et des foires à l'étranger (Ben Ghabrit et Rahou, 2006 ; Taya, 2008 ; Ben makhoulouf, 2014).

³⁰Les auto-stéréotypes renvoient à l'image de subordonnée, voire de mineur, que se donne une femme d'elle-même au sein de la société.

³¹Selon des études effectuées dans ce domaine, près du quart des entrepreneures possèdent des diplômes de l'enseignement secondaire et plus (Gheddache, 2016;Méaiche, 2013; El ghazi, 2015).

2.2.4. La conciliation vie privée/vie professionnelle³²

La conciliation vie privée/vie professionnelle est l'une des préoccupations notable des femmes entrepreneures algériennes. Ces dernières sont appelées à travailler dur pour assumer leur travail au sein de l'entreprise. En effet, elles consacrent, en moyenne, plus de 65 heures par semaine pour assumer les fonctions de leurs entreprises. (Taya, 2008; CRASC, 2009; Métaiche, 2013; Debbih, 2015). Elles sont, de ce fait, amenées à trouver une meilleure combinaison entre l'entretien de leur ménage (les tâches domestiques, les enfants...) et leur travail en tant qu'entrepreneures. Métaiche (2013) note ici que, cette combinaison semble être assumée mais des efforts post-scriptum doivent être fournis par les femmes entrepreneures algériennes. Ghiat (2013) et Debbih (2015) réfutent ce constat, en affirmant que les femmes entrepreneures algériennes trouvent davantage de difficultés pour concilier entre leurs tâches ménagères et leurs rôles d'entrepreneures. En effet, Ghiat s'est appuyé, pour affirmer ses constations, sur la non-implication des membres de la famille (les enfants mâles, les conjoints, les parents...) dans les tâches ménagères.

Les femmes rurales, par manque de commodités, et celles qui ont créé leurs activités étant célibataires et avec le changement de leur situation matrimoniale et les enfants qu'elles en ont eu, essentiellement les enfants en bas âge, rencontrent davantage de difficultés à concilier entre leurs responsabilités en tant que cheffe d'entreprise et l'entretien de leurs foyers (Métaiche, 2013; Ghiat, 2013; El ghazi, 2015, Debbih ; 2015).

Gheddache (2016), revient sur cette question en infirmant l'hypothèse selon laquelle les entrepreneures algériennes rencontreraient des difficultés à trouver une meilleure combinaison entre leur charge de travail entrepreneurial et leurs charges familiales. Cet auteur, renvoie ce constat à la taille réduite des entreprises créées par les entrepreneures algériennes ; à une bonne coopération entre la femme et sa famille (bonne répartition des tâches ménages entre les membres de la famille, conjoint coopérant...); ou encore, à la limitation du nombre des enfants au sein des couples, une pratique qui tend à se généraliser dans la société algérienne.

³²La question de la conciliation vie privée/vie professionnelle est fortement tributaire des caractéristiques des échantillons d'étude choisis (femmes rurales/femmes citadines; femmes instruites/femmes peu instruites; femmes faisant partie d'un réseau/ femmes n'ayant pas intégré un réseau d'entrepreneures; taille des entreprises enquêtées...). Ces caractéristiques détermineront si oui ou non, les femmes entrepreneures algériennes font face au problème de «la double journée».

Cette difficulté, nous amène à détecter deux sous-difficultés. Celle du manque de formation des femmes entrepreneures algériennes et celle du manque de compétences de leurs employés (équipe).

Par manque de formation des femmes entrepreneures, et comme le révèle le nombre d'heures hebdomadaires qu'elles consacrent à leurs activités, leurs compétences managériales sont insuffisantes. Ce constat a été également confirmé par Métaiche(2013), selon cet auteur, les entrepreneures algériennes, lors de la gestion de leurs entreprises, s'appuient essentiellement sur leurs perceptions et leurs intuitions personnelles plus que sur leurs compétences managériales. Dès lors, des formations spécifiques, en management, gestion d'entreprises, gestion financière, technique marketing..., sont donc d'une première importance pour ces femmes. Les études menées sur le sujet (Ben ghebrit et Rahou, 2006 ; Taya, 2008 ; CRASC, 2009; Métaiche, 2013; Ben makhlouf, 2014 et Debbih, 2015) ont affirmé que l'accès à la formation est l'une des principales préoccupations des femmes entrepreneures en Algérie.

Quant au manque de compétences et aux défaillances managériales des employés, la principale cause à pointer du doigt est celle du mode de recrutement auquel font appel ces femmes entrepreneures. En effet, d'après nos constatations et notre étude menée en 2014 sur les femmes entrepreneures dans la wilaya de Tizi-Ouzou, les femmes entrepreneures recourent essentiellement au recrutement des membres de leurs familles ou leurs proches, combien même ceux-ci manquent de qualifications managériales. En effet, ayant bénéficié du soutien moral et financier de leurs familles lors de la création de leurs entreprises, celles-ci se sentent redevables envers leurs familles et ainsi obligées de les recruter (Adnane, 2008; Benmakhlouf, 2014).

Puis vient l'insuffisance dans la formation pratique des universitaires et des diplômés de la formation professionnelle recrutés par le biais de l'ANEM, et enfin, la non disposition des femmes entrepreneures à former leurs équipes (Ben Makhlouf, 2014 ; Debbih, 2015).

2.2.5. L'accès difficile au foncier³³

La contrainte du foncier inhibe les femmes entrepreneures algériennes sur deux niveaux : d'un côté, la difficulté qu'ont ces femmes d'accéder au foncier dans les zones d'activités. En effet, combien même cette difficulté est propre à tous les entrepreneurs

³³La loi n° 17-02 du 10 Janvier 2017, prévoit dans son article 04 que les collectivités locales prennent des mesures, dans le sens des facilitations de l'accès au foncier et à l'immobilier convenant aux activités des PME. Ainsi qu'une réservation d'une portion des zones d'activités et des zones industrielles à celles-ci. Cela devrait aider les entrepreneurs, y compris les femmes entrepreneures à pallier au problème du foncier.

hommes et femmes, ces dernières semblent en être les plus affectées compte tenu de la petite taille de leurs entreprises.

D'un autre côté, nous avons en premier lieu la difficulté qu'ont les femmes à pénétrer le marché de la location. Comme il a été indiqué dans le rapport de l'OIT (2017), les petites entreprises créées, essentiellement, dans le cadre des dispositifs publics d'aide à la création d'entreprises (ANSEJ et CNAC) sont appelées à justifier d'un titre de propriété (terrain ou local) ou d'un contrat de location d'une durée de deux années et plus. La non-existence d'une réglementation concernant le marché de la location amène les locataires à subir les méandres des propriétaires³⁴, et la tradition algérienne qui exige du locataire le paiement d'une avance d'une annualité de location, ces femmes entrepreneures se voient donc déstabilisées voire freinées dans leurs activités.

En plus de ces deux niveaux de difficultés, nous avons jugé judicieux d'attirer l'attention sur un autre phénomène qui inhibe l'accès des femmes, particulièrement kabyles, au foncier.

Ce phénomène est celui du «principe de l'exhérédation de la femme kabyle³⁵», un principe adapté en 1748 et qui reconnaît à la femme kabyle ses droits à l'héritage excepté celui de la terre. Ce principe trouve justification dans la volonté de contrer le transfert d'une partie du bien familial (propriété de la terre) par le truchement du mariage de la fille. Ce statut juridique était conçu pour éviter l'installation d'un étranger, le futur gendre et puis sa lignée, sur une partie du patrimoine familial (Boulifa, 1925 ; Mahe, 2001 ; Adli, 2010).

³⁴ Les propriétaires des locaux, pour augmenter leurs intérêts, concourent à la modification des clauses des contrats de location sans préavis ni négociations. Résultat, les femmes se voient obligées de quitter le local. Chose qui nuit à leurs activités.

³⁵ Ce principe est survenu, suite à l'avènement de la Chariaa qui s'est greffée aux deux sources du droit coutumier Kabyle (Ilaada et taarfit), et qui avait apporté des remaniements quant à l'héritage des femmes, en leur attribuant un droit à l'héritage d'un prorata des terres de leur famille. En effet, suite aux alliances maritales entre les souverains de KouKou et les turcs et celle conclue entre Mohamed Eddebah (caïd du Sébaou) et la fille de Si Amar Ouboukhtouch, le droit d'héritage des terres accordé, par la loi musulmane, aux femmes a été considérée comme une menace pour la cohésion structurelle Kabyle (Boulifa, 1925 ; Adli, 2010). Rémond. M en 1927 avait donné à ce principe la traduction suivante : « *Quand la peste se déclara à Aït-Lahcène, les habitants de ce village se réunirent, dans un but d'intérêt général au lieu-dit DjeddiNabeth. Il fut convenu à l'unanimité et arrêté ce qui suit : quand un homme meurt sans postérité mâle, mais laisse soit des filles, soit des sœurs, une mère ou une veuve, à condition que celle-ci reste au domicile conjugal, le tiers de la succession du défunt leur est attribué...les femmes administreront les biens qui leur proviendront par l'une des deux voies sus énoncées comme bon leur semblera. Elles en disposeront de toutes les manières telles que la vente, etc..., et ce, sans contestation ou empêchement de qui que ce soit. Toutefois, si une femme se trouve mariée en dehors du village, celle-ci ne pourra rien emporter de la succession au domicile de son mari. Elle pourra seulement confier l'administration de sa part à qui elle voudra, à condition qu'elle-même soit majeure et que la personne choisie soit apte à la gérance. Si l'une des deux conditions (majorité et aptitude) fait défaut, l'administration des biens revient à la communauté* » (Mahe, 2001: p 69).

Actuellement, bien que la situation ait changé, la femme n'hérite pas de la terre dans bien des cas. En effet, et comme la souligné Ait Seddik (2013), pour ne pas léguer la parcelle de terre à l'héritière présumée, les membres de la famille hommes préfèrent lui accorder son équivalent en espèces ; Plus encore, même si certaines coutumes concèdent à la femme quelques droits en matière de propriété foncière, celle-ci se voit hésitée à les revendiquer de peur de mettre en péril sa renommée et nuire à ses avantages sociaux. Ce qui contribue de facto à démotiver les femmes kabyles quant à l'exploitation et l'investissement dans la terre. Et ainsi, à limiter leur participation à l'entrepreneuriat dans le secteur agricole par exemple.

Nonobstant des améliorations qu'ont apportées le droit algérien et le code de la famille (tiré de la Chariaa) dans l'accès des femmes à la propriété foncière, l'application effective de leurs dispositions (les dispositions du droit algérien et du code de la famille), n'est parfois qu'aléatoire. Les pratiques patriarcales et la patrilinearité³⁶ dans la succession, continuent à entraver les femmes dans leur accès à la vie économique et à l'entrepreneuriat (Ait Seddik, 2013; El ghazi, 2015).

En plus des facteurs motivant et/ou inhibant l'accès des femmes à l'entrepreneuriat en Algérie, qui sont généralement tributaires des caractéristiques des échantillons étudiés, nous allons présenter un autre facteur qui, à notre sens, est de première importance dans l'émergence et le développement de l'entrepreneuriat féminin en Algérie. Ce facteur est le cadre institutionnel et juridique où évolue ce phénomène.

2.3. Le cadre réglementaire et institutionnel de l'entrepreneuriat féminin en Algérie

Le cadre législatif et institutionnel algérien proclame l'égalité des genres quant à l'accès à l'entrepreneuriat (Boughanem, 2008 ; Métaiche, 2013). En effet, vis-à-vis de la loi algérienne l'accès au financement n'est aucunement soumis à une discrimination de genre. Femmes et hommes entrepreneurs disposent des mêmes droits devant les services financiers et les services d'appui à la création d'entreprises (Boughanem, 2008 ; Haddad et Zitoun, 2012; Hassani, 2014). Toutefois, dans la pratique et sur le terrain des transgressions à l'encontre des femmes persistent encore (Debbih, 2015, OIT, 2017).

Une discrimination positive ou l'approche genre (sensibilisation à la dimension du genre) dans les différents services d'appui à la création d'entreprises n'existe pas, combien

³⁶Les femmes ne jouissent du droit foncier que par l'intermédiaire de leurs parents du sexe masculin, de leur mari ou de leur fils.

même certaines catégories de femmes entrepreneures (rurales, ayant un niveau d'instruction faible...) rencontreraient davantage de difficultés (manque de garanties hypothécables, faible formation, indisponibilité de l'information...) lors de leur aventure entrepreneuriale. Exception faite du ministère de la solidarité et de la condition féminine qui encourage et valorise le potentiel des femmes dans la création et le développement d'entreprises. À travers, notamment, la création de l'Agence Nationale de Gestion du Microcrédit (ANGEM) pour stimuler l'entrepreneuriat à domicile des femmes rurales. Ce dispositif s'appuie sur le réseau de cellules de proximité de l'ADS (Agence de Développement Social) pour assurer ses actions. Néanmoins, ces dernières ne sont pas orientées vers l'accompagnement spécifique des femmes afin de les aider à pérenniser et développer leurs entreprises.

De nos jours, un guichet unique³⁷ BNA conçu pour le financement des projets portés par des femmes est mis en place. Toutefois, il est encore tôt pour se prononcer sur la contribution de ce guichet dans l'amélioration des prestations financières aux femmes entrepreneures.

Comme le note l'OIT (2017), les femmes entrepreneures algériennes sont insuffisamment informées et sensibilisées quant aux opportunités offertes par les nouvelles lois pour la promotion de l'entrepreneuriat. Cette contrainte serait adossée à la non-disposition des entreprises féminines algériennes de dispositifs d'accès à l'information. Plus encore, la culture de l'informel et la fuite du fisc qui sévit en Algérie poussent certaines femmes entrepreneures, malgré leur connaissance des réglementations, à éviter de déclarer leurs entreprises auprès des trois organismes d'immatriculation³⁸ des entreprises, CNRC³⁹, CAM⁴⁰, CNA⁴¹. Ou encore, et pour des raisons économiques, elles ne déclarent pas leurs employés⁴². En effet, les données de l'ONS (2013), 63,5% des entrepreneurs déclaraient ne pas payer aucune source d'impôt. Ce

³⁷En 2016, une convention a été signée entre le Forum des chefs d'entreprises (FCE) et la Banque Nationale Algérienne (BNA) portant la création d'un guichet dédié aux femmes chefs d'entreprises. Ce guichet peut être considérée comme le seul service financier destiné aux femmes entrepreneures actuellement en Algérie.

³⁸Les raisons qui empêchent les femmes entrepreneures algériennes d'immatriculer leurs entreprises sont les mêmes que celles citées dans le point concernant les problèmes d'accès au foncier, non disponibilité d'une propriété foncière (local ou terrain), forte spéculation dans le marché de l'immobilier et manque de transparence dans l'attribution des marchés.

³⁹Centre National du Registre de Commerce (CNRC) pour l'immatriculation des personnes physiques et morales; les immatriculés ont des registres de commerce.

⁴⁰Chambre de l'artisanat et des Métiers (CAM) pour l'inscription des artisans. Une carte professionnelle d'artisan leur est délivrée. Cette dernière, leur permet de bénéficier des réductions dans l'achat des matières premières pour faire fonctionner leurs entreprises artisanales. Et aussi de participer aux salons, foires et expositions

⁴¹Chambre Nationale d'Agriculture (CNA) pour l'inscription des agriculteurs, Une carte professionnelle d'agriculteur leur est délivrée. Cette dernière, leur permet de bénéficier des réductions dans l'achat des matières premières et aussi de participer aux salons, foires et expositions

⁴²Depuis 2015, l'Etat algérien a mis en place des mesures spécifiques pour contrer le problème de l'économie parallèle, tel est le cas de la mise en place d'un site internet pour réaliser la déclaration en ligne des employés. Néanmoins, les femmes entrepreneures, particulièrement celles qui ont une mobilité restreinte, semblent en être peu ou pas informées de l'existence de ces dispositions.

taux était encore plus prononcé pour les femmes entrepreneures, elles sont 85,8% à entreprendre dans le secteur informel.

Il est important de citer que les femmes entrepreneures algériennes ne se voient pas, légalement, obligées d'avoir l'accord de leur mari ou d'un tuteur mâle, lors de l'immatriculation de leurs entreprises (Haddad et Zitoun, 2012 ; OIT, 2017). Ces dernières sont majoritairement enregistrées en leurs noms (Ait Sellamat, 2013; Challal, 2017). Parfois même, elles enregistrent en leurs noms des entreprises appartenant à un membre de leurs familles mâles (conjoint, fils, frère...) ces derniers étant éligibles à l'immatriculation auprès de l'un des trois dispositifs cités plus haut (CNRC, CNA, CAM); c'est le cas des femmes entrepreneures «prête-noms». Ces états de faits, attestent de l'application de la constitution algérienne qui protège le droit de propriété des citoyens (homme ou femme sans discrimination) et selon laquelle les citoyens algériens disposent des mêmes droits de propriété.

Conformément au code de la famille algérien⁴³, fortement inspiré de la chariaa, les femmes ouvrent droit à l'héritage à l'instar de leurs homologues masculins. Néanmoins, la part allouée aux femmes n'est que la moitié de ce que reçoivent les ayant-droits masculins. Toutefois, sur le terrain les femmes sont souvent, par choix⁴⁴ ou par force, privées de ce droit.

La question du droit à l'héritage (l'héritage d'un foncier) est ici très importante dans la mesure où l'acquisition d'un bien hérité peut constituer une garantie hypothécable dans le cas où la femme décide de se lancer en entrepreneuriat en contractant un crédit bancaire (crédit de fonds de roulement, crédit d'investissement d'extension d'une activité existante...). L'héritage d'une entreprise familiale pourrait également inciter les femmes à entreprendre (Boughanem, 2008 ; OIT, 2017). Ainsi, le droit à l'héritage pourrait être perçu comme un facteur important dans l'émergence de l'entrepreneuriat féminin en Algérie.

Les motivations des femmes entrepreneures algériennes sont de l'ordre de quatre: la disposition d'un revenu, avoir un emploi de meilleure qualité, l'autonomie et l'innovation. Majoritairement, ces motivations sont de nature «push» (insatisfaction dans l'emploi précédent, désir de reconnaissance sociale...). Ainsi ces femmes sont des entrepreneures par nécessité.

⁴³ Même si le code de la famille a fait l'objet de quelques assouplissements en 2005, ce dernier demeure inflexible quant à la portion de l'héritage allouée aux femmes.

⁴⁴ Avec l'intégration massive des femmes algériennes dans le marché du travail, l'amélioration de leurs statut au sein de la société, l'amélioration de leur niveau de vie et d'éducation, certaines femmes tendent, d'elles même, à renoncer à l'héritage de leur parents. Jugé parfois très modeste pour être divisé entre un nombre importants d'héritiers.

Le nombre et l'ampleur des difficultés que nous avons descellées, accentuées par quelques disfonctionnements réglementaires (le droit à l'héritage) et socioculturels, attestent de plusieurs manquements quant à l'encouragement du phénomène entrepreneurial féminin en Algérie. En effet, par manque de culture entrepreneuriale chez les femmes algériennes ou par insuffisance voir inexistence d'accompagnement spécifique les concernant, beaucoup d'entre elles optent soit au retour au secteur informel, soit aux confinements dans les entreprises de très petite taille ou encore à l'abandon de leurs projets d'entreprises.

Les motivations des femmes algériennes à entreprendre et les obstacles qu'elles rencontrent ne suffisent pas pour rendre compte de la réalité de l'entrepreneuriat féminin en Algérie. En effet, de par sa qualité l'accompagnement que leur concèdent les différents organismes d'aide à la création d'entreprises peut contribuer à l'amélioration cette réalité.

Section 03 : Les organismes d'aide à la création d'entreprise et l'entrepreneuriat féminin en Algérie

L'insuffisance de disponibilité de statistiques fiables, les divergences des profils retenus par les organismes responsables d'immatriculation et de recensement des entrepreneurs (indépendants, commerçants, artisans, agriculteurs), le manque de coordination entre ces organismes et la non prise en compte des «prête-noms» rend la détermination, avec exactitude, du taux de l'entrepreneuriat féminin en Algérie relativement difficile. Ainsi nous étions obligées de nous accommoder des quelques statistiques disponibles.

Le taux de l'entrepreneuriat féminin selon les différents organismes est très faible, 12,8% (ONS, 2016), 7,5% (CNRC, 2017) et 10,1% (CNRC, CNAM et CNA, 2014), et ce comparativement avec celui des hommes⁴⁵, par rapport à la population féminine algérienne⁴⁶ ou encore par rapport à la population active⁴⁷. Toutefois, il conviendrait de signaler que ce taux était encore plus faible au courant de la décennie précédente, il était de l'ordre de 3,2% (CNRC, 2007). Cette revue à la hausse du taux de l'entrepreneuriat féminin (de 3,2% à 7,5% (CNRC, 2007-2017) est la résultante, en plus de l'amélioration du statut des femmes dans la société algérienne⁴⁸, d'une série d'encouragements de l'entrepreneuriat privé entreprise par

⁴⁵ Les hommes entrepreneurs en Algérie représentent : 87,4% (ONS, 2016), 92,5% (CNRC, 2017) et 89,9% (CNRC, CNAM et CNA, 2014) du total de la population des entrepreneurs.

⁴⁶ Les femmes représentent 49,32% de la population algérienne en 2016 (ONS, 2016).

⁴⁷ Les femmes algériennes représentent 20,4% de la population active dont 50,9% sont salariées et 17% des chômeuses avec 47,9% disposant d'un niveau d'instruction supérieur (ONS, 2016).

⁴⁸ Accès des femmes à l'éducation, au travail et au service de soins sans discrimination de genre.

l'Etat algérien depuis le programme d'ajustement structurel des années 90⁴⁹. Les femmes algériennes n'étaient pas en marge de ces encouragements et elles ont bénéficié, certes de manière pas égalitaire que les hommes, de tous les programmes d'accompagnement à la création d'entreprises.

A l'instar de ces organismes, des associations professionnelles visant l'accompagnement et l'encouragement des femmes algériennes à entreprendre ont vu le jour depuis la fin des années 90. Certaines femmes algériennes, à défaut de solliciter les dispositifs étatiques d'aide à la création d'entreprises, ont sollicité ces associations.

Dans cette section, nous allons présenter les différents organismes d'aides à la création d'entreprises mis en place par l'Etat algérien et les différentes associations professionnelles qui encouragent l'entrepreneuriat féminin. Et ainsi, voir la participation des femmes dans ces mêmes organismes.

3.1. Les femmes et les structures étatiques d'aide à la création d'entreprises en Algérie

Au début des années 1986, suite à la chute des cours du pétrole accentuée par une longue période de crise économique et politique, la population vivant au-dessous du seuil de pauvreté, dont une majorité féminine, fut estimée à 6,36 millions de personnes en 1995 (Louggar, 2011). Cependant, avec le boom pétrolier des années 2000 et la volonté affichée de l'Etat algérien de lutter contre le chômage récurrent (touchant beaucoup plus les femmes (40% en 1994) que les hommes), des structures étatiques d'aides à la création d'entreprises ont été mises en place. Ces structures sont: l'Agence Nationale de Soutien à l'Emploi des Jeunes (ANSEJ), la Caisse Nationale d'Assurance Chômage (CNAC) et l'Agence Nationale de Gestion du Microcrédit (ANGEM). Elles sont conçues pour le financement et l'octroi d'avantages à leurs bénéficiaires. Elles visent à aider les potentiels entrepreneurs dans la concrétisation de leurs projets d'entreprises dont le montant global ne dépassant pas 10 millions de dinars algériens. Quant aux grands investissements un autre dispositif d'octroi d'avantages a été mis en place; ce dispositif est l'Agence Nationale D'aide à l'Investissement (l'ANDI).

⁴⁹ Depuis l'ouverture économique des années 90, l'Algérie a affiché une volonté d'encouragement et d'ouverture à l'entrepreneuriat privé à travers un grand mécanisme de réforme des lois facilitant la création d'entreprises, cette volonté s'est consolidée après le boom pétrolier des années 2000. Ainsi, des organismes étatiques d'aide à la création d'entreprises ont vu le jour (ANSEJ, ANGEM, ANDI et CNAC). Toutefois, la question que se posent quelques chercheurs, actuellement, va dans le sens de l'efficacité de ces réformes et ainsi dit de ces organismes (Boughanem, 2008; Louggar, 2011 ; Firlas, 2012 ; Ben makhoul, 2014, Aknine et Ferfera, 2014).

3.1.1. L'Agence Nationale de Soutien à l'Emploi des Jeunes (ANSEJ)⁵⁰

L'ANSEJ a été mise en place en 1996. Elle est placée sous la tutelle du ministère du travail. C'est un dispositif d'accompagnement des jeunes créateurs d'entreprises, initialement chômeurs et âgés de 19 à 35ans⁵¹. Le processus d'accompagnement assuré par ce dispositif concerne les étapes de création et d'extension de l'entreprise. Il concerne des projets de création dont le coût global ne dépasse pas 10 Millions de dinars. Il accorde un prêt non rémunéré⁵² (sans intérêt) avec une bonification de 100% du taux d'intérêt bancaire. Le porteur de projet doit justifier d'un apport personnel de 1 à 2%, l'ANSEJ de 28 à 29% et une banque publique de 70%. L'apport personnel peut être, également de 71 à 72% dans le cas où le promoteur ne fait pas appel au crédit bancaire⁵³. A priori ce dispositif accorde des avantages à tous les entrepreneurs hommes ou femmes sans discrimination.

3.1.2.1. Les femmes bénéficiaires du dispositif ANSEJ

Sur 370 210 projets financés depuis la création de l'ANSEJ jusqu'au 30 Juin 2017, 37578 projets appartiennent aux femmes, soit un taux de 10% uniquement. Un taux similaire à celui du cumul de l'activité du dispositif jusqu'au 30/06/2016, avec une légère baisse de 0,01%.

L'intégration des femmes dans ce dispositif est faible. Ce constat peut être justifié par l'existence des conditions d'éligibilité, tel que la tranche d'âge (19-35 ans) là où la majorité des femmes continuent leurs études ou préfèrent travailler pour acquérir de l'expérience et éviter le risque du recours à un tel dispositif. Et aussi par l'existence du dispositif ANGEM qui est plus approprié aux activités choisies par les femmes⁵⁴.

Le tableau suivant indique la répartition par secteur d'activité des projets féminins dans le cadre du dispositif ANSEJ.

⁵⁰Créée en 1996, en application des dispositions de l'ordonnance n°96-14 du 24 juin 1996 et en raison de l'échec du dispositif d'insertion professionnel de jeunes, l'ANSEJ est une institution publique, c'est un organisme à caractère spécifique régi par les dispositions du décret exécutif n°96-296 du 8 septembre 1996. Devenu opérationnel depuis le deuxième semestre 1997, elle est chargée de l'encouragement, du soutien et de l'accompagnement des jeunes chômeurs, âgés entre 19 et 35ans, porteurs d'idées de projets de création d'entreprises. Pour d'amples informations sur le dispositif (fonctionnement, modalités de financement...) veuillez les consulter en Annexe 01.

⁵¹Lorsque l'investissement génère au moins 03 emplois permanents (y compris les jeunes promoteurs associés dans l'entreprise), l'âge du géant de l'entreprise pourra aller jusqu'à 40 ans.

⁵²Des prêts non rémunérés supplémentaires peuvent être accordés pour les véhicules-ateliers, les cabinets groupés et/ou la location du local.

⁵³Les banques ayant des conventions avec les trois dispositifs ANSEJ, CNAC et ANGEM sont les cinq banques publiques, à savoir, la BNA, la BEA, la BDL, la BADR et le CPA.

⁵⁴Des petites activités artisanales ou de services nécessitant de petits investissements.

Tableau 12: Répartition par secteur d'activité et par genre des projets créés par les bénéficiaires ANSEJ
(situation cumulée au 30/06/2017).

Secteur d'activité	ANSEJ			
	Projets financés	Hommes	Femmes	% des projets féminins
Agriculture	54147	51622	2525	5
Artisanat	42674	35362	7312	17
BTPH	32543	31826	717	2
Hydraulique	544	520	24	4
Industrie	24892	21352	3540	14
Maintenance	9391	9231	160	2
Pêche	1131	1115	16	1
Professions libérales	9699	5362	4337	45
Services	106288	88920	17368	16
Transport frigorifique	13385	12996	389	3
Transport de M/ses	56530	55821	709	1
Transport de voyageur	18986	18505	481	3
Total	370210	332632	37578	10

Source : Statistiques cumulées ANSEJ au 30/06/2017, MIM (2017)

Les projets féminins créés dans le cadre de l'ANSEJ sont dans le secteur des professions libérales (45%), suivi par l'artisanat (17%), les services (16%) et l'industrie (14%). Le transport (tous types confondus), l'agriculture, l'hydraulique, le BTP, la maintenance et la pêche ne représentent qu'un modeste pourcentage des créations féminines, leurs taux respectifs sont comme suit : 7%, 5%, 4%, 2%, 2%, et 1%.

La concentration des promotrices ANSEJ dans les fonctions libérales atteste que la majorité des femmes qui sollicitent ce dispositif ont un niveau d'instruction élevé (niveau universitaire). L'entrepreneuriat féminin dans le cadre de ce dispositif est donc l'aboutissement des formations qu'ont eu les femmes algériennes dans leur cursus universitaire.

3.1.2. La Caisse Nationale d'Assurance Chômage (CNAC)⁵⁵

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

3.1.2.2. Les femmes bénéficiaires du dispositif CNAC

Comme évoqué dans la section 01 du premier chapitre, depuis la création du dispositif CNAC jusqu'au 30/06/2016, 13050 femmes l'ont sollicité pour créer leurs entreprises, soit 9,6% uniquement sur un total de 135373 promoteurs CNAC. Ce taux de participation est très faible en comparaison avec celui des hommes. En effet, moins d'un projet sur 10 revient à une femme.

Nous pouvons avancer que ces constats peuvent être liés à l'existence des deux autres dispositifs ANSEJ et ANGEM que les jeunes entrepreneures ou les entrepreneures à domicile peuvent solliciter. Il y a aussi la tranche d'âge (30-50 ans) où les femmes pourraient être fonctionnaires ou salariées.

Le tableau suivant indique la répartition par secteur d'activité des projets féminins dans le cadre du dispositif CNAC.

⁵⁵A partir de 1994, la CNAC met en application le régime juridique d'indemnisation du chômage au profit des travailleurs salariés ayant perdu involontairement leur emploi pour des motifs économiques. A partir de 1998 et jusqu'en 2004, la CNAC a mis en œuvre les mesures actives destinées à la réinsertion des chômeurs allocataires, qui sont l'aide à la recherche d'emploi et l'aide au travail indépendant par un personnel spécialement recruté et formé par « les conseillers animateurs » dans des centres dotés d'infrastructures et d'équipements destinés à cette fin. Depuis 2004, en présence de faibles entrées à l'assurance chômage, l'activité de formation reconversion a été réorientée vers les besoins des chômeurs promoteurs et les entreprises qui s'inscrivent dans les mesures de promotion de l'emploi. Ainsi, Dans le cadre du plan de soutien à la croissance économique (PSCE), la CNAC s'est employée, à partir de 2004, en priorité, à la mise en œuvre du dispositif de soutien à la création d'activité par les chômeurs promoteurs âgés de 35 à 50 ans et ce jusqu'à Juin 2010. Dès 2010, de nouvelles dispositions ont permis à la population âgée de 30 à 50 ans d'accéder à ce dispositif offrant plusieurs avantages dont le montant global du seuil d'investissement qui est porté à 10 millions de DA au lieu de 5 millions de DA. Les promoteurs qui ont déjà leur activité peuvent augmenter leurs capacités de production de biens et de services. Pour d'éventuelles informations sur les conditions d'éligibilité les procédures et modalités de financement et accordées par ce dispositif veuillez les consulter en annexe.

Tableau 13: Répartition par secteur d'activité des projets créés par les bénéficiaires CNAC (situation cumulée au 30/06/2016)

Secteurs d'activité	CNAC		
	Projets financés	Projets féminins	% projets féminins
Agriculture	16548	1905	11,5
Artisanat	11130	2459	22,1
BTPH	8225	195	2,4
Industrie	11147	2273	20,4
Professions libérales	778	336	43,2
Services	29526	5035	17,1
Transport	58019	847	1,5
Total	135373	13050	9,6

Source : Statistiques cumulées CNAC au 30/06/2016, MIM (2016)

Avant de passer à l'interprétation des statistiques fournies par le ministère de l'industrie et des mines (MIM) concernant la répartition par sexe et par secteur d'activité dans le cadre du dispositif CNAC, depuis sa création jusqu'au 30/06/2016, nous tenons à signaler qu'il nous était possible d'utiliser le bulletin statistique du MIM de 2017, comme nous l'avons fait pour le dispositif ANSEJ. Mais, faute d'exactitude et de fiabilité des statistiques fournies quant au cumul de l'activité de la CNAC, nous avons préféré ne pas l'utiliser. Nous supposons que la colonne concernant le total des projets financés par la CNAC depuis sa création jusqu'au 30/06/2017 et celle concernant les projets féminins créés dans le cadre ce dispositif au cours de la même période, ont été inversées.

La répartition des projets financés par le dispositif CNAC, par secteur d'activité et par sexe est presque similaire à celle du dispositif ANSEJ. En effet, les bénéficiaires CNAC sont majoritairement présentes dans les fonctions libérales (43, 2%), suivi du secteur de l'artisanat (22,1%), puis, à la différence des bénéficiaires ANSEJ, les promotrices CNAC sont présentes à hauteur de 20,4% dans le secteur de l'industrie. Puis viennent les secteurs des services (17,1%), de l'agriculture (11,5%) et enfin, les secteurs du BTP (2,4%) et du transport (1,5%).

Comme pour les promotrices ANSEJ, la concentration des promotrices CNAC dans les fonctions libérales nous amène à conclure que la majorité des femmes qui sollicitent ce dispositif ont un niveau d'instruction élevé (niveau universitaire). Aussi, leur présence remarquable dans le secteur de l'industrie confirme qu'elles ont eu, en plus des formations suivies à l'université, des expériences professionnelles avant de solliciter ce dispositif.

Ainsi nous pouvons dire que l'entrepreneuriat féminin dans le cadre de ce dispositif est l'aboutissement des formations et des expériences professionnelles qu'ont eu les femmes algériennes en amont de l'entrepreneuriat.

3.1.3. L'Agence Nationale de Gestion du Micro Crédit (ANGEM)⁵⁶

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

L'ANGEM gère dans le cadre du microcrédit deux formes de financement allant du petit prêt de service (PNR⁵⁷ financé par l'ANGEM avec un plafond de (100 000 Da) Jusqu'au prêt plus important (ne dépassant pas 1 000 000 Da) faisant appel à un montage financier avec une banque publique. Chaque formule de financement de part ses spécificités, permet de financer certaines activités et intéresse par la même occasion une population particulière.

3.1.3.1. Les femmes bénéficiaires du dispositif ANGEM

Depuis sa création jusqu'au 30/11/2016, le dispositif du microcrédit (ANGEM) a connu un engouement de femmes algériennes. Elles représentent, en effet, 62,38% des bénéficiaires. En effet, sur un total de 790421 projets financés par l'ANGEM, 492919 reviennent aux femmes. Rien d'étonnant étant donné que ce dispositif a essentiellement permis la promotion de la femme rurale par l'encouragement de l'entrepreneuriat à domicile.

Les bénéficiaires ANGEM sont majoritairement présentes dans la formule de financement PNR-AMP, soit 67,13% des promotrices. Elles évitent le recours à la formule de financement triangulaire qui nécessite le recours au financement bancaire, seulement 18,29% des femmes ont fait recours à cette dernière formule. Ce constat se justifie par, le fait qu'en plus de lever la réserve du capital, qui est commune aux trois dispositifs, L'ANGEM lève aussi la réserve du registre de commerce. En fait, pour souscrire à la formule de financement PNR pour l'achat de la matière première, la femme entrepreneure n'est pas obligée de justifier d'un registre commerce. Ce qui procure à l'activité un caractère mi-formel-mi-informel.

⁵⁶Pour les projets de plus faible envergure un autre dispositif, plus accessible aux femmes a été mis en place à travers l'ANGEM. L'Agence Nationale de Gestion du Micro Crédit, créée par le décret exécutif N°:04-14 du 22/01/2004, représente un outil de lutte contre le chômage et la précarité visant le développement des capacités individuelles des personnes à s'auto prendre en charge en créant leur propre activité. Comme pour les deux autres dispositifs veuillez consulter l'annexe.

⁵⁷ Prêt Non Rémunéré pour l'achat de la matière première.

La répartition par secteur d'activités des projets féminins financés par ce dispositif est la suivante :

Tableau 14: Répartition par secteur d'activités des projets créés par les bénéficiaires ANGEM (situation cumulée à Mars 2017).

Secteurs d'activités	CNAC		
	Projets financés	Projets féminins	% projets féminins
Agriculture	111758	31229	27,94
Artisanat	137538	123332	89,67
BTPH	67321	5231	7,77
Très petite industrie	305265	272963	89,42
Pêche	784	54	6,89
Services	164716	59725	36,26
Commerce	3039	385	12,67
Total	790421	492919	62,36

Source : Statistiques cumulées ANGEM 2017.

Comme les deux dispositifs précédents, la répartition des bénéficiaires ANGEM montre des disparités sectorielles. Ces bénéficiaires sont présentes en masse dans les secteurs de l'artisanat (89,67%) et de la très petite industrie (89,42%). Suivis des deux secteurs des services (36,26%) et de l'agriculture (27,94%). Les secteurs du commerce, BTP et pêche sont les derniers du classement avec 12,67%, 7,77% et 6,89% respectivement. Cette répartition sectorielle inégale, avec un penchant vers les secteurs traditionnellement féminins, s'explique par la catégorie des entrepreneures visées par l'ANGEM, à savoir des femmes rurales qui entreprennent à domicile.

3.1.4. L'Agence Nationale de Développement de l'investissement (ANDI)

Créée dans le cadre des réformes engagées en Algérie durant les années 1990, l'ANDI, initialement APSI⁵⁸, s'est vue confier les missions de facilitation, de promotion et d'accompagnement de l'investissement. Elle est conçue pour octroyer des avantages fiscaux à ses promoteurs. Elle englobe deux régimes d'octroi d'avantages, à savoir :

- Un régime général applicable aux investissements courants réalisés en dehors des zones à promouvoir;

⁵⁸ Agence de Promotion, de Soutien et de Suivi de l'Investissement de 1993 à 2001.

- Un régime dérogatoire applicable aux investissements courants réalisés dans les zones à promouvoir et /ou présentant un intérêt particulier à l'Etat.

Pour plus d'efficacité et pour faciliter les procédures administratives relatives au projet d'investissement. L'ANDI a mis en place, sur tout le territoire national, un «guichet unique» décentralisé. C'est une structure qui regroupe les représentants locaux de l'ANDI et les organisations et administrations concernées par l'acte d'investissement (Registre de commerce, impôts, douanes, foncier ...).

3.1.4.1. Les femmes bénéficiaires du dispositif ANDI

Depuis sa création jusqu'à la fin de l'année 2014, le dispositif ANDI a financé pas moins de 3280 projets féminins. En comparaison avec les statistiques obtenues dans les autres dispositifs, nous constatons que le nombre de femmes qui sollicitent l'ANDI est très faible. Cela dénote de leur manque d'intérêts pour le grand investissement. Mais aussi de la persistance de certains stéréotypes qui voient l'accès au monde des affaires, particulièrement le grand investissement, comme l'apanage des hommes.

Faute de disponibilité des statistiques par secteurs d'activité et par genre nous ne saurons présenter la répartition sectorielle et genrée des promoteurs de ce dispositif.

En plus de ces quatre dispositifs, l'Etat algérien a mis en place d'autres organismes conçus pour la promotion et l'accompagnement des entreprises, tel que le conseil national de l'investissement (CNI)⁵⁹, le fonds de garantie des crédits aux PME (FGAR)⁶⁰, le fonds de caution mutuelle (FCM), la caisse de garantie du crédit d'investissement (CGCI-PME)⁶¹, l'agence

⁵⁹ Le CNI est créé depuis 2001, ce conseil a pour mission de promouvoir le développement des investissements.

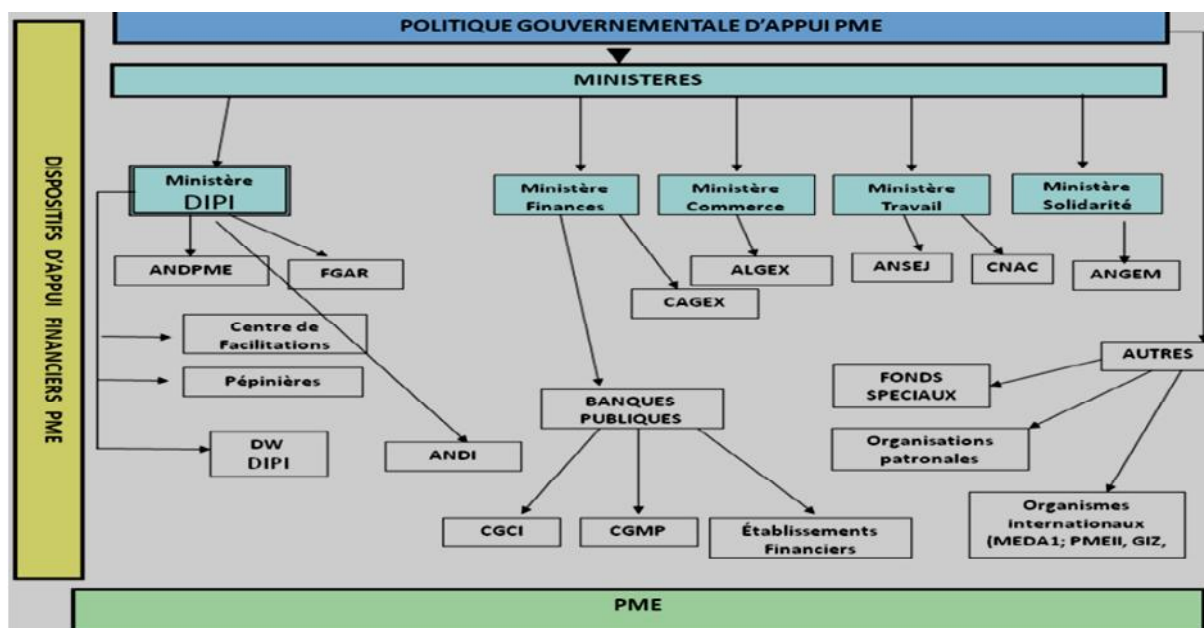
⁶⁰ Le FGAR est une institution publique, conçue pour faciliter l'accès des PME aux financements bancaires lors du lancement de projets de création ou d'extension d'activité, en accordant des garanties de crédits aux banques, dans le but de compléter le montage financier des projets. La garantie FGAR vient en complément des garanties réelles exigées par la banque auprès de ses clients pour la mobilisation des crédits octroyés. Cette garantie comble l'insuffisance des garanties immobilières et nantissement des équipements et dans certains cas les remplacent. Le montant minimal de la garantie par projet est de 5 millions DA et le montant maximal est de 50 millions DA. Ce dernier, désigne la garantie accordée et non le coût du projet. La garantie n'est offerte qu'après analyse du projet par le FGAR. La garantie définitive ne peut être octroyée qu'après la notification de l'accord de financement au promoteur par la Banque (MIM, 2013 ; MIM, 2014).

⁶¹ La CGCI-Pme est une institution publique mise en place pour soutenir la création et le développement de la PME en lui facilitant l'accès au crédit. Elle a pour vocation la couverture des risques liés aux crédits d'investissement consentis aux Pme. Elle couvre les risques d'insolvabilité, encourus par les banques, sur les crédits consentis aux Pme et complète les autres dispositifs d'aide au financement bancaire de la Pme constitués par le FGAR et le fonds de caution mutuelle (FCM). La limite de la garantie est plafonnée à 250 Millions de DA pour un montant maximum du crédit de 350 millions de DA. La garantie n'est offerte qu'après analyse du projet par la CGCI. La garantie définitive ne peut être octroyée qu'après la notification de l'accord de financement au promoteur par la Banque (MIM, 2014).

nationale du développement de la PME (ANDPME), les pépinières d'entreprises⁶² et les centres de facilitation des PME⁶³. Tous ces organismes sont conçus pour l'accompagnement des entreprises sans discrimination de genre mais aussi sans s'adapter aux besoins particulier des entrepreneurs, homme ou femme.

La figure ci-dessous présente les différents dispositifs d'appui aux PME⁶⁴ en Algérie

Figure 15: Les dispositifs d'appui aux PME en Algérie



Source : Dispositif d'appui aux PME en Algérie pour la période 2005-2014 (Debbih, 2015 : p09)

⁶²Les pépinières d'entreprises instituées depuis 2003, sont des structures d'accueil et d'hébergement durant une période limitée des entreprises naissantes qui bénéficient d'un coaching personnalisé (MIM, 2013).

⁶³Les centres de facilitation des PME mis en place depuis 2003, ont pour mission d'informer, d'orienter et d'accompagner les porteurs de projet pour la maturation de leurs projets et de les accompagner pour la formalisation de la création de leur entreprise (MIM, 2013).

⁶⁴Selon la loi 17-02 du 10 Janvier 2017 relative aux PME, une PME est définie, quel que soit son statut juridique, comme étant une entreprise de production de biens et/ou de services, employant 1 à 250 personnes dont le chiffre d'affaires annuel n'excède pas 4 milliards de dinars algériens (DA) ou dont le total du bilan annuel ne dépasse pas 1 milliard de DA et qui respecte le critère d'indépendance (une entreprise dont le capital n'est pas détenu à 25% et plus par une ou plusieurs autres entreprises ne correspondant pas à la définition de la PME). Le nombre de personnes correspondant au nombre d'unités de travail-année (UTA), c'est-à-dire au nombre de salariés employés à temps plein pendant une année. Le travail partiel ou le travail saisonnier étant des fractions d'unité de travail-année.

La moyenne entreprise est définie par la même loi, comme une entreprise employant de 50 à 250 personnes et dont le chiffre d'affaires annuel est compris entre 400 millions de DA et 4 milliards de dinars algériens ou dont le total du bilan annuel est compris entre 200 millions de DA et 1 milliard de DA algériens. La petite entreprise est une entreprise employant de 10 à 49 personnes et dont le chiffre d'affaires annuel ne dépasse pas 400 millions de DA, ou dont le total du bilan annuel n'excède pas 200 millions de DA. La très petite entreprise «TPE» est une entreprise employant de 1 à 9 personnes et réalisant un chiffre d'affaires annuel inférieur à 40 millions de dinars algériens, ou dont le total du bilan annuel ne dépasse pas 20 millions de dinars algériens.

Depuis Janvier 2017, un nouvel établissement public à caractère spécifique a été mis en place. Le dit établissement est dénommé «L'agence», il est conçu pour promouvoir l'émergence, la croissance et la pérennisation des PME et ce à travers l'amélioration de la qualité, la promotion de l'innovation et le renforcement des compétences et des capacités managériales des PME. Pour le fonctionnement de cet établissement les organismes suivants ont été créés:

Un «Fonds national de mise à niveau des PME, d'appui à l'investissement et de promotion de la compétitivité industrielle»; des structures locales rattachées à cet établissement, telles que, les centres d'appui et de conseil à la PME et les pépinières d'entreprises; des fonds de garantie des crédits et des fonds d'amorçage auprès du ministère chargé de la PME. Ainsi qu'un « Conseil national de concertation pour le développement de la PME».

Cet établissement vise également à mettre en place un système d'information sur les PME afin de servir aux autorités d'outil de prospective et d'aide à la décision. Les informations recueillies concerneront, entre autre, l'identification et la localisation des entreprises et leur taille, les secteurs d'activité des entreprises, la démographie des entreprises en termes de création, de cessation et leur modification d'activité ainsi que les différents indicateurs économiques qui caractérisent ces entreprises. Une fois encore, nous constatons que cet établissement vise l'amélioration et l'émergence des PME, sans discrimination aucune mais sans viser spécifiquement les PME portées par des femmes.

Les femmes entrepreneures en Algérie ne sollicitent pas toutes ces dispositifs. En effet, en plus des femmes qui activent dans le secteur informel, certaines d'entre-elles intègrent des réseaux professionnels pour améliorer leurs affaires.

3.2. Les réseaux⁶⁵ professionnels et les associations d'entrepreneures en Algérie

Hormis les dispositifs d'aide à la création d'entreprises, qui ne sont pas spécifiquement dédiés aux femmes entrepreneures algériennes, il existe actuellement plusieurs associations qui activent dans la promotion et le développement de l'entrepreneuriat féminin, nous citons quelques-unes d'entre-elles.

⁶⁵ Pour mener leur «révolution silencieuse» les femmes se mettent en réseaux Kateb (2015).

3.2.1. L'association Savoir et Vouloir Entreprendre (SEVE)

Elle est Fondée en 1993, elle s'appuie sur trois objectifs essentiels : la formation, l'information et l'incitation à la création d'entreprises féminines. Quant à sa mission principale, elle veille à promouvoir longuement des femmes dans le développement économique et social national et à faire émerger l'entrepreneuriat féminin en Algérie. Elle a 12 bureaux dans 12 wilayas du pays et compte plus de 200 membres. Elle est actuellement le premier cercle patronal féminin en Algérie.

La SEVE, finance⁶⁶ ses actions à partir des cotisations des adhérentes et de sponsoring. Elle est la première association à lancer, en 1999, le prix de la meilleure femme chef d'entreprise, qui est une action d'encouragement en faveur des opératrices économiques algériennes, tous secteurs confondus. Actuellement, le prix national de la femme entrepreneure «El MaraaTounchii» est lancé par le gouvernement algérien.

Nous pouvons citer à titre d'exemple trois « success-story »⁶⁷ qui sont membres de cette association à savoir :

- Mme Nadia Habes, à qui le FCEM (Forum des Chefs d'Entreprise Femmes) a discerné, en 2013 à Marrakech, le prix de la meilleure chef d'entreprise. Elle est entrepreneure dans le domaine de l'industrie pharmaceutique. Son entreprise emploie plus de 100 personnes pour un investissement de plusieurs millions d'euros.
- Mme Yasmina Taya-Ouzrout : Elle est la fondatrice, en 1993, de la dite SEVE, elle est actuellement sa présidente à titre honorifique. Elle est également, la gérante de la SARL «Hippone Motors».
- Mme Samira Hadj-Djilani: Elle dirige plusieurs associations, elle est auteur et co-auteur de plusieurs ouvrages, nous pouvons citer à titre d'exemple son ouvrage «l'Algérie, un monde à découvrir». Elle a lancé un des réseaux de femmes entrepreneures très actif en Algérie, à savoir, **le Réseau Algérien de Femmes d'Affaires (RAFA)**. Ce réseau vise à porter la voix des femmes entrepreneures algériennes auprès des autorités. Nous

⁶⁶L'article 27 de la loi 17-02 du Janvier 2017 sur les PME prévoit que l'Etat œuvre à l'encouragement et à l'appui, à travers une subvention ou une aide matérielle, des associations de TPE représentatives de cette catégorie, offrant des services spécifiques à ces TPE. Les associations et/ou groupements de PME visant l'amélioration de la compétitivité des filières d'activités, notamment, celles de la sous-traitance à travers la collaboration des différents acteurs qui interviennent dans le processus de fabrication d'un produit matériel ou immatériel ou d'un service depuis la recherche/développement jusqu'à la consommation finale. Certes, ces encouragements ne concernent pas les associations de femmes entrepreneures en particulier, mais elles en tirent profit.

⁶⁷Nous tenons à signaler que les noms de ces femmes, mis à part les présidentes et fondatrices de ses associations, ne figurent pas sur les sites de ses associations. La médiatisation des success-story algériennes n'est que très récente.

pouvons citer une entrepreneure «success-story» membre de ce réseau: c'est Mme Nawel Amoui: elle est l'une des quatre lauréates, en 2016, de la deuxième édition de Femme d'Avenir en Méditerranée (FAM). Elle est chef cuisinière et elle est engagée pour la mise en valeur du patrimoine gastronomique algérien auprès de la fédération algérienne des métiers de bouche.

3.2.2. L'association algérienne des femmes managers et entrepreneures (AME)

Elle est créée en Mai 2005. Elle vise à libérer les initiatives des femmes algériennes actives et porteuses de projets d'entreprise pour en faire des acteurs fiables de l'économie du pays. Elle compte près de 500 membres sur l'ensemble du territoire national. Elle vise à mettre en place une plateforme opérationnelle d'information et de communication avec le soutien de la banque africaine de développement (BAD) pour sortir du flou statistique dont souffrent les associations de femmes entrepreneures.

- Mme khadidja Bel-Hadi est l'initiatrice de cette association, elle est la première femme à investir le secteur du BTPH en Algérie, en 1998. Elle a créé son entreprise EDECOR pour l'installation des équipements sportifs. Elle a été proposée en 2009 pour faire partie des 100 femmes de l'année au niveau mondial.

En plus de ces deux associations, il existe d'autres associations de nature sectorielle et régionale pour la promotion et l'autonomisation des femmes, à savoir : l'association des femmes cadres algériennes (AFCARE), l'association des femmes algériennes pour le développement (AFAD), l'association des femmes en économie verte (AFEV), l'association nationale femmes et développement rural (ANFEDR) et ou encore DZ Women in technology⁶⁸.

A l'image de ces associations qui activent au niveau national, d'autres associations au niveau local jouent un rôle de première importance dans l'autonomisation des femmes, ainsi que leur incitation à l'entrepreneuriat. Nous pouvons citer l'association des femmes entrepreneures de la wilaya de Tizi-Ouzou et l'association pour la jeunesse innovatrice et de l'environnement (AJIE).

⁶⁸Elle est créée en 2014, elle a pour objectif, le transfert de savoir et savoir-faire pour stimuler l'investissement des femmes, essentiellement dans le domaine technologique et de l'innovation. Elle compte 223 étudiantes, chercheuses et cheffes d'entreprises. Elle est soutenue par des sponsors et entretient des relations collaboratives avec les institutions publiques.

Toutefois, même si ces associations déploient des efforts notables au plan, local et national, leur capacité d'intervention sur le terrain reste relativement faible. En effet, la faiblesse de leurs ressources limite la qualité des services d'accompagnement qu'elles offrent. Elles se limitent ainsi à des actions de « réseautage » et de sensibilisation périodiques.

3.3. Les stratégies nationales et coopération internationale pour le développement de l'entrepreneuriat féminin en Algérie

De l'analyse des discours institutionnels, particulièrement des trois dernières années suite à la situation de crise que traverse le pays, nous constatons que le gouvernement algérien affiche une volonté prononcée pour la promotion de la femme algérienne, son autonomisation et par ricochet son émergence dans le monde de l'entrepreneuriat. Ainsi, plusieurs actions nationales et de coopération internationale ont vu le jour.

3.3.1. Le conseil national de la famille et de la femme

Il est placé sous la tutelle du ministère de la solidarité, de la famille et de la condition de la femme; il est mis en place en 2006, il vise à coordonner les actions en vue de l'amélioration de la condition de la famille et de la femme algériennes. Et ce, à travers la concertation et le dialogue entre toutes les parties prenantes (les différents ministères et la société civile). Ce conseil pourrait contribuer à l'amélioration des conditions des femmes entrepreneures algériennes, notamment par la mise en place des actions et des programmes au profit de ces femmes.

3.3.2. La politique de renouvellement rural au profit des femmes rurales

Lancée depuis 2008, cette politique consiste en l'octroi de crédits non rémunérés aux femmes rurales, en vue de les aider à améliorer leurs situations via la création de leurs petits projets. Les crédits sont remboursables sur une durée ne dépassant pas 18 mois et des formations sont faites aux bénéficiaires de ce projet sur la base du secteur d'activité choisi.

3.3.3. La coopération entre le ministère de la solidarité, de la famille et de la condition de la femme et le bureau technique belge (CTB)

C'est une coopération qui vise à développer l'entrepreneuriat féminin en Algérie sur plusieurs niveaux, notamment à travers l'organisation des journées d'études et des symposiums sur ce même phénomène, offrir des formations spécifiques aux femmes entrepreneures algériennes au niveau national et international et lancer une étude en vue de connaître la réalité

de la femme entrepreneure algérienne et ainsi l'aider à surmonter les contraintes qui inhibent son évolution (CONDIFEM, 2013). Résultat, l'étude menée avait révélé que plus de la moitié (52%) des entreprises créées par les femmes en Algérie sont créées en dehors des dispositifs publics d'aide à la création d'entreprises et que 46% des entreprises ont été créées dans le cadre du dispositif ANGEM. Sans pour autant dire que ces dispositifs sont discriminatoires, cette étude a révélé que *«ces dispositifs ne sont pas discriminatoires mais ils ne sont pas particulièrement orientés vers l'entrepreneuriat féminin...ils sont dans une situation attentistes et n'offrent pas l'accompagnement nécessaire et suffisant pour encourager et sécuriser davantage le processus entrepreneurial des femmes»* (CONDIFEM, 2013; El ghazi, 2015 ; Debbih, 2015). Les résultats de cette étude rejoignent notre hypothèse selon laquelle : les dispositifs ANSEJ, CNAC et ANGEM de la wilaya de Tizi-Ouzou ne sont pas orientés vers la promotion, spécifiquement, de l'entrepreneuriat féminin.

3.3.4. Le projet de la femme productrice

Le ministère de la solidarité, de la famille et de la condition de la femme, avait proposé en 2014, un projet visant à améliorer la situation des familles démunies ou ayant un revenu modeste dans 14 wilayas rurales du pays et qui s'étendra à toutes les wilayas à partir de 2017. Ce projet est celui de la « femme productrice », il vise aussi à offrir une opportunité aux femmes rurales de créer leurs très petites entreprises artisanales et de production. Il est pratiquement semblable à ce qu'entreprend la politique de renouvellement rural au profit des femmes rurales.

En plus de ces stratégies et coopération, plusieurs autres actions ont été menées au courant de l'année 2016 et 2017 pour encourager l'émergence de l'entrepreneuriat féminin. Nous pouvons citer :

3.3.5. La caravane de sensibilisation à l'entrepreneuriat féminin

C'est une action menée en coopération avec le bureau international du travail (BIT) en 2017. Elle a sillonné 6 wilayas du Nord du pays, dont notre wilaya Tizi-Ouzou en Février 2017. Cette caravane a pour principal objectif la sensibilisation sur la possibilité de création et de montage de projets dans le cadre, notamment, des dispositifs d'aide à la création d'entreprises (ANSEJ, CNAC et ANGEM). A cet effet, des salons pour l'exposition des produits réalisés par les femmes entrepreneures bénéficiaires des trois dispositifs sus cités ont été organisés. Néanmoins, faute de diffusion de l'information, un nombre peu important de

femmes ont pris part à cette caravane, notamment dans notre wilaya (seulement une quarantaine de femmes ont participé).

De leur part, les principaux partenaires sociaux ont aussi exprimé leur volonté de faire émerger l'entrepreneuriat féminin en Algérie. En effet, la confédération générale des entreprises algériennes (CGEA), présidée depuis 2016 par la présidente du Business Med Neghza Saida, a installé la «Commission Femmes» en vue de prendre en charge les doléances des femmes entrepreneures algériennes. De son côté, le Forum des Chefs d'Entreprise (FCE) a lancé en 2016 le Guichet Femmes en partenariat avec la Banque Nationale d'Algérie (BNA) et aussi, la division femmes entrepreneures de ce forum a conclu en 2017, une collaboration avec les réseaux canadiens de soutien à l'entrepreneuriat féminin «Femmesor»⁶⁹ pour accompagner les femmes entrepreneures algériennes. Pour ce qui est de l'Union Générale des Travailleurs Algériens (UGTA), elle dispose d'une Section Femmes qui prend en charge le suivi des conditions de travail des femmes au sein des entreprises et des administrations.

3.3.6. Le women entrepreneurship day (WED)

La WED est fondé en 2014, elle est l'une des plus grandes organisations internationales de soutien à l'entrepreneuriat féminin à travers le monde. La journée WED s'est tenue en Novembre 2016 à Alger. C'est un événement qui encourage l'entrepreneuriat féminin et met en lumière les compétences, les réussites et les efforts des femmes entrepreneures dans les différents domaines professionnels. La WED permet l'autonomisation des femmes entrepreneures et leur rassemblement de part le monde pour créer des groupes de réflexion et partager les expériences de ces femmes. Cet événement permettra aux femmes entrepreneures algériennes d'intégrer un réseau mondial porteur d'innovation, d'expériences et de plusieurs opportunités d'affaires.

3.3.7. Le global entrepreneurship network Algeria (GENA)

C'est une action menée en coopération avec l'organisation des nations unies pour le développement industriel (ONUDI). Elle vise, comme la caravane de l'entrepreneuriat féminin, à sensibiliser, informer et identifier les projets portés par des femmes algériennes. Elle est organisée dans le cadre du programme⁷⁰ de l'ONUDI «promotion de l'autonomisation

⁶⁹Le réseau canadien« Femmesor » soutient les projets féminins de démarrage et de consolidation, d'expansion ou d'acquisition par des services de financement, d'accompagnement, de formation et d'activité de réseautage

⁷⁰ 20 femmes entrepreneures de la wilaya de Tizi-Ouzou ayant des projets à forte implication technologique ont été sélectionnées pour bénéficier du programme de l'ONUDI.

des femmes pour favoriser un développement inclusif et durable en région MENA⁷¹». Ce programme vise à améliorer l'inclusion économique en mettant en valeur le potentiel des femmes entrepreneures en Algérie, et dans bien d'autres pays de la région MENA. Il vise à promouvoir l'entrepreneuriat féminin à travers la formation, le coaching, l'identification d'opportunités d'affaires et de partenariat et l'accès au financement offrant, ainsi aux femmes des opportunités d'apprentissage et de réseautage.

GENA a mis en œuvre un deuxième programme d'appui et d'assistance aux femmes entrepreneures, le dit programme est le «Women Entrepreneurship Programme (WEP)», il fournit aux femmes entrepreneures des services d'accompagnement en vue d'améliorer la croissance de leur projet.

En plus de ces actions et coopération il y a eu récemment le lancement du premier programme de soutien à l'entrepreneuriat féminin du **club Femmes chefs d'entreprises** de la chambre de commerce et d'industrie algéro-française (CCIAF). Ce programme est composé d'un concours national pour le financement d'un seul projet porté par une femme entrepreneure algérienne. Il vise les jeunes femmes algériennes, de plus de 18 ans, porteuses de projets d'entreprises à fort potentiel d'innovation et ayant un besoin de financement et d'accompagnement en Algérie.

La mise en relief de tous les efforts consentis par les institutions étatiques algériennes confirme leur volonté de mettre en place une stratégie de développement de l'entrepreneuriat féminin (OIT, 2017). Néanmoins, il est encore tôt pour se prononcer sur l'efficacité de toutes ces actions et coopérations. Elles ne sont qu'à un stade embryonnaire.

⁷¹ Moyen-Orient et Afrique du Nord.

Conclusion

La femme entrepreneure algérienne, immatriculée dans l'un des organismes officiels de statistiques (CNRC, CNAM, CNA, ANSEJ, CNAC, ANGEM, ANDI), est d'un âge moyen (26-49 ans); elle entreprend généralement dans le secteur de l'artisanat, des services et/ou du commerce. Le statut de son entreprise est majoritairement de type «personne physique». Elle se localise essentiellement dans les wilayas du Nord. Pour la création de son entreprise, en plus de ses ressources propres, elle sollicite en premier lieu le dispositif du microcrédit ANGEM pour l'achat de la matière première (Guillet, 2007; Tahir-Metaiche, 2013; Himrane, 2016; OIT, 2017).

L'émergence de l'entrepreneuriat féminin en Algérie résulte de l'imbrication entre plusieurs facteurs, interne ou externes à la femme entrepreneure (disfonctionnement du marché du travail, nécessité économique, savoir-faire et expérience professionnelle dans un domaine...). Certains facteurs sont de nature à favoriser le développement de ce phénomène (niveau d'instruction élevé, expérience professionnelle, désir d'autonomie, cadre institutionnel non discriminant...), d'autres au contraire sont de nature à le freiner (difficulté de financement, persistance de certains stéréotypes, accès à l'information...).

Les motivations qui poussent les femmes algériennes à entreprendre sont de nature à vouloir améliorer leurs situations économiques et sociales. Ainsi, ces premières peuvent être au nombre de quatre: avoir un revenu ou plus de revenu, avoir un emploi décent, être autonome financièrement et dans la prise de décision et enfin innover.

Les entrepreneures algériennes semblent être majoritairement des entrepreneures par nécessité. Ce sont les facteurs négatifs (insatisfaction dans l'emploi précédent, désir de reconnaissance sociale...) qui les ont poussées à intégrer le monde de l'entrepreneuriat. A contrario, les hommes semblent, plus ou moins, être des entrepreneurs par opportunité, ils sont beaucoup plus portés par des facteurs positifs (avoir plus de revenu, exploiter une opportunité d'affaire, détection d'un nouveau marché...). Cette différence dans la nature des motivations des femmes et celles des hommes algériens se justifie par l'environnement socioculturel où évoluent les deux genres et aussi dans le phénomène de socialisation de ceux-ci.

L'entrepreneuriat féminin en Algérie peut être entravé par: La difficulté d'accès au financement ; la difficulté d'accès aux marchés; l'asymétrie informationnelle, la persistance des stéréotypes du genre ; la difficulté de concilier vie professionnelle et vie familiale et enfin, l'inaccessibilité du foncier.

Il va sans dire que les facteurs économiques freinant l'ascension entrepreneuriale (l'accès au financement, l'accès au marché, l'accès à l'information...) ne sont pas propres aux femmes. Ils constituent des facteurs de blocage communs aux femmes et aux hommes en Algérie. Néanmoins il convient de signaler que certains facteurs bloquent davantage les femmes que les hommes (les auto-stéréotypes, les hétéro-stéréotypes, le patriarcat...). En effet, conjugués avec un environnement socioéconomique qui n'intègre pas encore la dimension genre, la persistance de certains préjugés et stéréotypes inhibent l'émergence de l'activité entrepreneuriale féminine en Algérie.

Les facteurs motivationnels et les facteurs de blocage à eux seuls ne suffisent pas pour porter un net jugement sur la réalité de l'entrepreneuriat féminin en Algérie. L'accompagnement accordé aux femmes entrepreneures, notamment celui que leur concèdent les dispositifs (ANSEJ, ANGEM et CNAC), de par sa qualité peut générer ou pas une évolution du taux de l'entrepreneuriat féminin en Algérie.

Selon les quelques recherches scientifiques abordant le sujet de l'efficacité des dispositifs d'aide à la création d'entreprises en Algérie, essentiellement les dispositifs ANSEJ, CNAC et ANGEM (Boughanem, 2008; CONDIFAM, 2013; Ben Makhoul, 2014; El Ghazi, 2015; Debbih, 2015; Midouni et Bedrani, 2015), les contraintes qui freinent l'entrée des femmes algériennes au monde de l'entrepreneuriat sont partiellement dues à ces dispositifs, qui ne sont pas discriminatoires mais qui ne tiennent pas compte, non plus, des spécificités et besoins des projets de ces femmes. Ainsi c'est en ce sens que dans les chapitres qui suivront nous chercheront à connaître les motivations qui poussent les femmes de la wilaya de Tizi-Ouzou à solliciter ces dispositifs et les freins qui les entravent dans leur aventure entrepreneuriale avec eux. Et ainsi nous procéderont à l'évaluation de l'accompagnement accordé par ces dispositifs aux femmes entrepreneures dans la wilaya de Tizi-Ouzou.

Chapitre IV

**Cadre méthodologique de
l'investigation de terrain :
observation à partir des données sur
les femmes entrepreneures dans les
dispositifs ANSEJ, CNAC et ANGEM**

Introduction

Nous avons abordé notre recherche par l'exploration de modèles d'émergence de l'entrepreneuriat. Celle-ci nous a permis de nous familiariser avec le phénomène que nous étudions et de formuler un problème de recherche précis. Ce dernier, détermine les bases de nos choix méthodologiques dans la perspective de collecte de données. En effet, les instruments méthodologiques retenus par la thèse pour l'étude du phénomène, tentent d'expliquer les facteurs d'émergence de l'entrepreneuriat féminin suite à la mise en place des dispositifs d'aide à la création d'entreprises ANSEJ, CNAC et ANGEM dans la wilaya de Tizi-Ouzou.

Notre étude revêt un caractère qualitatif, elle porte sur les facteurs d'émergence de l'entrepreneuriat féminin ainsi que sur la qualité de l'accompagnement qu'accordent les dispositifs d'aide à la création d'entreprises aux femmes entrepreneures. Pour comprendre et appréhender l'implication de ces dispositifs, notre démarche de collecte d'informations repose sur deux piliers : le premier étant la collecte des informations concernant la population statistique de notre analyse, c'est-à-dire les femmes entrepreneures qui ont sollicité l'accompagnement des dispositifs; le second nous renvoie à une enquête de terrain, autrement dit, la description du processus de préparation et d'administration du questionnaire et la réalisation d'entretiens avec les conseillers ANSEJ, ANGEM et CNAC. Les variables obtenues sont quantitatives et qualitatives. Ces dernières, sont plus révélatrices quant à la qualité de l'accompagnement que reçoivent les femmes entrepreneures accompagnées par l'un des trois dispositifs sus-cités.

Dans ce chapitre nous présenterons notre terrain d'investigation qui est le territoire de la wilaya de Tizi-Ouzou ; nous décrirons le processus et le déroulement de notre enquête de terrain et nous interpréterons les données institutionnelles qui nous ont été communiquées par les trois dispositifs ANSEJ, CNAC et ANGEM de la wilaya de Tizi-Ouzou.

Section 01: Présentation de l'espace d'investigation : le territoire de la wilaya de Tizi-Ouzou

Après avoir passé en revue le contexte de l'émergence de l'entrepreneuriat féminin en Algérie dans le chapitre précédant, nous déclinons sur un état des lieux de ce phénomène dans notre espace d'investigation, en l'occurrence le territoire de la wilaya de Tizi-Ouzou. Le choix de ce dernier est justifié d'une part, par les potentialités dont recèle cette wilaya. Notamment, les ressources spécifiques telles que : les différents savoir-faire artisanaux, la formation, la culture ambiante et le milieu socioculturel qui tendent à encourager l'ouverture et l'entrepreneuriat féminin. D'autre part, par l'engouement de femmes que connaissent les dispositifs d'appui à la création d'entreprises ANSEJ, CNAC et surtout ANGEM dans cette wilaya. En effet, le nombre de femmes porteuses de projets qui sollicitent le soutien de ces dispositifs est de plus en plus important.

Dans cette section nous présenterons le territoire de la wilaya de Tizi-Ouzou avec ses différentes ressources naturelles et humaines. Nous nous attarderons sur les informations concernant la gent féminine de cette wilaya.

1.1.Présentation de la wilaya de Tizi-Ouzou

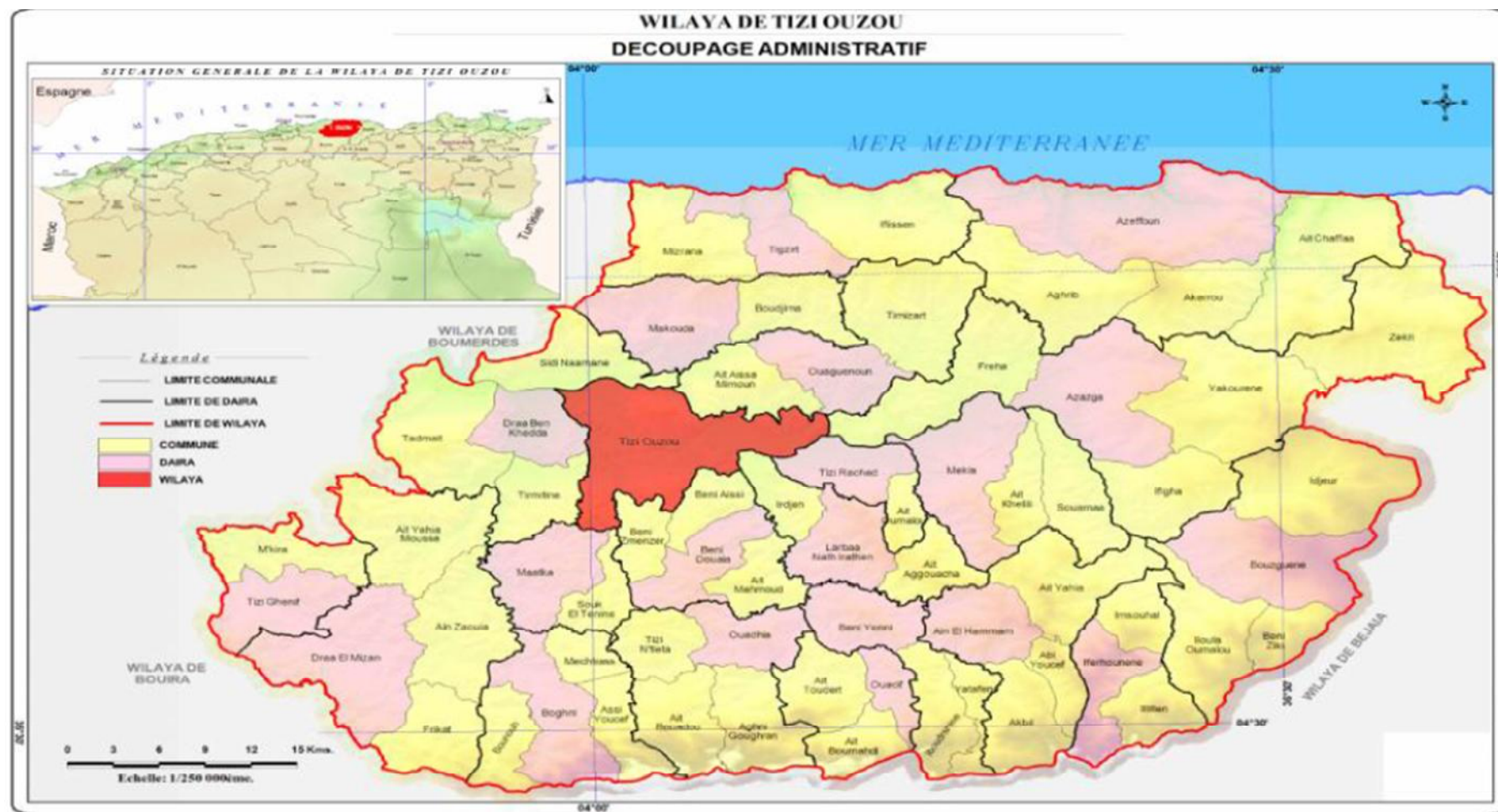
La wilaya de Tizi-Ouzou est une wilaya côtière, elle se situe dans la partie nord centre de l'Algérie. Le chef-lieu de la wilaya (la ville de Tizi-Ouzou) se trouve à une centaine de Kilomètres à l'est d'Alger, la capitale. Elle est délimitée au nord par la mer méditerranée, au sud par la wilaya de Bouira, à l'est par la wilaya de Bejaia et à l'ouest par la wilaya de Boumerdes. La wilaya de Tizi-Ouzou est caractérisée par un relief de hautes collines et de montagnes, traversées par deux vallées (vallée du Sébaou, longue de 50 km, où se trouve le chef-lieu, Tizi-Ouzou et la vallée de Draâ-El-Mizan, située dans le Sud-Ouest de la wilaya). La superficie totale du territoire est de 2 958km² abritant une population totale, au 31/12/2016, de près de 1.178. 333 habitants dont 589040 femmes, soit 49,98% de la population totale.

La densité de la population est de 398 habitants / km²; ce chiffre est largement dépassé dans certaines communes à l'image de la commune de Tizi-Ouzou peuplée d'environ 152 176 habitants avec une concentration de la population estimée à 1487habitants au Km².

Selon le dernier découpage administratif réalisé en 1984, la wilaya de Tizi-Ouzou est divisée en 67 Communes et 21 Daïras. Le chef-lieu de la wilaya est la ville de Tizi-Ouzou.

Chapitre IV: Cadre méthodologique de l'investigation de terrain : observation à partir des données sur les femmes entrepreneures dans les dispositifs ANSEJ, CNAC et ANGEM

Carte n° 1: le découpage administratif au sein de la wilaya de Tizi-Ouzou



Source : annuaire statistique de la wilaya de Tizi-Ouzou 2016 : p 7

1.2. Les potentialités du territoire de la wilaya de Tizi-Ouzou

1.2.1. Les ressources naturelles

La wilaya de Tizi-Ouzou s'étend sur un territoire dominé majoritairement par des ensembles montagneux. Cette domination joue certainement un rôle limitatif quant aux exploitations agricoles. Néanmoins, l'agriculture présente une potentialité de développement relativement importante dans la wilaya. La Superficie Agricole Utile (SAU)¹ de la wilaya est de 98842 hectares, répartie entre la zone de plaine (9 communes² totalisant 19 007 ha) et la zone de montagne (58 communes totalisant 79 835 ha). La SAU représente 38% de la superficie agricole totale de la wilaya.

Cependant, l'importance du relief (haute altitude), ainsi que le positionnement de la wilaya dans la partie Nord (Centre- Est) de l'Algérie, font que la pluviométrie est importante, ce qui confère à la wilaya un gisement important d'eau³. Cette dernière, constitue l'un des facteurs clé du développement. Ces potentialités hydriques pourront servir, par exemple, pour l'amélioration des potentialités agricoles de la wilaya (l'irrigation). Aussi elles peuvent être valorisées pour contribuer à l'économie de la wilaya en matière d'emploi et de création de richesse. De plus, les zones de montagnes recèlent d'importants sites touristiques qu'il faut valoriser. La wilaya recèle également d'importantes potentialités en substances utiles telles que: le calcaire, l'argile et le marbre. Elle dispose d'une façade maritime de 85 Km, soit 7% de la côte algérienne et couvre 05 communes; Iflissen, Tigzirt, Azeffoun, Mizrana et Aït-

¹ Les SAU sont réparties en Cultures pérennes (50%), Cultures herbacées (27%) et les terres en repos (23%).

² Tizi-Ouzou, Souama, Frikat, Timizart, Beni aissi, Ijeur, DBK, Tadmaït, Tizi-Rached

³ Le territoire de la wilaya de Tizi-Ouzou chevauche sur deux bassins versants qui sont: le bassin versant côtiers Algérois et le Bassin versant Issers. Le bassin versant côtiers Algérois touchant la wilaya se subdivise en huit sous bassins versants, à savoir : Côtier Tigzirt, Côtier Cap Sigli, Oued Sebaou amont, Oued Sebaourebta; Sebaousebt, Sebaou maritime, Oued Aissi, Oued Bougdoura. Pour le bassin versant Isser, il n'occupe qu'une infime partie de la wilaya, il n'est représenté que par le sous bassin versant Issers maritime. Les ressources en eau de surface de la wilaya de Tizi-Ouzou proviennent principalement des écoulements des oueds Sebaou et Bougdoura, Les principales ressources en eau de surface mobilisées sont: **les barrages** dont le volume des eaux superficielles est évalué à un Milliard de m³, dont environ 187,43 millions de m³ sont mobilisés, grâce aux barrages de Taksebt, Djebla, Draa El Mizan, Zaouia et TiziGhennif; **les retenues collinaires**, elles sont au nombre de 73 réalisées majoritairement durant les années 80, dans le cadre du programme de petite et moyenne hydraulique, totalisant ainsi une capacité de 5,09 hm³; **les ressources en eau souterraines** qui se concentrent essentiellement dans la nappe alluviale de l'oued Sebaou, alimentée par l'infiltration directe à partir des eaux de pluie dont la moyenne est de l'ordre de 1000 mm/an, de ses crues ainsi que de ses affluents ; **les forages et les puits** dont l'inventaire a fait état de 195 forages, dont 168 sont réellement exploités. Le volume d'eau mobilisé par ces forages et les puits de la wilaya est de 79 hm³ /an. Et enfin, **les sources** qui sont d'un nombre important, elles se situent majoritairement sur le flanc Nord du Djurdjura, elles sont généralement utilisées pour l'alimentation en eau potable des populations montagnardes isolées. Ces sources sont au nombre de 1031 sources dont 90 sources importantes d'un débit global estimé à 731,87 l/s. (annuaire statistique de la wilaya de Tizi-Ouzou, 2016).

Chaffa, donc le potentiel de la wilaya en ressources touristiques⁴ et halieutiques⁵ est important (Boughanem, 2008; Makhloufi, 2013; Saboun, 2013).

Il convient d'ajouter qu'en plus des SAU, la wilaya de Tizi-Ouzou recèle d'un couvert végétal et d'un patrimoine forestier des plus importants. La superficie forestière est de 112 181 hectares, soit un taux de couverture forestière de 45% par rapport à la superficie totale, qui peut être valorisé et activé pour servir d'une source de revenu non négligeable pour la wilaya, car les forêts représentent un intérêt économique, social et écologique d'une grande importance. A côté de ces ressources, le patrimoine culturel de la wilaya est très riche (la culture, le savoir-faire, l'artisanat...), il constitue un facteur important de l'identité de la wilaya et un vecteur potentiel de développement économique et social. Il doit de ce fait être protégé, valorisé et pris en charge par les acteurs locaux (Ait Seddik, 2013; Makhloufi, 2013; Cherifi, 2013). Toutes ces ressources peuvent être valorisées par des projets entrepreneuriaux viables. Ces projets peuvent être portés par des hommes comme par des femmes entrepreneurs, et qui à défaut d'avoir la totalité des fonds nécessaires pour les réaliser, ils solliciteront l'un des dispositifs d'aide à la création d'entreprises (ANSEJ, ANGEM et CNAC).

1.2.2. Les ressources humaines

1.2.2.1. Répartition de la population totale par groupe d'âge et par genre

La structure de la population selon l'âge, dans la wilaya de Tizi-Ouzou au 31/12/2016, met en évidence des indicateurs significatifs d'une population relativement jeune, où 62, 81% de la population a moins de 35 ans. Cette tranche représente principalement la population active pourvoyeuse de main-d'œuvre sur le marché de travail.

Le tableau suivant présente la répartition par tranche d'âge et par sexe de la population de la wilaya de Tizi-Ouzou au 31/12/2016.

⁴ La wilaya de Tizi-Ouzou compte une dizaine de sites touristiques, 35 établissements hôteliers, 9 zones d'expansions touristiques, 2 campings familiaux et 31 agences de tourisme (annuaire statistique de la wilaya de Tizi-Ouzou, 2016).

⁵ La production halieutique totale, de la wilaya de Tizi-Ouzou, enregistrée au 31/12/2016 était de 1000,162 Tonnes. Le secteur de la pêche a généré 1752 emplois dans la wilaya (annuaire statistique de Tizi-Ouzou, 2016).

Chapitre IV: Cadre méthodologique de l'investigation de terrain : observation à partir des données sur les femmes entrepreneurs dans les dispositifs ANSEJ, CNAC et ANGEM

Tableau 15: Répartition de la population totale par groupe d'âge et par sexe au 31/12/2016

Tranches d'âge	Sexe		Total	% féminin
	Masculin	Féminin		
0-5	40385	38355	78741	48,71
5-10	37282	35514	72796	48,86
10-15	46006	43954	89960	48,86
15-20	59115	56449	115563	48,86
20-25	71167	67494	138661	48, 67
25-30	70370	64533	134904	47, 84
30-35	56076	53471	109547	48,81
35-40	45389	44799	90188	49,67
40-45	37946	38417	76362	50,30
45-50	24694	25467	50161	50,77
50-55	25629	25998	51628	50,36
55-60	23211	23384	46595	50,18
60-65	14918	16770	31688	52,92
65-70	12273	15304	27576	55,49
70-75	9254	12978	22233	58,37
75-80	7770	11273	19043	59,20
80-85	4702	6998	11700	59,81
85 et plus	3483	5469	8952	61,09
ND	759	1277	2037	62,69
Total	590430	587905	1178335	49,89

Source : annuaire statistique de Tizi-Ouzou 2016

Néanmoins la répartition par sexe de la même population indique que la population féminine de la wilaya de Tizi-Ouzou est moins jeune que la population masculine. En effet, la population féminine ayant plus de 40 ans est de 15,55% du total de la population alors que la population masculine de cette même catégorie d'âge est de 13,90%.

1.2.2.2. Education et formation professionnelle

L'investissement public réalisé dans le secteur de l'éducation et de la formation professionnelle a permis à la wilaya d'avoir des diplômés, des cadres et des chercheurs dans divers domaines. Globalement, le niveau d'instruction et de compétences des individus, hommes ou femmes, détermine et leur rôle de citoyens et d'individus émancipés et accomplis d'une part et leur rôle de travailleurs d'autre part. C'est en ce sens que l'éducation est considérée comme la pièce motrice du développement économique des pays «*Un corps civique éduqué est également une clé de la stabilité politique et sociale au sein des nations et entre ces dernières*» (UNESCO, 2012, p 11).

Chapitre IV: Cadre méthodologique de l'investigation de terrain : observation à partir des données sur les femmes entrepreneures dans les dispositifs ANSEJ, CNAC et ANGEM

La population féminine de la wilaya de Tizi-Ouzou a pris part à cet investissement public. Ainsi et comme le montre le tableau suivant le taux de scolarisation et le taux de réussite par niveau de scolarisation des filles dans la wilaya de Tizi-Ouzou sont considérables.

Tableau 16: Accès des filles à l'éducation dans la wilaya de Tizi-Ouzou

Cycle	Scolarisation(en%)	Réussites (en %)	Enseignantes (en %)
Primaire	48,23	81	85,37
Moyen	48,36	71	77
Secondaire	56,17	72	71,74

Source : Annuaire des statistiques de la wilaya de Tizi-Ouzou, 2016

Le taux de scolarisation des filles dans la wilaya de Tizi-Ouzou représente 48, 23% au cycle primaire de l'enseignement fondamental, 48,36% au cycle moyen et 56,17% à l'enseignement secondaire.

Quant aux taux moyens de passage des filles par niveau d'enseignement, ils sont de 81% au premier cycle de l'enseignement fondamental, 71% au niveau moyen et 72% au secondaire. Le taux de réussite des jeunes filles au BEM est estimé à 58% et le taux de leur réussite au baccalauréat a atteint 62%.

Sur les trois niveaux d'éducation (primaire, moyen et secondaire) la plus grande part de l'effectif des enseignants sont des femmes soit, 85, 37%, 77% et 71,74% pour chaque niveau.

En plus de l'éducation, la formation contribue à l'émancipation des femmes et à leur autonomie. Et par ricochet à les pousser à entreprendre. Dans son recueil des données mondiales sur l'éducation 2011, l'UNESCO énonce que «*l'autonomisation économique est inextricablement liée à l'alphabétisme et à l'apprentissage du calcul et elle augmente avec le niveau d'éducation atteint*» (UNESCO, 2011 : p14). L'éducation et la formation sont donc considérées comme les deux catalyseurs de l'autonomisation des femmes.

Le tableau ci-dessous nous renseigne sur la présence féminine dans le secteur de la formation professionnelle dans la wilaya de Tizi-Ouzou.

Tableau 17: Accès des femmes de la wilaya de Tizi-Ouzou à la formation professionnelle.

	Formation résidentielle	Apprentissage	
		Secteur public	Secteur privé
Effectif	2296	1050	1442
Pourcentage (%)	62	53,13	29,53

Source : Annuaire statistique de la wilaya de Tizi-Ouzou, 2016

Le taux de participation des femmes est estimé à 62% de la formation résidentielle, 82,66% pour l'apprentissage (53,13% dans le secteur public et 29,53% dans le secteur privé). Ce qui a attiré notre attention est la disparité de la présence des filles par secteur juridique (public et privé) dans le volet apprentissage. Elles sont beaucoup plus présentes dans le secteur public que privé. Cela peut s'expliquer par l'hésitation des filles à recourir au secteur privé pour effectuer leur apprentissage. Ou inversement, c'est le secteur privé qui est réfractaire envers ces filles.

La forte présence féminine dans les deux secteurs de l'éducation et de la formation professionnelle peut s'expliquer par :

- Le développement par le ministère de la solidarité nationale de différents programmes dans le but d'assurer l'accès à l'éducation et à la formation professionnelle et de renforcer la participation de la femme et son insertion professionnelle ;
- L'existence des établissements d'enseignement dans chaque commune et chaque daïra. la wilaya dispose de 655 établissements de l'enseignement primaire, 180 établissements d'enseignement moyen et de 76 établissements de l'enseignement secondaire et l'existence de centres de formation dans chaque daïra (la wilaya de Tizi-Ouzou compte 31 centres de formation professionnelle «CFPA»), ainsi qu'une diversification de formations, qui répondent aux attentes des femmes (coiffure, couture, art culinaire, etc.). Ces formations peuvent inciter les femmes à entreprendre.

Ce qui nous Importe ici c'est la relation qui existe entre le niveau d'éducation et l'entrepreneuriat féminin. En effet, la relation positive qui lie l'éducation à l'entrepreneuriat n'a jamais fait consensus dans la littérature. Cette dernière fournit des résultats contradictoires (Blanchflower, 2004).

Certaines études montrent que le niveau d'éducation influence négativement sur la volonté de se lancer en entrepreneuriat. Blanchflower (2001) argue que la relation entre le niveau de formations et la volonté de créer son entreprise va décroissante. Il explique que les individus ayant de hauts niveaux de formation peuvent éviter le risque inhérent à une activité entrepreneuriale. Ils peuvent, en effet, s'orienter vers l'emploi salarié. Ce constat est applicable au cas des femmes algériennes, étant donné qu'elles sont majoritairement orientées vers le salariat, plus que l'entrepreneuriat, les statistiques présentées dans les premier et troisième chapitres l'ont confirmé.

En plus de l'éducation et la formation professionnelle, l'existence d'une université au niveau de la wilaya de Tizi-Ouzou, l'université Mouloud Mammeri a permis la formation de plusieurs milliers de diplômés dans diverses disciplines (les sciences biologiques et médicales, les sciences économiques, les sciences juridiques, les sciences humaines et psychologiques, les sciences...) (Bouadi, 2013). Pour l'année universitaire 2016/2017, l'université «Mouloud Mammeri» a accueilli 57765 étudiants dont: 55246 en graduation (36534 en Licence, 14795 en master et 3917 en cycle long) et 2519 en post-graduation. Les effectifs des étudiants ne cessent de croître d'année en année. L'encadrement de l'université est assuré par 2092 enseignants.

Dolinski et al (1993) ont démontré que l'entrée dans le monde de l'entrepreneuriat s'accroît avec l'augmentation du niveau de scolarité. De même, d'autres études plus récentes arborent que l'enseignement supérieur rehausse le niveau d'entrepreneuriat formel. En effet, l'éducation confère des habilités, des valeurs et des capacités nécessaires pour la création de nouvelles entreprises (Jiménez et al, 2015). Elle améliore les compétences personnelles et les habilités cognitives des personnes pour dénicher des opportunités d'affaires et les exploiter (Honig, 2004; Detienne et Chandler, 2004). C'est ce que nous allons tenter de démontrer lors du traitement des résultats de notre enquête de terrain.

De leur côté, Cowling et Taylor (2001) concluent que les femmes entrepreneures ont, généralement, un niveau de scolarisation plus élevé que celui des femmes dans les autres domaines; elles ont aussi un niveau d'instruction plus éminent que celui de leurs homologues masculins. Dans la même veine, Minniti (2009) affirme que les femmes ayant fait des études supérieures sont plus enclines à se lancer en entrepreneuriat.

Ce n'est que récemment que l'enseignement de l'entrepreneuriat a émergé dans les différentes facultés (faculté des sciences biologiques, faculté des sciences économique, faculté du génie de la construction...) de l'université Mouloud Mammeri de Tizi-Ouzou (UMMTO). Toutefois, il ne s'agit que des enseignements théoriques, pour inculquer les rudiments du phénomène entrepreneurial, avec souvent peu ou pas de corolaire pratique que ce soit spécialisé aux femmes ou encore généralisé pour tous.

1.2.3. Foncier et infrastructure

La disponibilité du foncier industriel dans la wilaya de Tizi-Ouzou constitue l'un des facteurs déterminants et encourageants pour l'investissement dans le secteur industriel, c'est

une opportunité qu'il faut saisir, par les hommes comme par les femmes entrepreneurs sans discrimination. Néanmoins, la non-viabilisation et le manque d'assainissement juridique de cette offre foncière constitue encore une entrave à l'investissement.

Dans la wilaya de Tizi-Ouzou, les possibilités d'implantation d'activités, en particulier industrielles, sont constituées par la grande zone industrielle «AïssatIdir» de Oued-Aïssi, d'une superficie de 120, 73 ha, à 10 km à l'est de Tizi-Ouzou. Deux autres zones industrielles ont été inscrites. Une située entre les communes de Tizi-Gheniff et Draâ El Mizan, d'une superficie de 116 ha et l'autre, dans la commune de Souamaa, d'une superficie de 372 ha. En plus de la zone industrielle de Oued-Aïssi, la wilaya de Tizi-Ouzou comprend plusieurs zones d'activités (Draa-Ben-Kheda, Draa-El-Mizan, Larbaa-Nath-Irathen, Azzeffoun, Mekla, Freha, Tizi-Gheniff, Boghni, Ain-El-Hemmam, Azzazga, Boudjima et Mouldiouane, toutes placées sous l'autorité de la Société de Gestion d'Industrie (SOGI); Tadmait, Tigzirt, Makouda et Tala-Athmane, sous la tutelle de l'Agence Foncière de la wilaya). Ces zones d'activités s'étalent sur une superficie de 305,68 Ha. Récemment encore, cinq autres zones d'activités ont été inscrites, elles sont en phase de création. Ces cinq zones sont: la zone d'activité de Timizart d'une superficie de 36 ha; la zone d'activité de Draa El Mizan d'une superficie de 21 ha; celle de Fréha d'une superficie de 28 ha et celle de Tizi-Ghennif d'une superficie de 23 ha.

En plus des potentialités sus-citées, la wilaya de Tizi-Ouzou dispose également d'infrastructures nécessaires au développement de son tissu industriel, nous pouvons citer par exemple:

- Un réseau routier qui s'étale sur 4809,26 Km dont 621,213 Km de routes nationales, 639,913 Km de chemins de wilaya et 3548 Km de chemin communaux;
- Un réseau ferroviaire d'une longueur de plus de 28 km (Tadmait-Oued-Aïssi) ; reliant Tizi-Ouzou à Alger;
- Infrastructures portuaires : le port d'azeffoun (un port mixte: pêche et commerce) d'une longueur de 548 ml, dont, un quai d'armement et maintenance (108 ml), un quai de commerce (135 ml), un quai de pêche (260 ml) et un quai de carburants (45 ml). Le port de Tigzirt (un port de pêche et de plaisance), d'une longueur totale de quais de 410 ml. Il est composé d'un quai de pêche (195 ml), un quai de plaisance (150 ml) et un quai de débarquement (65 ml).

Le territoire de la wilaya de Tizi-Ouzou est un gisement de ressources naturelles, infrastructurelles mais surtout humaines qui peut faire l'objet d'une valorisation par des projets entrepreneuriaux viables. Ces derniers peuvent être portés par des femmes entrepreneures, qui à défaut d'avoir la totalité des fonds nécessaires pour les réaliser, sollicitent l'un des dispositifs d'aide à la création d'entreprises (ANSEJ, ANGEM et CNAC). En effet, l'entrepreneuriat féminin induit par ces trois dispositifs semble prendre de l'ampleur dans la wilaya de Tizi-Ouzou.

Section 02 : Description du processus de l'enquête

Notre thèse traite de la problématique de l'émergence de l'entrepreneuriat féminin dans la wilaya de Tizi-Ouzou. Et ce dans l'objectif de dresser un état des lieux de la réalité des femmes entrepreneures de cette wilaya, de voir la qualité de l'accompagnement qui leur est discerné par les différents organismes publics d'aides à la création d'entreprises, et enfin de voir les incidences socio-économiques induites par ce genre d'entrepreneuriat dans notre wilaya. Pour ce faire, une investigation de terrain s'est avérée nécessaire.

Ainsi, notre investigation de terrain peut être présentée en deux étapes. La première était menée auprès des institutions publiques qui détiennent l'information quant aux entreprises créées par les femmes dans la wilaya de Tizi-Ouzou. Nous avons fait appel à tous les organismes (ONS, CNRC, PMI) qui peuvent nous fournir l'information statistique concernant les femmes entrepreneures, objet de notre recherche. L'objectif de cette première étape était de délimiter la population totale de femmes entrepreneures de la wilaya, pour en extraire un échantillon qui soit le plus représentatif possible. Toutefois, nous avons trouvé beaucoup de difficultés quant à la collecte de ce genre d'informations. En effet, la majorité des institutions sollicitées ne font pas une ventilation de leurs statistiques par genre. Exceptés les dispositifs ANSEJ, CNAC et ANGEM, qui nous ont fourni des statistiques ventilées par année, sexe, espace géographique et secteur d'activité. Ce qui nous a poussées à limiter notre étude à ces trois dispositifs. Et ainsi à orienter notre problématique vers l'analyse de l'implication de ces trois dispositifs dans le processus d'émergence et d'accompagnement de l'entrepreneuriat féminin dans la wilaya de Tizi-Ouzou.

La deuxième étape de notre investigation est consacrée à la réalisation d'une enquête de terrain par questionnaires. Cette dernière constitue le pivot central de notre travail. Elle nous a permis d'éclairer un certain nombre de questionnements relatifs à notre objet d'étude. Nous avons, en effet, choisi de recueillir l'information auprès des femmes concernées car seules les

porteuses de projets qui ont vécu l'expérience de l'ANSEJ, l'ANGEM et la CNAC peuvent nous guider dans notre travail et pourront nous expliquer et exprimer la vision qu'elles ont vis-à-vis de ces dispositifs ainsi que leurs expériences avec ceux-ci.

En plus des questionnaires remis aux femmes entrepreneures, nous avons réalisé également des entretiens avec les conseillers ANSEJ, CNAC et ANGEM, pour avoir un avis d'acteurs institutionnels sensés être « neutre » quant au déroulement de la procédure de l'octroi des avantages financiers et fiscaux aux femmes.

2.1.Présentation des dispositifs d'accompagnement ANSEJ, ANGEM et CNAC

La présentation de l'Agence Nationale de Soutien à l'Emploi des Jeunes (ANSEJ), l'Agence Nationale de Gestion du Microcrédit (ANGEM) et la Caisse Nationale d'Assurance Chômage (CNAC) a été déjà faite au cours des chapitres précédents. Néanmoins, pour d'amples informations nous vous invitons à consulter l'annexe N° 01.

2.2.Présentation des femmes entrepreneures objet de notre enquête (la population mère)

Les femmes entrepreneures concernées par notre enquête sont les femmes de la wilaya de Tizi-Ouzou qui, pour créer leurs entreprises, ont sollicité l'un des trois dispositifs étatiques d'aide à la création d'entreprise ANSEJ, ANGEM et CNAC de la wilaya de Tizi-Ouzou. Elles sont donc toutes des femmes qui ont créé une entreprise dans les secteurs d'activité que financent ces trois dispositifs : l'artisanat, l'agriculture, l'industrie, les services et le BTPH. Notre choix de la population enquêtée est essentiellement motivé par le fait que nous supposons que ces trois dispositifs regroupent la quasi-totalité des projets des femmes entrepreneures, compte tenu des avantages financiers, fiscaux et parafiscaux qu'ils accordent à leurs bénéficiaires. Pour la période 2011-2016⁶, le nombre total de femmes ayant sollicité ces trois organismes s'élève à 11801 femmes, alors qu'elles ne sont que de 3999 femmes immatriculées à la chambre d'artisanat et des métiers et 5262 inscrites au centre national du registre de commerce. Ainsi nous trouverons que la proportion de femmes sollicitant ces dispositifs est la plus élevée avec 56% des projets.

La population totale cumulée des femmes entrepreneures bénéficiaires des trois dispositifs pour la période 2011-2016 est de 11801 femmes, répartie par dispositif comme

⁶ Le choix de la période 2011-2016 était un choix contraint. Les dispositifs ANSEJ et ANGEM de la wilaya de Tizi-Ouzou nous ont communiquées l'information détaillée que sur cette période.

Chapitre IV: Cadre méthodologique de l'investigation de terrain : observation à partir des données sur les femmes entrepreneures dans les dispositifs ANSEJ, CNAC et ANGEM

suit : 1064 femmes dans le cadre du dispositif ANSEJ, 1044 femmes ont sollicité le dispositif CNAC et 9693 ont créé leur activité dans le cadre du dispositif ANGEM dont 852 femmes ont sollicité le financement triangulaire (ANGEM-banque-promoteur).

Les femmes bénéficiaires du dispositif ANSEJ sont classifiées suivant cinq secteurs d'activités à savoir les secteurs : des services, l'artisanat, l'agriculture, l'industrie et le BTPH. Les bénéficiaires du dispositif CNAC sont réparties sur six secteurs d'activités à savoir : l'artisanat, l'agriculture, l'industrie, les services, le bâtiment et les travaux publics. Pour les bénéficiaires du dispositif ANGEM, elles sont réparties sur six secteurs d'activité à savoir: l'agriculture, la très petite industrie, le BTPH, l'artisanat, les services et le commerce. Il convient de signaler que pour le dispositif ANGEM, nous n'avons eu l'information détaillée que sur les femmes ayant sollicité le financement triangulaire (ANGEM-promoteur-banque). Le tableau suivant montre la répartition des femmes entrepreneures de la wilaya de Tizi-Ouzou par dispositif et par secteur d'activité.

Tableau 18: Répartition des femmes entrepreneures de la wilaya de Tizi-Ouzou par dispositif et par secteur d'activité.

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

Source : Réalisé par nos soins à partir des données des dispositifs ANSEJ, CNAC et ANGEM de la wilaya de Tizi-Ouzou.

2.3.Choix et constitution de l'échantillon d'étude

La population mère objet de notre étude constitue une base de données très vaste (2960 femmes). Cela implique de facto des observations et des études de longue haleine nécessitant la mobilisation de moyens humains et matériels. Face à la double difficulté diachronique et financière que revêt l'enquête sur cette population mère, nous avons fait le choix de procéder par la méthode d'échantillonnage par quota. Elle constitue une méthode d'échantillonnage basée sur la répartition connue d'une population (âge, sexe, situation géographique...). L'échantillon choisi doit être le plus représentatif possible de la population

Chapitre IV: Cadre méthodologique de l'investigation de terrain : observation à partir des données sur les femmes entrepreneures dans les dispositifs ANSEJ, CNAC et ANGEM

mère. En effet, il doit être identique en termes de propriété à la population mère et ce dans l'objectif de généraliser les résultats obtenus à l'ensemble de cette population mère, par la suite. Cependant, cette méthode présente quelques limites. En effet, cette méthode ne permet pas de calculer le coefficient d'erreurs et compromet ainsi la précision des analyses.

Le tableau suivant retrace le quota des femmes à enquêter par dispositif et par secteur d'activité.

Tableau 19 : Quota de femmes entrepreneures à enquêter par dispositif et par secteur d'activité.

Secteur d'activité	Dispositif ANSEJ	Quota de 10%	Dispositif CNAC	Quota de 10%	Dispositif ANGEM	Quota de 10%
N° de femmes bénéficiaires/ quota de 10%						
Services	571	57	396	40	16	2
Agriculture	93	9	88	9	160	16
Industrie	270	27	394	39	94	9
Bâtiment	44	4	5	3	58	6
Artisanat	86	9	143	14	167	17
Commerce	-		-		354	35
Total	1064	106	1044	105	852	85
Total générale/ Quota de 10%	2960 296					

Source : Réalisé par nos soins à partir des données des dispositifs ANSEJ, CNAC et ANGEM de la wilaya de Tizi-Ouzou.

Notre échantillon d'étude va être constitué donc de 296 femmes bénéficiaires de l'un des trois dispositifs ANSEJ, CNAC et ANGEM. Réparties sur tout le territoire de la wilaya de Tizi-Ouzou. Les données par communes⁷ de ces femmes entrepreneures sont dans l'annexe n° 02.

2.4. Les contraintes de l'échantillonnage

Dans notre cas d'étude, les dispositifs ANSEJ, CNAC et ANGEM n'actualisent pas leurs bases de données, ne prennent pas compte de la cessation d'activité, du changement de cette dernière ou du changement des adresses des entreprises. Aussi, le problème des femmes « prête-noms » qui sollicitent ces dispositifs rend ces bases de données peu fiables.

Ainsi, même si ces dispositifs nous ont fourni une liste déjà établie avec les noms et les adresses des entreprises créées, l'accès aux femmes entrepreneures était très difficile. Les raisons à cela sont multiples :

⁷ L'objet de notre recherche c'est les dispositifs sans les territoires. Ainsi nous avons fait une répartition par dispositif et non pas par communes. Et nous avons ainsi choisi d'enquêter sur les femmes entrepreneures réparties sur tout le territoire de la wilaya de Tizi-Ouzou.

Les femmes prête-noms : En effet, lors de notre passage aux lieux indiqués des entreprises sélectionnées, nous avons, rarement, parvenu à interroger les femmes entrepreneures les possédant. C'était soit le conjoint de la femme entrepreneure ou un parent mal (père, frère, fils) qui gérait l'entreprise.

La méfiance des femmes : La non-disponibilité de l'enquêtée, ainsi que la réticence des entrepreneures vis-à-vis de certaines questions surtout celles liées au chiffre d'affaire de l'entreprise. Parfois même, il y a eu des enquêtées qui nous ont « évitées » par crainte du fisc, des contrôleurs ou même de la concurrence (le cas des ateliers de coutures surtout).

Changement d'adresse : Beaucoup d'entreprises ne se retrouvent pas sur les lieux indiqués par les trois dispositifs.

La fermeture des entreprises et les entreprises saisonnières : En effet, nous étions face à des informations erronées concernant les entreprises et les entrepreneures (fermeture des entreprises, changement d'activité...).

Pour contrer ces difficultés nous avons demandé les adresses téléphoniques des entrepreneures en vue de prendre d'éventuels rendez-vous avec elles pour leur passer nos questionnaires ou tout simplement leur faire passer les questionnaires par téléphone. Une autre fois encore, même si nous avons eu l'accès aux adresses téléphoniques de certaines femmes, nous avons rencontré divers problèmes (changement de ligne téléphonique, l'interlocuteur n'était pas la femme entrepreneure, dans la majorité des cas c'étaient leurs conjoints que nous avons eu au bout du fil, et quand nous avons eu les femmes entrepreneures, ces dernières n'étaient pas disponibles ou elles ne nous faisaient pas confiance tout simplement).

Pour toutes ces raisons, les femmes de l'échantillon constitué au départ ne sont pas en totalité approchées. Ainsi, face à ces problèmes d'accès aux entrepreneures et dans un souci de mettre en confiance celles-ci, nous avons engagé notre réseau relationnel (ami, famille, étudiants) pour nous mettre en contact direct avec ces femmes. Aussi nous avons profité du passage de la caravane de l'entrepreneuriat féminin en février 2017⁸ pour faire passer certains questionnaires aux femmes qui y ont participé.

⁸ C'est une action menée en coopération avec le bureau international du travail (BIT) en 2017. Elle a sillonné 6 wilayas du Nord du pays, dont notre wilaya Tizi-Ouzou en Février 2017. Cette caravane a pour principal objectif la sensibilisation sur la possibilité de création et de montage de projets dans le cadre, notamment, des dispositifs d'aide à la création d'entreprises (ANSEJ, CNAC et ANGEM). A cet effet, des salons pour l'exposition des produits réalisés par les femmes entrepreneures bénéficiaires des trois dispositifs sus cités ont été organisés.

Néanmoins, même si la méthode suivie pour approcher les femmes entrepreneures enquêtées n'est pas celle convenue au début de notre processus de recherche, nous avons insisté sur la représentativité de chaque organisme et de chaque secteur d'activité. Il a par ailleurs, pris en considération les variables suivantes :

- L'enquêtée soit, bel et bien, la créatrice et la gestionnaire de l'entreprise.
- L'entreprise en question est créée dans le cadre de l'un des trois dispositifs (ANSEJ, CNAC, ANGEM).
- Les entreprises enquêtées activent dans l'un des différents secteurs d'activité que financent les trois dispositifs.
- La localisation des entreprises enquêtées est dans la wilaya de Tizi-Ouzou.

2.5.Le questionnaire (instrument de l'enquête)

Etant donné que la principale source d'informations, qui nous permettra de répondre à notre problématique de recherche et ainsi atteindre notre objectif, sont les femmes bénéficiaires des trois dispositifs (ANSEJ, ANGEM et CANC) elles-mêmes; nous avons donc opté pour la démarche de l'enquête de terrain. Essentiellement, nous avons choisi la technique de l'enquête de terrain par questionnaire. Cette dernière consiste, comme l'a souligné (Beau et Weber, 1998), à *«poser à un ensemble de répondant, le plus souvent représentatif d'une population, une série de questions relatives à leur situation sociale, professionnelle ou familiale, à leurs opinions, à leur attitude à l'égard d'options ou d'enjeux humains et sociaux, à leurs attentes, à leur niveau de connaissances ou de conscience d'un événement ou d'un problème, ou encore sur tout autre point qui intéresse les chercheurs»*. Cette méthode est la plus appropriée lorsqu'il s'agit d'approfondir la connaissance sur une population spécifique et d'analyser un phénomène social que nous pensons pouvoir mieux cerner à partir d'informations portant sur la population cible, ou plus généralement, quand il est nécessaire d'interroger un nombre important d'individus où la question de représentativité pose problème (Aknine, 2009; Firlas, 2012). Ce procédé peut consister en la formalisation d'un ensemble de réponses à la plupart des questions posées afin que le questionné puissent choisir des réponses parmi toutes celles proposées. Cette méthode sert en effet à le guider dans ses réponses sans qu'il perde du temps à réfléchir à toutes les réponses possibles. Au risque d'en oublier quelques-unes.

Chapitre IV: Cadre méthodologique de l'investigation de terrain : observation à partir des données sur les femmes entrepreneurs dans les dispositifs ANSEJ, CNAC et ANGEM

Notre questionnaire comporte les axes principaux suivants : Le premier concerne le profil de la femme entrepreneure (âge, situation matrimoniale, niveau d'instruction, situation professionnelle avant la création de l'entreprise). Il vise à caractériser les femmes entrepreneures qui sollicitent les dispositifs ANSEJ, ANGEM et CNAC dans la wilaya de Tizi-Ouzou. Le deuxième, porte sur une présentation d'ensemble de l'entreprise (taille, périmètre géographique, secteur d'activité, l'âge de l'entreprise et son effectif). Cet axe vise à connaître la nature des entreprises créées par les femmes bénéficiaires des dispositifs publics d'aide à la création d'entreprises (ANSEJ, ANGEM et CNAC) dans la wilaya de Tizi-Ouzou. Le troisième a trait à l'expérience qu'a eu la femme entrepreneure avec l'un des trois dispositifs déjà cités. Il servira à comprendre les motivations des femmes à recourir à ces dispositifs lors de la création de leurs d'entreprises, à évaluer la qualité de l'accompagnement que ces dispositifs leurs accordent et aussi à soulever les difficultés et freins auxquels elles font face et d'en proposer d'éventuelles solutions. Un quatrième axe qui portera sur l'apport de l'entreprise créée à son milieu d'implantation et enfin un dernier axe réservé à l'expérience de la femme en entrepreneuriat. Les deux derniers axes serviront à connaître les incidences socio-économiques de l'entrepreneuriat féminin dans la wilaya de Tizi-Ouzou.

Notre questionnaire est réalisé de sorte à apporter des éléments de réponses à notre deuxième question subsidiaire :

- Quelles sont les femmes entrepreneures de la wilaya de Tizi-Ouzou qui sollicitent les dispositifs d'aides à la création d'entreprises (ANSEJ, ANGEM et CANC) ? Nous essayerons de dresser le profil des femmes qui sollicitent ces dispositifs de cette wilaya;
- Quels sont les facteurs qui ont incité ces femmes à recourir à ces dispositifs, autrement dit, qu'est ce qui les a motivées à recourir à ces dispositifs ? Quel est le degré d'influence de ces dispositifs sur cette décision d'entreprendre ? Sur la base des réponses obtenues, nous saurons classer les promotrices de ces dispositifs dans la catégorie d'entrepreneurs par opportunité ou dans la catégorie d'entrepreneurs par nécessité.
- Quelle est la nature des entreprises créées par les bénéficiaires de ces dispositifs dans la wilaya de Tizi-Ouzou ? A travers la réponse obtenue nous saurons si ces entreprises sont performantes ou non;
- Quel est l'apport des entreprises créées par les bénéficiaires des trois dispositifs dans leurs lieux d'implantation ?

Chapitre IV: Cadre méthodologique de l'investigation de terrain : observation à partir des données sur les femmes entrepreneures dans les dispositifs ANSEJ, CNAC et ANGEM

- Quelles sont les difficultés rencontrées par les bénéficiaires des trois dispositifs déjà cités ? Nous tenterons de connaître si les dispositifs sollicités aident ou non ces femmes à surmonter ces difficultés ?
- L'accompagnement accordé par les trois dispositifs cités plus haut, répond-il aux besoins spécifiques des femmes entrepreneures de la wilaya de Tizi-Ouzou ? Nous essayerons ainsi, d'évaluer l'accompagnement accordé par ces dispositifs sur les trois phases d'accompagnement à savoir, la phase de pré-crétion (Accueil), la phase de création (l'accompagnement proprement dit) et la phase post-crétion.

Dans notre questionnaire, nous avons utilisé trois types de questions, à savoir: les questions fermées qui sont très précises sur lesquelles la femme questionnée n'aura qu'à répondre par oui ou non ; les questions à choix multiples où la questionnée aura à choisir des réponses parmi toutes celles proposées et enfin les questions ouvertes dont nous avons laissé la questionnée s'exprimer sans qu'il y ait des suppositions de réponses. Ce dernier type de question est le plus riche en informations mais le plus difficile à interpréter étant donné que la questionnée va s'exprimer en ses propres propos.

2.6. Le taux de réponse à la passation du questionnaire

La réalisation de l'enquête de terrain nous a révélée l'aversion des femmes entrepreneures vis-à-vis du fisc, des contrôleurs et de la concurrence. En effet, certaines femmes, notamment celles ayant un niveau d'instruction relativement élevé, nous ont demandé de laisser le questionnaire à leur niveau pour qu'elles puissent y répondre ultérieurement étant donné qu'elles n'étaient pas disponibles au moment de notre passage, mais elles n'ont tout simplement pas restitué le questionnaire. Cependant, malgré toutes ces difficultés nous estimons que le taux de retour des questionnaires est satisfaisant. En effet, sur les 296 questionnaires distribués, 174 nous été restitués, soit 58,78% des questionnaires.

Tableau 20 : Nombre d'entreprises de l'échantillon

Nombre/ questionnaire	Nombre d'entreprises dans l'échantillon	Taux (%)
Récupérés	174	58,78
Non récupérés	122	41,22
Distribués	296	100

Source : Réalisé par nos soins.

Chapitre IV: Cadre méthodologique de l'investigation de terrain : observation à partir des données sur les femmes entrepreneurs dans les dispositifs ANSEJ, CNAC et ANGEM

Néanmoins, après dépouillement des questionnaires, le nombre de questionnaires était réduit à 112. Nous avons éliminé tous les questionnaires mal renseignés.

Tableau 21 : L'échantillon étudié.

Nombre/ questionnaire	L'échantillon étudié	Taux (%)
Exploitable	112	64,36
Non exploitable	62	35,63
total	174	100

Source : Réalisé par nos soins.

La ventilation du nombre de questionnaires par dispositif est présentée dans le tableau suivant.

Tableau 22: Ventilation du nombre de questionnaires par dispositif.

Dispositif	Nombre de questionnaires
ANGEM	50
CNAC	37
ANSEJ	25

Source : Réalisé par l'auteur.

Chaque dispositif vise un public particulier, les jeunes âgées de 19 à 30 ans (étendu à 40ans) pour le dispositif ANSEJ, les promoteurs âgés entre 30 et 50 ans pour le dispositif CNAC et les populations démunies, particulièrement les femmes rurales, pour le dispositif ANGEM. Ainsi, pour des besoins pédagogiques et pour la clarté de notre étude, nous avons opté pour le traitement séparé des questionnaires des trois dispositifs.

2.7.Le déroulement de l'enquête de terrain

Notre enquête s'est déroulée en deux phases : La première consiste en une pré-enquête, destinée à tester notre questionnaire, dans le but de le réorganiser, de reformuler les questions et de supprimer certaines questions qui ne sont pas conformes à notre objet de recherche et de réajuster le temps de passation à la disponibilité de l'enquêtée. Après avoir testé le questionnaire sur un certain nombre de femmes entrepreneurs favorables à l'enquête, et apporter les modifications nécessaires, nous avons procédé à la passation définitive du questionnaire. Ainsi, notre enquête a eu lieu au cours de la période allant du mois de Mars2017 à la fin du mois de décembre 2017. Notons ici que la passation de la majorité des questionnaires était très souple étant donné que nous avons eu l'occasion de rencontrer

quelques entrepreneures plus couramment et nos échanges avec elles faisaient souvent l'objet d'une visite de leurs petites entreprises.

2.7.1. Dépouillement et traitement des questionnaires

Constituant la dernière étape de l'enquête de terrain, le dépouillement et traitement des questionnaires est tout aussi importante que toutes les autres étapes précédentes. Elle est en effet, l'ossature du travail d'interprétation des informations recueillies.

Ainsi, la collecte des informations s'est faite de manière régulière. A la suite de chaque questionnaire, une retranscription des propos recueillis était faite et une synthèse, sous forme de données chiffrées dans des tableaux et graphiques, était réalisée. Ce qui a permis de justifier l'exhaustivité des informations recueillies. Pour le traitement du questionnaire nous avons utilisé le logiciel des enquêtes sur terrain «**sphinxV5**».

Nonobstant les diverses difficultés rencontrées lors de la réalisation de notre enquête de terrain, chose qui a réduit le nombre de nos questionnaires à 112 questionnaires viables, et la non exhaustivité de notre étude, la limitation du territoire d'étude à la seule wilaya de Tizi-Ouzou, notre enquête est malgré tout très riche en renseignements et enseignements. Elle est révélatrice de la qualité de l'accompagnement qu'accordent les dispositifs ANSEJ, ANGEM et CNAC à leurs bénéficiaires. Notre enquête nous a permis aussi de dresser d'une part un profil des femmes entrepreneures bénéficiaires des dispositifs d'aide à la création d'entreprises en Algérie et d'autre part de cerner les motivations et les freins qui les entravent dans leur quête entrepreneuriale.

Section 03 : Interprétation des données institutionnelles sur les femmes bénéficiaires des dispositifs ANSEJ, ANGEM et CNAC dans la wilaya de Tizi-Ouzou

L'objectif de cette section est dans un premier temps, de voir la participation (le nombre de projets créés) des femmes de la wilaya de Tizi-Ouzou dans les trois dispositifs d'accompagnement (CNAC, ANSEJ et ANGEM). Notamment la caractérisation de cette participation par secteur d'activité et par type de financement et ce en comparaison avec la présence de leur homologue masculin (dans un seul et même dispositif à la fois), dans un second temps, de voir l'emploi généré par ces femmes accompagnées dans la wilaya de Tizi-Ouzou.

Ce qu'il convient de signaler, c'est que les résultats des statistiques des trois dispositifs sus-cités dans la wilaya de Tizi-Ouzou vont dans le même sens que ceux énumérés au niveau national dans le chapitre 03.

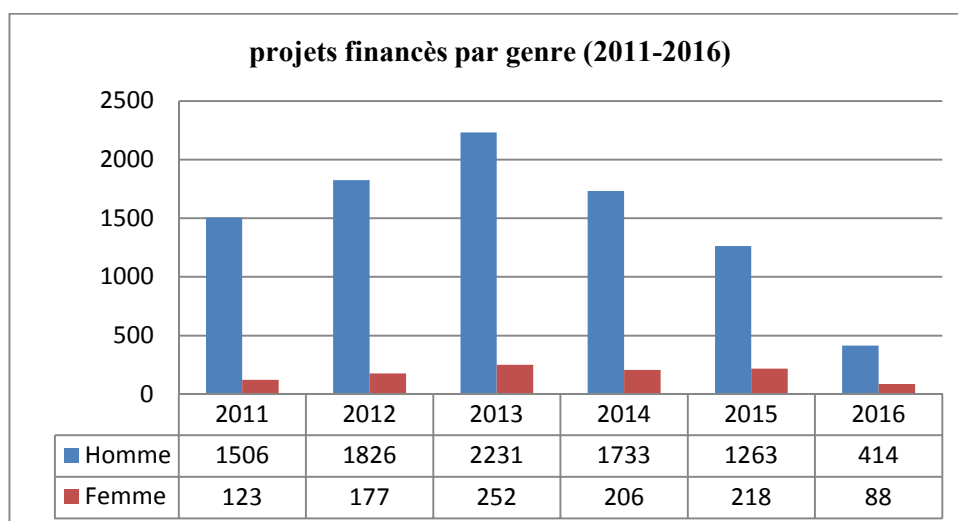
3.1. Interprétation des données institutionnelles du dispositif ANSEJ

Nous allons procéder à l'interprétation des données statistiques que l'ANSEJ de Tizi-Ouzou nous a confiées. Nous avons analysé les dossiers financés par genre; par types de financement et enfin par secteur d'activité. Nous avons fait de même pour l'analyse des emplois créés.

3.1.1. Répartition par genre des projets financés par le dispositif ANSEJ depuis 2011 jusqu'à 2016

La figure suivante représente le cumul des projets financés par le dispositif ANSEJ de la wilaya de Tizi-Ouzou, par genre au cours de la période 2011-2016.

Figure 16: Projets financés par le dispositif ANSEJ par genre (2011-2016)



Source : Exploitation des données de l'ANSEJ de Tizi-Ouzou.

De la figure ci-dessus nous remarquons sur toute la période considérée (2011-2016), que le nombre de projets (entreprises) masculins créés dans le cadre du dispositif ANSEJ de la wilaya de Tizi-Ouzou dépasse largement celui des femmes. Le taux de femmes qui sollicitent le dispositif ANSEJ de la wilaya de Tizi-Ouzou pour la création de leurs entreprises est à hauteur de 10,60% du total des projets financés⁹.

Ce constat peut être justifié par le fait que : le dispositif ANSEJ est conçu pour la promotion de tous les entrepreneurs (homme et femme); les femmes ont une aversion au risque et évitent le recours au crédit bancaire accordé par le billet de l'ANSEJ; elles sont

⁹ Sur un total de 10037 projets financés au cours de la période 2011-2016, les projets féminins financés étaient uniquement de 1064 projets. Soit un projet sur 10 est d'appartenance féminine.

Chapitre IV: Cadre méthodologique de l'investigation de terrain : observation à partir des données sur les femmes entrepreneures dans les dispositifs ANSEJ, CNAC et ANGEM

réticentes envers le fisc et les contrôleurs publics et préfèrent ainsi entreprendre dans le secteur informel; les femmes dans la tranche d'âge exigée par le dispositif ANSEJ (19-35 ans) sont soit étudiantes, salariées ou fonctionnaires; les femmes de la wilaya de Tizi-Ouzou sollicitent le dispositif ANGEM qui est plus propice à leurs activités de petite taille. Par ailleurs, la persistance de certains préjugés sociaux selon lesquels « une femme ayant un crédit ANSEJ est une femme endettée et à risque », ce constat est le propre des femmes célibataires qui évitent de recourir au dispositif ANSEJ pour ne pas nuire à leur image au sein de la société. Etant native de la wilaya de Tizi-Ouzou et y demeurant toujours, toutes ces constations émanent de nos observations. Toutefois, notre enquête de terrain nous a permis de consolider ces constats.

Un autre constat quant au nombre de projets financés par l'ANSEJ au cours de la période (2011,2016), est celui de l'existence de deux phases : une première phase de croissance du nombre de projets financés par le dispositif ANSEJ entre 2011 et 2013 puis une seconde phase de déclin entre 2014 et 2016. Ce constat peut être justifié, comme pour les deux autres dispositifs ANGEM et CNAC, par les dispositions de 2011 (bonification du taux d'intérêt, la revue à la baisse de l'apport personnel, le relèvement du PNR à 28% et 29%, les facilitations d'accès aux marchés publics...) qui ont incité les hommes comme les femmes à recourir au dispositif ANSEJ afin de créer leurs entreprises. Puis pour, la deuxième phase, par les mesures d'austérité entreprises dès 2015, suite à la situation de crise que traverse le pays (gel de certaines activités).

Le type de financement choisi par les femmes promotrices du dispositif ANSEJ est majoritairement le financement triangulaire¹⁰, soit 90% des financements. Ce constat n'est pas propre aux femmes uniquement. En effet, même les hommes promoteurs ANSEJ sont majoritairement présents dans cette catégorie de financement (88%). Ce constat se justifie par la tranche d'âge (19-35 ans) des promoteurs (Homme ou femme) du dispositif ANSEJ; une catégorie d'entrepreneurs très jeunes pour avoir la ressource financière suffisante pour s'orienter vers un financement mixte¹¹.

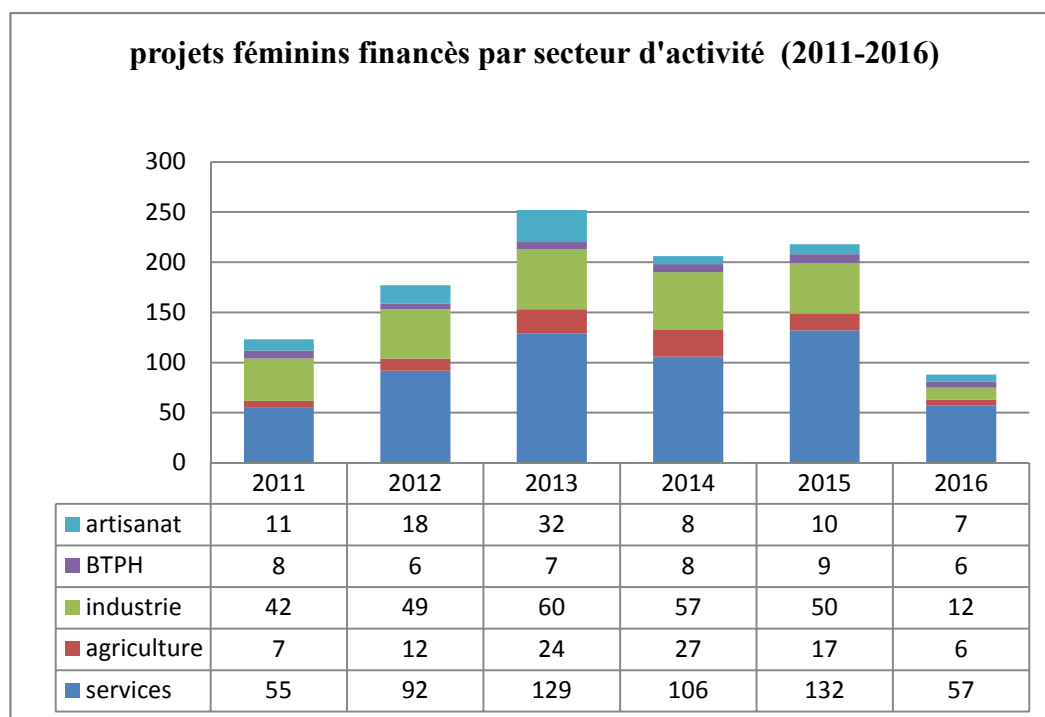
¹⁰ Ce type de financement est assuré par trois parties : le promoteur, l'ANSEJ et la banque. Si le prêt est inférieur à 5 millions de DA, le promoteur doit contribuer avec 1%, l'ANSEJ avec 29% et la banque avec 70% des financements. Si le prêt dépasse les 5 millions de DA, le promoteur doit contribuer avec 2% du montant du prêt, l'ANSEJ avec 28% et la banque avec 70%.

¹¹ Ce type de financement ne fait intervenir que le promoteur et l'ANSEJ. Si le prêt est inférieur à 5 millions de DA, le promoteur doit contribuer à raison de 71% du montant du projet et l'ANSEJ contribuera à raison de 29%. Si le prêt excède les 5 millions de DA, le promoteur doit verser 72% du montant du prêt et l'ANSEJ complètera 28% restants.

3.1.2. Répartition des projets féminins financés par secteur d'activité¹² (2011-2016)

La figure suivante présente la participation des femmes dans les projets financés par le dispositif ANSEJ, par secteur d'activité au cours de la période 2011-2016.

Figure 17: Projets féminins financés par le dispositif ANSEJ par secteur d'activité (2011-2016)



Source : Exploitation des données de l'ANSEJ de Tizi-Ouzou.

Si nous optons pour une analyse du nombre de projets créés par les femmes par secteur d'activité il ressort que :

Le nombre de projets créés a évolué dans tous les secteurs d'activité au cours des trois premières années (2011/2013). Toutefois, le nombre de projets créés dans le secteur des services est le plus élevé sur toute la période considérée (267 projets), suivi par l'industrie (notamment la petite industrie de transformation) avec 151 projets, puis l'artisanat avec 61 projets et enfin l'agriculture et le BTP avec respectivement 43 et 21 projets. Ce qui laisse à

¹² Selon la nomenclature de l'ANSEJ, l'**Artisanat** inclue: Couturier de vêtement traditionnel, artisan coiffeur, artisan couturier modéliste, artisan matelassier, artisan pâtissier, artisan imprimeur, artisan fabricant, etc. **Service:** Cyber café, dégraissage blanchisserie et teinturier, entreprise des travaux de secrétariat et assistance administrative, transport marchandise, transport personnel, studio photographie, salle de sports, station lavage, restauration rapide (fastfood), etc. **Industrie :** Biscuiterie et produits de régime, tissage industrielle de la laine et autres produits textiles, fabrication d'articles en plastique, fabrication de l'emballage plastique, fabrication de vernis, peinture et pigments et encres d'imprimerie, fabrication de pâtes alimentaires, etc. **Agriculture:** Céréaliculteur, élevage ovin, engraissement de volailles et accoupages industrielle, production de semences, entreprise de défense et restauration des sols, entreprise de travaux agricoles et traitements phytosanitaires ; **BTPH :** Entreprise de travaux bâtiment tout corps d'état, entreprise de bâtiment de grands travaux publiques, entreprise de terrassements de travaux ruraux, etc.

Chapitre IV: Cadre méthodologique de l'investigation de terrain : observation à partir des données sur les femmes entrepreneures dans les dispositifs ANSEJ, CNAC et ANGEM

dire que les femmes sont confinées dans les activités à petit profit et à moindre risque (le service, la petite industrie et l'artisanat) et tendent à éviter l'activité à connotation masculine (le secteur du BTP) même si les profits et les postes d'emplois y sont relativement plus élevés. Elles évitent, en effet, les métiers durs nécessitant un grand effort, des déplacements courants et un contact permanent avec la gent masculine (agriculture et BTPH). De là nous pouvons dire aussi que le dispositif ANSEJ n'oriente pas le choix des femmes en amont de la création de leurs entreprises. Ce qui engendre l'engouement des femmes dans certains secteurs, dits féminins, et leur absence dans d'autres.

3.1.3. Analyse des emplois créés dans le cadre du dispositif ANSEJ

Dans la wilaya de Tizi-Ouzou, le dispositif ANSEJ, de par les entreprises créées en son sein, contribue à générer de l'emploi et ainsi dit à résorber le chômage. Au cours de la période 2011-2016, les entreprises créées dans le cadre de ce dispositif ont généré 26121 postes d'emplois.

3.1.3.1. Analyse des emplois créés dans le cadre du dispositif ANSEJ, par secteur d'activité et par genre (2011-2016)

Le tableau ci-après nous indique le nombre de projets financés par le dispositif ANSEJ de la wilaya de Tizi-Ouzou, selon le secteur d'activité et le genre. Au cours de la période 2011-2016.

Tableau23: Total des emplois créés dans le cadre du dispositif ANSEJ (2011-2016)

Secteur d'activité	Total des emplois créés durant la période 2011-2016	
	Hommes	Femmes
services	5970	1550
agriculture	2845	259
industrie	4437	884
BTPH	8394	165
artisanat	1356	261
Total	23002	3119
Total général	26121	

Source : Exploitation des données de l'ANSEJ de Tizi-Ouzou.

Du tableau ci-dessus, nous constatons que les entreprises détenues par les femmes entrepreneures du dispositif ANSEJ de Tizi-Ouzou contribuent à résorber une portion modeste mais non négligeable du chômage dans la wilaya de Tizi-Ouzou. Elles ont en effet

créé 3119 postes d'emplois en six ans, soit en moyenne 519 emplois par an. Néanmoins, le nombre de postes d'emplois créés par les entreprises masculines est 7 fois plus important que celui généré par les entreprises féminines. Cela est proportionnel au nombre de projets masculins et féminins créés.

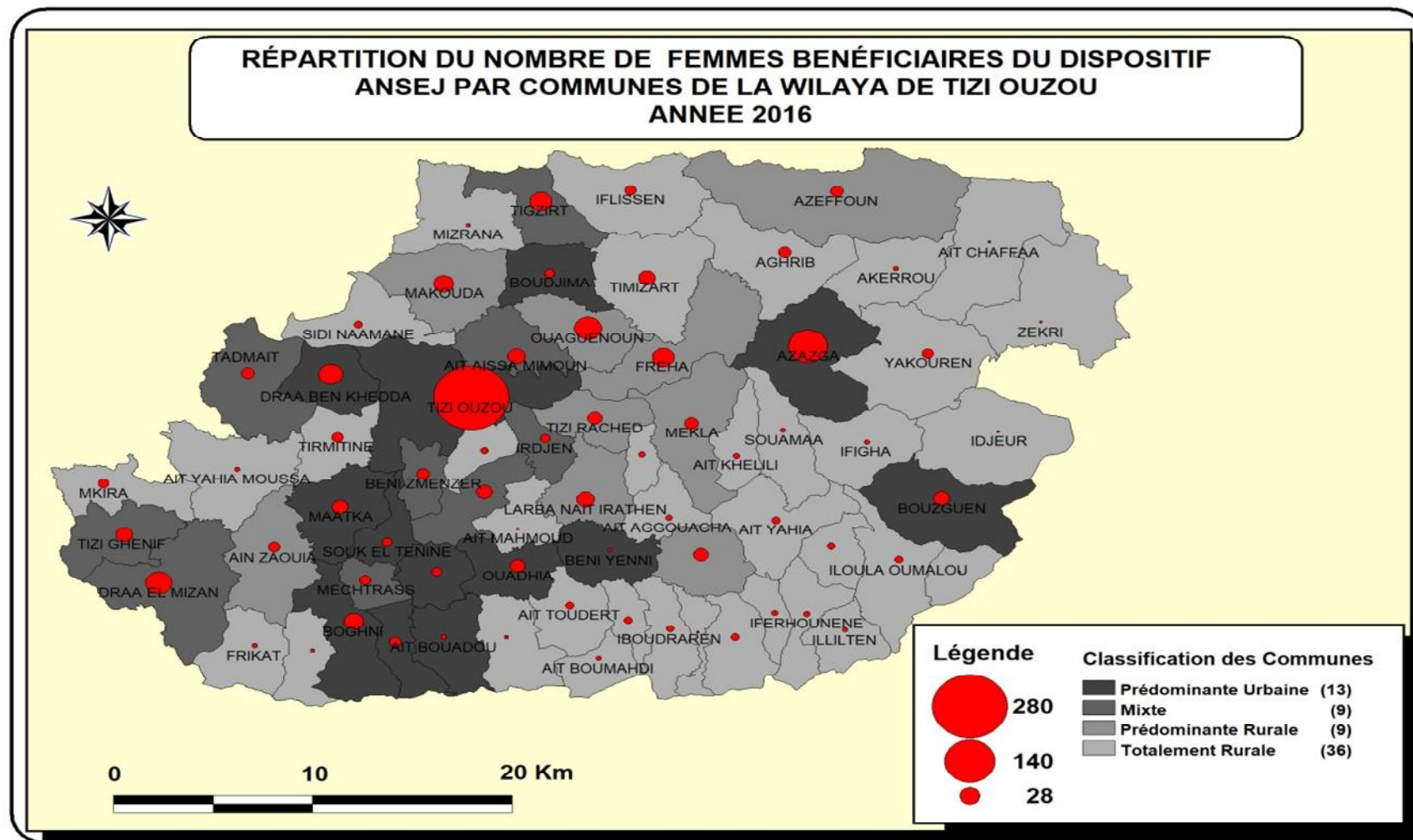
Contrairement aux entreprises dirigées par les hommes et qui créent beaucoup de postes d'emploi dans le secteur du BTPH, 8394 postes d'emplois, le plus grand nombre des emplois créés par les entreprises féminines du dispositif ANSEJ est dans le secteur des services, 1550 postes d'emplois. Cela s'explique par le fait que les femmes créent plus d'entreprises dans le secteur des services. Par corrélation entre le nombre d'entreprises créées dans ce secteur et le nombre de postes d'emploi générés, il ressort que chaque entreprise crée en moyenne deux postes d'emplois (1550/267). Ce qui nous amène à dire que ce secteur est peu générateur de postes d'emplois. Par comparaison au secteur des services, le secteur de l'industrie génère en moyenne 6 postes d'emplois (884/151). Néanmoins, les promotrices ANSEJ n'entreprennent que minoritairement dans ce secteur (151 projets créés en 6 ans).

3.1.4. Répartition du nombre d'entreprises féminines créées dans le cadre du dispositif ANSEJ par communes (2011-2016)

Dans le but de voir la répartition géographique, inégale, des entreprises féminines créées dans le cadre du dispositif ANSEJ dans la wilaya de Tizi-Ouzou, nous avons utilisé le logiciel «Mapinfo¹³».

¹³ C'est un logiciel d'exploitation des systèmes d'informations géographiques «SIG», il permet l'acquisition, le stockage, la mise à jour, la manipulation et le traitement des données géographiques. De plus, il permet de faire la cartographie et l'analyse spatiale de façon précise en fonction de l'échelle désirée (Makhloufi, 201: p98).

Carte n° 2 : Répartition des femmes promotrices ANSEJ (cumule 2016)



Source : Exploitation des données du dispositif ANSEJ T-O (2011-2016) avec l'usage du logiciel MAPINFO.

A première vue, nous remarquons que des femmes venues de toutes les communes de la wilaya de Tizi-Ouzou ont sollicité le dispositif ANSEJ afin de créer leurs entreprises. Cela dénote de la diffusion de l'information auprès des femmes de la wilaya de Tizi-Ouzou quant à l'existence de ce dispositif et des avantages qu'il procure pour lancer une entreprise. Par ailleurs, ce qui est encore plus frappant c'est l'inégale répartition des entreprises créées par les femmes entre les différentes communes de la wilaya. En effet, les promotrices ANSEJ sont très présentes dans les communes¹⁴ à prédominance urbaine et mixte, un peu moins présentes dans les communes à dominante rurale et quasi-absentes dans les communes totalement rurales. Cette inégale répartition peut être expliquée par la plus grande possibilité de créer des entreprises féminines dans divers secteurs (services, industrie, artisanat, BTPH) dans les communes urbaines et mixtes. En effet, l'existence de marchés, la disponibilité des infrastructures (transport par exemple), la présence d'autres entreprises féminines qui activent dans le même secteur d'activité (notamment pour le secteur des services), l'accès plus élargi aux services publics (les télécommunications par exemple) et privés d'appui aux entreprises, la jeunesse de la population féminine urbaine et la proximité du dispositif ANSEJ sont tous des facteurs encourageant à créer des entreprises féminines dans ces communes.

A la différence des communes urbaines et mixtes, les communes rurales enregistrent les plus faibles présences d'entreprises féminines créées dans le cadre du dispositif ANSEJ. Et ce, suite à l'insuffisance de disponibilité de facteurs encourageant à l'émergence de ces entreprises.

Ainsi, nous remarquons que la commune de Tizi-Ouzou détient le plus grand nombre d'entreprises créées par les promotrices ANSEJ. Suivie par les communes d'Azazga, Draa-el-Mizen, Draâ-Ben-Khedda, Ouagnoun et Fréha. Les deux dernières communes sont à prédominance rurale.

Au terme de l'analyse des informations statistiques que le dispositif ANSEJ de la wilaya de Tizi-Ouzou nous a communiquées, nous concluons que la contribution de ce dispositif à la création d'entreprises féminines est très faible. En effet, le taux de participation des femmes de la wilaya de Tizi-Ouzou à ce dispositif ne dépasse pas 10,60% du total des projets créés.

¹⁴ Pour pouvoir répartir les communes en zone urbaine et zone rurale, nous avons utilisé le document de l'armature urbaine en Algérie (ONS, 2008). Prédominance urbaine (PU): si la part de la population vivant dans les zones Urbaines est supérieure à 75%; Communes mixtes (MI): si la part de la population vivant dans les zones Urbaines se situe entre 45% et 75%; Prédominance rurale (PR): si la part de la population vivant dans les zones Urbaines est inférieure à 45%; Totalement rurale (T.R): si la part de la population vivant dans la zone Rurale est à 100%.

Chapitre IV: Cadre méthodologique de l'investigation de terrain : observation à partir des données sur les femmes entrepreneurs dans les dispositifs ANSEJ, CNAC et ANGEM

Les entreprises féminines créées dans le cadre de ce dispositif sont fortement concentrées dans le secteur des services, un secteur peu générateur de postes d'emplois et de richesses. Les femmes des communes à dominante urbaine et mixtes sont les plus incitées à recourir à ce dispositif pour créer leurs entreprises.

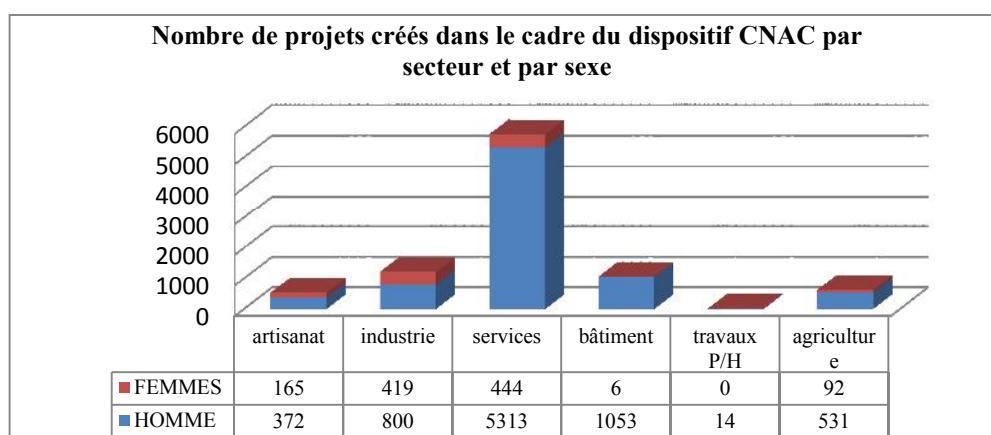
3.2. Interprétation des données institutionnelles du dispositif CNAC

Nous procéderons, ici, à l'analyse des données statistiques que la CNAC de Tizi-Ouzou nous a communiquées. Ces statistiques concernent les projets financés (par genre, par types de financement et enfin par secteur d'activité) et les postes d'emplois générés par ces projets.

3.2.1. Le cumul des projets créés dans le cadre du dispositif CNAC par secteur et par sexe depuis 2004

La figure ci-dessous nous montre la répartition du cumul des projets créés dans le cadre du dispositif CNAC de la wilaya de T-O, par sexe et par secteur d'activité, depuis 2004 jusqu'à Juin 2017.

Figure 18: Le cumul des projets créés dans le cadre du dispositif CNAC par secteur et par sexe ; 2004-2017



Source : Exploitation des données de la CNAC-TO

A première vue et tout au long de la période considérée (2004-2017), nous remarquons que le nombre de projets (entreprises) masculins créés dans le cadre du dispositif CNAC dans la wilaya de Tizi-Ouzou dépasse celui de la gent féminine. Et ce, dans tous les secteurs d'activités. Cet état de fait peut être expliqué par le fait que le dispositif CNAC, comme le dispositif ANSEJ, est conçu pour promouvoir l'entrepreneuriat en général; les femmes ont une aversion au risque et elles évitent le recours au crédit très important qu'accorde le

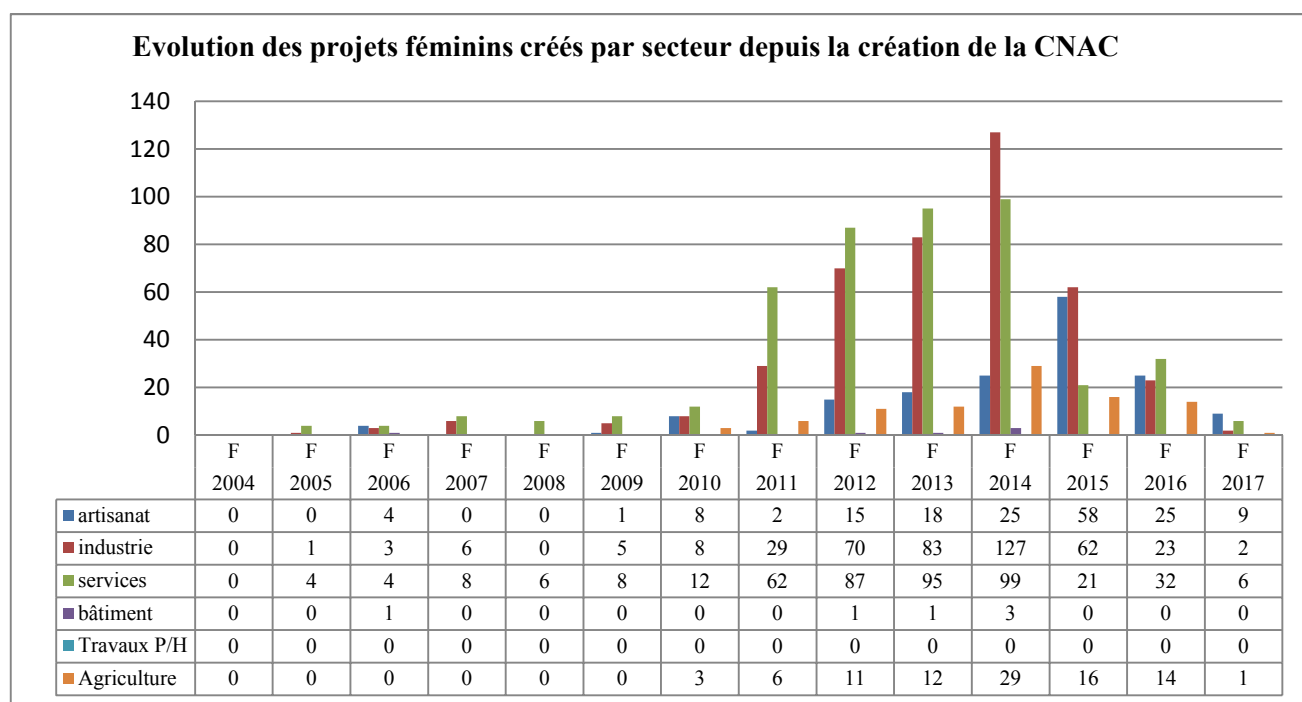
Chapitre IV: Cadre méthodologique de l'investigation de terrain : observation à partir des données sur les femmes entrepreneurs dans les dispositifs ANSEJ, CNAC et ANGEM

dispositif CNAC; les femmes de la wilaya de Tizi-Ouzou sollicitent le dispositif ANGEM qui est plus adapté à leurs activités de petite taille.

3.2.2. Analyse de l'évolution des projets féminins créés par secteur (domaine) d'activité et par année

La figure suivante présente l'évolution des projets créés par les femmes du dispositif CNAC de la wilaya Tizi-Ouzou, par secteur d'activité sur la période 2004/2017.

Figure19: Evolutions des projets créés par les femmes selon le secteur d'activité



Source : Exploitation des données de la CNAC de Tizi-Ouzou

Le nombre de projets féminins créés a évolué dans tous les secteurs d'activité au cours des cinq années (2010/2014), essentiellement à partir de 2011. Toutefois, nous remarquons qu'il y a des disparités dans cette évolution. En effet, le nombre de projets créés dans le secteur des services est le plus élevé sur toute la période considérée (355), suivi par le secteur de l'industrie (notamment la petite industrie de transformation) avec 317 projets, puis l'artisanat (127) et l'agriculture (61) et enfin le secteur du BTP qui est quasi-inexistant (5 projets seulement en 5 ans). Ce qui laisse à dire que, tout comme le cas des promotrices ANSEJ, les activités à faible profit et à moindre risque (les services, la petite industrie et l'artisanat) sont celles qui intéressent les promotrices CNAC au premier chef. Les promotrices

Chapitre IV: Cadre méthodologique de l'investigation de terrain : observation à partir des données sur les femmes entrepreneurs dans les dispositifs ANSEJ, CNAC et ANGEM

CNAC tendent donc à éviter l'activité à connotation masculine (le secteur du BTP) même si les profits à réaliser sont relativement plus élevés dans cette activité. A partir de ce constat nous pourrions dire aussi que le dispositif CNAC n'influence pas le choix des femmes en amont de la création de leur entreprise. Ce qui engendre l'engouement des femmes dans certains secteurs et leur absence dans d'autres.

3.2.3. Analyse des projets financés par la CNAC et l'impact sur l'emploi par sexe et par secteur

Le tableau ci-après nous indique le nombre de projets financés par le dispositif CNAC de la wilaya de Tizi-Ouzou, ainsi que l'impact sur l'emploi selon le secteur d'activité et le sexe durant la période 2004-2017.

Tableau 24: Projets financés et impact emploi par sexe et par secteur dans le dispositif CNAC (2004-2017)

Secteur d'activité	Projets financés		Impact emploi	
	Homme	Femme	Homme	Femme
Artisanat	372	165	1260	696
Industrie	800	419	2667	1266
Services	5313	444	6786	714
BTP	1053	6	3984	13
Travaux P/H	14	0	70	0
Agriculture	531	92	1073	136
Total	8083	1126	15840	2825
Total général	9209		18665	

Source : Exploitation des données de la CNAC de Tizi-Ouzou

En termes de financement de projets, les femmes participent à hauteur de 12,23%¹⁵ dans le cadre du dispositif CNAC, soit 1 projet sur 8 appartient à une femme, un taux de participation relativement faible en comparaison avec celui de leur homologue masculin qui est de 87,77%.

C'est dans les deux secteurs, Services et BTP que se creuse la différence entre les deux sexes. En fait, les projets féminins ne représentent que 7%¹⁶ et 0,57%¹⁷ dans les secteurs Services et BTP respectivement.

Ces résultats attestent que les femmes évitent de faire appel au dispositif CNAC pour créer leurs entreprises, qui sont généralement de petites tailles et ne nécessitant pas un recours

¹⁵ 1226 projets féminins créés sur un total de 9209 projets financés au cours de la période 2004 à 2017.

¹⁶ 444 projets sur un total de 5757 projets.

¹⁷ 6 projets féminins sur un total de 1059 projets.

aux financements importants. Elles évitent le risque inhérent à un financement bancaire ainsi que les lenteurs administratives qui y sont liées.

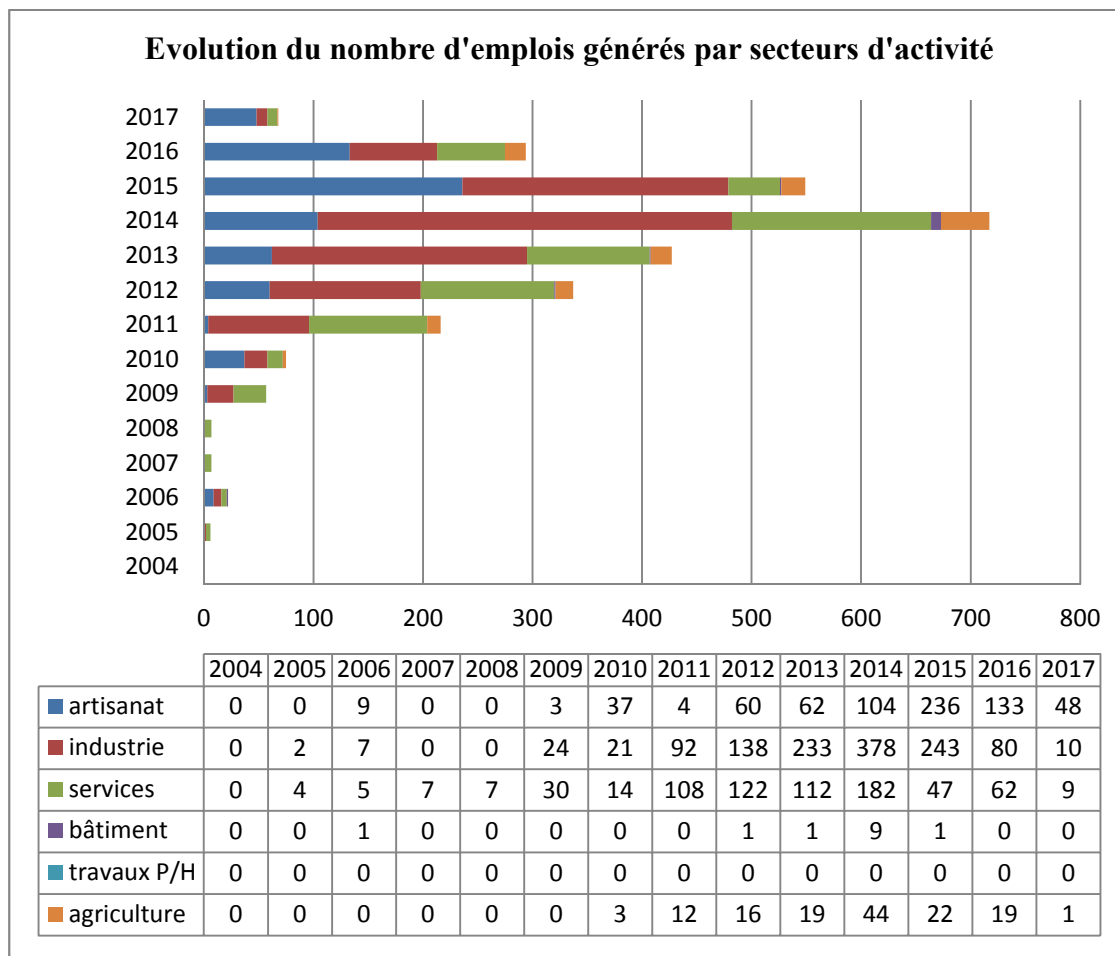
De plus, ces résultats trouvent justification dans le manque d'expérience de ces femmes dans le domaine des affaires; la non-spécificité de l'accompagnement accordé par le dispositif CNAC, ce dernier est essentiellement conçu pour la promotion de tous les entrepreneurs initialement chômeurs, âgés entre 30 et 50 ans; l'existence du dispositif ANGEM propice au financement des petits projets féminins; l'existence du dispositif ANSEJ qui fait concurrence à la CNAC pour la tranche d'âge 30 à 35 ans; le recours à l'autofinancement et/ou l'intégration du secteur informel qui constitue une partie considérable de l'entrepreneuriat féminin dans la wilaya de Tizi-Ouzou.

Proportionnellement au nombre de projets créés dans le cadre du dispositif CNAC pour la période 2004-2017, le nombre de postes d'emploi générés par les femmes dans la wilaya de Tizi-Ouzou est relativement modeste par rapport à ceux générés par leurs homologues masculins, soit 2825 emplois générés par les projets féminins contre 15840 générés par les projets masculins. Rien d'étonnant, étant donné que les secteurs investis par les hommes sont à forte-main d'œuvre (le secteur du BTP et de l'industrie) et ceux investis par les femmes sont de petite taille et ne nécessitent pas un nombre important d'employés (artisanat et services).

3.2.4. Evolution du nombre de postes d'emplois créés par les femmes dans le cadre du dispositif CNAC

La figure ci-après nous montre l'évolution du nombre de postes d'emplois créés par les femmes dans le cadre du dispositif CNAC de la wilaya de Tizi-Ouzou, selon le secteur d'activité. Au cours de la période 2004/2017.

Figure 20: Nombre de postes d'emplois créés par les femmes entrepreneures du dispositif CNAC.



Source : Exploitation des données de la CNAC de Tizi-Ouzou

Si nous regardons le nombre total de postes d'emplois créés par les femmes promotrices du dispositif CNAC, 2825 postes d'emplois, nous constatons que, de part la création d'entreprises, les femmes contribuent légèrement à l'absorption du chômage dans la wilaya de Tizi-Ouzou. En effet, le nombre de postes d'emplois n'a cessé d'évoluer depuis 2009 pour atteindre son pique en 2014 puis décroître jusqu'en 2017.

Le nombre de postes d'emplois est multiplié par 9 entre 2010 et 2014, il est passé de 75 emplois en 2010 à 717 emplois en 2014. Cet état de fait est justifié par les nouvelles dispositions apportées au niveau du dispositif CNAC, notamment celles de 2011/2012, ce qui a incité les femmes à créer davantage d'entreprises génératrices d'emplois.

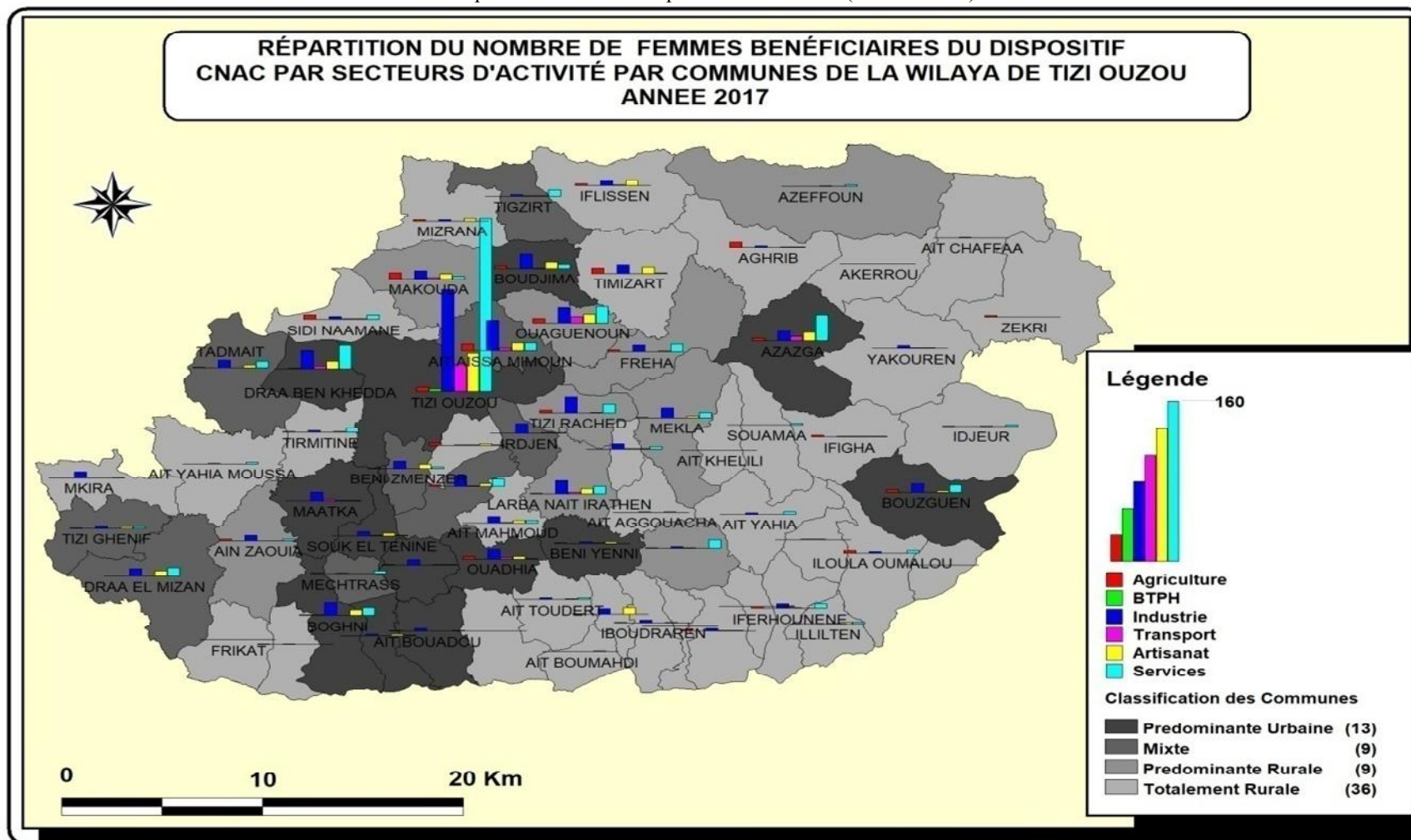
Depuis 2015, le nombre de postes d'emplois créés par les femmes est revu à la baisse, il est passé de 717 emplois en 2014 à 549 en 2015 puis à 294 en 2016. Cette chute vertigineuse du nombre de postes d'emplois est due essentiellement aux mesures d'austérité prises par l'Etat algérien depuis 2015.

Proportionnellement au nombre d'entreprises créées, le nombre le plus élevé de postes d'emplois est assimilé au secteur de l'industrie avec 1228 emplois, suivi du secteur des services avec 709 postes d'emplois, puis le secteur de l'artisanat avec 698 postes et enfin le secteur de l'agriculture avec 136 postes et le BTP avec, seulement, 13 postes d'emplois.

3.2.5. Répartition du nombre d'entreprises féminines par secteurs d'activité et par communes dans la wilaya de Tizi-Ouzou (2004-2017)

Pour voir la répartition géographique, inégale, des entreprises féminines créées dans le cadre du dispositif CNAC par secteur d'activité, dans la wilaya de Tizi-Ouzou, nous avons, également, utilisé le logiciel «Mapinfo».

Carte n° 3: Répartition des femmes promotrices CNAC (cumule 2017).



Source : Exploitation des données du dispositif CNAC de T-O 2017 et usage du logiciel MAPINFO.

A première vue, nous remarquons, comme pour le cas du dispositif ANSEJ, que le dispositif CNAC a été sollicité par des femmes venues de toutes les communes de la wilaya de Tizi-Ouzou afin de créer leurs entreprises. Cela dénote de la diffusion de l'information auprès des femmes de la wilaya de Tizi-Ouzou quant à l'existence de ce dispositif et des avantages qu'il procure pour lancer une entreprise. Néanmoins, nous remarquons une forte concentration de ces entreprises dans les communes à prédominance urbaine ou mixtes, à savoir : Tizi-Ouzou, Ait-Aissa-Mimoun, Draâ-Ben-Kheda et Azazga. Exceptée la commune de Ouaguenoun qui est une commune à prédominance rurale.

La lecture de la carte atteste d'une répartition déséquilibrée des entreprises par secteur d'activité. Dans les communes à prédominance urbaine, les secteurs de l'industrie et des services sont très présents, et dans les communes mixtes ou à prédominance rurale, ce sont les secteurs de l'artisanat et, avec un moindre nombre, le secteur des services qui prédominent. Cela s'explique par le fait que dans les communes rurales, les femmes ont tendance à faire appel à leurs savoir-faire pour créer leurs entreprises artisanales. Pour le cas des communes urbaines, les mêmes explications avancées pour le cas de l'ANSEJ sont aussi valables pour le cas de ce dispositif. Excepté le facteur de la jeunesse de la population qui ne joue pas un rôle important ici, les femmes du dispositif CNAC sont âgées entre 30 et 50ans.

Pour conclure, nous pouvons dire que le dispositif CNAC produit le même schéma de promotion de l'entrepreneuriat féminin que le dispositif ANSEJ. La seule différence qui existe entre ces deux dispositifs est celle liée à la tranche d'âge de la population visée (19 à 35 ans pour l'ANSEJ et 30 à 50 ans pour la CNAC).

Ainsi la contribution du dispositif à la création d'entreprises féminines est très faible. Les femmes de la wilaya de Tizi-Ouzou sont peu intéressées par les activités de ce dispositif, leur taux de participation à ce dernier ne dépasse pas 12,23% du total des projets créés. Le secteur de prédilection des promotrices de ce dispositif est le secteur des services. Par ailleurs, à la différence des promotrices ANSEJ, les promotrices CNAC investissent également le secteur de l'industrie, cela peut s'expliquer par exemple, par l'expérience professionnelle qu'ont les bénéficiaires de ce dispositif dans le secteur industriel étant donné qu'elles sont dans la tranche d'âge 30-50 ans.

Les femmes des communes à prédominance urbaine et mixtes sont les plus incitées à recourir à ce dispositif pour créer leurs entreprises.

3.3. Interprétation des données institutionnelles du dispositif ANGEM

Nous analyserons les données statistiques qui nous ont été communiquées par l'ANGEM de Tizi-Ouzou. Nous avons choisi trois niveaux d'analyse : analyser les dossiers déposés et financés par genre; analyser les projets par types de financement et enfin par secteur d'activité. Nous avons voulu faire de même pour les postes d'emplois générés, mais faute de disponibilité des statistiques, nous ne sommes pas parvenus à le faire.

3.3.1. Le nombre de projets créés depuis le début de l'activité du dispositif ANGEM par genre

Le tableau ci-après nous indique le nombre de dossiers déposés et le nombre de dossiers financés par le dispositif ANGEM de la wilaya de Tizi-Ouzou, ainsi que la participation des femmes dans ce dispositif; depuis le début de l'activité, de ce dernier, en 2005 jusqu'à 2017.

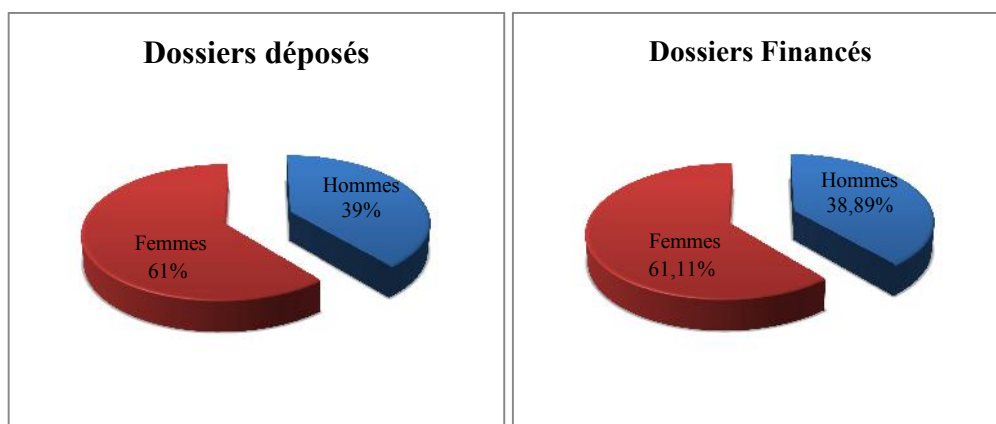
Tableau 25: Cumul de l'activité de l'ANGEM depuis le début de son activité jusqu'à 2017

	Dossiers déposés	Dossiers Financés
Hommes	12595	8862
Femmes	19698	13927
Total	32293	22789

Source: Exploitation des données de l'ANGEM de Tizi-Ouzou

La figure ci-dessous nous montre la répartition du cumul des dossiers déposés et financés, selon le sexe depuis le lancement du dispositif ANGEM en 2004 jusqu'à 2017.

Figure 21: Répartition par sexe des dossiers déposés et financés par l'ANGEM depuis sa création jusqu'à 2017.



Source : Exploitation des données de L'ANGEM de T-O, 2017.

A partir des données ci-dessus, nous remarquons que contrairement à leurs homologues masculins, les femmes sont fortement présentes en matière de sollicitation du dispositif ANGEM pour la création de leurs activités. En effet, elles s'accaparent de la plus grande part et des dépôts (61%) et des financements (61,11%).

Ce constat s'explique par le fait que l'ANGEM est essentiellement conçue pour la promotion des femmes au foyer et de l'entrepreneuriat à domicile que l'on peut qualifier d'entrepreneuriat de subsistance. En fait, traditionnellement, les femmes ont été désavantagées en matière d'accès au crédit et autres services financiers (phénomène de l'exhérédation auquel s'ajoute la réticence des banques envers elles). Sur ce, les politiques publiques ont opté pour assister les femmes à la recherche des sources de financement (Bouzar et Louggar, 2014).

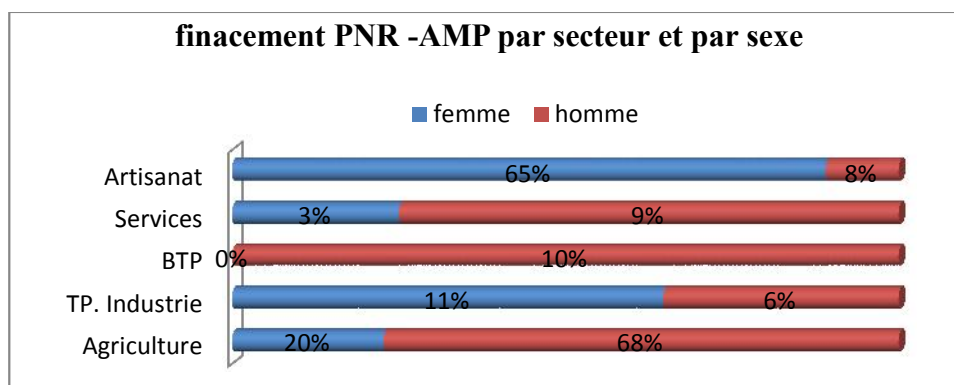
3.3.2. Classement des projets créés par type de financement

3.3.2.1. Financement PNR AMP (achat matière première)

Pour le financement PNR AMP, la présence des femmes dépasse de loin celle des hommes, soit 72,25% des financements sont attribués aux femmes.

La répartition par branche d'activité et par genre de ces financements PNR-AMP est représentée dans la figure suivante.

Figure22: Financement PNR AMP, selon le sexe et le secteur d'activité¹⁸ (Année 2017).



Source : Exploitation des données de l'ANGEM de T-O 2017

¹⁸ Selon la nomenclature de l'ANGEM, l'**artisanat** inclus les activités suivantes : le tissage et la tapisserie traditionnelle, fabrication de vêtement traditionnelle, broderie...; le **petite industrie** inclus l'industrie alimentaire, fabrication de pâtes alimentaires, pâtisserie et gâteaux, torréfaction et mouture de café, et l'industrie de l'habillement, fabrication de linge domestique, etc.; l'**agriculture** comprend les activités de l'élevage: ovin, bovin, caprin volaille, apiculture, travail de la terre ; les **services** renferment la coiffure et soins de beauté, les services informatiques; le **BTP** concerne principalement la fabrication de petits matériaux de construction.

Chapitre IV: Cadre méthodologique de l'investigation de terrain : observation à partir des données sur les femmes entrepreneures dans les dispositifs ANSEJ, CNAC et ANGEM

En survolant la figure ci-dessus, nous remarquons que le secteur de l'artisanat représente 65% des financements PNR féminins, suivi du secteur de l'agriculture avec 20%, le secteur de la très petite industrie avec 11% et enfin le secteur des services avec, uniquement, 3%. Les femmes promotrices ANGEM de la wilaya de Tizi-Ouzou n'entreprennent pas dans le secteur du bâtiment.

Ces constatations montrent que les activités créées par les femmes dans le cadre du dispositif ANGEM émanent, essentiellement, du travail à domicile. En effet, le secteur de l'artisanat connaît un engouement de femmes, plus de la moitié des activités y sont (65% des financements). Ces bilans révèlent aussi qu'une grande partie de ces femmes créatrices sont des femmes rurales (le secteur de l'agriculture représente près de 20%).

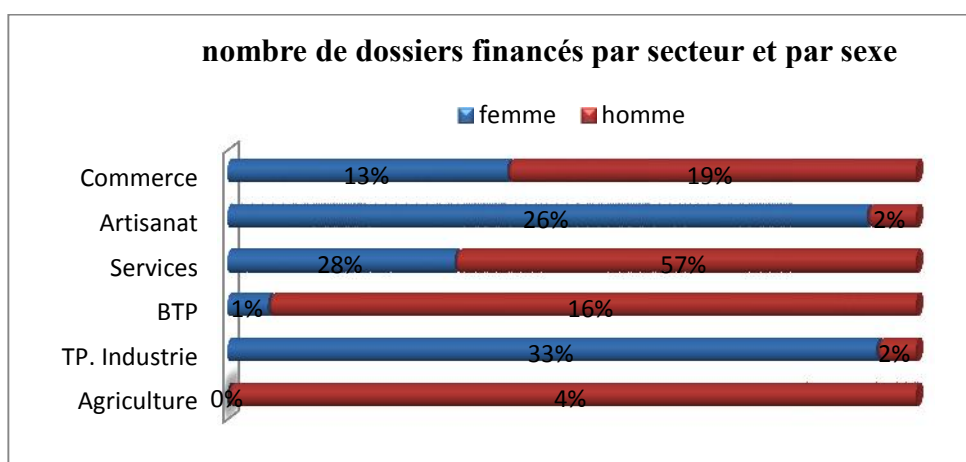
Ce constat se justifie également par le fait, qu'en plus de lever la réserve du capital, le dispositif ANGEM lève, aussi, la réserve du registre de commerce. En effet, pour souscrire à la formule de financement PNR pour l'achat de la matière première, la femme entrepreneure n'est pas obligée de justifier d'un registre de commerce. Ce qui procure à l'activité un caractère mi-formel-mi-informel (Benmakhlouf et Aknine, 2016).

3.3.2.2. Financement PNR, projet : financement triangulaire (ANGEM, Banque, Promoteur)

Pour ce type de financement, nous remarquons que la participation des femmes est très faible. Elle n'est que de 18,54%, (94 projets sur un total de 507 projets). Elle est inférieure à celle de leur homologue masculin (413 dossiers financés, soit 81,46%). Les femmes de la wilaya de Tizi-Ouzou ne bénéficient que très peu des projets dont le financement est important.

La répartition par genre et par secteur d'activité est représentée dans la figure ci-après.

Figure23: Financement triangulaire par secteur d'activité et par sexe dans le dispositif ANGEM (année 2017).



Source : Exploitation des données de l'ANGEM-TO, 2017.

Chapitre IV: Cadre méthodologique de l'investigation de terrain : observation à partir des données sur les femmes entrepreneures dans les dispositifs ANSEJ, CNAC et ANGEM

Les secteurs pour lesquels les femmes promotrices de l'ANGEM aient recours au financement triangulaire sont essentiellement le secteur de la très petite industrie avec 33%, les services 28% et l'artisanat 26%.

En somme, nous constatons que les femmes sont plus enclines à solliciter le financement PNR.AMP conçu pour l'achat de la matière première, en vue de fructifier leurs petites activités, que le financement triangulaire. Elles sont donc nombreuses à éviter le recours au financement externe, en l'occurrence le financement bancaire, et ce à cause, d'une part, de la peur du risque bancaire et la lenteur administrative (l'accord bancaire qui prend du temps du fait de la méfiance des banques de l'insolvabilité des promoteurs en général et des femmes en particulier) et le manque d'expérience de ces femmes dans le domaine des affaires (la gestion, finance, etc.). D'autre part, l'existence de financement personnel (prêt des parents, du conjoint ou de la famille, autofinancement, etc.).

Les femmes sont très présentes dans les secteurs d'activités les moins tournés vers le monde extra-domicile (artisanat et très petite industrie). Elles sont donc très peu présentes dans les autres secteurs d'activité comme le BTPH et l'agriculture.

3.3.3. Cumul du nombre de postes d'emploi créés par les femmes dans le cadre du dispositif ANGEM par genre

Le tableau ci-dessous nous indique le nombre de postes d'emplois générées par les promoteurs et promotrices ANGEM dans la wilaya de Tizi-Ouzou du 01/07/2011 au 31/12/2016.

Tableau 26: Cumul du nombre d'emplois générés dans le cadre du dispositif ANGEM du 01/07/2011 au 31/12/2016.

	Dossiers financés	Emplois générés
Hommes	5640	10640
Femmes	9693	11497
Total	15333	22137

Source : Exploitation des données de l'ANGEM-TO

Les femmes de par leur création d'entreprises dans le cadre du dispositif ANGEM, contribuent à générer de l'emploi pour la wilaya de Tizi-Ouzou, 11497 postes d'emplois en 5 ans (2011-2016). La contribution des femmes dans la création des postes d'emplois est presque similaire à celle de leur homologue masculin, soit une différence en faveur des femmes de 857

Chapitre IV: Cadre méthodologique de l'investigation de terrain : observation à partir des données sur les femmes entrepreneures dans les dispositifs ANSEJ, CNAC et ANGEM

postes d'emploi (11497-10640), et ce malgré le nombre important de projets féminins financés. Ce constat peut être justifié, d'une part, par la nature des secteurs investis par les femmes (artisanat, agriculture, TP industrie), qui sont des secteurs à connotation féminine et qui ne génèrent qu'un faible nombre de postes d'emploi, contrairement aux secteurs dits masculins qui créent un nombre important d'employés (secteur du BTP). D'autre part, par le fait qu'une part considérable des femmes¹⁹ qui sollicitent le dispositif ANGEM sont des entrepreneures par nécessité. Elles ont sollicité ce dispositif par nécessité économique.

Au terme de l'interprétation des informations statistiques que les dispositifs ANSEJ, CNAC et ANGEM de la wilaya de Tizi-Ouzou nous ont communiquées, nous concluons que la contribution des deux dispositifs ANSEJ et CNAC à l'émergence de l'entrepreneuriat féminin dans notre wilaya est très faible. En effet, le taux de participation des femmes de la wilaya de Tizi-Ouzou à ces deux dispositifs ne dépasse pas 10,60% (ANSEJ) et 12,23% (CNAC) du total des projets créés. Encore faudra-t-il souligner qu'une portion importante des promotrices de ces deux dispositifs n'est que des «prête-noms».

Contrairement aux deux dispositifs précédents, conçus pour stimuler l'entrepreneuriat en général, le dispositif ANGEM est sollicité à hauteur de 61% par les femmes de la wilaya de Tizi-Ouzou pour créer leurs entreprises. Il contribue, donc, fortement à l'émergence de l'entrepreneuriat féminin dans la wilaya de Tizi-Ouzou. Cependant, cet entrepreneuriat est un entrepreneuriat de nécessité. Et pour cause, la majorité des promotrices ANGEM sont confinées dans le financement PNR pour l'achat de la matière première, leurs entreprises sont ainsi de très petite taille, ne générant que de faibles revenus et un nombre restreint de postes d'emplois.

Les secteurs de prédilection des promotrices ANSEJ, CNAC et ANGEM sont le secteur des services, de la très petite industrie et de l'artisanat. Les promotrices de ces dispositifs sont donc, majoritairement, cantonnées dans les secteurs conventionnellement et traditionnellement féminins. En effet, avec les mutations qu'a connu notre société et la volonté de certaines promotrices de mettre à profit leur capital connaissance et expérience, certaines promotrices de ces dispositifs ont investi des secteurs exclusivement masculins (autoécole, secteur du BTPH, industrie de transformation).

¹⁹ La majorité des femmes qui sollicitent le dispositif ANGEM optent pour la formule de financement PNR-AMP, une formule de financement qui vêt un caractère mi-formel et mi-informel du fait qu'elle lève la réserve du registre de commerce.

La répartition par commune des promotrices des trois dispositifs, ainsi que des entreprises créées, est inégale. En effet, les femmes des communes à prédominance urbaine et mixtes sont les plus incitées à recourir à ces dispositifs pour créer leurs entreprises. Ces dernières sont majoritairement implantées dans la commune de Tizi-Ouzou. Cette inégale répartition trouve justification dans les avantages qu'offre cette commune, notamment celui de la proximité des trois dispositifs.

Conclusion

Le territoire de la wilaya de Tizi-Ouzou recèle plusieurs potentialités. Elles vont des ressources naturelles et humaines jusqu'aux savoir-faire artisanal, milieu socioculturel et culture ambiante propre à cette wilaya. Ces potentialités (la jeunesse de la population qui est constituée à 49% de femmes, le taux de scolarisation élevé des filles, la forte présence féminine dans la formation professionnelle et l'enseignement supérieur, l'existence d'infrastructures nécessaires au développement du tissu industriel...) peuvent être valorisées par des projets entrepreneuriaux féminins recouvrant l'ensemble des secteurs d'activité (service, artisanat, agriculture, industrie...). Effectivement, des projets entrepreneuriaux portés par des femmes ayant sollicité l'un des dispositifs d'aide à la création d'entreprises (ANSEJ, ANGEM et CNAC) ont été lancés.

La contribution des dispositifs ANSEJ et CNAC à l'émergence de l'entrepreneuriat féminin dans la wilaya de Tizi-Ouzou est très faible. En effet, le taux de participation des femmes à ces deux dispositifs ne dépasse pas 10,60% (ANSEJ) et 12,23% (CNAC) du total des projets créés. A contrario, le dispositif ANGEM est sollicité à hauteur de 61% par les femmes tizi-ouziennes. Il contribue, donc, fortement à l'émergence de l'entrepreneuriat féminin dans la wilaya de Tizi-Ouzou. Les secteurs de prédilection des promotrices ANSEJ, CNAC et ANGEM sont le secteur des services, de la très petite industrie et de l'artisanat. Elles sont cantonnées dans les secteurs traditionnellement féminins. Toutefois, avec les mutations qu'a connu notre société et la volonté de certaines promotrices de mettre à profit leur capital connaissance et expérience, certains secteurs exclusivement masculins (autoécole, secteur du BTPH, industrie de transformation) ont été investis. Les femmes des communes à prédominance urbaine et mixte sont les plus incitées à recourir aux trois dispositifs pour créer leurs entreprises. Ces dernières sont majoritairement implantées dans la commune de Tizi-Ouzou.

La collecte des informations statistiques à elle seule ne suffit pas pour cerner la question de l'émergence et l'accompagnement de l'entrepreneuriat féminin dans la wilaya de Tizi-Ouzou. En effet, afin de consolider notre évaluation quant à la contribution des trois dispositifs (ANSEJ, ANGEM et CNAC) dans ce phénomène, nous procéderons au traitement des données de notre enquête de terrain par questionnaires. C'est ce que nous verrons dans le chapitre suivant.

Chapitre V

**Analyse du processus d'émergence et
d'accompagnement, par les
dispositifs ANSEJ, ANGEM et
CNAC, de l'entrepreneuriat féminin
dans la wilaya de Tizi-Ouzou**

Introduction

Le sujet de l'efficacité des dispositifs d'aide à la création d'entreprises, essentiellement les dispositifs ANSEJ, CNAC et ANGEM a fait l'objet de quelques recherches récentes en Algérie (El Ghazi, 2015; Midouni et Bedrani, 2015). Celles-ci considèrent que ces trois dispositifs, en ne tenant pas compte des spécificités des femmes algériennes, condamnent-leur efficacité et freinent leur entrée au monde de l'entrepreneuriat.

À travers ce chapitre nous chercherons à connaître les motivations qui poussent les femmes de la wilaya de Tizi-Ouzou à solliciter ces dispositifs et les freins qui les entravent dans leur aventure entrepreneuriale. En effet, dans le but d'avoir une meilleure compréhension du phénomène de l'émergence de l'entrepreneuriat féminin dans la wilaya de Tizi-Ouzou ainsi que l'impact des trois dispositifs ANSEJ, ANGEM et CNAC sur ce phénomène, nous avons opté pour une étude singulière dont l'objectif est de présenter des systèmes d'informations sur des aspects précis de l'entrepreneuriat féminin stimulé par ces dispositifs.

Nous allons donc, procéder à l'analyse et l'interprétation des résultats de notre enquête de terrain, dépouiller les réponses des 112 promotrices ANSEJ, CNAC et ANGEM que nous avons interrogées, ensuite les interpréter en tentant de répondre aux questions suivantes : quel est le profil des bénéficiaires des trois dispositifs ANSEJ, CNAC et ANGEM dans la wilaya de Tizi-Ouzou? Quelle est la nature des entreprises créées par ces femmes ? Quels sont les freins qu'ont rencontrés ces dernières ? Quel est l'opinion de ces femmes quant à l'accompagnement qui leur est concédé par les trois dispositifs ? Et enfin, quelles sont les incidences socioéconomiques des entreprises créées dans la wilaya de Tizi-Ouzou ?

Section 01 : Analyse de l'émergence et de l'accompagnement de l'entrepreneuriat féminin par les dispositifs ANSEJ, CNAC et ANGEM dans la wilaya de Tizi-Ouzou

L'enquête que nous avons menée par la passation d'un questionnaire (voir annexe 04) sur 112 femmes entrepreneure promotrices de l'un des trois dispositifs ANSEJ, CNAC et /ou ANGEM dans la wilaya de Tizi-Ouzou, nous a révélées des résultats que nous pouvons regrouper en quatre axes : Le premier concerne le profil de la femme entrepreneure (âge, situation matrimoniale, niveau d'instruction, situation professionnelle avant la création de l'entreprise...). Le deuxième, porte sur une présentation d'ensemble des entreprises créées par ces femmes dans le cadre des trois dispositifs (taille, périmètre géographique, secteur d'activité, l'âge de l'entreprise et son effectif...). Le troisième axe a trait à l'expérience de la femme entrepreneure avec l'un des dispositifs sus-cités. Le quatrième et dernier axe traite de l'expérience entrepreneuriale des bénéficiaires ANSEJ, CNAC et/ou ANGEM.

1.1.Caractéristiques des femmes entrepreneures enquêtées

Nous avons dressé un profil de la femme entrepreneure, promotrice ANSEJ, CNAC et ANGEM, dans la wilaya de Tizi-Ouzou, et ce, en tenant compte de son âge, sa situation matrimoniale, son niveau d'étude, sa situation professionnelle en amont de l'entrepreneuriat, son expérience professionnelle, son milieu familial et les motivations qui l'ont poussée à entreprendre.

1.1.1. Age et situation matrimoniale¹ des bénéficiaires ANSEJ, CNAC et ANGEM

Le tableau suivant représente la répartition des promotrices ANSEJ, CNAC selon la catégorie d'âge.

Tableau 27: Catégorie d'âge des femmes entrepreneures enquêtées

Catégorie d'âge	Nombre de femmes
ANSEJ	
[19 ans-29 ans]	09
[30 ans-40 ans]	16
CNAC	
[30 ans-39ans]	25
[40 ans-49 ans]	12

Source : Résultats de l'enquête ANSEJ, CNAC 2017

¹ Pour l'âge et la situation matrimoniale des promotrices, nous avons pris en compte leur âge et leur situation matrimoniale lors de la création de l'entreprise, non pas lors de l'enquête. Et ce en raison d'une meilleure crédibilité de nos résultats.

L'âge des femmes enquêtées varie de 24 ans à 33 ans avec une moyenne d'âge de 28 ans pour les bénéficiaires ANSEJ. Cette catégorie de femmes est la plus jeune et la plus dynamique de la société. Il est de 31 ans à 49 ans avec une moyenne d'âge de 38 ans pour les bénéficiaires CNAC. Rien d'étonnant, étant donné que la tranche d'âge des promoteurs ciblés par le dispositif ANSEJ est [19 ans -35 ans] et celle ciblée par le dispositif CNAC est [30ans-50ans]. L'âge des bénéficiaires ANGEM varie de 26 ans à 52 ans avec une moyenne d'âge de 39 ans. Pour bénéficier des avantages du dispositif ANGEM, les promoteurs doivent dépasser 18 ans. Ce dispositif ne met donc pas une restriction d'âge, ce qui expliquerait le recours des femmes dépassant la cinquantaine à ce dispositif.

Le statut matrimonial de la femme peut jouer un rôle important dans sa décision d'entreprendre. Les femmes célibataires étant dégagées des responsabilités du foyer, sont plus enclines à s'engager dans l'entrepreneuriat que les femmes mariées. L'engagement de ces dernières dans l'entrepreneuriat dépend de la position du conjoint. Les femmes divorcées ou veuves sont également tournées vers l'entrepreneuriat comme une issue pour améliorer leur statut social. De notre enquête de terrain, il ressort que 72% des bénéficiaires ANSEJ interrogées, sont mariées, 24% sont célibataires, 4% sont divorcées et 0% de veuves². Pratiquement toutes les bénéficiaires CNAC interrogées sont mariées, soit 86,5% des femmes enquêtées; 8,1% sont divorcées, 5,4% sont célibataires et 0% de veuves³. 74% des bénéficiaires ANGEM interrogées sont mariées, 20% sont célibataires, 4% sont veuves et 2% sont divorcées⁴.

Pour les promotrices ANSEJ mariées, 77,77% d'entre-elles (soit 14 femmes sur 18) ont créé leurs entreprises après leur mariage. Elles ont eu le soutien et les encouragements de leurs conjoints pour solliciter le dispositif ANSEJ. 83,8% des bénéficiaires CNAC, soit 31 femmes, ont créé leurs entreprises après leur mariage. Celles-ci aussi ont eu le soutien de leurs conjoints. La totalité des femmes mariées (37 femmes) ont sollicité le dispositif ANGEM après leur mariage. La majorité d'entre-elles a voulu subvenir aux besoins de leurs enfants et de leurs familles. Ce sont de facto des entrepreneures par nécessité, soit 60% (30 femmes) de notre échantillon. Pour les femmes divorcées, c'était essentiellement, leur désir de reconnaissance sociale qui les a poussées à entreprendre et ainsi à solliciter l'un des trois dispositifs ANSEJ, CNAC et ANGEM.

² Pour plus de détails veuillez consulter le tableau N°34 dans l'annexe 05 page 323.

³ Consultez le tableau N° 44 dans l'annexe 05 page 325.

⁴ Voir la figure 35 dans l'annexe 06 page 338.

Les bénéficiaires ANSEJ enquêtées ont de 0 à 4 enfants, la plupart n'en ont qu'un seul, soit 51% (9 femmes). Les promotrices CNAC ont de 0 à 6 enfants, la plupart en ont deux, soit 17 femmes. Les femmes qui ont sollicité le dispositif ANGEM ont de 0 à 5 enfants, la plupart a quatre, soit 19 femmes.

Nous cherchons à savoir si les femmes enquêtées ont des enfants à leur charge, pour voir si cette dernière constitue une entrave lors de l'exercice de leurs activités entrepreneuriales. En effet, pour les femmes qui ont des enfants en bas âge, elles ont souligné que l'entretien de leurs enfants se fait au détriment de leur travail au sein de l'entreprise et/ou inversement, 7 bénéficiaires ANSEJ et 6 bénéficiaires CNAC ont soulevé la question du comment concilier leur travail et l'entretien de leurs enfants ? La charge des enfants n'a pratiquement aucune influence sur l'activité entrepreneuriale des promotrices ANGEM. Leurs enfants ont dépassé l'âge où ils ont besoins de leurs mères pour subvenir à leurs besoins primaires.

1.1.2. Le niveau d'instruction des femmes enquêtées

L'entrée dans le monde de l'entrepreneuriat s'accroît avec l'augmentation du niveau de scolarité. En effet, le niveau d'étude peut être d'un apport considérable dans le sens où il confère à l'individu (homme ou femme) des habilités, des valeurs et des capacités nécessaires pour la création de nouvelles entreprises. Il améliore les compétences personnelles et les habilités cognitives des personnes pour dénicher des opportunités d'affaires et les exploiter. Il peut même contribuer à rehausser le niveau de l'entrepreneuriat formel (Dolinski et al, 1993; Honig, 2004; Detienne et Chandler, 2004; Jiménez et al, 2015).

Les résultats de notre enquête de terrain ont révélé que les femmes interrogées présentent des niveaux d'études disparates. Pour les bénéficiaires ANSEJ nous avons trouvé que 44% d'entre-elles ont atteint un niveau supérieur (universitaire), 36% ont un niveau secondaire, 12% ont un niveau moyen et 8% ont fait une formation professionnelle (elles ont essentiellement un niveau moyen)⁵. 32,4% des bénéficiaires CNAC questionnées ont un niveau universitaire, 27% ont un niveau secondaire, 21,6% ont un niveau moyen, 18,9% ont fait une formation professionnelle⁶. Les promotrices ANGEM ont soit un niveau moyen

⁵ Veuillez consulter la figure 25 dans l'annexe 06 page 334.

⁶ Veuillez consulter le tableau 45 dans l'annexe 05 page 325.

(32%), un niveau secondaire (24%), ont fait une formation professionnelle (20%) ou encore un niveau primaire (14%)⁷.

De ces résultats nous déduisons que les femmes ayant un niveau universitaire sont les plus motivées à entreprendre dans le cadre des dispositifs ANSEJ et CNAC. Toutefois, même celles qui ont un niveau inférieur sont aussi incitées à recourir à ces dispositifs pour créer leurs entreprises. Cela dénote que le niveau de scolarisation n'a pas un réel effet sur la décision des femmes à entreprendre dans le cadre de l'ANSEJ et la CNAC.

A la différence des bénéficiaires des deux dispositifs CNAC et ANSEJ, seulement, une minorité des promotrices ANGEM ont un niveau universitaire (10%), rien d'étonnant étant donné que ce dispositif est conçu pour la promotion des femmes rurales n'ayant pas, forcément un niveau d'étude très élevé.

1.1.3. L'expérience professionnelle préalable⁸

L'expérience professionnelle peut être l'un des éléments motivants à l'entrepreneuriat. En effet, cette première est très importante dans la mesure où elle fait acquérir à la femme un savoir-faire lui permettant de lancer son entreprise. Encore, une mauvaise expérience dans le milieu professionnel peut l'inciter à entreprendre et ainsi améliorer son statut au sein de la société. Toutefois, une expérience trop importante peut nuire à la volonté de celle-ci de se lancer en entrepreneuriat et ce en augmentant son niveau d'appréhension du risque.

Avant de créer leurs entreprises, 15 bénéficiaires ANSEJ ont affirmé qu'elles n'avaient jamais travaillé ailleurs, soit 60% de notre échantillon. Elles étaient soit en situation de chômage, soit des femmes au foyer. Seulement 10 femmes ont affirmé qu'elles exerçaient une activité professionnelle avant de se lancer dans l'expérience ANSEJ, soit 40% de l'échantillon étudié. Ce sont majoritairement les femmes ayant subi une insatisfaction professionnelle lors de l'exercice de leur profession en amont de l'entrepreneuriat. L'étendue de leurs expériences dans le même domaine d'activité que celui de leurs entreprises, varie d'un minimum d'une année à un maximum de 7 ans. Avec une prédominance de 3ans. Alors que l'étendue de leurs expériences dans un autre domaine, varie d'un minimum d'une année à un maximum de 4 ans⁹.

⁷ Voir la figure 36 dans l'annexe 06 page 338.

⁸ Dans notre recherche, l'expérience professionnelle ne fait pas uniquement référence à l'expérience dans le domaine de l'entrepreneuriat. Elle concerne toute les typologies d'expériences qui peuvent être utiles, surtout si elles sont en étroite relation avec le domaine du projet crée.

⁹ Veuillez consulter la figure 26 dans l'annexe 06 page 334.

62,16% des promotrices CNAC interrogées ont affirmé qu'elles exerçaient une activité professionnelle avant de solliciter le dispositif CNAC pour créer leurs entreprises. Ce sont les femmes ayant un niveau universitaire ou secondaire. Elles sont celles qui ont vécu une insatisfaction professionnelle lors de l'exercice de leur profession en amont de l'entrepreneuriat (harcèlement, mauvaise rémunération, manque de flexibilité en terme horaire ...) ou celles ayant échoué dans leurs activités entrepreneuriales précédentes¹⁰. L'étendue de leur expérience dans le même domaine d'activité que celui de leurs entreprises varie d'un minimum d'une année à un maximum de 15 ans, avec une prédominance de 5 ans. Alors que l'étendue de leurs expériences dans un autre domaine varie d'un minimum d'une année à un maximum de 6 ans. 37,84% des femmes questionnées ont déclaré qu'elles n'avaient jamais exercé une autre activité avant de créer leurs entreprises.

Plus de la moitié des promotrices ANGEM, 42 femmes (84% de notre échantillon), ont exercé une activité professionnelle avant de créer leurs entreprises. Ce sont les femmes artisanes (28 femmes) qui ont travaillé dans le secteur informel avec un étendu d'expérience qui va de 2 ans à 17 ans. Elles sont essentiellement des femmes au foyer. Pour les 14 femmes restantes, elles étaient salariées, suite à leur insatisfaction professionnelle elles ont sollicité le dispositif ANGEM. Leur expérience dans le même domaine d'activité que leurs entreprises varie d'un minimum d'un an à un maximum de 3 ans. Leur expérience dans un autre domaine varie d'un minimum d'une année à un maximum de 5 ans¹¹.

1.1.4. Le statut professionnel des promotrices ANSEJ, CNAC et ANGEM en amont de l'entrepreneuriat

Près de la moitié des femmes questionnées étaient salariées avant d'être bénéficiaires du dispositif ANSEJ, soit 40% des enquêtées. Deux raisons peuvent être à l'origine du passage des femmes du statut professionnel «salariée» au statut d'«entrepreneure», soit l'insatisfaction dans l'emploi précédent et/ou la volonté d'acquérir une expérience dans le domaine d'activité dont elles souhaitent entreprendre par la suite. Les femmes enquêtées sont plus dans le premier cas de figure (insatisfaction dans l'emploi précédent). 28% des sondées étaient des femmes au foyer et 24%, autres étaient au chômage. Ces deux situations peuvent expliquer la volonté de ces femmes d'entreprendre. En effet, pour sortir de la situation de marginalisation et d'inactivité, les femmes se lancent en entrepreneuriat.

¹⁰ Veuillez consulter le tableau 46 dans l'annexe 05 page 326.

¹¹ Voir la figure 37 dans l'annexe 06 page 338.

Seulement 8% des femmes enquêtées étaient étudiantes. Ce faible pourcentage peut être expliqué par la culture du salariat qui prédomine dans l'esprit des jeunes diplômées. En effet, les jeunes diplômés de l'enseignement supérieur, hommes ou femmes, s'orientent majoritairement vers la recherche d'un emploi, dans le secteur public en particulier, au lieu de se lancer directement en entrepreneuriat. C'est le fait de l'inexistence d'une culture entrepreneuriale ou encore l'esprit d'entreprise bridé¹². Cependant, avec la situation de crise que traverse le pays, cette situation tend à changer.

45,9% des bénéficiaires CNAC étaient salariées. C'était l'insatisfaction dans l'emploi précédent qui les a incitées à entreprendre. A la différence des résultats de l'enquête sur les bénéficiaires ANSEJ, nous avons trouvé que 5 bénéficiaires CNAC (13,5%) étaient des dirigeantes d'entreprises, 3 d'entre elles dirigeaient des entreprises dans le secteur informel. Suite à leur échec, elles ont sollicité le dispositif CNAC. Elles voulaient avoir le financement et la formation pour reprendre leurs entreprises. Nous constatons que ces femmes sont persévérantes, un élément important pour une cheffe d'entreprise qui réussie. Et plus encore, nous constatons que le dispositif CNAC a eu un impact positif sur l'incitation des femmes à intégrer le secteur formel¹³. 16,3% des sondées étaient des femmes au foyer, 10,8% étaient en situation de chômage et 10,8% étaient des étudiantes. Une seule femme était fonctionnaire, soit 2,7 % de notre échantillon, elle travaillait dans le secteur public pour avoir le fonds et l'expérience afin de créer sa propre entreprise. Elle est pharmacienne de formation.

Avant la création de leurs entreprises dans le cadre du dispositif ANGEM, plus de la moitié des femmes de notre échantillon (28 femmes) étaient des femmes au foyer. Elles travaillaient dans le secteur de l'artisanat « informel ». Suite à leurs expériences, elles ont sollicité le dispositif ANGEM pour créer des entreprises artisanales. 14 femmes étaient salariées (28% de notre échantillon)¹⁴. Les autres étaient soit étudiantes (4 femmes), en situation de chômage (3 femmes) ou, encore, fonctionnaire (1 femme).

1.1.5. Le milieu familial des bénéficiaires ANSEJ, CNAC et ANGEM

L'objectif de cette information est de savoir s'il existe une relation entre le milieu familial des promotrices ANSEJ, CNAC et ANGEM et leur incitation à la création d'entreprises. Les individus qui ont un proche entrepreneur sont fortement influencés par l'expérience de celui-ci. Ainsi, si cette expérience est bonne «success-story» cela les impacts

¹² Veuillez consulter la figure 27 dans l'annexe 06 page 334.

¹³ Veuillez consulter le tableau 47 dans l'annexe 05 page 326.

¹⁴ Voir figure 38 dans l'annexe 06 page 339.

positivement et les incite à intégrer le monde de l'entrepreneuriat. A contrario, si celle-ci était mauvaise «échec» cela les démotive à entreprendre.

Pour les bénéficiaires ANSEJ, ce critère ne semble pas avoir un effet significatif, la majorité des femmes sont issues d'un milieu où il n'y a pas d'entrepreneurs, soit 84% des enquêtées. Seulement 12 %, soit 3 femmes sur 25, ont dans leur milieu direct des exemples de réussite entrepreneuriale, c'est ce qui les a incitées à solliciter le dispositif ANSEJ¹⁵.

54,1% des bénéficiaires CNAC ne sont pas issues d'une famille d'entrepreneurs, elles ne semblent pas être influencées par ce facteur. A leur opposé, les 45,9% restant ont dans leurs familles des entrepreneurs. 5 femmes sont influencées par leurs conjoints qui sont eux-mêmes entrepreneurs¹⁶.

58% (29 femmes) des bénéficiaires ANGEM ont réfuté l'hypothèse selon laquelle l'existence d'un entrepreneur dans leur milieu familial les a incitées à entreprendre. Les 42% (21 femmes) restant affirment qu'elles ont un entrepreneur dans leurs familles. Plus encore, 10 femmes affirment avoir une femme entrepreneure dans leur famille et 7 autres affirment avoir des femmes qui ont sollicité le dispositif ANGEM dans leurs familles (mères, sœurs, cousines...)¹⁷.

1.1.6. Les motivations des bénéficiaires ANSEJ, CNAC et ANGEM¹⁸

Les motivations à l'entrepreneuriat sont considérées comme des forces motrices incitant l'individu à entreprendre. Elles peuvent être multidimensionnelles et expliquer ainsi le choix des femmes à entreprendre dans certains secteurs plus que d'autres.

Concernant les motivations¹⁹ des bénéficiaires ANSEJ, nous avons constaté que la volonté d'échapper au chômage est le facteur le plus important qui les pousse à entreprendre, elles ont soulevé ce point à hauteur de 23,9%; la recherche du profit et le désir d'être autonome reviennent avec 16,3% et 15,2% respectivement. Avoir une flexibilité en termes de conciliation vie professionnelle et vie familiale citée par 13% de notre échantillon; l'insatisfaction dans l'emploi précédent (harcèlement, mauvaise rémunération, éloignement

¹⁵ Veuillez consulter la figure 28 dans l'annexe 06 page 335.

¹⁶ Veuillez consulter le tableau 48 dans l'annexe 05 page 326.

¹⁷ Voir figure 39 dans l'annexe 06 page 339.

¹⁸ La question sur les motivations des femmes à entreprendre, est une question à choix multiples. Les femmes ont eu à choisir plusieurs réponses parmi toutes celles proposées. Le nombre de réponses dépasse le nombre de sondés car les réponses proposées ne sont pas exclusives entre elles.

¹⁹ Ici les motivations étudiées concernent les facteurs qui incitent les femmes à entreprendre. Elles ne concernent pas celles qui ont incité les femmes à solliciter les dispositifs ANSEJ, CNAC et ANGEM pour créer leurs entreprises; ces secondes motivations seront traitées plus loin.

du domicile...) est indiqué par 10% des questionnées, c'est cet élément qui a poussé certaines femmes à vouloir être autonome; la saisie d'une opportunité d'affaire et la flexibilité en terme d'horaire occupent presque la même position avec respectivement 8,7% et 7,7%. En ce qui concerne la flexibilité en terme horaire les promotrices ANSEJ attestent que l'entrepreneuriat ne leur permet pas cette flexibilité ; le désir de reconnaissance sociale présente un taux de 3,2% ; relever un défi et la motivation sociale viennent en bas du classement avec 1% chacun²⁰.

L'enrichissement matériel et la volonté d'être autonome sont les principales motivations des promotrices CNAC; ces deux motivations ont été soulevées, respectivement, par 18,4% et 17,7% de notre échantillon. Ce sont, essentiellement, les femmes auparavant salariées qui ont exprimé leur volonté d'être indépendantes et autonomes, elles ont souligné qu'elles voulaient être la cheffe d'elle-même. Ensuite, vient la volonté de conciliation entre vie professionnelle et vie familiale et la volonté d'échapper au chômage, avec 15,8% et 13,1% respectivement. Pour la première, ce sont toujours les femmes salariées qui l'ont soulevée mais pour la seconde ce sont les femmes au foyer, les étudiantes et celles qui étaient en situation de chômage qui l'ont indiqué. L'insatisfaction dans l'emploi précédent (harcèlement, mauvaise rémunération, éloignement du domicile...) est soulevée par 10,5% des femmes interrogées. Avoir une flexibilité en termes horaire et la saisie d'une opportunité d'affaire sont citées, respectivement, par 9,6% et 8,8% de notre échantillon. Le désir de reconnaissance sociale présente un taux de 4,4%; relever un défi et la motivation sociale viennent en bas du classement avec respectivement 1,7% et 0%²¹.

Le désir d'enrichissement matériel est la principale motivation qui pousse les promotrices ANGEM à entreprendre, 31,1% des enquêtées l'ont indiqué; suivi par la volonté d'échapper au chômage avec 28,1% des réponses; ensuite, l'insatisfaction dans l'emploi précédent; après vient la recherche de l'autonomie et la volonté de concilier vie professionnelle et vie privée avec 8,8% et 8,2% respectivement; puis, la flexibilité en terme horaire avec 7,4%; le désir de reconnaissance sociale avec 4,4%, et enfin la saisie d'une opportunité d'affaire avec 2,2%²².

²⁰ Veuillez consulter la figure 29 dans l'annexe 06 page 335.

²¹ Consultez le tableau 49 dans l'annexe 05 page 326.

²² Voir la figure 40 dans l'annexe 06 page 340.

Chapitre V : Analyse du processus d'émergence et d'accompagnement, par les dispositifs ANSEJ, ANGEM et CNAC, de l'entrepreneuriat féminin dans la wilaya de Tizi-Ouzou

Ces résultats s'expliquent par la pression du chômage avec un taux de 25,60% au niveau de la wilaya de Tizi-Ouzou dont 14% de femmes, ainsi que la précarité de l'emploi offert. Nous constatons donc que les principales motivations de ces femmes sont : gagner leur vie, répondre aux besoins de leurs familles (altruisme) et se frayer une place dans la société en étant autonome et indépendante.

Rien qu'en examinant les deux principales motivations qui poussent les bénéficiaires ANSEJ, CNAC et ANGEM à entreprendre, recherche du profit et l'éviction du chômage, et la motivation pour laquelle elles portent un moindre intérêt, l'opportunité d'affaire, nous déduisons que les bénéficiaires de ces dispositifs s'inscrivent dans la catégorie des entrepreneures par nécessité.

Chapitre V : Analyse du processus d'émergence et d'accompagnement, par les dispositifs ANSEJ, ANGEM et CNAC, de l'entrepreneuriat féminin dans la wilaya de Tizi-Ouzou

Tableau 28:Profil des promotrices ANSEJ

PROFIL DES PROMOTRICES ANSEJ (25 FEMMES)							
AGE	SITUATION MATRIMONIALE	NOMBRE D'ENFANTS	NIVEAU D'ETUDE	STATUT PROFESSIONNEL	MILIEU FAMILIAL	MOTIVATION	TYPES D'ENTREPRENEURE
[24-33ans] avec une moyenne d'âge de 28 ans	Mariées 72% Célibataires 24% Divorcées 4% Veuves 0%	[0-4] enfants 51% ont en 1 enfant	Universitaire 44% Secondaire 36% Moyen 12% F.P 8% Primaire. 0%	salariées 40% femmes au foyer 28% en chômage 24% étudiantes 8% fonctionnaire 0%	Non issues d'une famille d'entrepreneurs 84% Issues d'une famille d'entrepreneurs 12%	Relever un défi 1% Flexibilité horaire 7,7% Conciliation vie professionnelle et vie familiale 13% Reconnaissance sociale 3,2% Réalisation d'un rêve 0% Etre autonome 15,5% Opportunité d'affaire 8,7% Echapper au chômage 23,9% Insatisfaction professionnelle 10% Enrichissement matériel 16,3% Motivation sociale 1%	La majorité des entrepreneures ANSEJ sont des entrepreneures par nécessité ; elles ont été poussées par des facteurs négatifs pour créer leurs entreprises : échapper au chômage; enrichissement matériel et palier aux problèmes d'insatisfaction dans l'emploi précédant. Saisir une opportunité d'affaires ne les intéresse qu'à hauteur de 8,7% (ce sont essentiellement les femmes qui ont investis les secteurs dits masculins).

Source : Etabli à partir des résultats de l'enquête 2017.

Chapitre V : Analyse du processus d'émergence et d'accompagnement, par les dispositifs ANSEJ, ANGEM et CNAC, de l'entrepreneuriat féminin dans la wilaya de Tizi-Ouzou

Tableau 29: Profil des promotrices CNAC.

PROFIL DES PROMOTRICES CNAC (37FEMMES)							
AGE	SITUATION MATRIMONIALE	NOMBRE D'ENFANTS	NIVEAU D'ETUDE	STATUT PROFESSIONNEL	MILIEU FAMILIAL	MOTIVATION	TYPES D'ENTREPRENEURE
[31-49ans] avec une moyenne d'âge de 38 ans	Mariées 86,5% Célibataires 5,4% Divorcées 8,1% Veuves 0%	[0-6] enfants 46% ont en 2 enfants	Universitaire 32,4% Moyen 21,6% Secondaire 27% F.P 19,3%	salariées 45,9% femmes au foyer 16,3% Dirigeante d'une entreprise 13,5% étudiantes 10,8% en chômage 10,8% fonctionnaire 2,7%	Non issues d'une famille d'entrepreneurs 54,1% Issues d'une famille d'entrepreneurs 45,9%	Relever un déficit 1,7% Flexibilité horaire 9,6% Conciliation vie professionnelle et vie familiale 15,8% Reconnaissance sociale 4,4% Réalisation d'un rêve 0% Etre autonome 17,7% Opportunité d'affaire 8,8% Echapper au chômage 13,1% Insatisfaction professionnelle 10,5% Enrichissement matériel 18,4% Motivation sociale 0%	Comme pour le cas du dispositif ANSEJ, les promotrices du dispositif CNAC sont essentiellement des entrepreneures par nécessité. Néanmoins, une petite minorité de ces promotrices sont des entrepreneures par opportunité (celles qui ont réactivé leurs entreprises, celles qui ont créé leurs entreprises suite à leur expérience professionnelle et celles qui ont entrepris pour saisir une opportunité d'affaire).

Source : Etabli à partir des résultats de l'enquête 2017.

Chapitre V : Analyse du processus d'émergence et d'accompagnement, par les dispositifs ANSEJ, ANGEM et CNAC, de l'entrepreneuriat féminin dans la wilaya de Tizi-Ouzou

Tableau 30: Profil des promotrices ANGEM

PROFIL DES PROMOTRICES ANGEM (50 FEMMES)							
AGE	SITUATION MATRIMONIALE	NOMBRE D'ENFANTS	NIVEAU D'ETUDE	STATUT PROFESSIONNEL	MILIEU FAMILIAL	MOTIVATION	TYPES D'ENTREPRENEURE
[26-52ans] avec une moyenne d'âge de 39 ans	Mariées 74% Célibataires 20% Veuves 4% Divorcées 2%	[0-5] enfants 38% ont en 4 enfants	Moyen 32% Secondaire 24% F.P 20% primaire. 14% universitaire 10%	Femmes au foyer 56% salariées 28% étudiantes 8% en chômage 6% fonctionnaire 2%	Non issues d'une famille d'entrepreneurs 58% Issues d'une famille d'entrepreneurs (essentiellement informel) 42%	Relever un déficit 0% Flexibilité horaire 7,4% Conciliation vie professionnelle et vie familiale 8,2% Reconnaissance sociale 4,4% Réalisation d'un rêve 0% Etre autonome 8,8% Opportunité d'affaire 2,2% Echapper au chômage 28,1% Insatisfaction professionnelle 9,6% Enrichissement matériel 31,1% Motivation sociale 0%	Pratiquement la totalité des bénéficiaires ANGEM sont des entrepreneures par nécessité ; elles ont créé leurs entreprises pour créer leurs propres emplois, subvenir aux besoins de leurs familles, échapper au chômage et palier aux problèmes d'harcèlement. Saisir une opportunité d'affaires ne les intéresse qu'à hauteur de 2,2% (soit 3/50 femmes)

Source : Etabli à partir des résultats de l'enquête 2017.

1.2.Caractéristiques²³ des entreprises enquêtées

Nous avons fait cette caractérisation en tenant compte des éléments suivants: l'âge de l'entreprise, son secteur d'activités, sa localisation, sa forme juridique et son effectif. Sans oublier l'origine du financement de l'entreprise.

1.2.1. L'âge des entreprises enquêtées

L'âge des entreprises enquêtées varie de 2 à 12 ans (1 à 9 ans pour les entreprises ANSEJ, 2 à 12 ans pour les entreprises CNAC et 1 à 10 ans pour les entreprises ANGEM). La majorité a 4 ans d'existence, soit 44% et 43,24% des entreprises ANSEJ et CNAC respectivement (11 entreprises ANSEJ et 16 entreprises CNAC); les entreprises ANGEM ont majoritairement 3 ans d'existence, soit 46% de notre échantillon (23 entreprises). Il s'agit donc d'entreprises très jeunes.

Pratiquement, la totalité des entreprises émanent d'une création ex-nihilo, soit 92% des entreprises ANSEJ, 89, 18% des entreprises CNAC et 100% des entreprises ANGEM. Excepté deux entreprises ANSEJ qui sont issues d'une reprise. Celles-ci sont inscrites dans le secteur des services (auto-école et cybercafé). Et 4 entreprises CNAC dont 3 sont issues d'une réactivation et une entreprise issue d'une reprise. Les trois entreprises réactivées sont inscrites dans le secteur de l'artisanat et l'entreprise reprise s'inscrit dans le secteur agricole. Ce résultat peut être expliqué d'un côté, par l'existence de barrières traditionnelles et religieuses qui confient la reprise d'entreprises, non pas aux femmes, mais à leurs frères ou leurs enfants masculins ou à un tuteur masculin; d'un autre côté, par le fait que les entreprises anciennement créées ne correspondent pas au profil des femmes et/ou à leurs qualifications.

1.2.2. Le secteur d'activité des entreprises

Le choix du secteur d'activité est une étape cruciale pour la pérennité et la survie de l'entreprise. En effet, c'est en cette phase que la porteuse du projet effectuera sa stratégie. Elle déterminera ses futurs clients, fournisseurs et même ses éventuels concurrents. Elle saura aussi quel bien ou service elle offrira et sur quel segment du marché elle se positionnera.

La majorité des entreprises enquêtées sont immatriculées dans les secteurs des services (56%, des entreprises ANSEJ, 40,6%; des entreprises CNAC et 24% des entreprises ANGEM), de l'artisanat (12%, ANSEJ, 27%, CNAC et 56% ANGEM) et de la petite industrie

²³ Avant de passer à la présentation des caractéristiques des entreprises enquêtées. Nous tenons à signaler que sur les 50 entreprises ANGEM enquêtées, 43 ont fait appel au financement triangulaire (Banque, ANGEM, promoteur) et 7 autres ont fait appel au financement PNR pour l'achat de la matière première.

Chapitre V : Analyse du processus d'émergence et d'accompagnement, par les dispositifs ANSEJ, ANGEM et CNAC, de l'entrepreneuriat féminin dans la wilaya de Tizi-Ouzou

(16%; ANSEJ, 13,5% CNAC et 14% ANGEM). Les secteurs de l'agriculture et du BTPH ne représentent qu'une infime partie (8% pour chacun des deux secteurs pour les entreprises ANSEJ, 10,8% et 8,1% respectivement pour le BTPH et l'agriculture pour les entreprises CNAC, 6% pour l'agriculture pour les entreprises ANGEM.)²⁴.

Les créneaux classiquement féminins connaissent un engouement des bénéficiaires ANSEJ, CNAC et ANGEM. Notamment, le secteur de l'artisanat, les services et la petite industrie de transformation. Ces secteurs nécessitent un savoir-faire, en l'occurrence les activités artisanales et la petite industrie de transformation. Ils revêtent, généralement un caractère ambivalent (mi-formel, mi-informel). Les femmes sont réticentes envers l'investissement d'une plus grande taille et les secteurs nouveaux, considérés à tort comme étant l'apanage des hommes.

Néanmoins, au sein même du secteur des services nous avons eu 3 bénéficiaires ANSEJ qui ont créé des autoécoles et 2 autres qui font dans le transport de marchandises. Deux activités réservées jusque-là aux hommes. Nous avons eu aussi six femmes qui activent dans le secteur du bâtiment (2 bénéficiaires ANSEJ et 4 CNAC). Notamment, 5 bureaux d'étude et une entreprise de peinture bâtiment.

Nous sommes tentés de dire que le niveau de scolarisation a un effet positif sur l'incitation des promotrices ANSEJ et CNAC à entreprendre dans leurs domaines de compétence. C'est le cas de celles qui ont investi le secteur du bâtiment. Mais force est de constater qu'une grande majorité de ces promotrices activent dans des secteurs qui ne coïncident pas avec leurs domaines d'études, tel est le cas des femmes ayant un niveau universitaire mais activant dans le secteur de l'artisanat et les services. Aussi pour celles qui ont créé des entreprises dans leurs domaines d'études, c'était essentiellement leur insatisfaction dans leurs emplois précédents qui les a poussées à solliciter ces deux dispositifs.

L'intégration des secteurs dits masculins par les bénéficiaires ANSEJ et CNAC affirment d'un changement en profondeur dans notre société et dans la perception même de la division sexuée des activités.

²⁴ Veuillez consulter les figures 30 et 41 dans l'annexe 06 pages 335 ; 340, et le tableau 50 dans l'annexe 05 page 327.

1.2.3. Les déterminants du choix du secteur d'activité des entreprises enquêtées²⁵

Ce critère nous informe sur les facteurs qui ont influencé les bénéficiaires ANSEJ, CNAC et ANGEM lors du choix du secteur d'activité de leurs entreprises.

Le choix du secteur d'activité des entreprises enquêtées dépend essentiellement de l'expérience préalable²⁶ (28%, 37,8% et 56% des réponses pour les bénéficiaires ANSEJ, CNAC et ANGEM respectivement) et du diplôme acquis (36%, 32,4% et 22% pour les promotrices ANSEJ, CNAC et ANGEM respectivement); suivie des conseils des proches, particulièrement ceux de leurs conjoints, avec 16% des réponses pour les bénéficiaires des trois dispositifs ; la saisie d'une opportunité d'affaire présente dans leur environnement avec 12%, 13,5% et 6% pour les bénéficiaires ANSEJ, CNAC et ANGEM respectivement et enfin, les conseils du dispositif sollicité avec pratiquement 0% des réponses²⁷.

De prime abord, nous pouvons dire que les bénéficiaires ANSEJ, CNAC et ANGEM ne sont pas des entrepreneures par opportunité étant donné que la saisie d'une opportunité d'affaire existante dans leur environnement ne représente qu'une portion très maigre des réponses. Néanmoins, nous tenons à attirer l'attention sur le fait que la saisie de cette opportunité d'affaire par ces bénéficiaires se fait de manière tacite. Elles savent pertinemment, suite à leurs expériences, que certaines activités sont plus rentables que d'autres, que certaines d'entre-elles sont saisonnières et que certains secteurs sont saturés. Elles essayent donc, à défaut d'investir dans d'autres secteurs, d'innover et d'améliorer leurs produits.

Ce qui est encore plus important à signaler est le fait que ces trois dispositifs d'accompagnement n'influencent guère leurs bénéficiaires en amont du choix du secteur d'activité de leurs entreprises. Nous concluons, donc, que ces dispositifs n'interviennent point pour orienter leurs bénéficiaires vers des secteurs où elles seront plus aptes à entreprendre. Que ce soit, par rapport à leur profil (diplôme et qualification) ou encore par rapport à la région de localisation de leurs entreprises, et ce pour une meilleure exploitation des ressources disponibles, ou encore vis-à-vis de certains secteurs déjà saturés. C'est ce qui expliquerait l'engouement de ces

²⁵ Cette question est une question à choix multiples. Les femmes ont eu à choisir plusieurs réponses parmi toutes celles proposées. Les réponses ne sont pas exclusives, ainsi le nombre de réponses excède le nombre d'enquêtées.

²⁶ Les promotrices ANSEJ, CNAC et ANGEM sont fortement influencées par leurs expériences antérieures, notamment dans les activités artisanales et agricoles non déclarées ; un point positif pour leurs entreprises. En effet, l'expérience préalable joue un rôle très important dans la pérennisation de l'entreprise. Ces femmes, de part leurs expériences, ont pu tisser des liens avec leurs fournisseurs et client ce qui faciliterait l'écoulement de leurs produits et l'approvisionnement de leurs entreprises en matières premières.

²⁷ Veuillez consulter les figures 31 et 42 dans l'annexe 06 pages 336 ; 341 et le tableau 51 dans l'annexe 05 page 327.

femmes dans des secteurs, dits féminins, et plus encore, la création d'entreprises dans des domaines d'activité qui ne coïncident pas avec leurs profils universitaires.

Toutefois, nous tenons à signaler que les femmes elles-mêmes ne recourent à ces dispositifs qu'une fois leurs idées de création d'entreprises et leurs choix du secteur d'activité faits. En effet, ces dispositifs sont plus perçus comme des financeurs que comme des dispositifs d'accompagnement.

1.2.4. Le statut juridique de l'entreprise créée

Vu leurs structures et leur nombre d'employés, la majorité des entreprises enquêtées sont des entreprises individuelles (96%, 86,5% et 100% des entreprises ANSEJ, CNAC et ANGEM respectivement), 4% des entreprises ANSEJ et 13,5% des entreprises CNAC sont des EURL. La création seule est la plus répandue pour éviter les éventuels conflits entre les associés. Le choix de cette forme trouve justification également dans les avantages qu'elle offre. Elle est considérée comme la plus simple lors de la constitution du dossier d'ouverture, réduisant ainsi les délais d'attente de création de l'entreprise. Plus encore, cet état de fait est dû au fait que, pratiquement 80% des femmes enquêtées ont créé leurs entreprises juste pour créer leurs propres emplois; ce sont, dans une certaine mesure, des entrepreneures par nécessité.

1.2.5. L'effectif des entreprises enquêtées

Cet élément va nous renseigner sur la taille de l'entreprise, et de manière indirecte sur sa contribution à la résorption du chômage dans sa région d'implantation et dans la wilaya de Tizi-Ouzou.

L'effectif des entreprises enquêtées étaient de 1 à 30 employés (1 à 9 pour celles créées dans le cadre du dispositif ANSEJ; 1 à 30 pour celles lancées dans le cadre de la CNAC et 1 à 5 pour celles démarrées avec l'aide de l'ANGEM). Tous des employés à temps plein. Une entreprise qui active dans le secteur des services (Cybercafé) fait appel à la modalité d'emploi à temps partiel. En effet, elle a deux employés, une jeune femme qui travaille de 8h jusqu'à 16h et un jeune homme qui travaille de 16h jusqu'à minuit. C'est une méthode d'adaptation de l'emploi par genre aux tranches horaires de la journée et de la nuit.

La majorité des entreprises avaient de 2 à 3 employés (64% des entreprises ANSEJ avaient 2 employés; 54% et 58% des entreprises CNAC et ANGEM avaient 3 employés respectivement). Tous les emplois créés sont dans la wilaya de Tizi-Ouzou. La plupart des employés étaient des femmes (80%, 95%, 96% pour les entreprises ANSEJ, CNAC et ANGEM

respectivement). Ce résultat trouve justification dans le secteur d'activité de l'entreprise, en l'occurrence la très petite industrie de transformation et l'artisanat, qui nécessite une main-d'œuvre féminine. Mais aussi dans les préjugés sociaux selon lesquels, une entreprise féminine qui emploie une main-d'œuvre masculine est mal perçue; la gent masculine perçoit le travail sous la direction d'une femme comme une troncation de leur virilité; les femmes peuvent faire plus confiance aux femmes qu'aux hommes; pour les femmes mariées, employer des hommes porte atteinte à l'honneur et à la dignité de leurs conjoints. En effet, l'entrepreneuriat féminin dans la wilaya de Tizi-Ouzou est soumis à une forte symbolique.

Les dirigeantes des entreprises qui emploient une main-d'œuvre mixte (homme et femme), les trois auto-écoles et les deux entreprises du BTPH créées dans le cadre de l'ANSEJ et les 4 entreprises du BTPH lancées avec l'aide de la CNAC, trouvent quelques difficultés à se faire obéir par leurs employés hommes. Il convient de signaler que la main-d'œuvre masculine recrutée par ces femmes est souvent de leur cercle familial (père, frère, conjoint, cousin...).

Même si cela se fait au détriment de la performance de leurs entreprises, le mode de recrutement des employés est essentiellement basé sur : le recrutement des membres de la famille (80%, 64,6% et 94% des réponses ANSEJ, CNAC et ANGEM respectivement); les relations amicales et familiales (71%, 54% et 54% des réponses ANSEJ, CNAC et ANGEM respectivement); les recommandations des membres de la famille et/ou des amis (50%, 35% et 0% des réponses ANSEJ, CNAC et ANGEM respectivement); après et dans une moindre portion, le recours à l'ANEM (40%, 27% et 24% des réponses ANSEJ, CNAC et ANGEM respectivement) et enfin le contact direct avec les demandeurs d'emploi (20%, 13,5% des réponses ANSEJ, CNAC respectivement). Comme troisième alternative et à la différence des bénéficiaires des deux dispositifs ANSEJ et CNAC, une frange importante des promotrices ANGEM recourt au contact direct des demandeurs d'emploi (52%). Ce sont, les artisanes qui font appel à ce mode pour recruter des stagiaires. Néanmoins, plusieurs femmes ont signalé le manque d'intérêt qu'accordent les jeunes filles aux métiers traditionnels et artisanaux.

Le faible recours à l'ANEM se justifie, par le manque de confiance qu'ont les femmes entrepreneures envers les personnes qu'elles ne connaissent pas directement et aussi par l'influence des préjugés sociaux selon lesquels « un membre de la famille ou un proche parent est plus prioritaire lors du recrutement qu'un inconnu ».

1.2.6. La localisation des entreprises enquêtées

Pratiquement la totalité des femmes interrogées attestent que le siège social de leurs entreprises est assimilé ou proche de leurs domiciles (84%, 83,8% et 80% des bénéficiaires ANSEJ, CNAC et ANGEM respectivement). Seulement quelques-unes d'entre elles ont confirmé que leurs entreprises sont bien loin de leurs domiciles²⁸.

Ce résultat nous éclaire sur la préférence des femmes d'installer leurs entreprises près de leurs domiciles. En effet, la majorité des bénéficiaires ANSEJ, CNAC et ANGEM préfèrent travailler dans leurs régions et à proximité de leurs familles. Elles bénéficient du réseau relationnel personnel qu'elles ont tissé dans leurs régions et pour des raisons de sécurité dans la mesure où les déplacements d'une région à une autre sont une source de risque (vol du matériel d'exploitation...). Ce même résultat est dû également au fait que majoritairement les activités exercées par ces femmes sont des activités artisanales qui peuvent s'exercer même à domicile.

En plus de la proximité de leurs familles et leur attachement à leur région, les raisons qui poussent les femmes à localiser leurs entreprises dans la wilaya de Tizi-Ouzou sont leur volonté de créer de l'emploi pour la région (20%, 67,6% et 28% des réponses des bénéficiaires ANSEJ, CNAC et ANGEM respectivement); la disponibilité d'une main-d'œuvre qualifiée avec 13%, 10,8% et 56% des réponses des bénéficiaires ANSEJ, CNAC et ANGEM respectivement (essentiellement pour les activités artisanales et la petite industrie); et enfin la disponibilité de l'information avec 9%, 2,7% et 6% des bénéficiaires ANSEJ, CNAC et ANGEM respectivement.

1.2.7. Les sources de l'apport personnel des entreprises enquêtées²⁹

Essentiellement, il existe deux sources de financement qui constituent l'apport personnel des bénéficiaires ANSEJ, CNAC et ANGEM. A savoir, le recours à l'emprunt auprès des membres de la famille et parfois des amis (Respectivement, 52%, 46%, 22% des réponses des bénéficiaires ANSEJ, CNAC et ANGEM) et le recours à l'autofinancement (épargne personnelle) (44%, 54% et 78% des réponses des bénéficiaires ANSEJ, CNAC et ANGEM respectivement). Le recours à ces deux modalités de financement s'explique par leur accessibilité; leur disponibilité spatiotemporelle et aussi à la non-exigence d'un taux d'intérêt lors de leur remboursement. Lors de la constitution de leur apport personnel, les relations

²⁸ Pour plus d'information veuillez consulter les tableaux 35, 52 et 64 dans l'annexe 05 pages 323 ; 327 ; 330.

²⁹ Cette question est une question à choix multiples. Les femmes ont eu donc à choisir plusieurs réponses parmi toutes celles proposées.

sociales des femmes occupent un rôle de premier plan (essentiellement les relations des membres de la famille mâles et du conjoint, dans notre société, le réseau relationnel des hommes est plus étendu que celui des femmes)³⁰.

Ces deux sources de financement, l'autofinancement plus que l'emprunt famille/amis, sont une source de financement permettant à la femme entrepreneure d'être à l'aise au cours de la période la plus ardue du processus de création; ceci la met en position de confiance tout en lui permettant de progresser.

Autre que la facilité d'accès à ces sources, le recours des promotrices ANSEJ, CNAC et ANGEM à celles-ci trouve justification également dans le fait que les entreprises créées par ses femmes sont de très petites entreprises ne nécessitant pas de grands financements.

1.2.8. Le type de management choisi

Pratiquement la totalité des femmes questionnées (respectivement 88%, 91,89% et 100% réponses des bénéficiaires ANSEJ, CNAC et ANGEM) ont affirmé que le management de leurs entreprises est de type horizontal et collaboratif (participatif). Elles font participer leurs personnels à la prise de décisions. Elles demandent les conseils et les avis de leurs personnels qu'elles ont majoritairement recrutés dans leur cercle familial.

³⁰ Veuillez consulter les figures 32 et 43 dans l'annexe 06 pages 336 ; 341 et le tableau 53 dans l'annexe 05 page 328.

Chapitre V : Analyse du processus d'émergence et d'accompagnement, par les dispositifs ANSEJ, ANGEM et CNAC, de l'entrepreneuriat féminin dans la wilaya de Tizi-Ouzou

Tableau n° 31: Profil des entreprises ANSEJ.

PROFIL DES ENTREPRISES FEMININES ANSEJ (ENQUETEES)						
AGE	SECTEUR D'ACTIVITE	CHOIX DU SECTEUR D'ACTIVITE	STATUT JURIDIQUE	EFFECTIF	LOCALISATION	LES SOURCES DE L'APPORT PERSONNEL
[1-9ans] La majorité a 4 ans d'existence (44% de l'échantillon) 92% sont issues d'une création ex-nihilo. 8% sont issues d'une reprise	Agriculture 8% Industrie 16% BTPH 8% Services 56% Artisanat 12%	Conseils du dispositif 0% Conseils des amis/famille 16% Evaluation des opportunités 12% Diplôme acquis 36% Expérience antérieure 28%	96% des entreprises sont des entreprises individuelles ; une seule entreprise (4%) avait la forme juridique EURL	[1-9 employés] La majorité des entreprises a 2 (16 entreprises) 80% des employés sont des femmes Le mode de recrutement est basé sur: Le recrutement des membres de la famille 80% Les relations amicales 71% Les recommandations des amis ou de la famille 50% Le recours à l'ANEM 40% Le contact direct des demandeurs d'emplois 20%	TIZI OUZOU (13) OUADHIA (3) AITAISSAMIMOUN (2) AKBIL (2) BOUZEGUENE (1) MAATKAS (1) OUACIF (1) TIGZIRT (1) DRAA BEN KHEDA (1)	Autofinancement (épargne personnelle) 44% Prêt amis/famille 52% Dons/ héritage 0% Emprunt bancaire 0%

Source : Etabli à partir des résultats de l'enquête 2017.

Chapitre V : Analyse du processus d'émergence et d'accompagnement, par les dispositifs ANSEJ, ANGEM et CNAC, de l'entrepreneuriat féminin dans la wilaya de Tizi-Ouzou

Tableau 32: Profil des entreprises CNAC.

PROFIL DES ENTREPRISES FEMININES CNAC (ENQUETEES)						
AGE	SECTEUR D'ACTIVITE	CHOIX DU SECTEUR D'ACTIVITE	STATUT JURIDIQUE	EFFECTIF	LOCALISATION	LES SOURCES DE L'APPORT PERSONNEL
[2-12ans] La majorité a 4 ans d'existence (43,24% de l'échantillon) 89,18% sont issues d'une création ex-nihilo ; 8,1% (3 entreprises) sont issues d'une réactivation et 2,7% (1 entreprise) est issue d'une reprise.	Agriculture 8,1% Industrie 13,5 % BTPH 10,8% Services 40,6% Artisanat 27%	Conseils du dispositif 0% Conseils des amis/famille 16,1% Evaluation des opportunités 13,5% Diplôme acquis 32,4% Expérience antérieure 37,8%	86,5% sont des entreprises individuelles, 13,5% sont des EURL.	[1-30 employés] La majorité des entreprises a 3 (20 entreprises) 95% des employés sont des femmes Le mode de recrutement est basé sur: Le recrutement des membres de la famille 64,6% Les relations amicales 54% Les recommandations des amis et des membres de la famille (35%) ; Le recours à l'ANEM 27%. Le contact direct des demandeurs d'emplois 13,5% ;	TIZI OUZOU (6) BOUGHNI (3) LNI (3) SOUK EL THENINE (3) OUADHIA (3) OUAGUENOUN (3) ILOULAOUMALOU (2) TADMAIT (2) TIZINTLETA (2) IRDJEN (2) TIGZIRT (2) TIZI RACHED (2) FRIKAT (2) AITOUDDETT (1) AKBIL (1)	Autofinancement (épargne personnelle) 54% Prêt amis/famille 46% Dons/ héritage 0% Emprunt bancaire 0%

Source : Etabli à partir des résultats de l'enquête 2017.

Chapitre V : Analyse du processus d'émergence et d'accompagnement, par les dispositifs ANSEJ, ANGEM et CNAC, de l'entrepreneuriat féminin dans la wilaya de Tizi-Ouzou

Tableau 33: Profil des entreprises ANGEM

PROFIL DES ENTREPRISES FEMININES ANGEM (ENQUETEES)						
AGE	SECTEUR D'ACTIVITE	CHOIX DU SECTEUR D'ACTIVITE	STATUT JURIDIQUE	EFFECTIF	LOCALISATION	LES SOURCES DE L'APPORT PERSONNEL
[1-10ans] La majorité a 3 ans d'existence (46% de l'échantillon) Elles sont toutes issues d'une création ex-nihilo	Agriculture 6% Industrie 14% BTPH 0% Services 24% Artisanat 56%	Conseils du dispositif 0% Conseils des amis/famille 16% Evaluation des opportunités 6% Diplôme acquis 22% Expérience antérieure 56%	La totalité des entreprises sont des entreprises individuelles	[1-5 employés] La majorité des entreprises a 3 (29 entreprises) 96% des employés sont des femmes Le mode de recrutement est basé sur: Le recrutement des membres de la famille 94% Les relations amicales 54% Le contact direct des demandeurs d'emplois 52% Le recours à l'ANEM 24%	TIZI OUZOU (7) BENI DOUALA (3) AIN EL HAMMAM(3) SOUK EL THENINE (3) OUADHIA (3) MAKOUDA (3) TIZI RACHED (3) BOUZEGUENE (2) MAATKAS (2) AIT YAHIA (2) OUAGUENOUN (2) DRAA BEN KHEDA (2) FREHA (2) AZAZGA (2) MEKLA (2) ILLILTEN (2) IBOUDRAREN (2) YATTAFENE (2) BENI ZMENZER (1) MECHTRAS (1) BENI YENNI (1)	Autofinancement (épargne personnelle) 78% Prêt amis/famille 22% Dons/ héritage 0% Emprunt bancaire 0%

Source : Etabli à partir des résultats de l'enquête 2017.

1.3. Accompagnement des bénéficiaires ANSEJ, CNAC, ANGEM

Cet élément nous éclairera sur la qualité de l'accompagnement qu'accordent les trois dispositifs à leurs bénéficiaires.

1.3.1. Impact des dispositifs ANSEJ, CNAC et ANGEM sur la situation socioprofessionnelle de leurs bénéficiaires

Les femmes enquêtées attestent presque à l'unanimité que le dispositif qu'elles ont sollicité a contribué à la création de postes d'emploi dans la wilaya de Tizi-Ouzou et, du coup, à résorber le chômage (respectivement, 92%, 100% et 96% des réponses des bénéficiaires ANSEJ, CNAC et ANGEM). Elles estiment que, malgré les difficultés rencontrées, elles ont pu sortir de la situation d'inactivité et de marginalisation dans laquelle elles se trouvaient. 7% des bénéficiaires ANSEJ estiment que l'ANSEJ n'a fait qu'aggraver la situation des chômeurs, en créant des « chômeurs endettés ». Ce sont essentiellement les femmes qui ont eu une mauvaise expérience avec ce dispositif.

La majorité des bénéficiaires ANSEJ et CNAC interrogées estiment que ces dispositifs ont contribué à l'augmentation de leurs revenus, étant donné qu'elles n'en percevaient pas avant la création de leurs entreprises (72% et 89,2% pour les bénéficiaires ANSEJ et CNAC). Quant aux promotrices ANGEM, elles arrivent à peine à se départager sur la question de la contribution du dispositif ANGEM à l'augmentation de leurs revenus. 52% estiment que celui-ci a effectivement amélioré leurs situations financières. Ce sont, essentiellement, les femmes ayant une expérience dans leur domaine d'activité, celles qui n'avaient pas une source de revenu préalable et celles qui ne trouvent pas beaucoup de difficultés quant au fonctionnement de leurs entreprises³¹.

Celles qui ont confirmé que ces dispositifs n'ont pas contribué à l'amélioration de leurs revenus sont les salariées qui percevaient un meilleur revenu ou qui trouvent des difficultés à faire fonctionner leurs entreprises et écouler leurs produits (notamment, les produits artisanaux saisonniers).

Pour la contribution des trois dispositifs à l'amélioration des conditions de vie de leurs bénéficiaires, ainsi qu'au changement de leur statut au sein de la société, plus de la moitié des femmes questionnées (50%, 54% et 60%)³² confirment l'apport positif de ces dispositifs. Elles

³¹ Veuillez consulter le tableau 36, 54 et 65 dans l'annexe 05 page 323 ; 328 ; 331.

³² Ce sont les femmes qui étaient initialement chômeuses, celles qui ont investi les secteurs traditionnellement masculins et celles qui ont sollicité le dispositif ANGEM dans le cadre du financement PNR-AMP.

estiment que grâce à leurs aides elles sont sorties de leur situation d'exclusion et elles sont devenues plus autonomes. Pour celles qui déplorent l'apport positif de ceux-ci, elles sont scindées en deux groupes : celles qui nient l'apport de ces dispositifs dans le changement de leur situation. Ceux-ci ne les ont aidées qu'à financer leurs projets ; c'est grâce à leurs efforts et leur persévérance qu'elles ont réalisé leur réussite. Et celles qui trouvent des difficultés à faire fonctionner leurs entreprises, elles estiment que leur recours à l'ANSEJ, CNAC et ANGEM était une «erreur».

1.3.2. L'influence des dispositifs ANSEJ, CNAC et ANGEM sur le choix d'entreprendre des femmes

Nous cherchons à savoir quelle influence exercent les trois dispositifs ANSEJ, CNAC et ANGEM sur leurs promotrices en amont de la création de l'entreprise. Nous voulons connaître s'ils ont influé celles-ci lors de leurs décisions d'entreprendre.

Plus de la moitié des femmes interrogées (72%, 56,76%³³ et 94% des promotrices ANSEJ, CNAC et ANGEM respectivement)³⁴ attestent que sans les avantages et le soutien de l'ANSEJ, la CNAC et l'ANGEM elles ne sauraient créer leurs entreprises. Pour celles-ci, les avantages financiers et fiscaux accordés par les trois organismes constituent une motivation relativement importante et une opportunité qu'il faut saisir. Nous déduisons donc que ces dispositifs, de par les avantages qu'ils accordent, contribuent de manière implicite à stimuler la volonté des femmes à entreprendre.

Les femmes qui ont déclaré que même sans les aides accordées par ces dispositifs elles auraient pu créer leurs entreprises, sont celles qui étaient salariées et/ou ayant eu un apport personnel considérable (notamment les aides de leurs conjoints).

1.3.3. Les raisons de sollicitation de l'ANSEJ, CNAC et /ou ANGEM³⁵

La principale raison qui a incité les femmes à recourir aux trois dispositifs est la recherche de financement (46%, 42% et 50,5% des réponses ANSEJ, CNAC et ANGEM). Puis, vient la recherche des avantages fiscaux et parafiscaux (20%, 34,8% et 44%), ensuite, la volonté de diminuer le risque lié à la création d'entreprises (28%, 14,5% et 5%)³⁶ et enfin, le désir d'avoir des conseils, une formation et un suivi³⁷.

³³ 3 femmes parmi elles estiment que grâce au dispositif CNAC elles ont pu reprendre leurs entreprises qui étaient dans le secteur informel.

³⁴ Veuillez consulter les tableaux 37 et 55 dans l'annexe 05 pages 324 ; 328 et la figure 44 dans l'annexe 06 page 341.

³⁵ C'est une question à choix multiples. Les femmes ont eu à choisir plusieurs réponses parmi toutes celles proposées.

³⁶ Ce résultat peut être expliqué par le fait que, la majorité des femmes interrogées ont créé des entreprises dans leur domaine de prédilection (l'artisanat) et dont elles ont une expérience préalable. Ainsi, leur appréhension du risque est moins importante que le souci d'avoir un financement.

³⁷ Veuillez consulter les tableaux 38, 56 et 66 dans l'annexe 05 page 324 ; 328 ; 331.

Nous constatons que les femmes perçoivent les trois dispositifs ANSEJ, CNAC et ANGEM comme des institutions de financement et non pas comme des dispositifs d'accompagnement.

1.3.4. Les obstacles rencontrés par les bénéficiaires ANSEJ, CNAC et ANGEM lors de la création de leurs entreprises³⁸

Les lenteurs administratives et bureaucratiques puis l'accès aux sources de financement « dites formelles » sont les plus grandes difficultés rencontrées par les bénéficiaires des trois dispositifs lors de la création de leurs entreprises. Puis, vient l'accès à un local et enfin, la disponibilité de l'information au temps voulu³⁹.

Malgré les allègements des procédures administratives entreprises par l'ANSEJ au cours des trois dernières années⁴⁰, l'excès des démarches et des procédures exigées lors de la constitution du dossier pour bénéficier des avantages accordés par ce dispositif restent la plus grande difficulté rencontrée par ces bénéficiaires. C'est le cas des bénéficiaires des deux autres dispositifs. Toutefois, il convient de signaler que cette difficulté n'est pas ressentie directement ou uniquement par ces femmes. Ce sont les hommes de leurs familles (père, frère, conjoint) qui les ressentent également étant donné que ce sont eux qui les aident à faire toutes ces procédures. Les bénéficiaires ANSEJ qui n'ont pas soulevé cette difficulté, sont essentiellement celles qui ont créé leurs entreprises au cours des trois dernières années.

La difficulté d'accès au financement trouve justification dans la difficulté de décrocher un prêt bancaire. L'accord bancaire est relativement difficile à obtenir car les banques sont très prudentes lors de l'octroi du crédit aux petites entreprises. Il est à noter que les banques algériennes ne sont pas réfractaires envers les femmes en tant que personnes, elles ne les stigmatisent pas par rapport à leur sexe. Ces banques sont réticentes envers les projets portés par ces femmes, ces dernières n'ont pas de garantie de remboursement (bien hypothécable), elles n'ont pas de connaissances préalables en entrepreneuriat (gestion d'entreprises, management, finance, etc.) et leurs projets ne sont pas assez maturés.

³⁸ C'est une question à choix multiples. Les femmes ont eu à choisir plusieurs réponses parmi toutes celles proposées.

³⁹ Pour plus d'informations veuillez consulter les tableaux 39, 57 et 67 dans l'annexe 05 page 324 ; 328 ; 331.

⁴⁰ Pour accélérer la cadence de l'étude des dossiers (journal El moudjahid, 2014), l'ANSEJ a pris, depuis 2014, de nouvelles mesures visant à réduire la durée de l'étude et du financement des projets de 8 mois à trois mois. Cette mesure est appelée à être confrontée avec la coopération des banques pour assurer la flexibilité et la rapidité dans l'étude et le financement des projets. Autre que ces dispositions, la préinscription au dispositif ANSEJ se fait désormais sur internet. Le contenu du dossier est réduit à une seule feuille contenant les informations sur la personne, son CV, la nature du projet proposé, une fois la demande acceptée, l'intéressé sera convoqué pour compléter son dossier.

La difficulté qu'ont les bénéficiaires des trois dispositifs à trouver un local pour exercer leurs activités, est liée à l'éloignement des locaux disponibles du domicile de ces femmes, la cherté de la location et les défaillances dans la distribution des locaux dans certaines communes.

1.3.5. Les obstacles rencontrés par les bénéficiaires ANSEJ, CNAC et ANGEM après la création de leurs entreprises⁴¹

En aval de l'entrepreneuriat, la concurrence est le problème le plus récurrent que rencontrent les bénéficiaires des dispositifs ANSEJ, CNAC et ANGEM. Celle-ci est de nature « féminine », excepté pour le secteur du BTPH et certains services (autoécole, fastfood, maintenance informatique...) où elle est de nature « masculine » étant donné que ces activités sont considérées comme l'apanage des hommes. Les artisanes ont qualifié cette concurrence de « déloyale ». Ceci peut être expliqué par la nature des secteurs investis par ces femmes, ils sont majoritairement des secteurs traditionnels où une portion importante de la population féminine de la wilaya de Tizi-Ouzou, par leurs savoir-faire, s'y trouve, le poids du secteur informel et/ou par une étude de marché qui fait défaut⁴².

La fiscalité et les charges sociales viennent en deuxième position des problèmes que rencontrent les bénéficiaires des dispositifs sus-cités après le démarrage de leurs entreprises. Ce problème a été soulevé par les entreprises dépassant les 4 années d'existence.

La commercialisation de leurs produits et l'approvisionnement en matières premières constituent, également, deux obstacles importants qui inhibent les entreprises créées par les promotrices ANSEJ, CNAC et ANGEM. Ce résultat s'explique par le manque de connaissances de ces femmes dans le domaine de l'entrepreneuriat (technique marketing et de commercialisation) et aussi par la non-disponibilité de réseaux d'approvisionnement en matière première. En effet, ce sont les artisanes elles même qui cherchent la matière première pour faire fonctionner leurs activités.

Pour les femmes qui veulent étendre leurs activités, c'est essentiellement le manque de crédit qui les entrave.

Des difficultés rencontrées par les bénéficiaires des trois dispositifs en amont et en aval de la création de leurs entreprises, nous concluons que celles-ci accusent d'un sous-accompagnement de la part des organismes qu'elles ont sollicités. Et ce, sur plusieurs niveaux : formation en entrepreneuriat, information sur les éventuels clients et fournisseurs potentiels, réalisation des procédures administratives, réalisation d'une bonne étude de marché, etc.

⁴¹ C'est une question à choix multiples. Les femmes ont eu à choisir plusieurs réponses parmi toutes celles proposées.

⁴² Veuillez consulter les tableaux 40, 58 et 68 dans l'annexe 05 page 324 ; 329 ; 331.

1.3.6. Evaluation des bénéficiaires ANSEJ, CNAC et ANGEM de l'accompagnement que leur accordent ces dispositifs

Cet élément nous renseigne sur la perception qu'ont les bénéficiaires ANSEJ, CNAC et ANGEM de l'accompagnement que leur accordent ces dispositifs.

52% des bénéficiaires ANSEJ témoignent qu'elles sont moyennement satisfaites des services rendus par l'ANSEJ, 28% ne sont pas du tout satisfaites et 20% sont complètement satisfaites. Pour les bénéficiaires CNAC, 59,5% d'entre elles attestent qu'elles sont moyennement satisfaites, 27% sont pleinement satisfaites et 13,5% ne sont pas du tout satisfaites. A la différence des bénéficiaires ANSEJ et CNAC, 84% des promotrices ANGEM sont satisfaites des prestations de l'ANGEM, 10% sont moyennement satisfaites et seulement 6% ne sont pas du tout satisfaites.

Ce qui convient de signaler, c'est que plus de la moitié des bénéficiaires ANSEJ et CNAC affirment que l'accompagnement que leur accordent ces deux dispositifs est inadapté; il ne prend pas en considération la dimension genre. En effet, le même accompagnement est décerné à tous les promoteurs, homme ou femme, et ils rencontrent pratiquement les mêmes problèmes⁴³.

1.4.L'expérience entrepreneuriale des bénéficiaires ANSEJ, CNAC et ANGEM

1.4.1. Les qualités recommandées à une chef d'entreprise

Selon les bénéficiaires des trois dispositifs, les principales caractéristiques d'une bonne cheffe d'entreprise sont, par ordre décroissant, l'énergie et le dynamisme, la confiance en soi et la persévérance, l'ouverture à l'innovation, la capacité à résoudre les problèmes, être rigoureuse dans son travail, acceptation de l'échec, capacité à organiser, diriger et manager son entreprise, la disponibilité à prendre des risques et saisir une opportunité d'affaire, la bonne connaissance en gestion, avoir de la chance et enfin avoir de l'empathie⁴⁴

Les bénéficiaires ANSEJ, CNAC et ANGEM sont réticentes à la prise de risque. Elles préfèrent investir de petites sommes et gagner de petits profits dans le futur proche. Elles évitent l'incertitude et l'ambiguïté⁴⁵. Néanmoins, il est utile de signaler qu'elles ont une plus grande aversion aux démarches bureaucratiques qu'au risque bancaire. Elles ne sont pas tournées vers la saisie des opportunités disponibles dans leur environnement. Cela veut dire qu'elles

⁴³ Veuillez consulter les tableaux 41, 59 et 69 dans l'annexe 05 page 324 ; 329 ; 332.

⁴⁴ Veuillez consulter les tableaux 60 et 70 dans l'annexe 05 page 329 ; 332 et la figure 33 dans l'annexe 06 page 337.

⁴⁵ L'ambiguïté est inhérente au phénomène entrepreneurial. L'avenir est incertain, indéterminable ou inconnu. L'optimisme et la confiance en soi permettent d'accepter l'incertitude, toute fois des espaces ambigus subsistent. La tolérance pour les erreurs est également de mise, c'est la capacité à apprendre des erreurs commises, elles constituent de véritables expériences sur lesquelles l'entrepreneur pourra capitaliser par la suite (Julien et Marchesnay, 1996).

entreprennent non pas par opportunité mais par nécessité⁴⁶. Cet état de fait se justifie par la non-existence d'une culture⁴⁷ entrepreneuriale dans leur milieu.

Par ailleurs, ces femmes n'abandonnent pas facilement leurs activités, elles estiment qu'elles ont beaucoup sacrifié (temps et argent) pour réaliser leurs entreprises⁴⁸. Elles sont ouvertes à l'innovation, et ce pour endiguer la concurrence et pérenniser leurs entreprises. Leur devise est la rigueur dans leur travail et la résolution des problèmes imminents.

1.4.2. Connaissances et formation en entrepreneuriat

La majorité des femmes questionnées n'ont pas de connaissances préalables en entrepreneuriat⁴⁹. Toutefois, 40%, 37,8% et 18% des bénéficiaires ANSEJ, CNAC et ANGEM respectivement, attestent qu'après avoir créé leurs entreprises, elles ont suivi des formations dédiées aux créateurs d'entreprises. Celles-ci sont : les techniques de gestion (16%, 21,6% des bénéficiaires ANSEJ et CNAC), la gestion financière et audit (20%, 10,8% des bénéficiaires ANSEJ et CNAC) et enfin, les techniques marketings (8%, 5,4% et 18% des bénéficiaires ANSEJ, CNAC et ANGEM respectivement). Ce sont essentiellement les femmes qui ont adhéré des réseaux féminins de soutiens à l'entrepreneuriat (essentiellement la SEVE, AME et la RAFA).

Parmi les 18% des bénéficiaires ANGEM (9 femmes) qui ont suivi une formation en techniques commerciales et marketing, 4 femmes ont fait la formation «GET AHEAD»⁵⁰ (aller de l'avant) dispensée par la chambre d'artisanat et des métiers et le dispositif ANGEM de la wilaya de Tizi-Ouzou. Sur ce point, les promotrices ANGEM estiment qu'elles n'ont pas besoin de formations; elles jugent que leur expérience est suffisante et que leurs petites

⁴⁶ Ces femmes entreprennent pour créer leurs propres emplois et ainsi subvenir aux besoins de leurs familles.

⁴⁷ Jariniou (2008 : p 12), avait défini la culture entrepreneuriale comme suit: «Une culture entrepreneuriale est une culture qui valorise les caractéristiques personnelles associées à l'entrepreneuriat soit l'individualisme, la marginalité, le besoin de réalisation personnelle, la prise de risques, la confiance en soi et les habiletés sociales; qui valorise également le succès personnel tout en pardonnant l'échec; qui encourage la diversité et non l'uniformité et qui encourage le changement et non la stabilité».

⁴⁸ Ce résultat vient d'être confirmé par Kheirdine Hamel (2018), président de la fédération nationale des jeunes entrepreneurs (FNJE), il stipule que «les femmes réussissent mieux que les hommes dans le monde entrepreneurial». Selon lui, les promotrices ANSEJ sont plus persévérantes que leurs homologues masculins qui tendent à vendre le matériel acquis en vue de lancer de nouveaux projets, s'attirant ainsi des problèmes juridiques et économiques. <http://www.algeriemondeinfos.com/2018/04/17/entrepreneuriat-femmes-reussissent-mieux-hommes-algerie/> consulté le 22/04/2018 à 10h00.

⁴⁹ Le concept entrepreneuriat raisonne mal auprès de la majorité des femmes enquêtées. En effet, elles attribuent ce concept aux seules activités du bâtiment et travaux publics réservées exclusivement aux hommes.

⁵⁰ C'est une formation pour les femmes, artisanes, entrepreneures et porteuses de projets, elle est dispensée par la Chambre d'artisanat et des métiers (CAM) de Tizi-Ouzou. Sur un total de 3999 femmes artisanes immatriculées à la CAM de Tizi-Ouzou, seulement 99 femmes, soit 2,47% seulement, ont bénéficié de la dite formation (CAM, 2017). Dans le cadre du dispositif ANGEM sur un total de 1121 bénéficiaires, seulement 367 (soit 32%) ont bénéficié de formations, ce sont essentiellement les femmes qui ont sollicité le financement triangulaire (ANGEM, 2014).

activités nécessitent un savoir-faire plutôt qu'une formation en entrepreneuriat. C'est le constat fait par les artisans.

Dans le but d'améliorer le rendement et la performance de leurs entreprises, les bénéficiaires des trois dispositifs n'hésitent pas à recourir aux formations dans le domaine de l'entrepreneuriat; ce qui nous amène à conclure que l'entrepreneuriat féminin a influencé positivement les femmes, et ce en les incitant à s'améliorer et à rendre leurs entreprises plus pérennes.

1.4.3. Existence d'exemples de femmes entrepreneures dans l'entourage des bénéficiaires ANSEJ, CNAC et ANGEM

Majoritairement, les bénéficiaires ANSEJ, CNAC et ANGEM ont répondu oui à l'existence de femmes entrepreneures dans leurs entourages (72%, 83,1% et 80% des réponses). Celles-ci sont soit des artisanes qui activent essentiellement dans le secteur informel, soit des femmes qui ont entrepris dans le secteur des services.

La moitié des femmes qui ont répondu oui à l'existence de femmes entrepreneures dans leurs entourages (48%, 54% et 42,4% des réponses) affirment avoir été influencées par le succès qu'ont connu celles-ci. Chose qui a contribué à l'engouement des bénéficiaires des trois dispositifs dans le secteur des services et de l'artisanat, à renforcer le tissu de la petite entreprise dans les mêmes régions et à créer des disparités régionales en termes de secteurs d'activité investis par les femmes. Pour les autres, l'échec qu'ont connu les femmes entrepreneures dans leurs régions les a amenées à choisir un autre secteur d'activité et à solliciter les dispositifs ANSEJ, CNAC et ANGEM.

Les femmes qui attestent qu'elles n'ont pas d'exemple de femmes entrepreneures dans leur entourage sont celles ayant créé des entreprises dans le secteur du BTPH, les services (autoécoles, transport de marchandise, maintenance informatique et fast-food) et le secteur de l'agriculture. Celles-ci nous ont confié qu'elles étaient beaucoup plus influencées par des entrepreneurs de la gent masculine que féminine.

Nous constatons que l'entrepreneuriat féminin dans le cadre des dispositifs ANSEJ, CNAC et ANGEM dans la wilaya de Tizi-Ouzou est issu d'un phénomène de mimétisme et de mode.

1.4.4. L'apport de l'entrepreneuriat aux bénéficiaires ANSEJ, CNAC et ANGEM⁵¹

Les plus grands changements qu'a apporté l'entrepreneuriat à la situation des bénéficiaires des trois dispositifs sont : l'éviction de la situation de chômage, la réalisation du profit, le développement de leurs compétences, l'innovation, le contournement des problèmes du harcèlement (soulevé par les bénéficiaires anciennement salariées); enfin, vient le sentiment d'indépendance et d'autonomie «financière» et la confiance en soi⁵². Les promotrices qui trouvent des difficultés à faire fonctionner leurs entreprises estiment qu'elles étaient assez confiantes en elles au moment de la création de leurs entreprises qu'actuellement. Elles estiment que leur confiance en elles dépend dorénavant de la situation de leurs entreprises.

Grosso-modo, l'entrepreneuriat a été d'un apport positif pour les femmes bénéficiaires ANSEJ, CNAC et ANGEM; il leur a permis de s'améliorer tant sur le plan économique (création d'emploi et de réalisation de profit) que social (développement des compétences, esquiver le problème d'harcèlement...).

1.5.L'apport de l'entreprise créée à son milieu d'implantation⁵³

Nous cherchons à voir le rayonnement des entreprises créées sur leur milieu de localisation. En d'autres termes, nous cherchons à savoir quelles incidences socioéconomiques les entreprises créées par les bénéficiaires ANSEJ, CNAC et ANGEM ont sur le territoire de la wilaya de Tizi-Ouzou.

Les promotrices des trois dispositifs estiment que leurs entreprises ont contribué, dans un premier plan, à la résorption du chômage, particulièrement féminin, dans la wilaya de Tizi-Ouzou (40%, 52,4% et 48% des réponses des bénéficiaires ANSEJ, CNAC et ANGEM respectivement), à l'incitation des autres femmes (leurs filles ou proches) à entreprendre dans les mêmes secteurs qu'elles, particulièrement dans le secteur de l'artisanat et celui des services (26,66%, 22,22% et 13,7% des réponses des bénéficiaires ANSEJ, CNAC et ANGEM respectivement); puis, à diminuer la discrimination des femmes et aussi à améliorer leur statut social (ce sont majoritairement les femmes qui ont investi les secteurs dits masculins qui ont soulevé ce point et aussi le fait que certaines femmes entrepreneures recrutent d'anciennes

⁵¹ C'est une question à choix multiples. Les femmes ont eu à choisir plusieurs réponses parmi toutes celles proposées.

⁵² Veuillez consulter les tableaux 42, 61 et 71 dans l'annexe 05 page 325 ; 329 ; 332.

⁵³ C'est une question à choix multiples. Les femmes ont eu à choisir plusieurs réponses parmi toutes celles proposées.

salariées auparavant harcelée dans leur milieu de travail) et en dernier, à la réduction de la pauvreté dans leur région⁵⁴.

1.5.1. Evaluation des éléments liés à l'entreprise créée

Nous allons voir dans cet élément l'évaluation des bénéficiaires ANSEJ, CNAC et ANGEM de leurs entreprises sur divers plans.

Les bénéficiaires des trois dispositifs trouvent des difficultés dans:

- La réalisation des formalités administratives, 40%, 62,2 et 38% des femmes déclarent que les démarches administratives sont très difficiles à faire; les autres (44%, 29,7% et 56%) attestent qu'elles sont difficiles à réaliser. Ces femmes nous ont confié que sans l'aide des membres de leurs familles hommes (conjoint frère, père...) elles ne sauraient faire toutes les procédures exigées, cela s'explique par leur incapacité de se déplacer régulièrement pour faire toutes ces démarches et aussi par le niveau d'instruction des promotrices qui est relativement faible (essentiellement les bénéficiaires ANGEM);
- Le financement de l'entreprise en phase de démarrage, 48%, 40% et 50 femmes l'ont indiqué. 20% et 16% des bénéficiaires ANSEJ et CNAC ont soulevé ce problème au moment de l'exploitation. Ce sont les femmes qui trouvent des difficultés à faire fonctionner leurs affaires;
- La disponibilité d'un local, 36%, 32,43% et 44% des bénéficiaires ANSEJ, CNAC et ANGEM ont soulevé ce problème. Faute de l'éloignement des locaux disponibles et la cherté de la location, les femmes n'en ont pas accès ;
- La conciliation vie professionnelle et vie familiale, 52%, 59% et 44% des bénéficiaires ANSEJ, CNAC et ANGEM l'ont soulevé; ces femmes ont indiqué qu'elles ont une charge de travail importante Ce sont essentiellement celles dépassant la quarantaine et qui travaillent dans le secteur artisanal (poterie et tapis);
- Le management et l'organisation de l'entreprise, 65% et 22% des bénéficiaires ANSEJ et ANGEM l'ont indiqué. Cela dénote de leur manque de connaissance en entrepreneuriat, management et direction d'entreprises⁵⁵.

Des résultats précédents, nous déduisons que les trois dispositifs ont contribué, de manière inégale (inégalité spatiale et sectorielle), à faire émerger un entrepreneuriat féminin dans la wilaya de Tizi-Ouzou. Ainsi, ils ont aidé les femmes à lancer leurs petites entreprises

⁵⁴ Consultez les tableaux 43, 62 et 70 dans l'annexe 05 page 325 ; 330 ; 332.

⁵⁵ Veuillez consulter les tableaux 63 et 73 dans l'annexe 05 page 330 ; 333 et la figure 34 dans l'annexe 06 page 337.

et par ricochet à créer leurs emplois. Et ce, malgré les insuffisances et les difficultés soulevées. En effet, l'accompagnement qu'accordent les dispositifs ANSEJ, CNAC et ANGEM à leurs bénéficiaires est limité pour ne pas dire qu'il est précaire. Celles-ci sont confrontées à plusieurs obstacles sur tout le long des étapes jalonnant le processus entrepreneurial (avant, au moment et après la création de leurs entreprises).

Section 02: Incidences socio-économiques et limite de l'accompagnement de l'entrepreneuriat féminin dans la wilaya de Tizi-Ouzou

Des résultats de notre étude empirique, nous avons pu constater que les dispositifs d'aide à la création d'entreprises ANSEJ, CNAC et ANGEM ont contribué, un tant soit peu, à faire émerger un entrepreneuriat féminin dans la wilaya de Tizi-Ouzou. Toutefois, ces mêmes résultats, complétés par les entretiens avec les conseillers des trois dispositifs concernant les procédures et la qualité de l'accompagnement accordé par chacun d'eux à leurs promotrices, ont révélé que les femmes entrepreneures (bénéficiaires de ces dispositifs) rencontrent davantage de difficultés sur le terrain. Ces difficultés sont tantôt communes entre tous les promoteurs, hommes et femmes, tantôt spécifique aux promotrices et à la nature de leurs projets. Ajouter à cela, ces résultats et entretiens ont dévoilé que l'accompagnement accordé par les trois dispositifs sus-cités à leurs promotrices connaît quelques limites. Et ce sur les trois phases d'accompagnement (pré-crédation, création et post-crédation).

Les difficultés rencontrées par les femmes entrepreneures accentuées par les limites de l'accompagnement que leur accordent les trois dispositifs ANSEJ, CNAC et ANGEM influencent négativement sur la réussite des projets portés par celles-ci, sur la pérennité des entreprises féminines créées et par ricochet sur le devenir de l'entrepreneuriat féminin dans la wilaya de Tizi-Ouzou.

2.1. Les difficultés rencontrées par les promotrices ANSEJ, CNAC et ANGEM

Malgré les résultats, chiffrés, obtenus par les dispositifs d'aides à la création de micro-entreprises (CNAC ; ANSEJ et ANGEM) en termes de nombre de micro-entreprises féminines créées et d'emplois générés qui croient d'années en année, la qualité de l'accompagnement qu'ils accordent aux femmes entrepreneures reste encore limitée. En effet, d'après notre enquête de terrain, il ressort que la plus grande majorité des femmes trouvent des difficultés, principalement dans :

2.1.1. Les procédures administratives et l'accès au financement

L'une des principales difficultés rencontrées par les femmes entrepreneures, promotrices des trois dispositifs ANSEJ, CNAC et/ou ANGEM, réside dans les lenteurs administratives et les méandres bureaucratiques qui se traduisent généralement par l'excès de démarches et de procédures demandées. En effet, un nombre important de pièces⁵⁶ et de documents à fournir est exigé, ce qui engendre une perte de temps et des coûts supplémentaires qui se répercutent sur la volonté de réussite de la femme entrepreneure. A cela s'ajoutent la lourdeur dans le traitement des dossiers et la réticence des banques⁵⁷ vis-à-vis des promotrices par crainte de l'insolvabilité de leurs micro-entreprises. Ces difficultés n'entravent pas spécifiquement les femmes⁵⁸. Néanmoins, certaines catégories de femmes sont plus affectées par ces difficultés que les autres promoteurs. Notamment les femmes ayant un faible niveau d'instruction, celles ayant des conditions de déplacements difficiles (femmes rurales, femmes ayant une importante charge familiale...) ou encore celles n'ayant pas de garanties de remboursements (bien hypothécable).

2.1.2. Des insuffisances dans l'étude technico-économique

Certaines femmes entrepreneures souffrent des difficultés (difficultés de commercialisation des produits et celles liées à l'approvisionnement des entreprises en matières premières) dues à la non prise en compte d'un certain nombre de facteurs (délai de remboursement, le marché, la clientèle, etc.) ou de dépenses indispensables à la réalisation ou au démarrage de leurs activités (coût de publicité, de distribution, etc.). Ces difficultés, qui apparaissent au fur et à mesure de l'avancement des travaux, posent de sérieux problèmes dont l'origine est souvent un manque de rigueur et de réalisme dans les études réalisées avant l'engagement du projet. En effet, l'étude de

⁵⁶ Les dossiers exigés pour l'obtention des financements qu'accordent les dispositifs est : Une demande manuscrite signée par le promoteur; un extrait de naissance n°12; une fiche de résidence; un diplôme, qualification professionnelle ou savoir-faire; une copie légalisée de la carte nationale d'identité ou du permis de conduire; Un exemplaire de décision d'éligibilité et de financement; Copie du bail de location d'une durée minimum de deux (02) années, renouvelable; Un exemplaire de l'étude technico-économique, préparée conjointement par le promoteur et le dispositifs sollicité, est complétée par les factures pro-forma des équipements et matériels, et /ou des matières premières et/ou des marchandises et/ ou un devis estimatif des travaux d'aménagement à réaliser; Un devis d'assurance des équipements et matériels à acquérir pour une année; Une copie du registre de commerce /carte d'artisan/ ou tout autre document d'immatriculation ; Une copie de la carte fiscale ou du certificat d'existence; Un procès-verbal de visite du local devant abriter l'activité, établi par l'accompagnateur et cosigné par le promoteur, à l'exception des activités non sédentaires.

⁵⁷ 50% des femmes questionnées, essentiellement les promotrices ANGEM (34 femmes), ont indiqué que l'indisponibilité de garanties de remboursement était la principale cause de la difficulté d'accès au crédit bancaire.

⁵⁸ Les recherches menées sur l'impact des dispositifs ANSEJ et CNAC de la wilaya de Tizi-Ouzou sur l'entrepreneuriat et le développement territorial de la wilaya ont révélé que les lenteurs administratives et les lourdeurs bureaucratiques constituent un obstacle majeur pour les promoteurs de ces dispositifs (Firlas, 2012, Makhoulfi, 2013 ; Belkacem, 2014).

marché⁵⁹ faite par les femmes entrepreneures interrogées est majoritairement basée sur l'observation quotidienne du futur marché qu'elles ont voulu intégrer. Elles ont réalisé cette étude de marché avec leurs propres moyens sans recourir aux bureaux d'études spécialisés en raison du coût élevé de ces études et aussi de leur négligence de l'importance de telles études. Cette négligence est intimement liée à leur manque de connaissances dans le domaine de l'entrepreneuriat et implicitement à la défaillance des formations qu'elles ont reçues dans le cadre des trois dispositifs.

Les défaillances dans les études technico-économiques réalisées se traduisent, aussi, sur le terrain par un mauvais choix de localisation des entreprises féminines, notamment, dans les régions où d'autres entreprises concurrentes, plus anciennes et activant dans le secteur informel, sont très présentes, ce qui pousse la femme entrepreneure à vouloir abandonner son projet ou à se délocaliser (Tel était le cas d'une jeune femme de Ouadhia qui s'est trouvée dans l'obligation de fermer son atelier de couture à Ouadhia et l'ouvrir dans la commune de Ouacif).

2.1.3. Des difficultés liées aux traits personnels

La personnalité, le profil et la motivation de la femme entrepreneure sont tous autant d'aspects décisifs dans les chances de réussite de son projet.

Rappelons quelques raisons personnelles différents d'une femme à une autre. Mais en grande partie, elles sont liées à l'aversion au risque et à l'ambiguïté : craintes des énormes responsabilités qu'elles devront supporter, l'obligation de rembourser dans les délais, le management et le mode de gestion qui est horizontal (participation et partage du pouvoir) et aussi aux objectifs assignés (les objectifs sont peu orientés vers la croissance de la taille de l'entreprise). Ainsi la grande partie des entreprises créées sont de petites taille et activent dans les deux secteurs services et artisanat.

2.1.4. Les difficultés de remboursement du crédit

Les lourdeurs bureaucratiques, l'accès difficile au financement et l'insuffisance dans les études technico-économiques réalisées, accentuées par le manque de connaissance en entrepreneuriat et l'aversion au risque qu'ont les promotrices des trois dispositifs, sont tous autant d'éléments qui peuvent influencer sur la capacité de remboursement des crédits sollicités par les femmes entrepreneures dans la wilaya de Tizi-Ouzou. La majorité des entreprises enquêtées, et qui dépassent 3 ans d'existence ont soulevé ce problème. Toutefois, nous avons eu, dans notre

⁵⁹ Pour les bénéficiaires ANSEJ sondées, seulement 6 femmes ont fait une étude de marché effective. Pour le dispositif CNAC, il y a eu seulement 11 femmes qui l'ont faite, et pour le dispositif ANGEM, 9 femmes seulement l'ont faite.

échantillon d'étude, des entreprises qui ont pu rembourser la totalité du crédit consenti. Elles ont même émis des demandes pour bénéficier des crédits d'extension qu'accordent les trois dispositifs.

2.2. Les limites de l'accompagnement qu'accordent ANSEJ, CNAC et ANGEM aux femmes entrepreneures de la wilaya de Tizi-Ouzou

Le processus d'accompagnement peut-être décomposé en trois phases successives, à savoir, la phase de pré-crétion (l'accueil), la phase de création (l'accompagnement proprement dit) et la phase de post-crétion (l'accompagnement en post-crétion). Généralement les structures d'accompagnement interviennent seulement sur les deux premières phases. D'autres structures d'accompagnement interviennent seulement en phase de post-crétion, telles que les pépinières d'entreprises, et d'autres principalement en phase de création tel que les centres de recherche (Paturel et Masmoudi, 2006; Boughanem, 2008; Firlas, 2012; D'Andria et Rochomet-Huet, 2013).

De toutes les difficultés qui entravent les femmes entrepreneures promotrices de l'un des trois dispositifs ANSEJ, ANGEM et ou CNAC nous déduisons que l'accompagnement qui leur est attribué est limité sur les trois phases de l'accompagnement sus-citées.

2.2.1. Insuffisance d'intervention en phase de pré-crétion

Dans sa conception large, la phase de pré-crétion démarre dès lors qu'une action de sensibilisation à l'entrepreneuriat est déclenchée. Elle peut émaner des facteurs (push et pull) motivants à l'entrepreneuriat. Cette phase peut durer quelques années, voire tout au long du cursus universitaire ou professionnel du porteur de projet. Avec sa conception étroite, la pré-crétion est une phase décrite comme une préparation à l'entrée dans la phase de création. Cette phase porte sur une préparation initiale des éléments qui doivent être développés dans la phase de création. La deuxième définition tend à être la plus proche du contexte d'accompagnement algérien (Boughanem, 2008; Firlas, 2012). Les structures d'accompagnement interviennent dans la phase de pré-crétion, d'une part, pour détecter des porteurs de projet et pour aider les candidats dans la préparation du dossier de sélection ou d'entrée en création (Paturel et Masmoudi, 2006; Boughanem, 2008 ; Firlas, 2012).

Les dispositifs d'accompagnement ANSEJ, CNAC et ANGEM ont une intervention limitée à la seule diffusion de l'information (organisation des salons, expositions et actuellement création de site internet et applications) et l'aide des porteuses de projets dans la constitution de leurs dossiers de sélection en amont de la création des projets (phase pré-crétion), ils informent les femmes sur les activités gelées. Néanmoins, ils n'exercent aucune

influence sur le choix des secteurs que les femmes ont choisis, ce qui a contribué à la quasi-absence des femmes dans certains secteurs, malgré leurs aptitudes personnelles et professionnelles (tel était le cas des femmes diplômées mais qui ont créé leurs entreprises dans le secteur de l'artisanat), et par conséquent leur engouement dans des secteurs traditionnels (artisanat, fabrications de pâtes alimentaires, etc.).

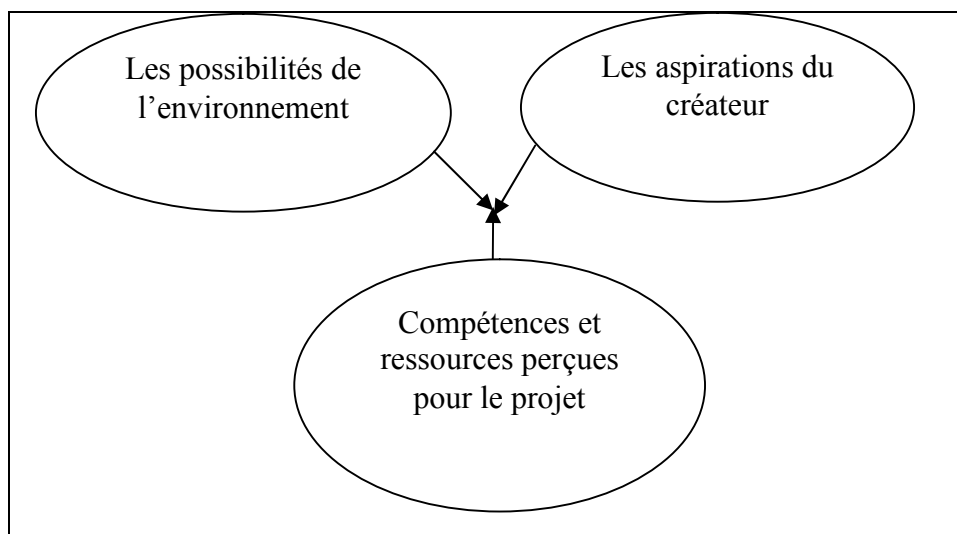
2.2.2. Insuffisance de l'accompagnement dans la phase de création

Le processus de création d'entreprise a été analysé sur deux niveaux complémentaires : au niveau de l'individu créateur et au niveau du projet d'entreprise. En effet, au cours du processus de création, l'individu porteur de projet passe par plusieurs statuts avant d'adopter celui de dirigeant d'entreprise. En parallèle, le projet ne passe pas par plusieurs étapes avant de se transformer en entreprise. Le passage d'un statut à un autre, tant pour le porteur de projet que pour le projet lui-même, indique les différents niveaux atteints dans la démarche de création⁶⁰. La phase d'accompagnement de la création est donc un processus dynamique qui se greffe naturellement au processus de création d'entreprise. Elle a pour objectif de mieux gérer la complexité de la démarche entrepreneuriale et pour finalité d'améliorer les chances de réussite du projet créé.

Ainsi, cette dynamique du processus de création montre que le modèle « 3E » intervient à deux niveaux complémentaires : au niveau de chaque bloc (les possibilités de l'environnement(E1), les aspirations du créateur (E2) et la compétence et ressources perçues par le projet (E3)) et entre les blocs. Autrement dit, au cours du processus chaque bloc se transforme, s'élargit ou se rétrécit sous l'influence d'un ou plusieurs facteurs (dont l'action d'accompagnement).

⁶⁰Desseigne 1998 : p17 avait défini l'entreprise comme « *un système ouvert sur son environnement, un système finalisé, régulé, composé d'un ensemble de sous-systèmes en interaction (système informationnel, système décisionnel, système opérationnel...)* ». De ce fait plusieurs recherches en entrepreneuriat ont montré la complexité et la multiplicité de la démarche de création d'entreprise. Ainsi, Gasse (2004) avait constaté que la démarche de création d'une entreprise combine deux catégories de composantes qui comprennent des éléments expliquant les différents types de démarches de création. Ces composantes sont : La composante stratégique qui un ensemble composé par le projet en question (le projet d'entreprise), l'environnement et les ressources. Et La composante psychologique qui est l'ensemble des comportements, d'aptitudes et des motivations du (des) porteur (s) de projets. Cependant, la démarche de création ne se déclenche qu'une fois les différents éléments des deux composantes combinés et mis en interaction, pour prendre et engager des actions entrepreneuriales.

Figure 24: La confrontation des composantes de la démarche de création (Modèle 3E)



Source : Gasse. Y : «Les structures d'appui à la création d'entreprise : contribution en vue de leurs performances», 4^{ème} congrès de l'Académie de l'entrepreneuriat, 2004, p 6. (Modèle des « 3E »)

Toutefois, même si le besoin d'accompagnement détecté de la phase de pré-crédation, concerne uniquement une variable d'un bloc, le facteur peut dynamiser les autres variables sous l'influence de facteurs endogènes ou exogènes au modèle «E3».

L'efficacité de l'accompagnement au cours de cette phase peut donc s'apprécier par la capacité de l'accompagnement à repositionner les projets accompagnés vers leurs zones de cohérences (là où la composante psychologique et la composante stratégique du porteur de projet sont efficacement combinées) à la fin du processus de création. En effet, suite à un accompagnement (information, sensibilisation, formation, préparation, conseils, recherche, négociation, prospection, ...), le projet d'entreprise peut devenir en parfaite cohérence avec la zone de compatibilité des aspirations et motivations du créateur, de ces compétences et ressources perçues et des possibilités de l'environnement. Une fois ces objectifs atteints, le projet est potentiellement réalisable avec des fortes chances de réussir dans le temps ; la constitution effective de l'entreprise peut s'engager.

De ce fait, une fois que le projet incubé atteint sa zone de cohérence, il devient potentiellement faisable et sa réussite est tributaire de la bonne gestion de la phase de démarrage de l'entreprise. Cette dernière phase peut-être appuyée par des structures de post-crédation telles que les pépinières d'entreprises (Paturel et Masmoudi, 2006, p14).

Dans leurs programmes de formation, les trois dispositifs ANSEJ, CNAC et ANGEM n'initient pas leurs promotrices à la réalisation d'un bon «business plan»⁶¹, d'une bonne politique marketing⁶², du mode d'emploi des machines⁶³ qu'elles utiliseront s'il y a lieu, et aussi de les informer sur l'existence de marchés potentiels pour l'approvisionnement de leurs entreprises en matières premières et/ou l'écoulement de leurs produits⁶⁴. La formation n'est pas individualisée, elle est générale. Elle s'étend sur une période de 4 jours⁶⁵, nous estimons que c'est un laps de temps très court pour pouvoir assimiler toutes les informations, surtout pour les femmes n'ayant pas un grand niveau de scolarisation. Cette formation se déroule dans une seule et même salle, sans tenir compte des disparités relatives : au niveau d'instruction des promoteurs; du secteur et de la taille de l'entreprise à créer et enfin de la localisation des futures entreprises potentielles (Zone rurale, Zone urbaine, saturation de l'activité dans la région...). Les insuffisances dans les études technico-économiques et les difficultés liées aux traits psychologiques des promotrices de ces dispositifs indiquent clairement que l'accompagnement que leur accordent les trois dispositifs en cette phase est limité.

2.2.3. Insuffisance de l'accompagnement dans la phase post-crédation

Les structures intervenant en phase de post-crédation assurent le suivi des nouvelles entreprises créées durant leurs phases de démarrage et /ou de croissance. Le passage de l'étape de création à l'étape de post-crédation est délicat. Il concerne, d'une part, le passage du statut d'entrepreneur potentiel ou porteur de projet au statut de chef d'entreprise. Pendant cette étape, le

⁶¹Un business plan est un résumé de la stratégie de votre future entreprise, des actions et des moyens que vous comptez mettre en œuvre afin de développer au cours d'une période déterminée les activités nécessaires et suffisantes pour atteindre des objectifs visés. Il est rédigé d'une part, pour un usage interne : Son rôle premier est de vous conforter sur la faisabilité de votre projet, notamment sur l'aspect financier (rentabilité, cohérence du plan de financement...); Il est un outil essentiel dans le suivi de l'entreprise au démarrage mais aussi dans son développement. Et d'autre part, pour communiquer à l'extérieur et convaincre les partenaires et les banques d'accorder des financements indispensables. L'agence met à votre disposition un modèle de business plan adapté aux critères admis par les banques www.ansej.dz, 2017 consulté le 23 Avril 2017

⁶²Pendant la phase de démarrage, le créateur potentiel établit un plan marketing qui se compose en deux phases; la première est la réalisation d'une analyse de marché (élaboration d'une bonne étude de marché) et la deuxième est le développement de stratégies marketing. Cette opération se fait pour satisfaire les besoins des clients potentiels nécessaires à la survie de l'entreprise (André Belley et al, 2006; Hadriche, 2013). Or, dans notre cas d'étude, le plan marketing et la phase de l'étude de marché sont réduites aux seules factures préformât que la promotrice doit remplir conjointement avec un accompagnateur.

⁶³Actuellement, si les porteuses de projets ne maîtrisent pas le mode d'emploi des machines nécessaires à la concrétisation de leurs projets, les formateurs des trois dispositifs s'engagent à les former au bon usage de ces machines.

⁶⁴Récemment, le dispositif ANGEM a mis en ligne un site web dédié aux annonces gratuites des promoteurs. La finalité de ce site est l'aide des promoteurs ANGEM à commercialiser leurs produits. Il permettra aux promoteurs bénéficiaires de faire la promotion de leurs produits et services réalisés, et ce, tout en suscitant des échanges dans le domaine du savoir-faire entre eux. Ce site reste bénéfique aux promoteurs ayant un niveau d'instruction relativement élevé et se situant dans les zones pourvues de réseau internet.

⁶⁵Actuellement, la durée de la formation est prolongée à 5 jours. Néanmoins, la qualité de la formation reste la même pour tous les promoteurs homme ou femme.

réseau du système d'appui à la création d'entreprises, qu'il soit national, régional ou local, joue un rôle important afin que la nouvelle entreprise accède au mieux à son marché.

La post-crédation est une phase de stabilisation de la cohérence du projet, elle peut être assimilée à une phase de vérification de la cohérence du projet dans son environnement réel. L'entreprise est amenée dans cette période à s'adapter, à faire face aux menaces de l'environnement, à trouver les sources de financement le «capital investissement» et le «capital développement» et à assurer sa pérennité (Paturel et Masmoudi, 2006; Firlas, 2012).

Le suivi des micro-entreprises créées par les femmes entrepreneures dans le cadre des dispositifs ANSEJ, CNAC et ANGEM comme cela est stipulé dans les textes régissant leur fonctionnement semble être très difficiles. Et ce à cause du manque de mobilisation de moyens personnels et matériels jugés limités.

Les services des trois dispositifs procèdent uniquement à une seule visite sur site pour confirmer l'entrée en exploitation de la micro-entreprise avant la délivrance de la décision d'octroi d'avantage en phase de création.

Autre, que les avantages financiers, fiscaux et parafiscaux, les dispositifs d'accompagnement ont une intervention très limitée pour stimuler et encourager l'émergence de l'entrepreneuriat féminin dans la wilaya de Tizi-Ouzou.

La non-prise en compte des questions relatives au genre, lors du traitement des dossiers et lors de l'accompagnement⁶⁶ fait en sorte que l'accompagnement accordé aux femmes ne soit pas approprié à leurs besoins et aux besoins de leurs projets, ce constat est essentiellement approuvé dans le cadre des deux dispositifs CNAC et ANSEJ. D'où la nécessité de mise en place d'un dispositif spécifique pour l'accompagnement des femmes dans la wilaya de Tizi-Ouzou. Dans ce même cheminement d'idée, Paturel et Masmoudi (2006 : p14) avaient écrit que« *Le processus d'accompagnement n'est pas une démarche linéaire. Il s'agit de rapprocher les outils en matière d'aide aux besoins spécifiques des entrepreneurs dans une démarche collective de qualité permettant de professionnaliser l'acte de suivi. Celui-ci doit être spécifique selon le parcours et la personnalité de chaque créateur (il doit donc être individualisé) dans l'optique d'une meilleure appréhension du marché et de l'acquisition d'une culture de performances commerciales et financières* ». Ainsi, la prise en considération de l'environnement dont activent les femmes entrepreneures dans la wilaya de Tizi-Ouzou,

⁶⁶ L'accompagnement différencié selon le genre se révèle particulièrement utile pour délivrer un soutien à la fois psychologique, moral et émotionnel en phase pré-crédation et faciliter le passage à l'acte (Duchemin, 2016).

leurs traits personnels et leurs parcours socioprofessionnels doit être la ligne de mire de l'accompagnement qui va leur être alloué.

2.3. Analyse des Incidences socioéconomiques de l'entrepreneuriat féminin dans la wilaya de Tizi-Ouzou

Les femmes sont considérées comme un levier au développement, la croissance économique et le bien-être. L'entrepreneuriat féminin est donc identifié comme un moteur de la croissance économique, la compétitivité et la création d'entreprises qui demeure insuffisamment exploité (OCDE, 2014). Dans un climat favorable à l'investissement, les femmes entrepreneures ont plus de chance de monter une affaire dans le secteur formel. Elles jouent un rôle très important dans l'investissement et la stimulation de la concurrence. Elles contribuent à relancer la compétition (à la fois entre les femmes entrepreneures elles-mêmes et entre les femmes entrepreneures et leur homologues masculins) dans de nombreux secteurs d'activité en offrant des services personnalisés et concentrés sur les besoins. Ainsi, elles conduisent inévitablement à la diversification de l'économie (Verheul et al, 2006).

Les entrepreneures femmes sont à l'origine de l'émergence de nombreux marchés de niches à haut potentiel. Elles sont, donc, une source d'innovation. Que ce soit sur le plan du management ou sur le plan de l'exploitation des nouvelles opportunités d'affaires (OCDE, 2004; Verheul, 2005; Chalal, 2014).

L'entrepreneuriat féminin est porteur de richesses, d'emploi et en général de valeurs nouvelles, il permet d'améliorer le statut social de la femme entrepreneure, sa formation et son état de santé et par ricochet celui de sa famille. Il contribue également à préserver les valeurs morales, traditionnelles et culturelles (Martin, 2013 ; Ben Makhlouf, 2014 ; Challal, 2014).

Des résultats de notre enquête de terrain et des informations statistiques que nous avons pu amasser, il ressort que, malgré les limites de l'accompagnement auxquelles les femmes entrepreneures dans la wilaya de Tizi-Ouzou sont sujettes, l'importance de l'entrepreneuriat féminin sur le plan socioéconomique dans la wilaya de Tizi-Ouzou est modeste mais pas négligeable. En effet, cet entrepreneuriat contribue à :

2.3.1. La création d'entreprises

Notamment, les très petites et moyennes entreprises. En effet, pour l'année 2016, le nombre d'entreprises créées par les femmes dans la wilaya de Tizi-Ouzou est de 447 entreprises dans le cadre du dispositif ANGEM, 94 entreprises dans le cadre du dispositif CNAC et 88 entreprises dans le cadre du dispositif ANSEJ. Ce qui fait un total de 629

entreprises génératrices de richesses et d'emplois pour la wilaya (les entreprises féminines sont fondées sur l'emploi de la main-d'œuvre locale vu qu'elles sont de petites tailles).

Par ailleurs, si nous optons pour une lecture critique de ces résultats il ressort que: sur les 629 entreprises créées au cours de l'année 2016, 249 activent dans le secteur de l'artisanat (217 dans le cadre du dispositif ANGEM, dont 60% sont issues du financement PNR-AMP, elles tendent à avoir un caractère ambivalent (mi-formel, mi-informel), 7 issues des créations ANSEJ et 25 issues du dispositif CNAC) et 144 sont immatriculées dans le secteur des services (32 dans le dispositif CNAC; 57 dans le dispositif ANSEJ et 55 dans le dispositif ANGEM). Si nous additionnons le nombre d'entreprises des deux secteurs nous obtenons 393 entreprises. Soit plus de la moitié du total des entreprises créées (314) qui activent dans deux secteurs qui ne draine pas beaucoup de postes d'emplois ni de richesses.

De plus, si nous procédons à une comparaison par genre, il ressort que les hommes bénéficiaires des trois dispositifs ont créé 1142 entreprises en 2016, soit presque le double du nombre d'entreprises créées par les femmes. Cette différence est expliquée par les différentes difficultés (psychologiques, socioculturelles...) que rencontrent les femmes dans l'accès aux trois dispositifs.

2.3.2. La création d'emplois

Pour la même année 2016, les entreprises créées par les femmes entrepreneures ont généré, 800 postes d'emploi dans le cadre du dispositif ANGEM, 294 postes d'emploi dans le cadre du dispositif CNAC et 219 postes d'emploi dans le cadre du dispositif ANSEJ. Ce qui fait un cumul de 1313 postes d'emplois, dont 70% sont des femmes.

Si nous faisons une corrélation entre le nombre de postes d'emplois générés (1313) et le nombre d'entreprises créées (629), il ressort que chaque entreprise crée en moyenne deux postes d'emploi seulement. Ce constat se justifie par la petite taille des entreprises créées, la prédominance des entreprises artisanales et de services, et aussi ,et surtout, par le fait que la majorité des femmes bénéficiaires de ces dispositifs ont eu recours à l'entrepreneuriat comme seule issue pour contrecarrer leur situation de marginalisation et d'inactivité ; elles sont des entrepreneures de nécessité, elles cherchent en premier lieu à créer leurs propres emplois, elles peuvent être qualifiées, sauf cas particulier, de femmes créatrices d'entreprises mais pas de femmes manager et ce en raison de leur manque d'ambition d'extension et d'agrandissement de leurs entreprises.

Aussi, il convient de signaler que malgré les réponses des femmes qui vont dans le sens que tous les emplois créés sont des emplois à temps plein, nous savons pertinemment que ces emplois sont majoritairement saisonniers et temporaires, surtout pour le secteur de l'artisanat qui abrite des activités saisonnières par excellence. De plus, l'effet « iceberg » qui caractérise le nombre de postes d'emplois féminins générés par ces entreprises rend la qualité de ces emplois peu décente. Ce que nous qualifions d'effet « iceberg » est le fait que beaucoup de postes d'emplois générés sont dans le secteur informel. En effet, de nos observations et de notre enquête de terrain nous avons constaté que les sondées lors du remplissage des questionnaires, elles ne mettaient que le nombre d'employées assurées c'est-à-dire formels.

Par ailleurs, la comparaison entre le nombre de postes d'emplois générés par les entreprises masculines et ceux générés par les entreprises féminines créées dans le cadre des trois dispositifs, fait ressortir une différence en faveur des entreprises masculines de 1498 postes d'emplois. En effet, pour la même année (2016), les entreprises masculines ont pu créer 2811 postes d'emplois (1016 pour le dispositif CNAC, 1123 pour le dispositif ANSEJ et 672 pour le dispositif ANGEM), soit le double de postes d'emplois créés par les entreprises féminines (1313 postes d'emplois). Ces résultats trouvent justification dans le fait que le nombre de postes d'emploi est fort tributaire du secteur d'activité des entreprises créés. Ces dernières sont majoritairement immatriculées dans le secteur du BTPH pour les hommes et dans le secteur des services pour les femmes.

2.3.3. La valorisation des ressources territoriales

L'entrepreneuriat féminin participe à la valorisation des ressources territoriales et des produits de terroir, notamment par les entreprises artisanales (poterie, bijoux, tapis, etc.) et la très petite industrie (confection, fabrication de pâtes alimentaires (essentiellement le couscous)). En effet, pour l'année 2016, 249 entreprises ont été créées dans le secteur de l'artisanat (7 entreprises dans le cadre du dispositif ANSEJ, 25 entreprises dans le cadre du dispositif CNAC et 217 dans le cadre du dispositif ANGEM) et 192 dans le secteur de la petite industrie (113 entreprises dans le cadre du dispositif ANGEM et 62 entreprises dans le dispositif CNAC et 17 dans le dispositif ANSEJ). Néanmoins, les difficultés qui entravent ces entreprises les rendent peu performantes. Aussi, la valorisation de la ressource agricole n'occupe qu'une maigre place dans l'entrepreneuriat féminin stimulé par les dispositifs ANSEJ, CNAC et ANGEM.

2.3.4. Stimuler l'esprit d'entreprise

L'entrepreneuriat féminin participe à l'incitation des générations futures et des autres femmes à investir le monde des affaires, cela était le cas de plusieurs femmes interrogées dans la wilaya de Tizi-Ouzou, soit 37,5% de notre échantillon. Ce constat a été confirmé dans les communes de Ouadhia, Beni Douala et Azazga (de plus en plus de femmes, créent de petites entreprises de confection) et dans la commune de Makouda pour la fabrication de pâtes alimentaires et couscous et la commune de Maatkas pour la poterie. Néanmoins, cette stimulation est beaucoup plus vigoureuse dans le secteur informel que formel. En effet, les mauvaises expériences qu'ont vécues certaines femmes avec l'un des trois dispositifs. Serviront de facteur d'éviction du recours des générations futures aux dispositifs pour la création de leurs entreprises.

2.3.5. L'entrepreneuriat féminin et cohésion sociale

L'entrepreneuriat féminin contribue à instaurer une cohésion sociale en créant des emplois et en assurant un revenu à des familles relativement démunies. Ainsi, ce phénomène concourt à la diminution de la pauvreté, tel est le cas de 32 femmes entrepreneures, soit 28,5% de notre échantillon, qui affirment qu'elles ont contribué à l'amélioration de la situation de vie d'au moins deux femmes mères de familles.

2.3.6. Amélioration de la place de la femme dans la société

L'entrepreneuriat féminin permet d'améliorer la place de la femme au sein de la société, surtout pour les femmes au foyer et au chômage qui se sentaient inactives et marginalisées; il leur permet aussi de s'améliorer, notamment en termes de formation en gestion, marketing et administration.

Les incidences socioéconomiques de l'entrepreneuriat féminin stimulé par les trois dispositifs d'aide à la création d'entreprises (ANSEJ, CNAC et ANGEM) sont modestes et critiquables. Néanmoins, elles restent d'un apport positif dans une économie qui bat de l'aile et qui a besoin de toutes ses ressources pour s'épanouir. En ce sens, l'entrepreneuriat féminin mérite donc d'être encouragé par la mise en place de dispositions spécifiques telles que: La préparation des agents des administrations et les banquiers à faciliter au mieux les diverses démarches aux femmes désireuses de se lancer en entrepreneuriat; La formation efficace et effective des femmes; l'information de ces dernières sur les divers organismes existants, ce qui pourrait atténuer leurs hésitations et améliorer leurs performances; puis le renforcement et l'améliorer de l'accompagnement qui leur est accordé par les dispositifs d'aide à la création d'entreprises.

Conclusion

D'après les résultats de notre enquête de terrain, les dispositifs (ANSEJ, ANGEM et CNAC) ont un impact positif dans l'émergence de l'entrepreneuriat féminin dans la wilaya de Tizi-Ouzou. Cependant, cet impact reste modeste. Les femmes ne représentent que 10,60% des bénéficiaires ANSEJ et 12,23% des bénéficiaires CNAC. Elles représentent 61% des promoteurs ANGEM. Toutefois, cet entrepreneuriat est un entrepreneuriat de nécessité. La majorité des promotrices sont confinées dans le financement PNR pour l'achat de la matière première.

Les femmes entrepreneures qui sollicitent les trois dispositifs (ANSEJ, ANGEM et CNAC) de la wilaya de Tizi-Ouzou, sont d'un âge moyen [28-39 ans]; elles sont majoritairement mariées et ont des enfants. Les bénéficiaires ANSEJ et CNAC ont essentiellement un niveau d'instruction élevé (secondaire et universitaire), tandis que celles du dispositif ANGEM ont majoritairement un niveau d'études moyen. Elles entreprennent généralement dans les secteurs dits féminins (les services, la très petite industrie et de l'artisanat). Cependant, certaines femmes ont investi des secteurs à forte connotation masculine (autoécole, secteur du BTPH, industrie de transformation).

Les entreprises créées par les promotrices des dispositifs ANSEJ, ANGEM et CNAC sont des entreprises très jeunes; elles sont de très petite taille dont le nombre moyen d'employés n'excède pas 3; elles sont majoritairement des « entreprises individuelles »; elles se localisent dans les communes à prédominance urbaine et mixte de la wilaya et principalement dans la commune de Tizi-Ouzou. Le style de management choisi est le management horizontal.

Les raisons qui poussent les femmes de la wilaya de Tizi-Ouzou à solliciter les dispositifs ANSEJ, CNAC et ANGEM sont essentiellement, les avantages financiers et fiscaux qu'ils procurent. Ces femmes perçoivent ces dispositifs comme des institutions de financement et d'octroi d'avantages et non pas comme des dispositifs d'orientation, de conseil et d'accompagnement.

Malgré l'impact positif des dispositifs d'accompagnement à la création de micro-entreprises (ANSEJ, ANGEM et CNAC) dans l'émergence de l'entrepreneuriat féminin dans la wilaya de Tizi-Ouzou, diverses difficultés sont soulevées par les femmes entrepreneures. Notamment les lenteurs administratives et la difficulté d'accès au financement, la non-spécificité de l'accompagnement et l'insuffisance en terme de suivi post-crédation. Cette

panoplie de difficultés est la résultante d'un sous-accompagnement dont souffrent tous les promoteurs des trois dispositifs. Toutefois, les femmes ressentent ces difficultés avec intensité et ce compte tenu de leurs conditions psychologiques⁶⁷ (aversion au risque), socioculturelles et économiques (stéréotypes, niveau d'instruction, manque de garanties de remboursement, manque d'expérience et de connaissance dans le domaine de l'entrepreneuriat...).

Les incidences socio-économiques de l'entrepreneuriat féminin stimulé par les dispositifs d'aide à la création d'entreprises (ANSEJ, ANGEM et CNAC) sont certes modestes et critiquables. Néanmoins, elles restent d'un apport non négligeable dans une économie mono-exportatrice d'hydrocarbures, fragilisée par la baisse des cours du pétrole brut et qui a besoin de toutes ses ressources pour répondre à des problématiques très complexes (chômage, fléaux sociaux, manque de croissance...).

⁶⁷ Dans cette même veine, (constantinidis, 2010 cité in Merino, 2016 : p1) avait écrit que *De façon générale, l'accompagnement entrepreneurial a pour vocation de soutenir le porteur ou la porteuse de projet dans la construction de son modèle d'affaires. Il permet de surmonter des difficultés relatives à l'obtention de financements ou à l'intégration de réseaux d'affaires bien connues de certaines femmes. Toutefois, il importe de s'intéresser également aux modalités de l'accompagnement psychologique des femmes potentiellement créatrices dans la mesure où certaines d'entre elles n'osent pas passer à l'acte en raison d'une trop grande sensibilité à des stéréotypes de genre. Ces derniers peuvent être définis comme découlant de « processus de séparation (ce qui est considéré comme masculin ou féminin) et de hiérarchisation (la valorisation du masculin considéré comme la norme)».*

Conclusion générale

Conclusion générale

La notion d'émergence entrepreneuriale est d'apparition récente. Elle a vu le jour en 1985 suite aux travaux de Gartner (1995). Cet auteur est le premier à définir celle-ci comme une notion centrale de recherche. Il a tenté de détecter les raisons pour lesquelles les nouvelles entreprises sont créées (Hadriche, 2013).

Gartner (1995) avait associé l'émergence entrepreneuriale non pas à l'apparition d'une nouvelle organisation mais au processus qui mène à l'apparition de cette organisation. L'approche adoptée par cet auteur est celle du processus organisationnel. Une approche qui a pris la forme d'un paradigme quand elle a été reprise par d'autres chercheurs (Verstraete, 1999, 2001 ; Hernandez, 1999 ; Verstraete et Fayolle, 2005). Ces derniers exploitent la notion de processus pour mieux comprendre le phénomène entrepreneurial.

Appliquée au phénomène de l'émergence de l'entrepreneuriat féminin, l'approche par les processus a été utilisée par Lacasse (1988) dans la réalisation de son modèle sur l'émergence de l'entrepreneuriat féminin au Québec. Cet auteur avait orienté sa recherche vers l'étude des facteurs individuels et environnementaux de l'avènement de l'entrepreneuriat féminin. Ainsi, son modèle était axé sur les différences significatives entre les traits psychologiques des hommes et des femmes entrepreneurs, sans prendre en considération la dimension «genre».

A la différence du modèle de Lacasse (1988), en se basant sur une approche processuelle et une approche «genre» simultanément, d'autres modèles, tel que le modèle de Brush, de Bruin et Welter (2009) ont étudié les contextes socioculturels et socioéconomiques qui peuvent influencer la démarche entrepreneuriale des femmes entrepreneures. Le modèle adapté par ces auteurs met en lumière le fait que dans la démarche entrepreneuriale, les individus sont différenciés et hiérarchisés en fonction de leur sexe. Ainsi, la démarche entrepreneuriale est «genrée» (Dali, 2014).

Nonobstant les différentes approches qu'ils mobilisent, tous les modèles de l'émergence de l'entrepreneuriat féminin (le modèle de Lacasse (1988)...le modèle de Brush et al, (2009)), ont intégré les facteurs individuels, économiques, managériaux, socioculturels et institutionnels qui influencent ce phénomène. Ces facteurs sont tantôt incitatifs tantôt répulsifs. Les facteurs incitatifs constituent les facteurs motivant à l'entrepreneuriat féminin (facteurs push et facteurs pull, réseau relationnel, milieu familial...) et les facteurs répulsifs sont tous des facteurs freinant l'activité entrepreneuriale féminine (l'accès au foncier, la

Conclusion générale

formation, l'information...). En plus de ces deux types de facteurs, l'accompagnement par les institutions gouvernementales des femmes entrepreneures a été intégré pratiquement dans tous les modèles.

Pour sa part, Lacasse (1990) avait conclu que la disponibilité des ressources, de la matière première, une main-d'œuvre qualifiée, la technologie, l'accès au marché, le capital-risque et l'encouragement de l'Etat, sont tous des facteurs qui influencent le phénomène entrepreneurial féminin au Québec. Lerner, Brush et Hisrich (1997), quant à eux, ont mis l'accent sur l'importance de l'affiliation à des réseaux, en particulier à des réseaux féminins, et l'utilisation de consultants et de mentors dans la performance des entreprises féminines (Carrier, 2006). Pour Paturel et Arasti (2006), les actions gouvernementales, sous forme de soutiens, en faveur des coopératives des femmes et des jeunes diplômées, ainsi que les exonérations fiscales des entreprises créées dans les régions pauvres favorisent l'entrepreneuriat féminin. Ainsi, l'écart entre les hommes et les femmes dans le monde de l'entrepreneuriat peut, proportionnellement, être justifié (D'andria et Richomme-Huet, 2013).

A l'image des pays développés, les Etats-Unis ont depuis la fin des années 70, mis des politiques visant à développer l'entrepreneuriat féminin. Ils ont mis en place en 1974, le «Equal Credit Opportunity Act», une loi interdisant la discrimination entre les sexes dans l'octroi du crédit bancaire, et en 1975, une association très active de femmes chefs d'entreprises (la «National Association of Women Business Owners») a été créée. Les pays en développement, quant à eux, ont favorisé depuis quelques années le microcrédit comme moyen de faciliter le passage des femmes du secteur parallèle au secteur formel (McLymont, 2008 cité in D'andria, 2013; Bouzar et Lougar, 2014).

Cependant, dans l'ensemble des pays, les femmes entrepreneures perçoivent encore les programmes gouvernementaux comme étant lourds sur le plan administratif; elles estiment qu'ils ne satisfont pas suffisamment leurs demandes en termes d'accès au financement, à la formation, à l'information et seraient mal adaptés aux petites et moyennes entreprises qu'elles dirigent majoritairement (Lee-Gosselin et al, 2010).

En Algérie, depuis le début des années quatre-vingt-dix, avec l'avènement de l'économie de marché et face à une situation socioéconomique et politique complexe, la difficulté de redresser le secteur public et la montée en flèche du chômage endémique qui a touché la frange de la population la plus démunie (les jeunes et les femmes), les pouvoirs publics ont tenté d'orienter

Conclusion générale

leurs actions et leurs politiques en faveur du développement de l'initiative privée. Notamment le développement de l'entreprise de la petite et moyenne dimension qui est plus adéquate avec l'économie de marché. La volonté des pouvoirs publics de développer ces unités de production s'est affirmée par la mise en place de divers dispositifs tels que: la CNAC, l'ANGEM, et l'ANSEJ...(Boughanem, 2008; Makhloufi, 2013; Benmakhlouf, 2014).

Depuis la nuit des temps, la femme algérienne exploite ses idées dans le domaine des affaires (élevage, fabrication de produits artisanaux, colportage...), pourtant sa participation dans le monde de l'entrepreneuriat reste très faible (12,8%) par rapport à la participation de son homologue masculin (87,2%).

Cette réalité nous a poussées à réfléchir sur le contexte algérien de l'émergence de l'entrepreneuriat féminin et aussi sur l'implication des dispositifs d'aides à la création d'entreprises (ANSEJ, ANGEM et CNAC) dans ce phénomène. Ainsi, au terme de notre étude nous avons pu dresser un panorama du contexte algérien de l'entrepreneuriat féminin et montrer l'implication des dispositifs publics d'aide à la création d'entreprises (ANSEJ, CNAC et ANGEM de la wilaya de Tizi-Ouzou) dans ce domaine précis.

Notre recherche s'est appuyée sur quatre hypothèses, la première stipule que le contexte actuel en Algérie tant à avoir un caractère ambivalent. Il est à la fois un catalyseur et un frein à l'émergence de l'entrepreneuriat féminin. Effectivement cette hypothèse a été confirmée; l'émergence de l'entrepreneuriat féminin en Algérie résulte de l'imbrication entre plusieurs facteurs, économiques, culturels, sociaux, institutionnels et juridiques. Certains facteurs sont de nature à favoriser le développement de ce phénomène (généralisation et gratuité de l'enseignement, la formation professionnelle, un cadre institutionnel non discriminant, la mise en place des dispositifs d'aide à la création d'entreprises (particulièrement l'ANGEM) ...), tandis que d'autres sont de nature à le freiner (difficulté de financement, persistance de certains stéréotypes, difficulté d'accès à l'information et au foncier, phénomène de la «double journée», la culture salariale qui prédomine...).

Le contexte algérien a un double effet sur l'émergence de l'entrepreneuriat féminin. D'un côté, il contribue positivement à ce phénomène. Les femmes algériennes ne font pas face à leurs familles lorsque qu'elles décident d'entreprendre¹, elles accèdent à l'éducation et

¹ Les femmes ne font pas face à leurs familles pour créer leurs propres entreprises. Bien au contraire, qu'il s'agisse des femmes célibataires ou des femmes mariées, le soutien de la part de la famille est toujours présent (Gheddache et Tessa, 2012; Métaiche, 2013 ; Benmakhlouf, 2014, Gheddahce, 2016).

Conclusion générale

à la formation professionnelle sans discrimination de genre; elles ne sont pas , légalement, obligées d'avoir l'accord de leur époux ou d'un tuteur mâle lors de l'immatriculation de leurs entreprises ni lors du recours au financement bancaire; le cadre législatif et institutionnel algérien proclament l'égalité des genres quant à l'accès à l'entrepreneuriat (Boughanem, 2008; Métaiche, 2013); les femmes algériennes bénéficient au même titre que les hommes de tous les dispositifs étatiques d'aides à la création d'entreprises; mieux encore, certaines associations sont conçues spécialement pour les aider et les accompagner dans leur aventure entrepreneuriale (SEVE, AME...).

D'un autre côté, le même contexte freine le développement de ce phénomène. En effet, l'absence de culture entrepreneuriale, la prédominance de la culture salariale et/ ou la culture de l'informel et l'éviction du fisc; l'absence d'enseignements de l'entrepreneuriat dans le secteur de l'éducation; le manque de sensibilisation à la dimension genre; la persistance de certains stéréotypes et du patriarcat, ainsi que le manque d'application effective des différentes lois proclamant l'égalité des genres constituent des obstacles très prégnants quand l'émergence de l'entrepreneuriat féminin en Algérie.

Par ailleurs, cette situation peut être améliorée par l'intégration de l'enseignement de l'entrepreneuriat dans l'éducation, la formation et l'enseignement supérieur, la valorisation et la médiatisation de l'entrepreneuriat féminin; l'atténuation des stéréotypes relatifs au genre depuis le jeune âge, la mise en place des mécanismes de coordination et de coopération entre les différents acteurs (les acteurs de la formation professionnelle, l'éducation, les familles et les jeunes filles) afin de découvrir les métiers qui peuvent inciter les filles à réfléchir sur d'éventuels projets d'entreprises, assurer une meilleure visibilité des réseaux par une bonne diffusion des informations pour que les femmes entrepreneures puissent être accompagnées et orientées, ce qui contribuera à la pérennisation et la pertinence de leurs entreprises (Ben makhlouf, 2014).

La femme entrepreneure algérienne, qui opère dans le secteur formel, est d'un âge moyen; elle entreprend généralement dans le secteur de l'artisanat, des services et/ou du commerce. Le statut juridique de son entreprise est majoritairement de type «personne physique». Elle se localise essentiellement dans les wilayas du Nord. Pour la création de son entreprise, en plus de ses ressources propres, elle sollicite en premier lieu le dispositif du microcrédit ANGEM pour l'achat de la matière première (Guillet, 2007; Tahir-Metaiche, 2013; Himrane, 2016; OIT, 2017).

Conclusion générale

Les motivations des femmes algériennes à entreprendre sont de nature à vouloir améliorer leurs situations économiques et sociales. Ainsi, ces motivations peuvent être au nombre de quatre: motivation par le revenu (« juste pour avoir un revenu». Et «disposer de **plus** de revenu»), motivation par la qualité de l'emploi qu'offre l'entrepreneuriat; motivation par l'autonomie (autonomie financière et décisionnelle) et motivation par l'innovation. Chaque catégorie de motivations permet de classer les femmes entrepreneures algériennes dans la catégorie des entrepreneures par opportunité ou par nécessité.

Les entrepreneures algériennes semblent être poussées par des facteurs «push» (insatisfaction dans l'emploi précédent, désir de reconnaissance sociale...). Elles sont donc des entrepreneures par nécessité. A contrario, les hommes sont beaucoup plus portés par des facteurs «pull» (avoir plus de revenu, exploiter une opportunité d'affaire, détection d'un nouveau marché...). Ils sont de ce fait, majoritairement des entrepreneurs par opportunité (Salamani et al, 2017). Cette différence dans la nature des motivations des femmes et des hommes algériens trouvent justification dans l'environnement socioculturel où évoluent les deux genres et aussi dans le phénomène de socialisation de ceux-ci.

Les freins à l'entrepreneuriat féminin en Algérie sont au nombre de cinq, à savoir: La difficulté d'accès à un crédit ou à un financement ; la difficulté d'accès à l'information et aux marchés; la persistance de certains préjugés et stéréotypes sociaux ; la difficulté de concilier vie professionnelle et vie familiale et enfin, l'accès difficile au foncier. L'ampleur de ces freins atteste de l'existence de plusieurs manquements quant à l'encouragement de ce phénomène en Algérie.

L'émergence de l'entrepreneuriat féminin en Algérie semble connaître un essor positif dans les années à venir. En effet, la situation de crise que traverse le pays, conjuguée avec la volonté affichée du gouvernement de promouvoir l'émergence des femmes dans le monde de l'entrepreneuriat, a donné naissance à plusieurs actions nationales (Le conseil national de la famille et de la femme, la politique de renouvellement rural au profit des femmes rurales, le projet de la femme productrice, la médiatisation de l'entrepreneuriat féminin, le prix de la femme entrepreneure «El Maraa Tounchii»...) et coopérative internationale (la coopération entre le ministère de la solidarité, de la famille et de la condition de la femme et le bureau technique belge (CTB), La caravane de sensibilisation à l'entrepreneuriat féminin, le global entrepreneurship network Algeria (GENA)...). Cependant, il est encore tôt pour tirer des conclusions sur l'efficacité de ces actions.

Conclusion générale

Pour créer leurs entreprises, certaines femmes ont sollicité les dispositifs d'aide à la création d'entreprises (ANSEJ, ANGEM et CNAC), dits génériques; elles ont bénéficié des avantages (financiers et fiscaux) qu'ils procurent. Ainsi, dans la seconde hypothèse de notre recherche, nous supposons que les trois dispositifs sus-cités, de part les avantages financiers et fiscaux qu'ils procurent, contribuent à faire émerger l'entrepreneuriat féminin. Les résultats de notre étude empirique, confirment cette hypothèse.

Des résultats de notre étude empirique, nous pouvons dire que les dispositifs (ANSEJ, ANGEM et CNAC) contribuent positivement dans l'émergence de l'entrepreneuriat féminin². Cependant, la contribution des deux dispositifs ANSEJ et CNAC est très faible. Le taux de participation des femmes de la wilaya de Tizi-Ouzou à ces deux dispositifs ne dépasse pas 10,60% (ANSEJ) et 12,23% (CNAC)³ du total des projets créés. Encore faudra-t-il souligner qu'une portion importante des promotrices de ces deux dispositifs n'est que des «prête-noms». Contrairement à l'ANSEJ et la CNAC, 61% des promoteurs ANGEM sont des femmes. Ce dispositif contribue, donc, fortement à l'émergence de l'entrepreneuriat féminin dans la wilaya de Tizi-Ouzou. Cependant, cet entrepreneuriat est un entrepreneuriat de nécessité. La majorité des promotrices sont confinées dans le financement PNR pour l'achat de la matière première.

Les femmes entrepreneures qui sollicitent les trois dispositifs (ANSEJ, ANGEM et CNAC) de la wilaya de Tizi-Ouzou, sont d'un âge moyen [28-39 ans]; elles sont majoritairement mariées et ont des enfants; elles ne sont pas issues d'une famille d'entrepreneurs et sont, pour la plupart, des entrepreneures par nécessité⁴. Les promotrices ANSEJ et CNAC ont essentiellement un niveau d'instruction élevé (secondaire et universitaire), tandis que celles du dispositif ANGEM ont majoritairement un niveau d'études moyen. Elles entreprennent généralement dans les secteurs conventionnellement et traditionnellement féminins (les services, la très petite industrie et de l'artisanat). Cependant, certaines promotrices de ces dispositifs ont investi des secteurs exclusivement masculins (autoécole, secteur du BTPH, industrie de transformation). Elles se localisent dans les

² Il est à noter qu'au cours de la période 2011-2016, le dispositif ANSEJ a financé 1064 projets féminins générateurs de 3119 postes d'emplois et le dispositif ANGEM a financé 9693 projets drainant 11497 postes d'emplois. Depuis sa création jusqu'à Juin 2017, le dispositif CNAC, quant à lui, a pu lancer 1126 projets féminins générateurs de 2825 postes d'emplois (Résultats de l'étude empirique, 2017).

³ Les résultats obtenus dans la wilaya de Tizi-Ouzou reproduisent le même schéma des résultats obtenus à l'échelle nationale

⁴ Elles sont poussées à entreprendre par des facteurs négatifs (chômage, insatisfaction dans l'emploi, précarité...)

communes à prédominance urbaine et mixte de la wilaya et principalement dans la commune de Tizi-Ouzou.

Les entreprises créées par les promotrices des dispositifs ANSEJ, ANGEM et CNAC sont des entreprises très jeunes; elles sont de très petite taille dont le nombre moyen d'employés est de 3; elles sont majoritairement des « entreprises individuelles » et ce malgré le risque⁵ inhérent à cette forme juridique. Le style de management choisi est le management horizontal. Si nous optons pour une lecture basée sur la taille de ces entreprises, l'accompagnement⁶ qui leur est accordé par les dispositifs, les connaissances des femmes en entrepreneuriat et le mode de recrutement⁷ de leur main-d'œuvre nous déduirons que ces entreprises sont peu performantes. Par ailleurs, ces entreprises sont pérennes dans le sens où les femmes sont persévérantes, elles ne sont pas prêtes à abandonner leurs entreprises malgré toutes les difficultés qui les entravent.

Les raisons qui poussent les femmes de la wilaya de Tizi-Ouzou à solliciter les dispositifs ANSEJ, CNAC et ANGEM sont essentiellement, les avantages financiers et fiscaux qu'ils procurent. Ces femmes perçoivent ces dispositifs comme des institutions de financement et d'octroi d'avantages et non pas comme des dispositifs d'orientation, de conseil et d'accompagnement.

Ainsi, nous concluons que les trois dispositifs, de part les avantages financiers et fiscaux qu'ils procurent, ont contribué de manière inégale (inégalité sectorielle et géographique) à faire émerger un entrepreneuriat féminin de nécessité dans la wilaya de Tizi-Ouzou.

La troisième hypothèse énonce que l'accompagnement accordé par les trois dispositifs ANSEJ, CNAC et ANGEM n'est pas adapté aux besoins des femmes entrepreneures. Cette hypothèse est également vérifiée.

Nonobstant la contribution positive des trois dispositifs à l'émergence de l'entrepreneuriat féminin dans la wilaya de Tizi-Ouzou, la non-prise en compte des questions relatives au genre, lors du traitement des dossiers et lors de l'accompagnement fait en sorte que l'accompagnement accordé aux femmes ne soit pas approprié à leurs besoins et aux besoins de leurs projets, ce constat est essentiellement approuvé dans le cadre des deux

⁵ Le patrimoine de l'entreprise et celui de son créateur ne sont pas dissociés.

⁶ L'accompagnement accordé par les dispositifs aux entreprises féminines est mitigé.

⁷ Recrutement d'une main-d'œuvre peu qualifiée (membre de la famille, amis).

Conclusion générale

dispositifs CNAC et ANSEJ. L'accompagnement accordé par les trois dispositifs connaît quelques limites. En effet, diverses difficultés ont été soulevées par leurs bénéficiaires. Les lenteurs administratives et la difficulté d'accès au financement bancaire, la non spécificité de l'accompagnement, la non prise en compte des traits de personnalité des femmes (l'aversion au risque, le manque d'expérience dans le domaine des affaires, etc.), l'insuffisance de la formation et de l'information des femmes sur la gestion du crédit octroyé et l'insuffisance en terme de suivi post-crédit. Cette panoplie de difficultés est la résultante d'un sous-accompagnement dont souffrent tous les promoteurs des trois dispositifs, hommes ou femmes. Par ailleurs, les femmes ressentent ces difficultés avec plus d'acuité et ce compte tenu de leurs conditions psychologiques (aversion au risque), socioculturelles et économiques (stéréotypes, niveau d'instruction, manque de garanties de remboursement, manque d'expérience et de connaissance dans le domaine de l'entrepreneuriat...).

Nous estimons donc que pour un meilleur accompagnement des femmes entrepreneures, il serait plus convenable, à défaut de mettre en place un dispositif spécifique⁸ pour la promotion de l'entrepreneuriat féminin, que ces dispositifs adoptent, en plus de l'approche genre, les actions suivantes:

- En plus de l'âge des promotrices, qui est l'une des conditions d'éligibilité pour bénéficier des avantages des trois dispositifs, il serait intéressant, par exemple, que ces dispositifs prennent en compte le niveau et le domaine d'étude de leurs bénéficiaires, en vue de les orienter vers des secteurs d'activité qui seront compatibles avec leurs profils et limiter d'un côté la déperdition du capital connaissance (c'est le cas des femmes ayant un niveau universitaire et qui entreprennent dans les secteurs conventionnels), d'un autre côté l'engouement des femmes dans les secteurs conventionnels très concurrentiels.
- Prendre en considération les aptitudes des femmes à entreprendre en vue de leur discerner un accompagnement adéquat. Il serait en effet intéressant que les dispositifs préparent pertinemment leurs bénéficiaires à la gestion du crédit qui leur est octroyé et ce par la mise à leur disposition d'informations et de formations pertinentes. En ce sens, une coordination entre les acteurs de la formation professionnelle et ces dispositifs est souhaitable.

⁸ La mise en place d'un dispositif spécifique d'accompagnement des femmes entrepreneures est utile dans la mesure où il permettra un soutien moral et psychologique aux femmes durant toutes les phases de création de l'entreprise.

Conclusion générale

- Accompagner les femmes entrepreneures en phase post-crédation. En effet, la majorité des difficultés que rencontrent les bénéficiaires de ces dispositifs sont dans la phase post-crédation (difficulté de décrocher un marché, de s'approvisionner en matière premières, de faire fonctionner les machines...); celles-ci ont un impact direct sur la capacité des femmes à rembourser le crédit octroyé. Il serait donc louable que ces dispositifs les aident à franchir le pas. A cet effet, à défaut de faire des sondages, jugés coûteux et prennent du temps, pour déceler les difficultés que rencontrent leurs bénéficiaires, il est souhaitable que ces dispositifs travaillent en collaboration avec l'université et tiennent en compte des études faites dans ce sens lors de l'élaboration de leurs actions.

Enfin, comme dernière hypothèse, nous avons supposé que l'entrepreneuriat féminin induit des incidences socioéconomiques positives qui sont discutables. Cette hypothèse est confirmée. Les informations statistiques et les résultats de notre enquête de terrain permettent d'avancer que, malgré les limites de l'accompagnement qui entravent les bénéficiaires des trois dispositifs, l'importance de l'entrepreneuriat féminin sur le plan socioéconomique est non négligeable. En effet, cet entrepreneuriat contribue à la création d'entreprises génératrices de richesses et de postes d'emplois ; à la valorisation des ressources territoriales, à stimuler l'esprit d'entreprise en incitant les générations futures et d'autres femmes à entreprendre... Toutefois, ces incidences sont discutables sur plusieurs niveaux (secteurs d'activité, taille des entreprises créées, nombre de postes d'emplois générés, performance de l'entreprise...).

Les incidences socioéconomiques de l'entrepreneuriat féminin, stimulé par les trois dispositifs d'aide à la création d'entreprises (ANSEJ, CNAC et ANGEM) sont certes modestes et critiquables. Cependant, elles restent d'un apport non négligeable dans une économie mono-exportatrice d'hydrocarbures, fragilisée par la baisse des cours du pétrole et qui a besoin de toutes ses ressources pour répondre à des problématiques très complexes (chômage, fléaux sociaux, croissance...). En ce sens, l'entrepreneuriat féminin mérite donc d'être encouragé par la mise en place de dispositions spécifiques telles que: La préparation des agents des administrations et les banquiers à faciliter au mieux les diverses démarches aux femmes désireuses de se lancer en entrepreneuriat. Les femmes peuvent également être formées efficacement et informées sur les divers organismes existants, ce qui peut atténuer leurs hésitations et améliorer leurs performances; puis de renforcer et d'améliorer l'accompagnement qui leur est accordé par les dispositifs d'aide à la création d'entreprises.

Conclusion générale

Dans ce même ordre d'idées, l'adoption de l'approche «genre» et la coordination entre tous les acteurs intervenant dans le développement de l'entrepreneuriat féminin (secteur de l'éducation, la formation professionnelle, l'université, les banques, les dispositifs d'aide à la création d'entreprises et les associations de promotion de l'entrepreneuriat féminin) est plus que nécessaire.

Références bibliographiques

BIBLIOGRAPHIE

1. ABEDOU, A., BOUYACOU, A., LALLEMENT, M ET MADOU M. (2004). *Entrepreneurs et PME : approches algero-françaises*. Paris, France : L'Harmattan;
2. ABROUS, D. (1998). *L'honneur face au travail des femmes en Algérie*. Paris, France: L'Harmattan
3. ADLI, Y. (2010). *Les efforts de la préservation de la pensée kabyle au XVIIIe et XIXe siècle*. Tizi-Ouzou, Algérie: L'Odysee;
4. AFED-Association Femmes Et Développement [http://www.afed.refer.on!.](http://www.afed.refer.on!)1;
5. AHL, H. (2006). Why research on women entrepreneurs needs new directions. *entrepreneurship theory and practice*, 30(5), 595-621 <http://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1111/j.1540-6520.2006.00138.x> consulté le 03/07/2015;
6. AHL, H., HENRY, C., FOSS, L. (2016). Gender and entrepreneurship research: a review of methodological approaches. *International small business journal*, 34(3), 217-241. <http://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/0266242614549779> consulté le 04/02/2017;
7. AHL, H., MARLOW, S. (2012). Exploring the dynamics of gender, feminism and entrepreneurship: advancing debate to escape a dead end? *Organization*, 19(2), 543-562. <http://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/1350508412448695> consulté le 03/07/2015;
8. AHL, H., NELSON T. (2010). Moving forward: institutional perspective on gender and entrepreneurship. *International journal of gender and entrepreneurship*, 2(1), 5-9 <https://www.emeraldinsight.com/doi/abs/10.1108/17566261011044259> consulté le 03/07/2015;
9. AISSA, B., HAZEM. (2001). Quelle méthodologie de recherche appropriée pour une construction de la recherche en gestion. <http://www.strategie-aims.com/events/conferences/13-xeme-conference-de-l-aims/communications/2442-quelle%20methodologie-de-recherche-appropriee-pour-une-construction-de-la-recherche-engestion/download> consulté le 23/09/2016;
10. AIT SEDDIK, N. (2013). Genre et développement local, illustrés par le secteur de la confection traditionnelle de Bouzeguène. Mémoire de master en sciences économiques, UMMTO;
11. AKNINE, R., FERFERA, M Y. (2014), Entrepreneuriat et création d'entreprise en Algérie : une lecture à partir des dispositifs de soutien et d'aide à la création des entreprises. *Revue des sciences économiques et de gestion*, 14, 1-14;
12. AKNINE-SOUIDI, R. (2009), Les disparités spatiales en matière de création d'entreprises : application sur quelques territoires en kabylie. Thèse de doctorat en sciences économiques. Université Mouloud MAMMERI de Tizi-Ouzou (UMMTO) ;
13. ALBAGLI, C. (1995). *L'innovation socioculturelle comme stimulant entrepreneurial*. Paris, France : Aupel-Uref ;
14. ALBAGLI, C. (1996). *La création d'entreprise en Afrique*. Paris, France : Edicef ;
15. ARASTI, Z. (2008). L'entrepreneuriat féminin en Iran, les structures socioculturelles. *Revue libanaise de gestion et d'économie*, 01. www.academia.edu/.../les_principaux_determinants_de_lentrepreneuriat_feminin_en_iran, le 28/03/2015;
16. ARROUM, F et OUSIDHOUM, Y. (2014). Le cadre juridique de la protection des droits de l'homme en Algérie depuis 1988. Mémoire de master en sciences juridiques et politiques, Université Abderahmane Mira, Béjaia;
17. ASSASSI, H. (2006). Les entrepreneurs algériens, une image statique, Colloque international : créations d'entreprises et territoires, TAM;
18. ASSOCIATION ADEQUATION. (2015). Chiffres et données sur les inégalités femmes-hommes : égalité femmes-hommes, égalité et approche de genre, <http://www.adequations.org/spip.php?article363> consulte le 17/12/2015;
19. ATTOUT, N., CHEBAB, T., KELKOUL, M. (1999). Femme, emploi et fécondité en Algérie. CENEAP ;
20. AYAD, A., HABICHOU, H., LAKHDARI, H. (2015). Le rôle des organisations professionnelles dans l'accompagnement des PME en Algérie http://fseg.univ-tlemcen.dz/larevue09/atmane%20ayad_hanane%20habichou.pdf consulte le 27/03/2015;
21. BACHA, S; AITSIDHOUM-TALEB, H. (2018). L'entrepreneuriat féminin : cas de la commune d'AKBOU. Mémoire de fin de cycle en vue de l'obtention du diplôme de master 2 en sciences de gestion. Université

- Abderrahmane MIRA de Béjaia, <http://www.univ-bejaia.dz/dspace/bitstream/handle/123456789/11282/L%E2%80%99entrepreneuriat%20f%C3%A9minin.pdf?sequence=1&isAllowed=y> consulté le 17/10/2018 ;
22. BACHELET, R. (2014). Recueil, analyse et traitement de données : le questionnaire. http://rb.ec-lille.fr/l/analyse_de_donnees/methodologie_conception_et_administration_de_questionnaires.pdf consulte le 23/06/2016;
 23. BANQUE MONDIALE. (2003). *Genre et développement économique : vers l'égalité des sexes dans les droits, les ressources et la participation*. France : Saint-martin;
 24. BANQUE MONDIALE. (2011). Gender and climate change: 3 things you should know <http://siteresources.worldbank.org/extsocialdevelopment/resources/244362-1232059926563/5747581-1239131985528/5999762-1321989469080/gender-climate-change.pdf> consulté le 03/07/2015;
 25. BANQUE MONDIALE. (2011). Rapport sur le développement dans le monde, 2012, (abrégé) : égalité des genres et développement. <http://siteresources.worldbank.org/intwdr2012/resources/7778105-1299699968583/7786210-1315936231894/overview-french.pdf> consulte le 23/10/2015
 26. BANQUE MONDIALE. (2012). Des privilèges à la concurrence - renforcer la croissance par le développement du secteur privé dans la région Moyen-Orient Afrique du nord;
 27. BANQUE MONDIALE. (2014). Levelling the field, improving opportunities for women farmers in Africa <http://documents.worldbank.org/curated/en/579161468007198488/levelling-the-field-improving-opportunities-for-women-farmers-in-africa> consulté le 17/12/2016;
 28. BANQUE MONDIALE. (2015). Women, business and the law 2016 <http://pubdocs.worldbank.org/en/810421519921949813/women-business-and-the-law-2016.pdf> consulté le 17/12/2016;
 29. BANQUE MONDIALE. (2016). Women, business and the law database. <http://wbl.worldbank.org/data/exploretopics/all-indicators> consulte le 17/12/2016 ;
 30. BARES, F. (2004). La mutation de l'accompagnement à la création d'entreprises: regards croisés d'une déclinaison locale de la politique nationale l'émergence du réseau crealliance. 7^{ème} CIFEPME; 27-29 Octobre 2004, Montpellier;
 31. BASSO, O. (2006). *Le manager entrepreneur : entre discours et réalité, diriger en entrepreneur*. Paris, France: Village mondial ;
 32. BATES, T. (2002). Restricted access to markets characterizes women-owned businesses. *Journal of business venturing*, 17 (1), 313-324;
 33. BATES, T., JACKSON, W-E., JOHNSON, J-R. (2007). Introduction to the special issue on advancing research on minority entrepreneurship. *Annals of the american academy of political and social science*, 613 (2), 10-17;
 34. BEAUD, M., LATOUCHE, D. (1988). *L'art de la thèse: comment préparer et rédiger une thèse, un mémoire ou tout autre travail universitaire*. Montréal : Les éditions du boréal;
 35. BEAUD, S., WEBER, F. (1998). *Guide de l'enquête de terrain*, Paris, France : La découverte;
 36. BEKKOUCHE, N. (2012). Les petites et moyennes entreprises comme élément de développement de l'économie locale et d'innovation. <http://www.segib.org/actividades/files/2012/10/m.-bekkouche-nacer.pdf> Consulté le 15/10/2015.
 37. BEL, G. (2009). l'entrepreneuriat au féminin. Rapport du conseil économique, social et environnemental république française. www.ladocumentationfrancaise.fr/rapports-publics/094000521/ consulte le 23/02/2016 ;
 38. BELAL, M. (2004). L'agence nationale de soutien à l'emploi des jeunes et la problématique du développement local. www.youscribe.com/.../gouvernance-locale-et-developpement-territorial-173526. consulté le 23/05/2016;
 39. BELKACEM, A. (2014). Impact du dispositif CNAC sur le développement territorial et l'entrepreneuriat dans la wilaya de Tizi-Ouzou », Mémoire de master en sciences économiques, UMMTO ;
 40. BELLHI, H., EL AGY, M. (S.D). Pratiques d'accompagnement, succès entrepreneurial et accès au financement externe: cas des entrepreneurs naissants marocains. http://archives.entrepreneuriat.com/fileadmin/user_upload/Journee_thematique_AE/Lille_Avril_2013/7_Bellhi-El_Agy_Pratiques_d_accompagnement.pdf consulté le 17/12/2016;
 41. BEN MAKHLOUF, Y. (2014). L'entrepreneuriat féminin dans la wilaya de Tizi-Ouzou. Mémoire de master en sciences économiques, UMMTO;

42. BEN MAKHLOUF, Y., AKNINE-SOUIDI, R. (2016). Le dispositif ANGEM et l'entrepreneuriat féminin en Algérie : cas de la wilaya de Tizi-Ouzou. 13^{ème} CIFEPME, le 25, 26, 27 et 28 Octobre 2016, Trois Rivières, Québec, Canada, 1-18;
43. BEN MAKHLOUF, Y., AKNINE-SOUIDI, R. (2018). Politiques publiques et entrepreneuriat féminin en Algérie. *Revue Chercheur Economique (CHEEC)*, 06 (09), Décembre 2018, 36-52 ;
44. BENGHABRIT-REMAOUN, N., RAHOO, Y. (2006). Itinéraires de femmes entrepreneures: cas d'Oran. Colloque international création d'entreprise et territoire, 3,4 décembre 2006, Tamanrasset. Algérie;
45. BENGHABRIT-REMAOUN, N., RAHOU, Y. (2008). Atouts et difficultés de l'entrepreneuriat féminin : analyse d'enquête. Colloque sur l'émergence des femmes dans le monde de l'entrepreneuriat en Algérie : Opportunités, contraintes et perspectives. Mars 2008. Alger. Algérie ;
46. BENHABIB, A., MERABET, A., BENACHENHOU, M., GRARI, Y., BOUDIA, F., MERABET, H. (2014). Environmental and individual determinants of female entrepreneurship in Algeria: applying the structural equation modeling. *EBER*, 2(1), 1-16;
47. BENHABIB, B. (2008). Les déterminants de l'intention entrepreneuriale féminine en Algérie, cas des diplômées de l'enseignement supérieur;
48. BERENI, CH. (2012). Introduction aux études sur le genre, cite dans RICHARD, J. (2015). L'essentiel sur les enjeux de genre et de développement. Pause genre, 2014-2015.
www.afd.fr/genre>donneesgenre>reflesionafdsurlegenre consulte le 24/02/2016 ;
49. BERRAH, K., BOUKRIF, M. (2013). La problématique de la création des entreprises : une application sur les PME algériennes. Conférence internationale sur l'économie et gestion des réseaux EMNET. 21-23 Novembre 2013. Université Ibn Zohr et Hôtel de Robinson Agadir, Maroc.
https://emnet.univie.ac.at/uploads/media/Berrah__Boukrif.pdf consulte le 24/02/2016;
50. BERREZIGA, A., MEZIANE, A. (2012). La culture entrepreneuriale chez les entrepreneurs algériens. Colloque national sur les stratégies d'organisation et d'accompagnement des pme en Algérie. dspace.univouargla.dz:8080/jspui/.../berreziga_amina.pdf consulté le 23/05/2015 ;
51. BERRFAS, I. (2016). La réalité de l'entrepreneuriat féminin en Algérie. Mémoire de magister en sciences économiques, Université STAMBOULI de Mascara;
52. BESSOUH, N. (2018). L'entrepreneuriat féminin et son accompagnement en Algérie : Bilan et perspectives, *اقتصادية دفاتر مجلة*, 10 (01), pp617-627;
53. BINETOU RASSOULCORREA, F. (1998). L'entrepreneuriat féminin : les logiques économiques dans les micro-entreprises artisanales et commerciales dans la commune de Saint-Louis, Mémoire de maitrise en lettres et sciences humaines (sociologie), Université Gaston BERGER de Saint-Louis.
54. BIRLE, Y. (1989). Female entrepreneurs: are there really different? *Journal of small business management*, 27(1), 32-37;
55. BIT. (2009). L'égalité entre hommes et femmes au cœur du travail decent.
https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_norm/---relconf/documents/meetingdocument/wcms_106240.pdf consulte le 03/02/2016;
56. BIT. (2011). Equilibre entre vie professionnelle et vie privée. https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_norm/---relconf/documents/meetingdocument/wcms_164329.pdf consulte le 03/02/2016 ;
57. BIT. (2014). Tendances mondiales de l'emploi 2014: vers une reprise sans emplois?
http://www.ilo.org/global/research/global-reports/global-employment-trends/2014/wcms_234109/lang--fr/index.htm. consulté le 11/02/2015;
58. BIT. (2015). Femmes d'affaires et femmes cadres: une montée en puissance: rapport mondial https://rse.cgem.ma/upload/femmes_d'affaires_et_femmes_cadres_bit.pdf consulte le 18/09/2016;
59. BIT. (2016). Evaluation nationale du développement de l'entrepreneuriat féminin au Maroc: situation et recommandations,
<http://ma.one.un.org/content/dam/unct/morocco/docs/Publications/entrepreneuriat%20f%C3%A9minin%20au%20Maroc.pdf> ;
60. BOUFENIK, F. (2009). Le micro-entrepreneuriat féminin sous l'aspect de l'approche genre des activités génératrices de revenus et de l'accompagnement à la création d'entreprise;
61. BOUFENIK, F. (S D). Travail et genre en Algérie. Colloque Rabat.
www.ulb.ac.be/soco/colloquerabat/papiers/.../rs1_boufenik.pdf, consulté le 27/02/2015;

62. BOUGHANEM, F. (2008). L'entrepreneuriat féminin et son accompagnement : cas de l'accompagnement par l'ANSEJ des femmes entrepreneures de la wilaya de Tizi-Ouzou. Mémoire magister en sciences de gestion, UMMTO;
63. BOULIFA, S. A. (1925). *Le Djurdjura a travers l'histoire : depuis l'antiquité jusqu'en 1830*. Alger, Algérie : BRINGAU;
64. BOURDIEU P. (1998). *La domination masculine*. Paris, France : DU SEUIL
65. BOURGAIN, M., CHAUDAT, P. (2015). Vie professionnelle et maternité: représentations comparées de jeunes entrepreneures et cadres en TPE et PME en croissance. *REVUE DE L'ENTREPRENEURIAT*, 14(2), 83-108 https://www.cairn.info/resume.php?download=1&id_article=entre_142_0083 consulté le 25/05/2016 ;
66. BOUSLIKHANE, A (2011). Enseignement de l'entrepreneuriat : pour un regard paradigmatique au tour du processus entrepreneurial. Thèse de doctorat, école doctorale sciences juridique, politique, économique et de gestion, Université de Nancy 2;
67. BOUTILLIER, S. (1996). L'entrepreneur dans la théorie économique. *problèmes économiques*. n° 2482;
68. BOUTILLIER, S. (2007). L'économie de l'entrepreneur, ou l'entrepreneur deux ex-machina du capitalisme ? *Cahiers du lab.rii (laboratoire de recherche sur l'industrie et l'innovation)*, Université du Littoral Cote D'Opale, documents de travail, n° 146, Mars 2007;
69. BOUTILLIER, S., UZUNIDIS, D. (1999). *La légende de l'entrepreneuriat : le capital social ou comment vient l'esprit d'entreprise*. Paris, France : Syros;
70. BOUTILLIER, S., UZUNIDIS, D. (2002). Quelle est l'utilité marginale de l'entrepreneur. *Problèmes économiques*, n° 2742;
71. BOUTILLIER, S., UZUNIDIS, D. (2010). *L'entrepreneur, force vive du capitalisme. problèmes économiques*. Nice. France : Bénévent;
72. BOUYACOU, F. (2000). *L'entreprise et le financement bancaire*. Algérie : CASBAH, 1^{ERE} édition.
73. BOUZAR, C., LOUGGAR, R. (2014). Le micro crédit à travers le dispositif ANGEM et son impact en Algérie, 2014.;<http://www.abhatoo.net.ma/maalamatextuelle/developpement-economique-et-social/developpement-economique/reperes-du-developpement-economique/micro-credits/le-microcredit-a-travers-le-dispositif-angem-et-son-impact-en-algerie> consulte le 23/03/2015;
74. BOUZAZA, K. (2008). Le statut des femmes kabyles autochtones de l'Algérie. Thèse de doctorat, Novembre 2008;
75. BOUZINA-OUFRIHA, F. Z. (2016). *L'émergence des femmes algériennes dans la sphère économique : modernisation de la société; marche du travail et femmes*. Alger, Algérie: Houma éditions
76. BOWEN, D., HISRIC, R. D. (1986). The female entrepreneur: a career development perspective. *Academy of management review*, 11, 393-407. http://www.jstor.org/stable/258468?origin=crossref&seq=1#page_scan_tab_contents consulté le 20/03/2016;
77. BRIERE, S., AUCLAIR, I. (2017). Soutenir les femmes entrepreneures en contexte africain : vers une nouvelle approche dynamique et collective, *Revue internationale PME*. 30 (3-4), 69-9;
78. BRUSH CANDIDA, G., KAREN HUGHES, D., JENNINGS, E., WELTER, F. (2012). Extending women's entrepreneurship research 111 new directions. *Entrepreneurship theory and practice*, 36(3), 429-442;
79. BRUSH CANDIDA, G. (1992). Research on women business owners: past trends, a new perspective and future directions. *Entrepreneurship theory and practice*, 16(4), 5-30;
80. BRUSH CANDIDA, G., NANCY, M., GATEWOOD, E. (2002). The role of social capital and gender in linking financial suppliers and entrepreneurship firms: a framework for future research. *Venture capital*, 4 (4), 305-323;
81. BRUSH, C. G. (1990). Women and enterprise creation. in *Enterprising women: local initiatives for job creation*. PARIS/ OCDE, France: Sara k. Gould and Julia Parzen;
82. BRUSH, C. G., DE BRUIN, A., WELTER, F. (2009). A gender aware framework for women's entrepreneurship. *International. Journal of gender and entrepreneurship*. 1(1), 8-24. <https://www.emeraldinsight.com/doi/abs/10.1108/17566260910942318> consulté le 10/02/2015;
83. BRUSH, G., CANDIDA, R. CHAGANTI. (1999). Business without glamour? an analysis of resources on performance by size and age in small service. *Journal of business venturing*, 14(3), 233-257;

84. BRUYAT, CH. (1993). Création d'entreprise : contributions épistémologiques et modélisation. Thèse de doctorat en science de gestion, Université PIERRE MENDES France (Grenoble II Ecole supérieure des affaires);
85. BUTTNER, E H., MOORE, D P. (1997). Women's organizational exodus to entrepreneurship: self-reported motivations and correlates with success. *Journal of small business management*, 35(1), <https://www.questia.com/library/journal/1g1-19360492/women-s-organizational-exodus-to-entrepreneurship> consulté le 12/03/2015;
86. BYGRAVE, W D., HOFER, C W. (1991). Theorizing about entrepreneurship. *Entrepreneurship theory and practice*, 16(2), 13-22. <http://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/104225879201600203> consulté le 12/03/2015;
87. CACHON, J-CH. (2013). Entrepreneurs, pour quoi?, comment?, quoi? <https://zone.biblio.laurentian.ca/dspace/bitstream/10219/229/1/cachon%20no%2013-14.pdf> consulté le 14/07/2016;
88. CADIEUX, L. (1999). La succession en entreprise familiale: analyse du processus dans le cas de quatre entreprises manufacturières fondées par des femmes. Mémoire de maîtrise en gestion des pme et de leur environnement. Université du Québec à Trois-Rivières, Québec;
89. CARRIER, C., JULIEN, P-A., MENVIELLE, w. (2006). Un regard critique sur l'entrepreneuriat féminin: une synthèse des études des 25 dernières années. *Revue internationale de gestion*, 31(2), 36-50. https://www.researchgate.net/publication/281109115_un_regard_critique_sur_l'entrepreneuriat_feminin_un_e_synthese_des_etudes_des_25_dernieres_annees consulté le 14/07/2016;
90. CARTER, S., ANDERSON, S., SHAW, E. (2001). Women's business ownership: a review of the academic, popular and internet literature. *The small business service*, Aout 2001;
91. CASSON, M. (1991). *L'entrepreneur*. Paris, France : Economica;
92. CHABAUD, D., LEBEGUE, T. Femmes dirigeantes en PME: bilan et perspectives. *Revue interdisciplinaire management et humanisme*, 7. Mai/Juin/Juillet 2013;
93. CHABOUR, N., AISSAT, M T. (2013). L'entrepreneuriat féminin en Algérie : cas des femmes entrepreneures de la wilaya de Bejaia, <http://www.univ-bejaia.dz/dspace/bitstream/handle/123456789/2575/1%27entrepreneuriat%20f%20c3%a9minin%20en%20alg%20c3%a9rie.pdf?sequence=1&isallowed=y> consulte le 15/04/2016
94. CHAGA, T-R. (1986). Management in women-owned enterprises. *Journal of small business management*, 24(4), 18-29;
95. CHAKROUN-MARZOUKI, W. (2007). Dynamique entrepreneuriale féminine et son accompagnement: cas de la Tunisie, Université de Sousse. Mémoire de master en entrepreneuriat. Université de Sousse en Tunisie. http://www.memoireonline.com/07/10/3614/m_dynamique-entrepreneuriale-feminine-et-son-accompagnement-cas-de-la-tunisie2.html consulte le 12/12/2014;
96. CHALAL, F. (2012). L'impact des conditions socio-économiques sur les femmes entrepreneurs exerçant dans le secteur industriel: cas de la wilaya de Bejaia.
97. CHALAL, F. (2013), Les femmes entrepreneures a Bejaia : réalité et perspectives. 4^{ème} journée internationale sur l'entrepreneuriat des jeunes, Université de Biskra, Algérie, Avril 2013;
98. CHALAL, F. (2014). Les facteurs de réussite des entreprises féminines dans la wilaya de Bejaia, Colloque international sur la performance et compétitivité des PME, entre contextes national et international, 02, 03 Mars 2014, Algérie;
99. CHALAL, F., M. ABBACI. (2014). La femme entrepreneure, entre discrimination et reproduction. *Revue semestrielle de la faculté des sciences humaines et sociales*, Université Abderrahmane MIRA, Bejaia;
100. CHERIEF, A., OUADDAH, R. (2016). L'entrepreneuriat féminin en Algérie, Etude statistique sur la dispersion de l'entrepreneuriat féminin.
101. CNES. (2005). Femme et marche du travail en Algérie. La collection du conseil national économique et social;
102. CNES. (2010). Rapport national sur le développement humain en Algérie;
103. CNRC. (2007). Statistiques du centre national du registre de commerce;
104. COLLET, A. (2009). Femmes d'Afrique et d'ailleurs: booster l'entrepreneuriat féminin en Algérie. <http://blog.slateafrique.com/femmesafrique/page3> consulte le 12/01/2015;

- 105.CONSTANTINIDIS, C. (2010). Représentations sur le genre et réseaux d'affaires chez les femmes entrepreneures. *Revue française de gestion* 202, 127-143. <https://www.cairn.info/revue-francaise-de-gestion-2010-3-page-127.htm> consulté le 17/12/2016;
- 106.CONSTANTINIDIS, C. (2011). How do women entrepreneurs use the virtual network facebook?: the impact of gender. *The international journal of entrepreneurship and innovation*, 12(4), 257-269. <https://pdfs.semanticscholar.org/ceb0/4ce3ae79ff2d079cb4372dd41ace38f99a58.pdf> 17/12/2016;
- 107.CONSTANTINIDIS, C., CORNET, A., ASANDEI, S. (2006). Financing of women-owned ventures: the impact of gender and other owner-and firm-related variables. *venture capital*, 8(02), 133-157 <https://pdfs.semanticscholar.org/b90e/f942c23b721d0b90473ab26038ae22b85080.pdf> 17/12/2016;
- 108.CONSTANTINIDIS, CH., EL ABOUBI, M., SALMAN N. (2017). L'entrepreneuriat féminin dans une société en transition : analyse de trois profils de femmes entrepreneures au Maroc. *Revue internationale PME*, 30(3-4), 37-68;
- 109.CORNET, A., CONSTANTINIDIS C., (2004). Entreprendre au féminin. une réalité multiple et des attentes différenciées. *Revue française de gestion*, 151, 191-204;
- 110.CORNET, A., CONSTANTINIDIS, C., ASENDEI, S. (2003). Les femmes entrepreneures face à la formation, au financement et aux réseaux. une recherche quantitative. https://www.amazone.be/img/pdf/femmes_entrepreneures-rapport_exe_nat-2.pdf consulté le 23/07/2015;
- 111.COURBET, D. (2017). Comment rédiger un projet de recherche (thèse de doctorat, mémoire de master...)? https://archivesic.ccsd.cnrs.fr/sic_01560460/document consulte le 23/08/2017;
- 112.CUZIN, R., FAYOLLE, A. (2004). La mutation de l'accompagnement à la création d'entreprises : regard croise d'une déclinaison locale de la politique nationale. AIREPME, Congres de Montpellier, Octobre 2004;
- 113.D'ANDRIA, A., GABARRET, I. (2017). Mères et entrepreneures: étude de la motivation entrepreneuriale des mampreneurs françaises, *Revue internationale PME*, 30(1),155-181;
- 114.D'ANDRIA, A., RICHOMME-HUET, K. (2011). Lorsque l'enfant paraît. le mampreneuriat : une réponse entrepreneuriale aux opportunités et contraintes de la maternité. 7^{EME} congrès de l'académie de l'entrepreneuriat et de l'innovation, Paris, 12-15 Octobre 2011;
- 115.D'ANDRIA, A., RICHOMME-HUET, K. (2012). L'accompagnement entrepreneurial des mampreneurs par leur propre réseau. 2^{eme} rencontre entre acteurs des réseaux d'accompagnement et chercheurs, regards croises sur les pratiques d'accompagnement entrepreneurial, 19 Janvier 2012, Montpellier, France, 230-251;
- 116.DALI, CH. (2014). L'émergence de l'entrepreneuriat féminin dans un processus de développement local : le cas de la sous-préfecture de Gadouane en Cote d'Ivoire. http://semaphore.uqar.ca/992/1/Chantale_Dali_janvier2014.pdf consulté le 15/02/2016.
- 117.DE BRUIN, A., BRUSH, C-G., WELTER, F. (2006). Introduction to the special issue: towards building cumulative knowledge on women's entrepreneurship. *Entrepreneurship theory and practice*, 30, 585-593. <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/pdf/10.1111/j.1540-6520.2006.00137.x> consulté le 13/04/2016;
- 118.DE BRUIN, A., BRUSH, C-G., WELTER, F. (2007). Advancing a framework for coherent research on women's entrepreneurship. *Entrepreneurship theory and practice*, 31, 323-339. http://www.effectuation.org/wp-content/uploads/2017/05/bruin_et_al-2007-entrepreneurship_theory_and_practice.pdf consulté le 13/04/2016;
- 119.DEMMENE-DEBBIH, Z. (2015). Le rôle de la politique publique dans l'encouragement de l'entrepreneuriat féminin en Algérie: réalité et perspectives. *Recherches économiques et managériales, Algérie*, 11(18), Décembre 2015, 1-20;
- 120.DENIEUIL, P-N. (2005). *Femmes et entreprises en Tunisie*. Paris, France : L'Harmattan;
- 121.DESSEIGNE, G. (1998). *La création d'entreprise que sais-je ?*. Paris, France: PUF;
- 122.DIF, A. (2010). L'entrepreneuriat féminin en Algérie: cas de la wilaya d'Oran. Mémoire de magister en sciences commerciales, Université Es-senia, Oran. <https://theses.univ-oran1.dz/document/th3232.pdf>;
- 123.DIRECTION GENERALE DE LA COOPERATION INTERNATIONALE ET DU DEVELOPPEMENT. (2006). Promouvoir l'égalité entre hommes et femmes : initiative et engagement français en matière de genre et développement. DECEMBRE 2006;
- 124.DRUCKER, P. (1985). *Les entrepreneurs*. Paris, France : Hachette;
- 125.EL-GHAZI. H. (2015). Les femmes rurales et la création d'entreprises dans le cadre du dispositif d'aide CNAC. L'anthropologie économique: un domaine qui reste à explorer. Le havre, France, 15 -16 Octobre 2015, 1-14;

- 126.FAYOLLE, A. (2002). Du champ de l'entrepreneuriat à l'étude du processus entrepreneurial : quelques idées et pistes de recherche. 6^{ème} Congrès international francophone sur la PME. HEC Montréal, octobre 2002 https://learninghub.em-lyon.com/exploitation/default/doc/syracuse/89664/du-champ-de-l-entrepreneuriat-a-l-etude-du-processus-entrepreneurial-quelques-idees-et-pistes-de-rec?_lg=fr-fr consulte le 10/12/2014 ;
- 127.FAYOLLE, A. (2004). *Entrepreneuriat, apprendre à entreprendre*. Paris, France: Dunod;
- 128.FAYOLLE, A. (2005). *Introduction à l'entrepreneuriat*. Paris, France: Dunod ;
- 129.FAYOLLE, A. (2006). *Devenir entrepreneur : des enjeux aux outils*. Paris, France: Village mondial ;
- 130.FAYOLLE, A., NAKARA, W. (2012). L'accompagnement des entrepreneurs de nécessité : les dispositifs et politiques actuels sont-ils adéquats ?. 2^{ème} rencontre entre acteurs des réseaux d'accompagnement et chercheurs, regards croisés sur les pratiques d'accompagnement entrepreneurial, Montpellier, 19 Janvier 2012;
- 131.FAYOLLE, A., VERSTREATE, T. (2005). Paradigme et entrepreneuriat. *Revue de l'entrepreneuriat*, 4(1), 37-39;
- 132.FERNANDEZ, B., SCOTTO, M-J., FISCHER, B. (2014). Entreprendre en France? Les motivations des femmes. IPAG Business School, Saint-Germain, Paris <http://docplayer.fr/7116987-entreprendre-en-france-les-motivations-des-femmes.html> consulte le 23/10/2016;
- 133.FILION, L-J. (1997). Le champ de l'entrepreneuriat : historique, évolution, tendances. *Revue internationale PME*, 10 (2), 162-172 ; <https://www.erudit.org/fr/revues/ipme/1997-v10-n2-ipme5006372/1009026ar/>
- 134.FILION, L-J. (1999). De l'entrepreneuriat à l'entrepreneuriologie. *Revue organisation et territoire*, 8 (1-2), 131-148;
- 135.FILLION, L-J. (1991). *Visons et relation : clés de succès de l'entrepreneur*. Montréal, Canada: De l'entrepreneur ;
- 136.FIRLAS, M. Impact des politiques d'aide à l'entrepreneuriat sur l'émergence d'esprit d'entreprise chez les jeunes : cas ANSEJ de Tizi-Ouzou. Mémoire de magister en sciences de gestion, UMMTO ;
- 137.FRAISSE, I., HERSENT, M. (2011). *Femmes, économie et développement : la résistance à la justice sociale*. Toulouse, France : ERES ;
- 138.GABOUSSA, A., KORICHI, Y., SI LEKHAL, K. (2013). Les PME en Algérie : Etat des lieux, contraintes et perspectives an overview of SMES in Algeria constraints and prospects. http://revues.univouargla.dz/images/banners/astimages/besniesimages/besn04/abpr_04_13_fr.pdf consulté le 23/05/2015 ;
- 139.GARTNER, B-W. (1985). A conceptual framework for describing the phenomenon of new venture creation. *Academy of management review*, 10 (4), 696-706 https://www.jstor.org/stable/258039?seq=1#page_scan_tab_contents consulté le 17/12/2016;
- 140.GARTNER, B-W. (1988). Who is an entrepreneur? is the wrong question, *American journal of small BUSINESS*, 12 (4), 11-32 https://zabdesk.szabist.edu.pk/courseportfoliofiles/mubin_1140_2758_1/who%20is%20an%20ent%20-%20lums.pdf
- 141.GARTNER, B-W. (1993). Words lead to deeds: towards an organizational emergence vocabulary. *Journal of business venturing*, 8 (3), 231-239;
- 142.GASSE, Y. (2003). L'influence du milieu dans la création d'entreprises. *Centre d'entrepreneuriat et de PME*, 12 (2), 49-56 ;
- 143.GASSE, Y. (2012). Les facteurs et conditions de la création et du développement d'entreprises dans les économies avancées et émergentes. Document de travail 2012-018, 3-10 <http://www4.fsa.ulaval.ca/cms/site/fsa/accueil/recherche/publications/documentsdetravail> consulte le 20/07/2015;
- 144.GASSE.Y., TREMBLAY. M. (2005). Mesures et pratiques de soutien d'accompagnement d'entrepreneur : l'exemple d'une région canadienne. 5^{ème} Congrès international de l'académie de l'entrepreneuriat, http://archives.entrepreneuriat.com/fileadmin/ressources/actes07/Gasse_Tremblay.pdf;
- 145.GEM. (2012). 2012 women's report <https://www.babson.edu/academics/centers/blank-center/global-research/gem/documents/gem%202012%20womens%20report.pdf>;
- 146.GHEDDACHE, L. (2016). Etude des motivations des femmes à la création d'entreprises. *El-Bahith Review*, 16, 167-174 ;

147. GHERBI, H. (2016). Analyse de l'emploi informel féminin en Algérie: cas de la wilaya de Bejaia, <https://hal-upec-upem.archives-ouvertes.fr/hal-01683931/document> consulté le 24/09/2016;
148. GILLET, A. (2007). Emploi et entrepreneuriat des femmes en Algérie: des dynamiques entre traditions et innovations. Dans ABDOU, B., BOUYAKOUB, A., LALLEMENT, M., MADOU, M. *PME, Emploi et relations sociales : France-Maghreb*. Paris, France: L'Harmattan. 107-128 ;
www.ulb.ac.be/soco/colloquerabat/papiers/articles.../rs4_gillet.pdf
149. GILLET, A. (2003). L'entrepreneuriat des femmes en Algérie : dynamiques économiques et sociales, motivations et trajectoires socioprofessionnelles. CNAM-GRIOT;
150. GILLET, A. (S.D). Les femmes créatrices de petites et moyennes entreprises en Algérie : motivations, parcours socioprofessionnels et stratégie d'existence, <https://docplayer.fr/16358784-Les-femmes-creatrices-de-petites-et-moyennes-entreprises-en-algerie-gillet-anne.html> consulté le 04/04/2015;
151. GRANGAUD, M-F. (2011). Secteurs porteurs à investir par les femmes en Algérie. *Revue du CIDDEF*, 29, 1-19 ;
152. GRARI, M., BERBAR-BERRACHED, W. (2011). Les facteurs environnementaux et individuels qui influencent sur l'entrepreneuriat féminin;
153. GUERRAOU, D., RICHET, X. (2001). *Economies émergentes et politiques de promotion de la PME: expériences comparées*. Paris, France: L'Harmattan ;
154. GUYOT, J-L., LOHEST, O. (2008). Barrières à l'entrepreneuriat et primo création d'entreprises : le genre est-il une variable discriminante. www.iweps.be/sites/default/files/dp0802.pdf, consulté le 21/01/2015;
155. HADDAD, N., ZITOUNE, B. (2012). Etude sur l'entrepreneuriat féminin en Algérie;
156. HAKIKI-TALAHITE, F. (1983). Travail domestique et salariat féminin. essai sur les femmes dans les rapports marchands : cas de l'Algérie. Thèse de magister en sciences économiques. Université D'Oran;
157. HERNANDEZ, E-M. (1999). *Le processus entrepreneurial : vers un modèle stratégique d'entrepreneuriat*. Paris, France: L'Harmattan ;
158. HERNANDEZ, E-M. (2000). De l'entrepreneuriat au modèle entrepreneurial. *Revue française de gestion*, 138;
159. HERNANDEZ, E-M. (2001). *L'entrepreneuriat : approche théorique*. Paris, France: L'Harmattan ;
160. HERNANDEZ, E-M. (2002). Modèles d'entrepreneuriat : vers une approche contingente et processuelle. *Revue économie et société*, 158 ;
161. HIMRANE, M (2017). La place de l'entrepreneuriat féminin dans la sphère économique, <http://jilrc.com/la-place-de-lentrepreneuriat-feminin-dans-la-sphere-economique-himrane-mohammed> consulte le 23/05/2017;
162. HIMRANE, M., HASSANI, H (2017). Une analyse multidimensionnelle de l'entrepreneuriat féminin en Algérie. *المجلة الجزائرية للتنمية الاقتصادية*, 4 (6), 13-26 ;
163. HISRIC, R., BRUSH, C. (1983). The woman entrepreneur: implications of family, educational, and occupational experience. *Frontiers of entrepreneurship research*, 255-270.
<http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.210.3001&rep=rep1&type=pdf>;
164. HISRIC, R., BRUSH, C. (1984). The women entrepreneur: management skills and business problems. *Journal of small business management*, https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1505240 le 17/12/2016;
165. HISRIC, R., BRUSH, C. (1987). Women entrepreneurs: a longitudinal study. *Frontiers of entrepreneurship research*, 187(1), 566-578;
166. HOFMANN, É-B. (2003). Comment évaluer l'empoverment des femmes défavorisées? éléments de réflexion à partir de projets de développement dans des pays du SUD.
http://www.ofarcy.net/documentation/elisabeth_hofmann_oct2003.pdf;
167. <http://dia-algerie.com/principales-femmes-chefs-dentreprises-algerie/> consulte le 01/04/2017;
168. <http://dzairinfos.com/articles/elwatan-khedidja-belhadi-presidente-fondatrice-de-l-association-des-algeriennes-managers-et-entrepreneuses-ame-la-promotion-de-l-entrepreneuriat-feminin-n-est-pas-une-simple-vue-de-l-esprit> consulte le 15/12/2014;
169. <http://tpe-emancipation-femmes.e-monsite.com/pages/travail/le-travail-des-femmes.html> consulte le 23/05/2016;
170. <http://www.4acg.org/accompagnement-de-femmes-et-de> consulte le 15/12/2014 ;
171. <http://www.algerie-focus.com/2010/11/quelle-place-de-la-femme-algerienne-dans-le-monde-du-travail/> consulte le 23/05/2015 ;

172. <http://www.algerie-focus.com/2016/11/business-femmes-entrepreneures-algeriennes-se-reuniront-19-novembre-a-alger/> consulte le 10/12/2016 ;
173. <http://www.ame-dz.com/> 20/03/2017 ;
174. <http://www.aps.dz/economie/60139-bedda-recoit-une-delegation-de-l-onudi-charge-d-un-projet-sur-l-entreprenariat-feminin?tmpl=component&print=1> consulte le 10/07/2017 ;
175. http://www.blida-aps.dz/spip.php?page=imprimer&id_article=17465 consulte le 03/03/2017 ;
176. <http://www.cciarf.org/clubs/programme-dappui-a-lentrepreneuriat-feminin/> consulte le 05/03/2018 ;
177. <http://www.depechedekabylie.com/evenement/185135-lentrepreneuriat-au-feminin-gagne-du-terrain.html> consulte le 17/01/2018 ;
178. <http://www.dzentreprise.net/naanaa-ouanani-a-la-tete-de-seve/> consulte le 15/12/2014 ;
179. <http://www.dzentreprise.net/soutien-a-lentrepreneuriat-feminin-lorganisation-women-entrepreneur-ship-day-lance-1er-evenement-algerie/> consulte le 18 :11/2016 ;
180. <http://www.fce.dz/actualites/entrepreneuriat-feminin-le-fce-sengage-a-accompagner-les-femmes-entrepreneures/> consulte le 20/11/2016 ;
181. <http://www.lesdirigeantes.com/tizi-ouzou-en-algerie-lentrepreneuriat-au-feminin-gagne-du-terrain/> consulte le 12/02/2018 ;
182. http://www.lexpressiondz.com/autres/de_quoi_jme_mele/254442-connaissiez-vous-le-women-entrepreneurship-day.html consulte le 23/11/2016 ;
183. <https://sudhorizons.dz/fr/regions/12796-caravane-d-information-sur-l-entrepreneuriat-feminin> consulte le 24/02/2017 ;
184. https://www.algeria-watch.org/fr/article/femmes/fce_delegates_hommes.htm consulte le 15 mars 2018 ;
185. <https://www.algeriepatriotique.com/2017/07/11/entrepreneuriat-feminin-concertation-lonudi/> consulte le 11/07/2017 ;
186. <https://www.euromedwomen.foundation/pg/fr/news/view/6990/lafev-analyse-comment-promouvoir-entreprenariat-feminin-a-alger> consulte le 30/06/2017 ;
187. <https://www.euromedwomen.foundation/pg/fr/profile/samirahadjdilani> consulte le 02/01/2017 ;
188. <https://www.facebook.com/association-des-femmes-en-economie-verte-321966247993070/> ;
189. <https://www.facebook.com/association-sociale-femme-active-tizi-ouzou-495448523925929/> ;
190. <https://www.facebook.com/rafadz.org/> ;
191. https://www.huffpostmaghreb.com/2016/03/08/-en-algerie-la-revolution-silencieuse-des-reseaux-de-femmes_n_9406764.html consulte le 08/03/2016 ;
192. https://www.huffpostmaghreb.com/2016/12/07/entreprenariat-feminin-al_n_13480570.html consulte le 08/12/2016 ;
193. <https://www.maghrebemergent.info/entreprises-9/algerie/75476-entrepreneuriat-des-femmes-d-affaires-canadiennes-en-mission-d-exploration-en-algerie.html> consulte le 23/08/2017 ;
194. <https://www.sevedz.com/about> consulte le 17/12/2016 ;
195. HUGHES, K., JENNINGS, J., BRUSH, C., CARTER, S., WELTER, F. (2012). Extending women's entrepreneurship research in new directions. *Entrepreneurship theory and practice*, 36, 429-442. <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/pdf/10.1111/j.1540-6520.2012.00504.x> ;
196. INSTITUT NATIONAL DES STATISTIQUES ECONOMIQUES EUROPEENNES (INSEE). (2012). Indépendants et dirigeants salariés d'entreprises : un tiers de femmes. *Division des études sociales*. 1563. www.insee.fr consulte le 23/02/2016 ;
197. JANSSEN, F. (2009). *Entreprendre, une introduction à l'entrepreneuriat*. Bruxelles, Belgique : De Boeck ;
198. JULIEN, P-A. (1994). *Les PME*. Paris, France : Economica ;
199. JULIEN, P-A. (1996). *Les PME bilan et perspectives*. Paris, France : Economica ;
200. JULIEN, P-A., MARCHESNAY, M. (1996). *L'entrepreneuriat*. Paris, France : Economica ;
201. JULIEN, P-A., MARCHESNAY, M. (1997). *Economie et stratégies industrielles*. Paris, France : Economica ;
202. KATEB, K. (2015). *L'émergence des femmes au Maghreb : une révolution inachevée*. Alger, Algérie: APIC ;
203. KIRKWOOD, J. (2003). The motivation of entrepreneurs: comparing women and men. in 48th world conference of the ICSB, Belfast, northern Ireland, June. Budgeting and locus of control. *Accounting review*, 61, 112-118. <http://www.na-businesspress.com/jabe/jabe111/robichaudweb.pdf> ;

- 204.KIRKWOOD, J., TOOTELL, B. (2008). Is entrepreneurship the answer to achieving work-family balance?. *Journal of management and organization*, 14(3), 267-285;
- 205.KIZABA, G. (2008). *Entrepreneuriat et accompagnement : outils, actions et paradigmes nouveaux*. Paris, France: L'Harmattan;
- 206.KOKOU-DOKOU, G. (2001). Accompagnement entrepreneurial et construction des facteurs clés de succès, 9^{ème} conférence de l'association internationale de management stratégique. Faculté des sciences de l'administration. Université Laval, Québec, 13-14-15 juin 2001;
- 207.LACASSE, R-M. (1988). L'événement entrepreneurial féminin: le cas particulier de la femme chef d'entreprises manufacturières dans l'est du Québec. Colloque international de Montpellier « environnement local : facteur de succès ou d'échec de la petite entreprise. Montpellier, France, Mai 1988 ;
- 208.LACOSTE-DUJARDIN C. (2008). *La vaillance des femmes : les relations entre femmes et hommes berbères de Kabylie*. Paris, France: La découverte;
- 209.LAMBRECHT, J., PIRNAY, F., AMEDODJI, P., AOUNI, Z. (2003). Entrepreneuriat féminin en Wallonie. https://www.amazone.be/img/pdf/entrepreneuriat_feminin_wallonie.pdf
- 210.LASSASSI, M., HAMMOUDA, N.(2012). Le fonctionnement du marché du travail en Algérie: population active et emplois occupés. *Région et développement*, 35;
- 211.LASSASSI, M., MENNA, K. (2014). L'économie au regard du genre. Réseau universitaire et scientifique euro-méditerranéen sur le genre et les femmes (RUSEMEG), 11-13 Octobre 2014;
- 212.LATOUCHE, CH. (2006). L'observatoire de l'entrepreneuriat féminin, FUDICIAL ;
- 213.LAVOIE, D. (1988). Les entrepreneurs: pour une économie canadienne renouvelée. Conseil consultatif canadien sur la situation de la femme, Ottawa, Canada, Février 1988;
- 214.LEBEGUE. T. (2015). L'accompagnement institutionnel des femmes entrepreneures : que modèle d'accompagnement pour les femmes créatrices de très petites entreprises. *Revue de l'entrepreneuriat*, 14, 109-138;
- 215.LEE-GOSSELIN, H., HOUSIEAUX, C., VILLENEUVE, M. (2010). Réalités, besoins et défis des femmes entrepreneures de la région de la capitale-nationale. <https://www.chaireclairebonenfant.ulaval.ca/sites/chaireclairebonenfant.ulaval.ca/files/etudeentrepreneuriatfeminin1.pdf>;
- 216.LEGER-JARNIOU, C. (2008). Accompagnement des créateurs d'entreprise: regard critique et propositions. *Marche et organisations*, 6, 73-97;
- 217.LEGER-JARNIOU, C. (2013). Femmes entrepreneurs et forte croissance: est-ce possible?. <https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-01116054> consulté le 04/04/2016;
- 218.LEGER-JARNIOU, C., SAPORTA, B. (2006). L'accompagnement en situation entrepreneuriale: pertinence ou cohérence. *Revue de l'entrepreneuriat*, 5(1), 1-12 ;
- 219.LEGRAND, E. (2012). L'apprentissage dans une formation-action à l'entrepreneuriat : le cas de concours universitaire campus entrepreneur. Thèse de doctorat, Université de limoges;
- 220.LEMOIGNE, J-L. (2012). *Les épistémologies constructivistes*. collection «que sais-je ?». Paris, France : PU F;
- 221.LEVY-TADJINE, T., TOKATLIOGLU, S., ZOUITEN, J. (2006). L'entrepreneuse et le temps entrepreneurial féminin, accompagnement et conflits de temporalité dans les contextes français et turcs, 5^{ème} CIFEPME, HEG Fribourg, Suisse, 25, 26, 27 OCTOBRE 2006;
- 222.MADOUI, M. (2004). *Entrepreneur et PME : approche algéro-française*. Paris, France: L'Harmattan;
- 223.MAKHLOUFI, F. (2013). Impact du dispositif ANSEJ sur le développement territorial de la wilaya de Tizi-Ouzou. Mémoire de master en sciences économiques, UMMTO ;
- 224.MANAA, L., SAIT, M. (2015). L'efficacité des dispositifs publics (ANSEJ, CNAC et ANGEM) dans la création des PME en Algérie. Mémoire de master en sciences économiques. Université Abderrahmane MIRA-Bejaia ;
- 225.MARTIN, H. (2013). Le changement social et la rhétorique traditionaliste : la qualification sociale de l'entrepreneuriat féminin à l'intersection des rapports sociaux de sexe, de classe et colonialité. *Recherches féministes*, 26 (02), 147-166 ;
- 226.MARUANI, M. (1999). *Les nouvelles frontières de l'inégalité : hommes et femmes sur le marché du travail*. Paris, France: La découverte ;
- 227.MARUANI, M. (2000). *Travail et emploi des femmes*. Paris, France: La découverte ;

228. MARUANI, M. (2005). *FEMMES, Genre et sociétés : l'état des savoirs*. Paris, France : La découverte ;
229. MEDOUNI, Y., BEDRANI, S. (2015). Etat des lieux sur l'entrepreneuriat féminin dans la wilaya de Djelfa, *Les cahiers du CREAD*, 115, 1-15;
230. MEKIDECHE, M. (2009). Le secteur des hydrocarbures en Algérie : piège structurel ou opportunité encore ouverte pour une croissance durable ?. *Confluences méditerranée*, 71, 153-166.
<https://www.cairn.info/revue-confluences-mediterranee-2009-4-page-153.htm> consulté le 23/10/2016;
231. MESSEGHEM, K., SAMMUT, S. (2010). Accompagnement du créateur : de l'isolement à la recherche de légitimité. *Revue de l'entrepreneuriat*. 9 (1), 82-107. <https://www.cairn.info/revue-de-l-entrepreneuriat-2010-1-page-82.html> consulté le 12/05/2015;
232. MESSEGHEM, K., NARO, G., SAMMUT, S. (2010). construction d'un outil stratégique d'évaluation de l'accompagnement à la création d'entreprises : apport du tableau de bord prospectif. *Revue gestion*, 200(2);
<https://www.econbiz.de/Record/construction-d-un-outil-strat%C3%A9gique-d-%C3%A9valuation-de-l-accompagnement-%C3%A0-la-cr%C3%A9ation-d-entreprise-apport-du-tableau-de-bord-prospectif-messeghem-karim/10009405465> consulté le 23/01/2016;
233. MESSEGHEM, K., SAMMUT, S. (2011). *L'entrepreneuriat*. Paris, France : EMS;
234. MESSEGHEM, K., SAMMUT, S., CHABAUD, D., CARRIER, C., THURIK, R. (2013). L'accompagnement entrepreneurial, une industrie en quête de leviers de performance ?. *Management international / International management / Gestion internationale*, 17(3), 2013, 65-71.
<http://id.erudit.org/iderudit/1018267ar>, Consulté le 23/01/2016;
235. Ministère de l'industrie, de la petite et moyenne entreprise et de la promotion de l'investissement, bulletins d'information statistique de la PME (2010 - 2011).
236. MINISTERE DES AFFAIRES ETRANGERES, DIRECTION GENERALE DE LA COOPERATION INTERNATIONALE ET DU DEVELOPPEMENT. (2006). Promouvoir l'égalité entre hommes et femmes. Initiatives et engagement français en matière de genre et développement;
237. MIONE, A. (2002). Comparaison des femmes entrepreneurs France-Canada, 6^E Congres international francophone sur la PME, HEC Montréal. <http://www.emnconference.org/archives/data/file/195fa20-20anne20mione.pdf>
238. MOORE, G. (1990). Structural determinants of men's and women's personal networks, *American sociological review*, 55 (5), 726-735. http://www.jstor.org/stable/2095868?seq=1#page_scan_tab_contents consulté le 12/07/2016 ;
239. NASROUN, N., BELATTAF, M. (2012). Les déterminants de la création des PME : cas de la wilaya de Bejaïa. Colloque national sur les stratégies d'organisation et d'accompagnement des PME en Algérie. Université d'Ouargla, Algérie, 18 -19 Avril 2012 ;
240. OCDE, (2007). Programme d'indicateur de l'entrepreneuriat : rapport d'étapes et proposition de définition et d'indicateur clés. Paris, France, 88 ;
241. OCDE, (2012). Inégalités hommes-femmes. il est temps d'agir.
https://www.oecd.org/fr/parite/r%C3%A9sum%C3%A9_in%C3%A9galit%C3%A9%20hommes-femmes.pdf consulte le 23/04/2016;
242. OCDE, (2014). Les femmes et l'entreprise 2014 : accélérer le développement de l'entrepreneuriat dans la région Afrique du nord et Moyen-Orient. <http://dx.doi.org/10.1787/9789264227521-fr> consulté le 23/02/2016;
243. OCDE. (2000). Les femmes entrepreneurs à la tête de PME : pour une participation dynamique à la mondialisation et à l'économies fondée sur le savoir. Paris, France, 29-30 Novembre 2000. <https://www.oecd.org/fr/cfe/pme/1848176.pdf> ;
244. OCDE. (2004). Promouvoir l'entrepreneuriat et les PME innovantes dans une économie mondialisée : vers une mondialisation plus responsable et mieux partagée. 2^{EME} conférence de l'OCDE et des ministres en charge des petites et moyennes entreprises (PME), Istanbul, Turquie, 3-5 Juin 2004;
245. OIT. (2014). Analyse prospective du développement économique et promotion des micros entreprises et des pme : Wilaya de Tizi-Ouzou, Novembre 2014, 1-140;
246. OIT. (2016). Evaluation nationale du développement de l'entrepreneuriat féminin en Tunisie, https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_emp/---emp_ent/---ifp_seed/documents/publication/wcms_551170.pdf ;

- 247.OIT. (2016). Les femmes au travail : tendance 2016 https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---/wcms_483203.pdf consulté le 01/02/2017;
- 248.OIT. (2017). Évaluation nationale du développement de l'entrepreneuriat féminin en Algérie: situation et recommandations, https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_emp/---emp_ent/---ifp_seed/documents/instructionalmaterial/wcms_568885.pdf;
- 249.ONS. (2011-2013). L'Algérie en quelques chiffres, résultats : 2011-2013, <http://www.ons.dz/IMG/pdf/AQCFRED14.pdf>;
- 250.ONS. (2012). Résultats définitifs de la première phase du premier recensement économique 2011. Collections statistiques n° 172/2012. <https://fr.slideshare.net/haoul3/recensement-conomique-en-algrie-2011> consulté le 17/03/2015;
- 251.ONS. (2013). Activité, emploi et chômage au 4^{ème} trimestre 2013. N° 653, http://www.ons.dz/IMG/pdf/Donnees_Stat_Emploi_2013.pdf;
- 252.ONS. (2015). Activité, emploi et chômage au 4^{ème} trimestre 2015. N° 726 ; <http://www.ons.dz/IMG/pdf/DSEmploi0915.pdf>;
- 253.ONS. (2016). Activité, emploi et chômage au 4^{ème} trimestre 2016. N° 763 <http://www.ons.dz/IMG/pdf/DSEmploi0916.pdf>;
- 254.ONU FEMMES. (2015). Le progrès des femmes dans le monde 2015-2016: transformer les économies, réaliser les droits <http://www.unwomen.org/fr/digital-library/publications/2015/4/progress-of-the-worlds-women-2015> consulte le 23/04/2016;
- 255.ONUDI. (2001). Women entrepreneurship development in selected African countries. https://www.unido.org/sites/default/files/2006-10/psd_twp7_0.pdf consulte le 17/12/2014;
- 256.ONUDI. (2003). Une voie pour sortir de la pauvreté: développer l'entrepreneuriat rural et féminin. https://www.unido.org/sites/default/files/2009-04/une_voie_pour_sortir_de_la_pauvrete_0.pdf consulte le 17/12/2014;
- 257.ORHAN, M., SCOTT, D. (2001). Why women enter into entrepreneurship: an explanatory model. *women in management review*, 16 (5), 232-243;
- 258.OUFRIHA, F-Z. (1998). Femmes algériennes: la révolution silencieuse ?. *Revue le monde arabe: Maghreb-Machrek*. 162;
- 259.PATUREL, R. (2007). *Dynamique entrepreneuriale et développement économique*. Paris, France: L'Harmattan;
- 260.PATUREL, R., ARASTI, Z. (2006). LES principaux déterminants de l'entrepreneuriat féminin en Iran. 8^{EME} CIFEPME, L'internationalisation des PME et ses conséquences sur les stratégies entrepreneuriales 25, 26, 27 Octobre 2006, HEG Fribourg, Suisse;
- 261.PATUREL, R., MASMOUDI, R. (2006). Les structures d'appui à la création d'entreprise : contribution en vue de l'évaluation de leurs performances, 4^{EME} Congrès de l'académie de l'entrepreneuriat, Octobre 2006, PARIS, France ;
- 262.PAUSE GENRE.(2014-2015), www.afd.fr/genre>donneesgenre>reflesionafdsurlegenre consulte le 24/02/2016 a 17h18
- 263.PELLETIER, G-R. (1990). L'entrepreneur dans la pensée économique: l'originalité méconnue de Turgot. *Revue d'analyse économique*, 66 (2). <http://id.erudit.org/iderudit/601527ar> consulté le 23/05/2015;
- 264.PERRIEN, J., CHERON, E. J., & ZINS, M. (1984). Méthodes d'échantillonnage. recherche en marketing: méthodes et décisions, 203-241. http://www.sylvainlacroix.ca/esw/files/306_methodeechantillonnage.pdf;
- 265.PERRY, J-T., CHANDLER, G-N., MARKOVA, G. (2012). Entrepreneurial effectuation: a review and suggestions for future research. *Entrepreneurship theory and practice*, 36(4), 837- 861. http://www.effectuation.org/wp-content/uploads/2017/06/perry_et_al-2012-entrepreneurship_theory_and_practice-copy.pdf;
- 266.PNUD. (2011). Africa adaptation program experience, gender and climate change: advancing development through an integrated gender perspective.http://content-ext.undp.org/aplaws_publications/3253640/aap_discussion_paper1_english.pdf consulté le 23/04/2016;
- 267.PNUD. (2011). Rapport sur le développement humain: durabilité et équité: un meilleur avenir pour tous. http://hdr.undp.org/sites/default/files/hdr_2011_fr_summary.pdf consulte le 17/12/2014;

268. PNUD. (2013). Guide pour l'institutionnalisation de l'approche genre.
http://www.genreenaction.net/img/pdf/guide_d_institutionnalisation_du_genre-pnud_alger.pdf consulte le 24/02/2015;
269. PNUD. (2013). Indice d'inégalité de genre et indicateurs connexes.
http://hdr.undp.org/sites/default/files/hdr_2013_summary_fr.pdf consulte le 03/03/2015 ;
270. RACHDI/KHALID, F-Z. (2016). L'entrepreneuriat féminin au Maroc: une approche par le réseau personnel. Thèse de doctorat en sciences de gestion, <https://www.groupeiscae.ma/wp-content/uploads/2015/05/th%e3%a8se-l%e2%80%99entrepreneuriat-feminin-au-maroc-fatima-zahra-rachdi.pdf> le 23/05/2017 ;
271. RAJEMISON, S. (1995). *Femmes entrepreneurs et dynamique entrepreneuriale : le cas de Madagascar*. Paris, France : AUPEL-UREF;
272. REBAH, A. (2006). *La minorité invisible*. Alger, Algérie : CASBAH;
273. REDIEN-COLLOT, R. (2006). Pour une approche genrée de l'entrepreneuriat. Académie de l'entrepreneuriat, réseau de recherche genre et entrepreneuriat. <https://www.thomas-legrain-conseil.com/blog/wp-content/documents/entrepreneuriat/pour-une-approche-genree-entrepreneuriat-academie-entrepreneurariat.pdf> ;
274. RICHER, F., ST-CYR, L. (2007). *L'entrepreneuriat féminin au Québec : dix études de cas*. Montréal, Canada: Les presses de l'université de Montréal ;
275. RICHOMME-HUET, K., D'ANDRIA, A. (2013). L'accompagnement entrepreneurial par et pour les mampreneurs, *Management international*, 17 (3), 100-111;
276. RIEBE, M. (2005). The leadership style of women entrepreneurs: an alternative model of successful management practices. 50th council for small business conference. Washington, USA, December 2005;
277. ROZENBAUM, M. (2004). *Inégalités entre les sexes et développement au Moyen-Orient et en Afrique du Nord : les femmes dans la sphère publique*. Paris, France: ESKA ;
278. RWENGE-MBURANO, J-R., NJERI, K., MAINA, L. (2013). Facteurs explicatifs de l'entrepreneuriat féminin en Afrique Sub-saharienne: Cameroun et Kenya. Rapport de Recherche du FR-CIEA N° 66/13. Dakar, OCTOBRE 2013;
279. SADI, N-S. (2005). *La privatisation des entreprises publiques en algerie : objectifs, modalites et enjeux*. Paris, France: L'Harmattan;
280. SAMMUT.S (2008). Variétés des formes d'accompagnement du créateur d'entreprises : quand la dimension interpersonnelle devient prégnante. <https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-01244223> Consulté le 12/06/2016;
281. SARASVATHY, S. D., DEW, N. (2005). New market creation through transformation. *Journal of evolutionary economics*, 15(5), 533-565. https://calhoun.nps.edu/bitstream/handle/10945/41240/dew_3deec52b31e8878ec3.pdf;sequence=4 ;
282. SARASVATHY, S., DEW, N. (2008). Effectuation and over-trust: debating goel and karri. *Entrepreneurship theory and practice*, 32(4), 727-737.
<https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/j.1540-6520.2008.00250.x> consulté le 21/02/2016;
283. SARASVATHY, S-D. (2001). Causation and effectuation: toward a theoretical shift from economic inevitability to entrepreneurial contingency. *Academy of management review*, 26(2), 243-263. https://www.unioldenburg.de/fileadmin/user_upload/wire/fachgebiete/entrepreneur/download/literatur/sarasvathy.pdf ;
284. SAWMA, S., LEVY/TADJINE, T. (2010). A propos de la désirabilité et de la faisabilité entrepreneuriale perçue par les jeunes femmes libanaises: une enquête exploratoire. <https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-00848336/document> consulté le 24/02/2015;
285. SELHAB, F A. (2009). Création de micro-entreprises pour femmes en situation d'exclusion dans l'algérois (TOUIZA-CIDEAL) in Genre et intégration économique des femmes dans les pays du Maghreb, Tunis, 5-7 Octobre 2009, p67
286. SELLAMI, M. (2006). L'intention entrepreneuriale des femmes algériennes: cas des universitaires d'Ouargla, Mémoire de magister en sciences économiques. Université d'Ouargla. https://bu.univ-ouargla.dz/SELLAMI_MOUNIRA.pdf?idthese=682;
287. SEVE, L'association des femmes algériennes chefs d'entreprise WWW.SEVE-DZ.ORG;

288. SHANE, S., VENKATARAMAN, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of management review*, 25 (1), 217-226.
<https://entrepreneurscommunicate.pbworks.com/f/shane%2520%252b%2520venkat%2520-%2520ent%2520as%2520field.pdf>;
289. SHAPERO, A., SOKOL, L. (1982). The social dimensions of entrepreneurship. *Encyclopedia of entrepreneurship*, 72-90. https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1497759 consulté le 21/02/2015;
290. SI-LEKHAL, K. (2012). Le financement des PME en Algérie : difficultés et perspectives. *Recherches économiques et managériale*, 12, Décembre 2012;
291. SIOMY, M. (2007). Développement de compétences des leaders en promotion de la culture entrepreneuriale et entrepreneuriat. Thèse de doctorat en sciences de gestion, Université Laval, Canada, 2007 ;
292. SLAMANI, R., MECHTOUR, R., REMINI, A. (2017). Développement de l'entrepreneuriat féminin en Algérie : identifications des facteurs de motivations. *Revue des sciences commerciales*, 16 (2), 71-86 ;
293. ST-CYR, L. (2001). Banque de données sur les entrepreneures québécoises.
https://www.economie.gouv.qc.ca/fileadmin/contenu/documents_soutien/gestion_entreprises/entrepreneuriat/rapport_banque_donnees_entrepreneures.pdf;
294. ST-CYR, L., GAGNON, S. (2003). Les entrepreneures québécoises: taille des entreprises et performance, 7^{Eme} Congrès international francophone en entrepreneuriat et PME (CIFEPME), Montpellier, 27-29 octobre.
<https://www.airepme.org/images/file/2004/081.pdf>;
295. TAHIR/METAICHE, F. (2013). Le profil de l'entrepreneuriat féminin en Algérie : une étude exploratoire, www.aei2013.ch/fr/documents/35_metaiche_aei2013.pdf consulté le 23/01/2015;
296. TAHIR-METAICHE, F.; BENDIABDELLAH, A. (2016). Les femmes entrepreneures en Algérie : savoir, vouloir et pouvoir!, *Marché et organisation*, 2(26), 219-240 ;
297. TALAHITE, F. (2009). Algérie, l'emploi féminin en transition, Colloque international inégalités et développement dans les pays méditerranéens, GDRI DREEM, Université de Galatasaray, Istanbul, Turquie, 21-23 MAI;
298. TAYA, Y. (2008). L'émergence des femmes dans le monde de l'entrepreneuriat en Algérie : opportunités, contraintes et perspectives ;
299. TESSA, A., GHEDDACHE, L. (2012). La création et la gestion d'entreprises par les femmes : étude exploratoire à partir de femmes entrepreneures de la wilaya de Tizi-Ouzou;
300. TOUNÉS, A. (2003). L'intention entrepreneuriale : une recherche comparative entre des étudiants suivant des formations en entrepreneuriat (bac+5) et des étudiants en DESSCAAE. Thèse de doctorat en sciences de gestion, université de Rouen, France ;
301. TOUNES, A., ASSALA, K. (2007). Influences culturelles sur les comportements managériaux des entrepreneurs algériens. 5^{Eme} congrès de l'académie de l'entrepreneuriat, Sherbrooke, Canada, octobre 2007 ;
302. UNESCO. (2012). Atlas mondial de l'égalité des genres dans l'éducation (Paris).
<http://www.uis.unesco.org/education/documents/unesco-gender-education-atlas-2012-fr.pdf> consulte le 17/03/2016;
303. UNESCO. (2015). Éducation pour tous 2000-2015: progrès et enjeux, rapport mondial de suivi sur l'éducation pour tous 2015 <http://unesdoc.unesco.org/images/0023/002324/232433f.pdf> consulte le 17/03/2016;
304. VALDIVIA, M. (2011). Training or technical assistance? a field experiment to learn what works to increase managerial capital for female entrepreneurs, http://siteresources.worldbank.org/intgender/resources/336003-1303333954789/final_report_bustraining_bm_march31.pdf consulté le 17/03/2016;
305. VALDIVIA, M. (2015). Business training plus for female entrepreneurship? Short and medium term experimental evidence from Peru. *Journal of development economics*, 113, 33-51
<https://ideas.repec.org/a/eee/deveco/v113y2015icp33-51.html> consulté le 17/02/2017;
306. VALEAU, P. (2006). L'accompagnement des entrepreneures durant les périodes de doute. *Revue de l'entrepreneuriat*, 5 (01), 12-28 ;
307. VERSTRAETE, T. (1997). Cartographie cognitive et accompagnement du créateur d'entreprise. *Revue internationale PME*, 10 (1);

308. VERSTRAETE, T. (2000). *Histoire d'entreprendre: les réalités de l'entrepreneuriat*. Paris, France: EMS management et société ;
309. VERSTRAETE, T., SAPORTA, B. (2006). *Création d'entreprises et entrepreneuriat*. Paris, France: L'ADREG ;
310. VERSTRAETE, T., FAYOLLE, A. (2005). Paradigmes et entrepreneuriat. *Revue de l'entrepreneuriat*, 4(1), 33-52 ;
311. VERSTRAETE, T., SAPORTA, B. (2006). *Création d'entreprises et entrepreneuriat*. Paris, France: L'ADREG;
312. VERSTREATE, T. (2003). Proposition d'un cadre théorique pour la recherche en entrepreneuriat. Paris, France: L'ADREG, <http://www.editions.adreg.net> consulte le 24/05/2015 ;
313. www.andi.dz (consulte le 11/05/2016).
314. www.angem.dz (consulte le 10/05/2016) ;
315. www.ansej.dz (consulte le 10/05/2016) ;
316. www.cnac.dz (consulte le 11/05/2016) ;
317. ZAMMAR, R. (2010). Initiation à l'entrepreneuriat. Centre d'études doctorales en sciences et technologies de Rabat (CEDESTR), 5-10 ;
318. ZOUITEN, J. (2009). L'entrepreneuriat féminin en Tunisie, Thèse de doctorat en sciences de gestion université du Sud, Toulon.

Annexes

Annexes n° 01 : Présentation de l'ANSEJ, CNAC et ANGEM

1. Présentation de la Caisse Nationale d'Assurance Chômage (CNAC)¹

1.1. Les missions de la CNAC

A. L'indemnisation du chômage

A partir de 1994, la CNAC met en application le régime juridique d'indemnisation du chômage au profit des travailleurs salariés ayant perdu involontairement leur emploi pour des motifs économiques.

Dès sa création la CNAC a pour mission principale l'indemnisation des chômeurs, elle a reçu 201505 travailleurs licenciés dont 189830 d'une allocation chômage, soit 94% du total des allocataires admis ont épuisé leurs droits à la fin 2006, les allocataires en situation de suspension de leurs droits, c'est-à-dire les allocataires ayant retrouvé un emploi en CDD ou maintenu dans les entreprises en voie de liquidation, sont au nombre de 5275, la plus grande partie des entrées à l'assurance chômage s'étant produite entre 1996 et 1999, période de mise en œuvre intensive des mesures prises par le PAS, une tendance à la baisse des effectifs des chômeurs inscrits à la CNAC s'est amorcée depuis.

B. Les mesures actives

A partir de 1998 et jusqu'en 2004, la CNAC a mis en œuvre les mesures actives destinées à la réinsertion des chômeurs allocataires, qui sont l'aide à la recherche d'emploi et l'aide au travail indépendant par un personnel spécialement recruté et formé par «les conseillers animateurs» dans des centres dotés d'infrastructures et d'équipements destinés à cette fin. C'est ainsi que les réalisations suivantes ont été enregistrées :

- 11583 ont été formés par les conseillers animateurs aux techniques de recherche d'emploi ;
- 2311 chômeurs ont été accompagnés dans la création de leur micro-entreprise ;
- 12780 chômeurs ont suivi, à partir de 1998, des formations leur permettant d'acquérir de nouvelles qualifications en vue d'accroître leurs chances de réinsertion dans la vie professionnelle.

Depuis 2004, en présence de faibles entrées à l'assurance chômage, l'activité de formation reconversion est en voie d'être réorientée vers les besoins des chômeurs promoteurs et les entreprises qui s'inscrivent dans les mesures de promotion de l'emploi.

✓ L'aide à la création d'activité pour les chômeurs promoteurs âgés de 35 à 50 ans

Dans le cadre du plan de soutien à la croissance économique (PSCE), la CNAC s'est employée, à partir de 2004, en priorité, à la mise en œuvre du dispositif de soutien à la création d'activité par les chômeurs promoteurs âgés de 35 à 50 ans et ce jusqu'à Juin 2010.

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

Dès 2010, de nouvelles dispositions ont permis à la population âgée de 30 à 50 ans d'accéder à ce dispositif offrant plusieurs avantages dont le montant global du seuil d'investissement qui est porté à 10 millions de DA au lieu de 5 millions de DA. Les promoteurs qui ont déjà leur activité peuvent augmenter leurs capacités de production de biens et de services.

¹ Exploitation des documents remis par la CNAC de Tizi-Ouzou

1.2. Les avantages accordés aux chômeurs promoteurs dans le dispositif CNAC

Deux catégories d'avantages sont accordées:

A. Avantages financiers

- La bonification du taux d'intérêt bancaire;
- Le prêt non rémunéré de la CNAC;

B. Avantages fiscaux

• Au titre de la phase de réalisation

- exemption du droit de mutation à titre onéreux pour les acquisitions immobilières effectuées dans le cadre de la création d'une activité industrielle ;
- exemption des droits d'enseignement des actes constitutifs de sociétés ;
- franchise de TVA pour les acquisitions de biens d'équipement et services entrant directement dans la réalisation de l'investissement ;
- application du taux réduit de 5% en matière de droits de douane pour les équipements importés en entrant directement dans la réalisation de l'investissement importé et entrant directement dans la réalisation de l'investissement.

• Au titre de la phase d'exploitation

Pour une période de 3 ans, à compter de l'exercice au cours duquel a débuté l'activité, le chômeur promoteur bénéficie des avantages suivants :

- Exonération de la taxe sur l'activité professionnelle (TAP) ;
- Exonération de l'impôt sur le revenu global (IRG) ou l'impôt sur les bénéfices des sociétés (IBS) ;
- Exonération de la taxe sur les propriétés bâties.

1.3. Les nouvelles mesures d'application des décisions du conseil des ministres 22/02/2011

A. Abaissement du niveau des fonds propres

- 1% du montant global de l'investissement lorsque celui-ci est inférieur ou égale à 5 millions de dinars ;
- 2% du montant global de l'investissement lorsque celui-ci est supérieur à 5 millions de dinars et inférieur à 10 millions de dinars.

B. Augmentation du niveau du prêt non rémunéré (PNR)

- 29% du montant global de l'investissement lorsque celui-ci est supérieur à 5 millions de dinars ;
- 28% du montant global de l'investissement lorsque celui-ci est supérieur à 5 millions de dinars et inférieur à 10 millions de dinars.

C. Octroi d'un PNR supplémentaire « véhicule atelier »

- **Montant du PNR** : cinq cent mille dinars (500.000DA) ;
- **Bénéficiaires** : destinés aux chômeurs promoteurs du système de formation professionnelle, plomberie, électricité bâtiment, chauffage, climatisation, peinture bâtiment, vitrerie et mécanique automobile.

Remarque : ce PNR supplémentaire est accordé exclusivement en phase de création, lorsque le chômeur promoteur sollicite un financement bancaire.

D. Octroi d'un PNR supplémentaire « location »

- Montant du PNR : 500.000DA ;

- Objet du PNR : pour la location d'un local destiné à abriter l'exercice sédentaire et n'ayant pas opté pour le PNR « véhicule atelier » et le PNR « cabinet groupé ».

E. Octroi d'un PNR supplémentaire « cabinet groupé »

- Montant du PNR : jusqu'à 1 million de dinars ;
- **Bénéficiaires** : destinés aux chômeurs promoteurs diplômés, universitaires, dans le domaine : médical ; auxiliaire de justice ; d'expertise comptable ; de commissariats aux comptes ; de commissariats aux rapports ; de bureaux d'étude et de suivi relevant des secteurs du bâtiment, des travaux publics et de l'hydraulique.
- Objet du PNR : pour la location d'un local destiné à servir de cabinet médical, d'architecte, d'avocat ou autre.

F. L'élargissement de la bonification du taux d'intérêt bancaire

En mesure des bonifications déjà accordées, fixées à :

- 80% du taux débiteur appliqué par les banques au titre des investissements, en création ou en extension, réalisé dans les secteurs bâtiments, des travaux publics et de l'industrie de transformation ;
- Ce taux est porté à 95% lorsque ces investissements sont situés dans les wilayas des hauts plateaux et du sud ;
- 60% du taux débiteur appliqué par les banques au titre des investissements, en création ou en extension, réalisés dans tous les autres secteurs d'activités ;
- Ce taux est porté à 80% lorsque ces investissements sont situés dans les wilayas des hauts plateaux et du sud.

G. Extension des périodes de différé du remboursement des crédits bancaires et des intérêts

Cette mesure est destinée aux promoteurs sollicitant un financement bancaire en création et en extension de leurs activités.

- Différé de trois années du remboursement du principal du crédit bancaire ;
- Différé d'une année du remboursement des intérêts du crédit bancaire ;
- La durée du remboursement du crédit bancaire ne saurait être inférieure à 8 ans dont 3 ans de différé ;
- S'agissant des risques crédits des investissements, un fonds de garantie accompagne les banques partenaires et couvre les créances restant dues en principal et les intérêts à hauteur de 70%.

H. Réserve d'un minimum de 20% de la commande publique locale aux micro entreprises

Cette mesure est destinée aux promoteurs soumissionnant pour une commande publique locale.

I. Fiscalisation progressive

- Intégration d'une période de 3 ans durant laquelle la micro entreprise évoluera graduellement vers une fiscalisation totale à l'issue de la période d'exonération ;
- Date d'effet : date de promulgation de la loi de finance complémentaire pour 2011.

1.3.1. Les conditions d'éligibilité²

- Etre âgé de trente (30) à cinquante (50) ans ;
- Résidant en Algérie ;
- Ne pas occuper un emploi rémunéré au moment de l'introduction de la demande d'aide ;
- Etre inscrit auprès des services de l'Agence Nationale de l'Emploi (ANEM) depuis au moins un(1) mois comme demandeur d'emploi, ou être allocataire de la Caisse Nationale d'Assurance Chômage (CNAC) ;
- Avoir une qualification professionnelle et/ ou posséder un savoir-faire en rapport avec l'activité projetée ;
- Pouvoir mobiliser des capacités financières suffisantes pour participer au financement du projet ;
- Ne pas exercer une activité pour son propre compte depuis au moins douze (12) mois ;
- Ne pas bénéficier d'une mesure d'aide au titre de la création d'activités ;
- Le montant maximum des investissements prévu par ce dispositif est de dix (10) millions de dinars.

2. Présentation de l'Agence Nationale de Soutien à l'Emploi des Jeunes ANSEJ³

Créée en 1996, en application des dispositions de l'ordonnance n°96-14 du 24 juin 1996 et en raison de l'échec du dispositif d'insertion professionnel de jeunes, l'ANSEJ est une institution publique, c'est un organisme à caractère spécifique régie par les dispositions du décret exécutif n°96-296 du 8 septembre 1996.

Devenu opérationnel depuis le deuxième semestre 1997, il est chargé de l'encouragement, du soutien et de l'accompagnement des jeunes chômeurs porteurs d'idées de projets de création d'entreprises. A travers les étapes de création et d'extension de son entreprise, le jeune promoteur bénéficie :

I. Les objectifs de l'ANSEJ

Les objectifs de l'ANSEJ sont :

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

II. Les missions de l'ANSEJ

Les missions du dispositif ANSEJ sont :

- Soutenir, conseiller et accompagner les jeunes promoteurs à la création d'activités.
- Mettre à la disposition des jeunes promoteurs toute information économique, technique, législative et réglementaire relative à leurs activités.
- Développer des relations avec les différents partenaires du dispositif (banques, impôts, CNAS et CASNOS, etc.).

² Prospectus CNAC «chômeurs âgés de 30 à 50ans prenez votre destin en main avec l'aide de la CNAC et entrez le monde de travail et création d'activité et d'entreprise».

³<http://www.ansej.org.dz> consulté le 23 MAI 2016.

Annexes

- Développer un partenariat intersectoriel pour l'identification des opportunités d'investissement – divers secteurs.
- Assurer une formation sur la technique de gestion de la micro-entreprise au profit des jeunes promoteurs.
- Encourager toute autre forme d'actions et de mesures pour la promotion de la création et l'extension d'activité.

III. Les conditions d'éligibilité

Lors de la création de leurs activités, le ou les jeunes promoteurs doivent pour le bénéfice de l'aide du fonds national de soutien à l'emploi des jeunes, remplir les conditions suivantes:

- Etre âgé (s) de 19 à 35 ans. Lorsque l'investissement génère au moins trois (3) emplois permanents (y compris les jeunes promoteurs associés dans l'entreprise) l'âge limite du gérant de l'entreprise créée pourra être porté à quarante (40) ans;
- Etre titulaire d'un diplôme, d'une qualification professionnelle et/ou posséder un savoir – faire reconnu;
- Mobiliser un apport personnel sous forme de fonds propres qui varie selon le type de financement et le niveau de l'investissement;
- Ne pas occuper un emploi rémunéré au moment de l'introduction du formulaire d'inscription pour bénéficier de l'aide;
- Etre inscrit auprès des services de l'Agence Nationale de l'Emploi comme chômeur demandeur d'emploi;
- Ne pas être inscrit au niveau d'un centre de formation, institut ou université au moment de l'introduction de la demande d'aide, sauf s'il s'agit d'un perfectionnement dans son activité;
- Ne pas avoir bénéficié d'une mesure d'aide au titre de la création d'activité.

IV. Les conditions d'extension des capacités de production

Le bénéfice des aides et avantages en phase extension, est soumis aux conditions suivantes:

- Avoir dépassé la période des avantages fiscaux liés à la phase création ;
- Avoir remboursé 70% du crédit bancaire et 50 % du prêt non rémunéré (PNR) dans le cadre du financement triangulaire. Cette condition doit être vérifiée même pour les promoteurs dont l'échéancier n'a pas atteint ce niveau de remboursement (paiement par anticipation);
- Avoir remboursé 100% du prêt non rémunéré (PNR), dans le cadre du financement mixte;
- Avoir remboursé la totalité du crédit bancaire initial en cas de changement de banque ou de type de financement du triangulaire vers le mixte;
- Être à jour de ses remboursements du Crédit à Moyen Terme (CMT) et du prêt non rémunéré (PNR);

Pour les cas où le remboursement a déjà dépassé les pourcentages exigés ci-dessus

- Présenter les trois derniers bilans;
- Disposer de la totalité des équipements essentiels à l'activité initialement acquis.

Annexes

V. Montant de l'investissement

Le montant maximum de l'investissement est de dix Millions de Dinars (10.000.000 DA), pour chacune des phases : création ou extension.

VI. Les modalités de financements

Le dispositif prévoit deux modes de financement :

- Le financement triangulaire;
- Le financement mixte.

1. Financement triangulaire

Le financement triangulaire est constitué de :

- L'apport personnel du jeune promoteur;
- Un Prêt non rémunéré de l'ANSEJ (PNR);
- Un Crédit bancaire bonifié à 100% pour tous les secteurs d'activités, garanti par le Fonds de Caution Mutuelle de Garantie Risques/Crédits Jeunes Promoteurs.

La structure financière de ce type de financement est la suivante

Niveau 1

Montant de l'investissement	Prêt non rémunéré (ANSEJ)	Apport personnel	Crédit bancaire
Jusqu'à 5.000.000DA	29 %	1%	% 70

Niveau 2

Montant de l'investissement	Prêt non rémunéré (ANSEJ)	Apport personnel	Crédit bancaire
De 5.000.001 DA à 10.000.000 DA	28 %	2%	% 70

2. Le financement mixte

Le financement mixte est constitué de :

- L'apport personnel du jeune promoteur;
- Le prêt non rémunéré de l'ANSEJ (PNR);

La structure financière de ce type de financement est la suivante

Niveau 1

Montant de l'investissement	Prêt non rémunéré(ANSEJ)	Apport personnel
Jusqu'à 5.000.000DA	29 %	% 71

Niveau 2

Montant de l'investissement	Prêt non rémunéré(ANSEJ)	Apport personnel
De 5.000.001 DA à 10.000.000 DA	28 %	% 72

VII. Les prêts non rémunérés supplémentaires

En sus du prêt non rémunéré (PNR) classique, d'autres prêts non rémunérés sont accordés, si nécessaire, aux jeunes promoteurs, sous forme d'aide financière :

Annexes

1. Prêt Non Rémunéré « Location » (PNR-LO)

Ce prêt est d'un montant de cinq cent mille dinars (500 000 DA) remboursable, il est accordé aux promoteurs pour la prise en charge du loyer du local ou du poste à quai au niveau des ports, destiné à abriter l'activité projetée.

Il est accordé exclusivement aux promoteurs sollicitant un financement triangulaire et en phase de création d'activité, à l'exception des activités non sédentaires et des activités dédiées aux cabinets groupés.

Ne peut bénéficier de ce prêt :

- Les jeunes porteurs de projets d'activités non sédentaires ;
- Les jeunes porteurs de projets d'activités à créer dans le cadre des cabinets groupés ;
- Lorsque le propriétaire du local est un conjoint ou ascendant du promoteur.

2. Prêt Non Rémunéré « Cabinet Groupé » (PNR-CG)

- Il est accordé aux diplômés de l'enseignement supérieur, d'un montant qui ne saurait dépasser un (1) million de dinars remboursable, pour la prise en charge du loyer des locaux destinés à la création de cabinets groupés.
- Il est accordé exclusivement aux promoteurs sollicitant un financement triangulaire et en phase de création d'activité.
- Il n'est pas accordé, lorsque le propriétaire du local est un conjoint ou ascendant du promoteur.
- On entend par cabinet groupé l'association de deux (02) projets minimums, occupant le même local, présentés par des jeunes promoteurs, exerçant dans le même domaine d'activité relevant des professions : médical, auxiliaires de justice, expertise comptable, commissariat aux comptes, comptables agréés, bureaux d'études et de suivi relevant des secteurs du bâtiment, des travaux publics et de l'hydraulique.

3. Prêt Non Rémunéré « Véhicule Atelier » (PNR-VA)

Il est accordé exclusivement aux jeunes promoteurs diplômés de la formation professionnelle, d'un montant de cinq cent mille dinars (500.000 DA) remboursable, destiné à l'acquisition d'un véhicule atelier, pour l'exercice des activités non sédentaires de : plomberie, électricité bâtiment, chauffage, climatisation, vitrerie, peinture-bâtiment, mécanique automobile, et ce, pour un financement triangulaire en phase de création.

Aides financières et avantages fiscaux accordés par le dispositif

VIII. Les Aides financières et avantages fiscaux accordés par le dispositif

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

1. Aides financières

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

2. Avantages Fiscaux

2.1. Durant la phase de réalisation de l'investissement

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

- Exonération des droits en matière d'enregistrement pour les actes constitutifs de sociétés.
- Application du taux réduit de 5% en matière de droits de douane pour les équipements entrant directement dans la réalisation de l'investissement.

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

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

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

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

- Un abattement d'impôt sur le revenu global (IRG) ou l'impôt sur les bénéfices des sociétés (IBS), selon le cas, ainsi que sur la taxe sur l'activité professionnelle (TAP) à l'issue de la période d'exonération, pendant les trois premières années d'imposition comme suit :
- 1^{er} année d'imposition : un abattement de 70%;
- 2^{ème} année d'imposition : un abattement de 50%;
- 3^{ème} année d'imposition : un abattement de 25%.

IX. Parcours de création de la micro-entreprise

L'Agence organise des journées d'information afin de sensibiliser et d'informer les jeunes sur les avantages accordés par le dispositif ANSEJ.

1. L'idée de projet

L'idée du projet doit être en cohérence avec les qualifications (diplômante /qualifiantes) et les capacités du promoteur pour sa réalisation.

2. Accueil et orientation

Le promoteur se rapproche de l'annexe la plus proche de son lieu de résidence pour s'informer sur le dispositif et sur les démarches de création d'une micro-entreprise.

3. Inscription

L'inscription du promoteur au niveau de l'Agence Nationale de Soutien à l'Emploi des jeunes ANSEJ, se fait exclusivement sur la base d'un imprimé appelé «formulaire d'inscription», à télécharger du site web de l'ANSEJ. Ce n'est qu'à partir de 2014 que cette procédure est mise en vigueur.

4. Etude du projet et plan d'affaires

Après le renseignement du formulaire et l'inscription, le promoteur, assisté de son accompagnateur, élabore un plan d'affaires sur la base de l'étude du projet, contenant :

- Les équipements à acquérir; ici les orientations de l'accompagnateur ne concerne point la qualité des équipements.
- L'implantation du projet et l'environnement de la future micro- entreprise;
- L'étude de marché; (remarque : cette étude est rarement faite dans les normes)
- Les choix techniques ;
- La ressource humaine ;
- L'étude financière.

5. Présentation du projet au Comité de Sélection, de Validation et de Financement des projets (CSVF)

Le promoteur doit présenter son projet au niveau du CSVF pour étude et prise de décision par une validation, un ajournement ou un rejet :

- Cas de validation : dépôt du dossier administratif et financier dans un délai ne dépassant pas sept (07) jours.
- Cas d'ajournement : levée des réserves émises par le comité et représentation du projet.
- Cas de rejet : possibilité de présenter un recours dans un délai de quinze (15) jours après notification de la décision de rejet du comité.

6. Etablissement et remise de l'attestation d'éligibilité ou de conformité

7. Accord bancaire

Le dossier est déposé au niveau de la banque par le représentant de l'ANSEJ pour l'obtention de l'accord bancaire.

Cette étape concerne exclusivement le financement triangulaire.

8. Création juridique de la micro-entreprise

- Création juridique de la micro-entreprise.
- Ouverture d'un compte bancaire et versement de l'apport personnel.

9. Formation du promoteur

Avant le financement du projet, le promoteur doit obligatoirement suivre une formation sur les techniques de gestion de sa micro-entreprise, assurée en interne par les formateurs de l'ANSEJ.

10. Financement du projet

Après la création juridique de la micro-entreprise, la formation du promoteur, l'établissement de la décision d'octroi d'avantages fiscaux et aides financières en phase réalisation, la signature du cahier des charges, la signature de la convention de prêt et la signature des billets à ordre, l'ANSEJ procède au financement du projet du promoteur.

11. Réalisation du projet

Après le financement du projet, le promoteur doit acquérir ses équipements sur la base de deux ordres d'enlèvement de chèques (10% à la commande et 90% après l'acquisition du matériel.

12. Entrée en exploitation de l'activité

Les services de l'ANSEJ procèdent à une visite sur site pour confirmer l'entrée en exploitation de la micro-entreprise avant la délivrance de la décision d'octroi d'avantages en phase exploitation.

3. Présentation de l'Agence Nationale de Gestion du Microcrédit ANGEM⁴

Pour les projets de plus faible envergure un autre dispositif, plus accessible a été mis en place plus récemment à travers l'ANGEM

L'Agence Nationale de Gestion du Micro Crédit, créée par le décret exécutif N°:04-14 du 22/01/2004⁵, représente un outil de lutte contre le chômage et la précarité visant le développement des capacités individuelles des personnes à s'auto prendre en charge en créant leur propre activité.

2.1. Les missions et objectifs de L'ANGEM

A. Objectifs globaux

- **La lutte contre le chômage et la précarité** dans les zones urbaines et rurales, en favorisant l'auto-emploi, le travail à domicile et les activités artisanales et de métiers, en particulier chez la population féminine;
- **La stabilisation des populations** rurales dans ses zones d'origine par l'émergence d'activité économique, culturelles, de production de biens et services, génératrices de ressources ;
- **Le développement de l'esprit d'entrepreneuriat** qui remplacerait celui d'assistanat, et aider ainsi à l'intégration sociales à l'épanouissement individuel des personnes.

B. Les missions

- Gérer le dispositif du microcrédit conformément à la législation et la réglementation en vigueur ;
- Soutenir, conseiller et accompagner les bénéficiaires du micro crédit dans la mise en œuvre de leurs activités ;
- Notifier aux bénéficiaires dont les projets sont éligibles au dispositif, les différentes aides qui leur sont accordées ;
- Assurer le suivi des activités réalisées par les bénéficiaires en veillant au respect des clauses des cahiers des charges qui les lient à l'agence ;
- Assister les bénéficiaires du micro crédit en cas de besoin auprès des institutions et organismes concernés par la mise en œuvre de leurs projets ;

2.2. Le Fond de Garantie Mutuelle des Micros Crédits (FGMMC)

En application de l'article 9 du décret présidentiel du 22 janvier 2004 relatif au dispositif du micro crédit, la couverture des risques découlant du non remboursement des crédits bancaires est assuré par le fonds de Garantie mutuelle des micro crédits (FGMMC). Ce fonds de garantie a été institué par le décret exécutif n°04-16 du 22 janvier 2004 portant création et fixant le statut du fonds de Garantie Mutuelle des micros crédits, il a pour objet de garantir le micro crédits accordés par les banques et les établissements financiers.

S'agissant de ses ressources, elles sont constituées de l'apport du trésor public des banques et des Etablissements financiers ainsi que le l'apport de l'ANGEM. «Les ressources du fonds sont alimentées également par les cotisations des promoteurs»

Le Fonds de Garantie est également subrogé dans les droits des banques et établissements financiers compte tenu des échéances remboursées. Sur le plan organisationnel, Le Fonds de Garantie est placé sous l'autorité de la directrice générale de l'ANGEM, assistée d'un

⁴ Exploitation des prospectus remis par le dispositif ANGEM de la wilaya de Tizi-Ouzou

⁵ Décret exécutif n° 04-14 du 22Janvier 2004 portant création et fixant le statut de l'agence nationale de gestion du microcrédit.

secrétariat permanent qui est représenté au niveau de toutes les wilayas du pays, le personnel du Fonds de Garantie a engagé depuis 2005 des démarches en direction des promoteurs de l'ancien dispositif qui n'ont pas remboursé les crédits à la Banque National d'Algérie (BNA), ces actions ont permis à cette banque de recouvrer un taux de demeure entendu que ces actions se poursuivent jusqu'à ce jour.

Actuellement, le Fonds de signé Garantie a des conventions avec les banques publiques pour la garantie des crédits bancaires accordés aux nouveaux promoteurs. Le Fonds Garantie et les banques ont mis en place les modalités et les procédures nécessaires de remboursement des sinistres couverts par la garantie.

2.3.Le dispositif du micro crédit

Le micro crédit vise l'intégration économique et sociale des populations ciblées à travers la création d'activités de production de biens et de services, il est destiné aux femmes au foyer et aux citoyens sans revenus ou disposant de revenus instables et irréguliers.

Les types de microcrédits accordés sont les suivants :

- Jusqu'à 40.000 DA sans intérêt pour le financement de matières premières : remboursement sur 24 mois avec 3 mois de différé ;
- De 40.001 à 100.000 DA sans intérêts pour l'acquisition et l'achat de matières premières sur présentation d'un devis quantitatif et estimatif ;
- Jusqu'à 1.000.000 DA sur la base d'un financement triangulaire ANGEM (29% sans intérêt)-Banque (70% avec intérêts bonifiés à 80%)-Promoteur (1%);

Il couvre les coûts liés à : L'acquisition de petits équipements, matériel et outillage, matériel roulant; les petits travaux d'aménagement de locaux ou agricoles; la marchandise pour les activités commerciales, le fonds de roulement nécessaire au démarrage de l'activité; l'assurance; les frais préliminaires.

2.4.Les modes de financement et les délais de remboursement

L'ANGEM gère dans le cadre du micro crédit deux formes de financement allant du petit prêt de service (PNR financé par l'ANGEM avec un plafond de (100 000.00Da) Jusqu'au prêt plus important (ne dépassant pas 1 000 000.00 Da) faisant appel à un montage financier avec une banque. Chaque formule de financement de par ses spécificités, permet de financer certaines activités et intéresse par la même une population particulière

A. Le financement mixte (ANGEM-Promoteur)

Le prêt non rémunéré (PNR) tel que défini dans l'article 11 du décret exécutif n°04-15 du 22 janvier 2004, est octroyé au promoteur emprunteur au titre de l'achat de matière première. Ce prêt est accordé pour un petit projet de transformation, sur la base d'une étude techno-économique simplifiée et d'un justificatif de l'apport sur la base personnelle (1) (10% du coût global du projet minimum) le prêt non rémunéré pour l'achat de matière première est octroyé à hauteur de quatre-vingt-dix pourcent (90%) maximum. Le promoteur devra s'inscrire auprès de la chambre de l'artisanat.

Mais avec les nouvelles mesures, le prêt non rémunéré (PNR) Pour l'achat de matière première est fixé à 100% du coût global du projet qui ne saurait dépasser 100.000DA.

Annexes

B. Le financement triangulaire (Banque-ANGEM-Promoteur)

Conformément aux articles 3, 11 et 12 du décret n°04-15 du 22 janvier 2004. «Ce financement concerne les projets dont le montant est supérieur à quatre cents mille dinars (400 000.00DA)» il est structuré comme suit :

- L'apport personnel est de cinq pourcent (5%) minimum ;
- Le prêt non rémunéré (PNR) est de vingt-cinq pourcent (25%) maximum ;
- Le crédit à moyen terme (CMT) est de soixante-dix pourcent (70%) maximum.

Dans le cas où le projet est situé dans une zone spécifique (Sud et Hauts plateaux) ou que le promoteur est détenteur d'un diplôme ou d'un titre équivalent reconnu, le taux de participation au montage financier des partenaires aux financements est le suivant :

- L'apport personnel est de trois pourcent (3%) ;
- Le prêt non rémunéré (PNR) est vingt-sept pourcent (27%) maximum ;
- Le crédit à moyen terme (CMT) est de soixante-dix pourcent (70%) maximum

Actuellement pour ce type de financement (financement triangulaire), le cout du projet ne saurait dépasser 1.000.000, l'apport personnel est 1%, le crédit bancaire représente (70%) et le prêt non rémunéré (PNR) représente 29%, l'intérêt est évalué de 5% à 20% du taux commercial.

Le tableau ci-après présente un récapitulatif des deux programmes de financement dans le dispositif ANGEM

Tableau n° 1: Tableau récapitulatif des deux programmes de financement

Taille de projet	Profil du promoteur	Apport personnel	Crédit personnel	PNR	Taux de Bonification
Ne dépasse pas 100.000DA	Tout profil (acquisition de la matière première)	0%	-	100%	-
Ne dépasse pas 1000.000 DA	Autres profil	1%	70%	29%	5% taux commercial Zones spécifiques (sud et haut plateaux))
	Autres profils	1%	70%	29%	20% du taux commercial (autres zones

Source : Exploitation des prospectus ANGEM de Tizi-Ouzou

C. Autre aides accordées

Les aides accordées s'accompagnent en outre :

- D'une exonération de l'IRG pendant 5 ans (10 ans pour l'activité d'artisanat traditionnel) ;
- D'une exonération de la taxe sur l'activité professionnelle (TAP) pendant 3 ans.

2.5. Les conditions d'éligibilité sont :

- Etre âgé de 18 ans et plus et capable d'exercer une activité ;
- Sans revenus ou disposant de petits revenus instables et irréguliers ;
- Avoir une résidence fixe ;
- Posséder un savoir-faire ou une qualification avérée en relation avec l'activité projetée ;

S'agissant d'une création d'activité de production de biens et services il faut en outre :

- Ne pas avoir bénéficié d'une autre aide à la création d'activités ;

Annexes

- Mobiliser un apport personnel égal à 1% du coût global de l'activité ;
- Verser les cotisations au Fonds de garantie mutuelle des microcrédits (0,5% du crédit bancaire).

Pour le choix des créneaux à investir, la cellule d'accompagnement de l'ANGEM située au niveau de chaque daïra, dispose d'une base de données lui permettant de conseiller le promoteur sur les opportunités d'activité ou sur les secteurs saturés

Annexes

Annexes n° 02: Les données officielles de l'ANSEJ, CNAC et ANGEM de la wilaya de Tizi-Ouzou

I. Caisse Nationale d'Assurance Chômage (CNAC) de Tizi-Ouzou

1. Evolution des projets créés CNAC par secteur d'activité et par genre

Situation arrêtée au 30/06/2017

Secteur d'activité	Nombre de projets créés													
	2004		2005		2006		2007		2008		2009		2010	
	H	F	H	F	H	F	H	F	H	F	H	F	H	F
artisanat	0	0	13	0	11	04	10	0	4	0	4	1	1	8
industrie	0	0	10	01	20	03	17	6	20	0	29	5	42	8
services	1	0	79	04	69	04	66	8	46	6	106	8	369	12
bâtiment	0	0	12	0	24	01	28	0	27	0	41	0	73	0
Travaux P/H	0	0	02	0	01	0	0	0	0	0	1	0	0	0
Agriculture	0	0	01	0	03	0	1	0	4	0	3	0	10	3
Total	1	0	117	05	128	12	122	14	101	6	184	14	495	31

Secteur d'activité	Nombre de projets créés															
	2011		2012		2013		2014		2015		2016		2017		Total	Total
	H	F	H	F	H	F	H	F	H	F	H	F	H	F	H	F
artisanat	4	2	24	15	37	18	82	25	99	58	74	25	9	9	372	165
Industrie	29	29	111	70	164	83	178	127	113	62	56	23	11	2	800	419
services	701	62	1139	87	1446	95	877	99	298	21	97	32	19	6	5313	444
bâtiment	72	0	170	1	165	1	239	3	127	0	67	0	8	0	1053	6
Travaux P/H	1	0	1	0	0	0	4	0	2	0	2	0	0	0	14	0
Agriculture	17	6	65	11	95	12	107	29	108	16	96	14	21	1	531	92
Total	824	99	1510	184	1907	209	1487	283	747	157	392	94	68	18	8083	1126

Annexes

2. Evolution des emplois créés

Année Secteur d'activité	Nombre d'emplois créés													
	2004		2005		2006		2007		2008		2009		2010	
	H	F	H	F	H	F	H	F	H	F	H	F	H	F
artisanat	0	0	28	0	28	9	42	0	8	0	8	3	3	37
industrie	0	0	24	2	59	7	52	0	94	0	94	24	141	21
services	2	0	118	4	124	5	121	7	158	7	158	30	540	14
bâtiment	0	0	55	0	111	1	163	0	181	0	181	0	294	0
travaux P/H	0	0	9	0	3	0	0	0	9	0	9	0	0	0
agriculture	0	0	1	0	8	0	2	0	4	0	4	0	30	3
Total	2	0	235	6	333	22	380	7	454	7	454	57	1008	75

Année Secteur d'activité	Nombre d'emplois créés															
	2011		2012		2013		2014		2015		2016		2017		Total	Total
	H	F	H	F	H	F	H	F	H	F	H	F	H	F	H	M
artisanat	21	4	82	60	142	62	306	104	370	236	193	133	24	48	1260	696
industrie	113	92	455	138	495	233	602	378	380	243	162	80	30	10	2667	1266
services	855	108	1415	122	1633	112	1071	182	386	47	200	62	47	9	6786	714
bâtiment	343	0	585	1	529	1	848	9	467	1	250	0	29	0	3984	13
travaux P/H	6	0	4	0	0	0	18	0	10	0	11	0	0	0	70	0
agriculture	23	12	120	16	168	19	244	44	221	22	200	19	41	1	1073	136
Total	1361	216	2661	337	2967	427	3089	717	1834	549	1016	294	171	68	15840	2825

Annexes

1. La répartition par commune et par secteurs d'activité des bénéficiaires CNAC, cumule arrêté au 31/06/2017

COMMUNES	Agriculture	BTPH	Industrie	Transport	Artisanat	Services
IFLISSEN	2	0	5	1	5	0
MIZRANA	2	0	2	0	3	0
TIGZIRT	0	0	2	1	1	6
AIT CHAFFAA	0	0	1	0	0	0
AGHRIB	5	0	2	0	1	1
ZEKRI	2	0	0	0	0	0
TIMIZART	5	0	9	0	6	1
AKERROU	0	0	0	0	0	0
BOUDJIMA	3	0	14	1	6	4
MAKOUDA	6	0	9	2	5	3
FREHA	2	0	6	0	1	7
SIDI NAAMANE	4	0	3	1	1	4
AZAZGA	3	0	10	4	8	24
OUAGUENOUN	4	0	15	6	9	16
YAKOUREN	0	0	3	1	1	0
AIT AISSA MIMOUN	6	0	29	3	7	7
TADMAIT	1	0	7	0	3	6
TIZI OUZOU	4	3	94	25	36	160
DRAA BEN KHEDDA	0	1	17	3	7	22
MEKLA	1	0	10	0	2	5
SOUAMAA	0	0	0	0	0	2
AIT KHELILI	0	0	0	0	0	0

Annexes

IDJEUR	1	0	0	1	0	2
TIZI RACHED	3	0	15	0	1	8
TIRMITINE	1	0	2	0	1	4
IRDJEN	0	0	10	0	1	1
IFIGHA	2	0	1	1	1	1
BENI AISSI	3	0	1	1	2	1
AIT YAHIA MOUSSA	0	0	1	0	0	2
AIT OUMALOU	0	0	5	1	1	3
LARBA NAIT IRATHEN	1	0	13	2	5	7
BENI ZMENZER	1	0	7	0	4	2
BENI DOUALA	2	0	11	1	3	7
BOUZGUEN	3	0	9	0	2	7
MKIRA	0	0	6	0	0	1
AIT AGGOUACHA	0	0	1	0	1	0
MAATKA	0	0	8	2	1	1
SOUK EL TENINE	0	0	4	1	3	1
AIT YAHIA	0	0	2	0	0	3
AIT MAHMOUD	0	0	6	1	3	3
ILOULA OUMALOU	3	0	2	0	0	3
AIN ZAOUIA	2	0	5	0	0	2
TIZI GHENIF	1	0	3	0	2	2
IMSOUHAL	0	0	1	1	0	0
DRAA EL MIZAN	0	0	7	0	5	8
BENI YENNI	1	0	2	1	2	0
AIN EL HAMMAM	1	0	2	1	0	8
OUADHIA	3	0	10	2	3	1

Annexes

TIZI NTHLETA	1	0	5	0	1	1
BENI ZIKI	0	0	0	0	0	0
IFERHOUNENE	2	0	4	1	0	4
MECHTRASS	1	0	1	0	0	3
BOGHNI	1	1	12	0	5	7
AIT TOUDERT	0	0	2	0	1	2
ABI YUCEF	0	0	0	0	0	1
IBOUDRAREN	1	0	3	0	1	0
OUACIF	1	0	5	0	6	0
YATAFEN	0	0	0	0	0	0
AKBIL	2	0	3	1	1	0
AIT BOUADOU	1	0	3	0	0	1
AGHNI GOUGHRAN	0	0	0	0	0	0
ILLILTEN	0	0	0	1	2	2
ASSI YUCEF	0	0	2	0	2	1
FRIKAT	0	0	0	0	0	0
BOUNOUH	1	0	1	0	0	0
AIT BOUMAHDI	0	0	0	0	1	0
AZEFFOUN	0	0	0	1	0	2

Annexes

II. Agence Nationale de Soutien à l'Emploi des Jeunes (ANSEJ) de Tizi-Ouzou

1. Evolution des projets ANSEJ financés par secteur d'activité et par genre

Situation arrêtée au 31/12/2016

Année Secteur d'activité	Nombre De projets financés													
	2011		2012		2013		2014		2015		2016		Total	Total
	H	F	H	F	H	F	H	F	H	F	H	F	H	F
services	494	55	523	92	720	129	522	106	343	132	129	57	2731	571
agriculture	94	7	185	12	310	24	266	27	221	17	65	6	1141	93
industrie	261	42	350	49	353	60	276	57	217	50	78	12	1535	270
BTPH	591	8	660	6	680	7	581	8	435	9	128	6	3075	44
artisanat	66	11	108	18	168	32	88	8	47	10	14	7	491	86
Total	1506	123	1826	177	2231	252	1733	206	1263	218	414	88	8973	1064

2. Evolution des emplois créés

Année Secteur d'activité	Nombre d'emplois													
	2011		2012		2013		2014		2015		2016		Total	Total
	H	F	H	F	H	F	H	F	H	F	H	F	H	F
services	1150	154	1024	254	1475	363	1100	293	889	349	332	137	5970	1550
agriculture	244	16	392	44	762	61	667	70	615	52	165	16	2845	259
industrie	744	127	959	163	1056	203	818	196	643	161	217	34	4437	884
BTPH	1630	29	1697	32	1873	27	1589	28	1233	35	372	14	8394	165
artisanat	169	28	305	50	484	107	232	26	129	32	37	18	1356	261
Total	3937	354	4377	543	5650	761	4406	613	3509	629	1123	219	23002	3119

Annexes

2. La répartition par commune du nombre de gérantes femmes et du nombre de postes d'emplois créés dans le cadre du dispositif ANSEJ, cumule arrêté au 31/12/2016

COMMUNES	Nombre de gérant femmes	somme du nombre d'emplois
IFLISSEN	10	39
MIZRANA	2	5
TIGZIRT	32	85
AIT CHAFFAA	0	0
AGHRIB	13	36
ZEKRI	1	3
TIMIZART	20	71
AKERROU	3	11
BOUDJIMA	7	23
MAKOUDA	27	76
FREHA	32	94
SIDI NAAMANE	6	17
AZAZGA	86	240
OUAGUENOUN	46	141
YAKOUREN	11	33
AIT AISSA MIMOUN	23	77
TADMAIT	13	46
TIZI OUZOU	278	756
DRAA BEN KHEDDA	39	114
MEKLA	14	43
SOUAMAA	3	9
AIT KHELILI	4	11
IDJEUR	1	3
TIZI RACHED	15	47

Annexes

TIRMITINE	11	40
IRDJEN	8	22
IFIGHA	3	7
BENI AISSI	5	18
AIT YAHIA MOUSSA	3	7
AIT OUMALOU	4	10
LARBA NAIT IRATHEN	22	59
BENI ZMENZER	12	36
BENI DOUALA	17	20
BOUZGUEN	17	57
MKIRA	9	27
AIT AGGOUACHA	4	11
MAATKA	19	52
SOUK EL TENINE	7	25
AIT YAHIA	6	18
AIT MAHMOUD	1	4
ILOULA OUMALOU	6	17
AIN ZAOUIA	10	31
TIZI GHENIF	21	55
IMSOUHAL	5	15
DRAA EL MIZAN	43	125
BENI YENNI	2	7
AIN EL HAMMAM	15	42
OUADHIA	16	45
TIZI NTHLETA	7	19
BENI ZIKI	0	0
IFERHOUNENE	4	13

Annexes

MECHTRASS	10	32
BOGHNI	24	70
AIT TOUDERT	6	17
ABI YUCEF	4	15
IBOUDRAREN	5	15
OUACIF	6	22
YATAFEN	0	0
AKBIL	6	17
AIT BOUADOU	3	10
AGHNI GOUGHRAN	2	6
ILLILTEN	3	11
ASSI YUCEF	11	38
FRIKAT	3	10
BOUNOUH	2	6
AIT BOUMAHDI	3	10
AZEFFOUN	13	40

Annexes

III. Agence Nationale de Gestion du Microcrédit (ANGEM) de Tizi-Ouzou

1. Situation cumulée depuis 01/07/2011 au 30/12/2016

Secteur d'activité	Nombre de d'activités financées		Total	Emplois Générés
	Femmes	Hommes		
- Agriculture	2001	2468	4469	6603
- Très Petite Industrie	1041	65	1106	3847
- BTP	643	284	927	1479
- Services	180	1165	1345	1542
- Artisanat	1857	1161	3018	4190
- Commerce	3939	244	4183	4191
- Pêche	32	253	285	285
Totaux	9693	5640	15333	22137

- **Financement -PNR Projet : Financement triangulaire (ANGEM -Banque-Promoteur) situation cumulée depuis 01/07/2011 au 30/12/2016**

Secteur d'activité	Nombre de projets financés (PNR)
	Femmes
- Agriculture	160
- Très Petite Industrie	94
- BTP	58
- Services	16
- Artisanat	167
- Commerce	354
- Pêche	3
Totaux	852

Annexes

- 2011-2012 (01/06/2011 au 31/12/2012)

Secteur d'activité	Nombre de d'activités financées		Total
	Femmes	Hommes	
- Agriculture	934	1629	2563
- Pêche	0	0	0
- Très petite industrie	311	42	353
- BTP	1	171	172
- Services	252	436	688
- Artisanat	3082	135	3217
- Commerce	2	33	35
Totaux	4582	2446	7028
	7028		

2013

Secteur d'activité	Nombre de d'activités financées		Total
	Femmes	Hommes	
- Agriculture	489	432	921
- Très Petite Industrie	875	42	917
- BTP	0	121	121
- Services	113	576	689
- Artisanat	621	51	672
- Pêche	0	0	0
commerce	5	47	52
Totaux	2103	1269	3372
	3372		

Annexes

*** 2014**

a- Financement -PNR AMP:

Secteur d'activité	Demande		Nombre de dossiers éligibles			Nombre de dossiers financés			Montant des projets financés	Nombre d'emplois créés
	Femmes	Hommes	Femmes	Hommes	Total	Femmes	Hommes	Total		
Agriculture	161	111	191	109	300	145	102	247	11559617,00	300
Pêche	0	5	0	0	0	0	0	0	0,00	0
TP. Industrie	423	15	102	7	109	103	6	109	4720000,00	136
BTP	0	23	1	21	22	0	13	13	700000,00	16
Services	33	16	50	20	70	33	15	48	2760000,00	58
Artisanat	233	16	495	16	511	237	12	249	11580000,00	328
Total	850	186	839	173	1012	518	148	666	31319617,00	838
Total Général	1036		1012			666				

b-Financement -PNR Projet : Financement triangulaire(ANGEM -Banque-Promoteur)

Annuel arrêté au juin 2014

Secteur d'activité	Demande		Nombre de dossiers éligibles			Nombre de dossiers financés				Nombre d'emplois créés
	Femmes	Hommes	Femmes	Hommes	Total	Femmes	Hommes	Total		
Agriculture	8	39	7	40	47	2	9	11	2698233,67	18
Pêche	0	7	0	7	7	0	0	0	0,00	0
TP. Industrie	106	37	117	45	162	18	18	36	4618392,38	69
BTP	0	169	0	203	203	0	31	31	7703231,89	126
Services	93	522	91	523	614	14	224	238	52847298,05	430
Artisanat	34	11	33	13	46	10	8	18	1890568,77	37
Commerce	30	143	31	183	214	4	50	54	12126025,02	89
Total	271	928	279	1014	1293	48	340	388	81883749,78	769
Total Général	1199		1293			388				

Annexes

b/Formation des promoteurs:

Annuel arrêté au juin 2014

Type de formation	Nombre de promoteurs formés			Coût global des formations	Observation
	Femmes	Hommes	Total		
Formation des promoteurs à la Gestion de Très Petites Entreprises "GTPE"	49	172	221	104649,37	
Formation des promoteurs -Programme de Formation à l'Education Financière Global	136	41	177	66322,00	
Tests de Validation des Aquis Professionnels "VAP"	182	125	307	0,00	
Autres formations	0	0	0	0,00	
Total	367	338	705	170971,37	

Secteur d'activité	Nombre de d'activités financées		Total
	Femmes	Hommes	
- Agriculture	253	196	449
- Pêche	0	4	4
- Très petite industrie	218	17	235
- BTP	0	102	102
- Services	99	510	609
- Artisanat	630	20	650
- Commerce	11	128	139
Totaux	1211	977	2188
	2188		

Annexes

*** 2015**

Secteur d'activité	Nombre de d'activités financées		Total
	Femmes	Hommes	
- Agriculture	248	142	390
- Très Petite Industrie	166	19	185
- BTP	1	88	89
- Services	65	259	324
- Artisanat	830	21	851
- Commerce	10	79	89
- Pêche	0	4	4
Totaux	1320	612	1932

***2016**

Secteur d'activité	Nombre de dossiers financés		Total
	Femmes	Hommes	
Agriculture	77	69	146
Pêche	0	0	0
TP. Industrie	113	16	129
BTP	1	57	58
Services	55	143	198
Artisanat	217	10	227
Commerce	14	41	55
Total	477	336	813
Total Général	813		

Annexes

***2017**

Secteur d'activité	Nombre de d'activités financées		Total	Montant total
	Femmes	Hommes		
- Agriculture	146	130	276	21854551,83
- Très Petite Industrie	176	37	213	24075943,79
- BTP	0	64	64	12257325,1
- Services	56	69	125	21958997,51
- Artisanat	522	23	545	29401724,09
- Commerce	22	25	47	11706248,3
- Pêche	0	6	6	1698117
Totaux	922	354	1276	122952907,6

Annexes

Annexes n° 03 : Les données officielles de la CAM de Tizi-Ouzou 2017

République Algérienne Démocratique et Populaire
Ministère de l'Aménagement du Territoire,
du Tourisme et de l'Artisanat
Chambre de l'Artisanat et des Métiers
TIZI-OUZOU



Statistiques au 30 Juin 2017



Nombre total d'artisans **exerçants**

Les trois Domaines d'Artisanat :

- Artisanat d'Art et traditionnel
- Artisanat de production de biens
- Artisanat des services

Total = 1 203 1

- Nombre d'artisans des métiers d'Art et traditionnel = **4153** (34,51%)
- Nombre d'artisans des métiers de production de biens = **1396** (11,61%)
- Nombre d'artisans des métiers des services = **6482** (53,88 %)

Nombre de Femmes

Les trois catégories d'Artisanat :

- Artisanat d'Art et traditionnel
- Artisanat de production de biens
- Artisanat des services

Total = 3999

33,24 %



N o m b r e d ' H o m m e s

Les trois catégories d'Artisanat :

- Artisanat d'Art et traditionnel
- Artisanat de production de biens
- Artisanat des services

Total = 8 0 3 2

6 6 . 7 6 %

NOMBRE DE BENEFICIAIRES DES FORMATIONS DE CRÉATION ET GESTION D'ENTREPRISES « B.I.T »

Jusqu'au 30 Juin 2017

1130

Formation CREE (Comment Créer votre Entreprise) = **281**

Formation GERME (gérez Mieux votre Entreprise) = **454**

Formation TRIE (Trouvez l'Idée de votre Entreprise) = **284**

Formation GET AHEAD

(Aller de l'Avant pour la Femme Entrepreneur et Porteuse de Projet) = **99**

Formation IYES

(Améliorer vos compétences d'expositions) = **12**

Annexes

Annexes n° 04: Questionnaire

République Algérienne Démocratique et Populaire

Ministère de l'enseignement supérieur et de la recherche scientifique

UNIVERSITE MOULOUD MAMMERI DE TIZI-OUZOU

Enquête sur l'émergence de l'entrepreneuriat féminin et son accompagnement, par les dispositifs ANSEJ, ANGEM et CNCA dans la wilaya de Tizi-Ouzou

Décembre 2016

Préparation d'une thèse de doctorat 3^{ème} cycle en sciences économiques, intitulée : « **L'émergence de l'entrepreneuriat féminin «Formel»: Analyse de ses incidences socio-économiques et limites de son accompagnement (Cas : ANSEJ, CNAC et ANGEM de Tizi-Ouzou)** », dans le but de connaître le profil des femmes entrepreneures qui sollicitent les dispositifs d'aide à la création d'entreprises (ANSEJ, ANGEM et CNAC), les raisons qui les poussent à recourir à ces dispositifs, l'accompagnement qui leur accordé, ainsi que l'incidence socio-économique de cet entrepreneuriat dans la wilaya de Tizi-Ouzou.

Les données recueillies seront exploitées pour des fins scientifiques. L'anonymat sera de mise.

I. Profil de la femme entrepreneure

- 1. Quel âge avez-vous?**
- 2. Quelle est votre situation matrimoniale ?**
 - A. Célibataire**
 - B. Mariée**
 - C. Divorcée**
 - D. Veuve**
- 3. Avez-vous des enfants à charge ?**
 - A. Oui**
 - B. Non**

Annexes

4. Quel est votre niveau de scolarisation ?

- A. Primaire
- B. Secondaire
- C. Moyen
- D. Supérieur
- E. Formation professionnelle

Si autre, précisez

5. Avez-vous déjà exercé des activités professionnelles avant la création de votre entreprise ?

- A. Oui
- B. Non

Si Oui, combien d'années d'expérience avez-vous eu ?

	Nombre d'années
Dans un domaine en rapport avec votre activité actuelle	
Dans un autre domaine d'activité	

6. Quel était votre statut avant la création de votre entreprise ?

- A. Dirigeante d'une autre entreprise
- B. Salariée
- C. Fonctionnaire
- D. Etudiante
- E. En chômage
- F. A la retraite
- G. Femme au foyer

Si autre, précisez

7. Depuis quand êtes-vous chef d'entreprise ?

8. Avez-vous une expérience en matière de création d'entreprise ?

(Vous pouvez cocher plusieurs cases)

Annexes

- A. Vous êtes issue d'une famille d'entrepreneur
- B. Une personne de votre entourage est entrepreneur

9. Votre entreprise est-elle issue, d'une ?

- A. Création ex-nihilo (nouvelle création)
- B. Reprise (entreprise familiale)
- C. réactivation

10. Quelles sont les raisons pour lesquelles vous êtes devenues chef d'entreprise ?

(Vous pouvez cocher plusieurs cases)

- A. Relever un défi
- B. Flexibilité (en terme horaire)
- C. Concilier vie professionnelle et vie familiale
- D. Désire de reconnaissance sociale
- E. Etre autonome
- F. Saisir une opportunité d'affaire
- G. Echapper au chômage
- H. Insatisfaction dans l'emploi précédant
- I. Motivation sociale
- J. Désire d'enrichissement matériel
- K. Autre,

Si autre précisez

II. Identification de l'entreprise

1. Dans quel secteur s'inscrit votre activité ?

- A. Agriculture
- B. Industrie
- C. BTPH
- D. Services
- E. Artisanat
- F. Commerce
- G. Autre

Si autre, précisez

Annexes

2. Comment avez-vous déterminé le choix du secteur d'activité ?

(Vous pouvez cocher plusieurs cases)

- A. Des conseils du dispositif sollicité
- B. Des conseils des amis ou de la famille
- C. Une évaluation des opportunités présentes dans l'environnement
- D. Du diplôme acquis
- E. Expériences antérieures dans le domaine
- F. Autre

Si autre, précisez

3. Depuis quand votre entreprise existe-t-elle ?

4. Dans quelle commune se trouve votre entreprise ?

5. Le siège social de votre entreprise est-il prêt de votre domicile ?

- A. Oui
- B. Non

6. La forme juridique de votre entreprise

- A. SARL
- B. SNC
- C. EURL
- D. SPA
- E. Autres

Si autre, précisez

7. Quelles sont les sources de financement initiales de votre entreprise ?

(Vous pouvez cocher plusieurs cases)

- A. Autofinancement (épargne personnelle)
- B. Prêts famille/amis
- C. Prêts du conjoint
- D. Dons

Annexes

- E. héritage
- F. Emprunt bancaire
- G. Autre

Si autre, précisez

8. Quel est l'effectif de votre entreprise ?

Au démarrage	
Actuellement	

9. Quel est le style de management de votre entreprise

Management horizontal (Participatif)	
Management vertical	

III. HISTOIRE DE LA FEMME ENTREPRENEURE AVEC LE DISPOSITIF SOLLICITE

1. Quels dispositifs d'aide à la création d'entreprise connaissez-vous ?

(Vous pouvez cocher plusieurs cases)

- A. ANSEJ
- B. ANGEM
- C. CNAC
- D. Autre

Si autre, précisez

2. Que pensez-vous des dispositifs mis en place par les pouvoirs publics pour faciliter la création d'entreprises ?

3. L'existence de ces dispositifs a-t-elle influencé votre choix d'entreprendre ?

- A. Oui
- B. Non

Annexes

4. Si ces dispositifs n'existaient pas, est ce que vous serez tentés de créer votre entreprise ?

- A. Oui
- B. Non

5. Avez-vous bénéficié d'aide de l'un de ces dispositifs

- A. Oui
- B. Non

Si c'est oui, quel est le dispositif sollicité ?

6. Comment ce dispositif vous a-t-il aidé ?

7. Quel type de financement avait sollicité

- A. Financement mixte (promoteur-dispositif)
- B. Financement triangulaire (promoteur-dispositif-banque)

8. Vous avez sollicité le dispositif pour

(Vous pouvez cocher plusieurs cases)

- A. Avoir des conseils, formation et suivi
- B. Rechercher des financements
- C. Rechercher des avantages fiscaux et parafiscaux
- D. Diminuer le risque lié à l'activité de création d'entreprise
- E. Autre

Si autre, précisez

9. Classez les aides du dispositif sollicité selon l'ordre d'importance

- A. Crédit sans intérêt
- B. Bonification du taux d'intérêt
- C. Aides fiscales et parafiscales en phase de réalisation du projet
- D. Aides fiscales et parafiscales en phase d'exploitation du projet

Annexes

10. Classez par niveau d'efficacité, les services offerts par le dispositif sollicité (du plus efficace au moins efficace)

- A. La diffusion des informations qui concernent les subventions octroyés
- B. Le suivi post-crétation
- C. Recherche de fonds propres
- D. Organisation des salons d'exposition
- E. Formation des entrepreneurs
- F. Présentation des conseils réglementaires

11. D'après vous, bénéficier seulement des avantages financiers, fiscaux et parafiscaux, est-il suffisant pour créer une entreprise ?

- A. Oui
- B. Non

12. Les organismes et institutions mis en place pour la promotion de l'investissement privé, vous aident ils suffisamment ? (ceci en plus des crédits octroyés à la création)

- A. Oui
- B. Non

Si non, quelles sont vos attentes ?

13. Comment jugez-vous l'accompagnement accordé par le dispositif sollicité ?

- A. Excellent
- B. Bon
- C. Moyen

14. Quels sont les obstacles les plus contraignants rencontrés après la création de votre entreprise ?

(Vous pouvez cocher plusieurs cases)

- A. Le manque de crédit
- B. La fiscalité et les charges sociales
- C. La concurrence (y compris déloyale)
- D. L'approvisionnement en matière première
- E. L'écoulement des produits
- F. Autre

Annexes

Si autre, précisez

15. Quelles sont les principales difficultés auxquelles vous êtes confrontés lors de la création de votre entreprise ?

(Vous pouvez cocher plusieurs cases)

- A.** Les lenteurs administratives et les contraintes réglementaires
- B.** Les sources de financements (accès et coût du crédit)
- C.** Le manque d'information
- D.** L'accès au foncier
- E.** Autre

Si autre, précisez

IV. L'apport de l'entreprise à son milieu d'implantation

16. Parmi les facteurs suivants, lesquels vous ont incité à vous localiser dans la wilaya de Tizi-Ouzou ?

(Vous pouvez cocher plusieurs cases)

- A.** Raisons personnelles et attachement sentimental à la région
- B.** Disponibilité d'une main d'œuvre qualifiée
- C.** Création d'emploi pour la région
- D.** Proximité de la famille
- E.** Facilité d'accès à l'information
- F.** Autre

Si autre, précisez

17. Le recrutement de votre main d'œuvre se fait?

(Vous pouvez cocher plusieurs cases)

- A.** Dans la wilaya de Tizi-Ouzou
- B.** Hors de la wilaya de Tizi-Ouzou

18. Quel est le mode de recrutement de votre main d'œuvre ?

(Vous pouvez cocher plusieurs cases)

- A. Les membres de la famille
- B. Relations amicales ou voisinage
- C. Recommandation des membres de la famille
- D. Contact du bureau de main d'œuvre
- E. Contact directs des demandeurs d'emplois
- F. Annonce dans la presse ou par affichage
- G. Autre

Si autre, précisez

19. Quelle est la destination de vos produits ?

(Vous pouvez cocher plusieurs cases)

- A. La wilaya de Tizi-Ouzou
- B. Hors la wilaya de Tizi-Ouzou

V. La femme et l'entrepreneuriat

1. Selon vous, quelles sont les principales qualités d'une chef d'entreprise ?

(Vous pouvez cocher plusieurs cases)

- A. Energie et dynamisme
- B. Confiance en soi
- C. Persévérance
- D. Capacité à résoudre les problèmes
- E. Acceptation de l'échec
- F. Disponibilité à prendre des risques
- G. Avoir de la chance
- H. Saisir les opportunités
- I. Bonne connaissance en gestion
- J. Bonne connaissance de son métier
- K. Capacité à organiser, diriger et manager
- L. Avoir de l'empathie
- M. Etre rigoureuse et disciplinée
- N. Ouverture à l'innovation
- O. Autre

Annexes

Si autre, précisez

2. Avez-vous des connaissances préalables en entrepreneuriat ?

- A. Oui
- B. Non

3. Avez-vous suivi une formation dédiée aux créateurs d'entreprise ?

- A. Oui
- B. Non

Si oui, quelles sont ses formations ?

(Vous pouvez cocher plusieurs cases)

- A. Formation en techniques de gestion
- B. Gestion financière et audit
- C. Marketing et techniques commerciales
- D. Administration
- E. Autre

Si autre, précisez

4. Que signifie pour vous le métier d'entrepreneur ?

5. Que pensez-vous des femmes entrepreneures ?

6. Existe-t-il une femme entrepreneure dans votre milieu ?

- A. Oui
- B. Non

Si oui, vous a-t-elle influencé pour vous lancer en entrepreneuriat ?

- A. Oui
- B. Non

7. La création de votre entreprise vous a permis de :

(Vous pouvez cocher plusieurs réponses)

- A. Palier au problème d'harcèlement (au travail, sexuel...)
- B. Devenir riche

Annexes

- C. Echapper au chômage
- D. Etre indépendante et autonome
- E. Avoir plus de confiance en soi
- F. Développer vos compétences et innover
- G. Autre

Si autre, précisez

8. Etant femme entrepreneure ; qu'est-ce que vous avez apporté à votre milieu ?

(Vous pouvez cocher plusieurs cases)

- A. Réduction du chômage dans la région
- B. Réduction de la pauvreté
- C. Incitation des autres femmes à entreprendre
- D. Diminution de la discrimination des femmes
- E. Autres

Si autre, précisez

9. Comment évaluez-vous, chacun des thèmes suivants ?

	Très facile	facile	difficile	Très difficile
Financer l'entreprise				
Faire les formalités administratives				
Gérer l'entreprise				
Choisir la forme de la société				
Trouver des clients				
Trouver des fournisseurs				
Trouver un local				
Assurer la charge de travail				
Organiser la vie familiale et vie professionnelle				
Manager et organiser l'entreprise				
Relation avec le conjoint et les enfants				
Relation avec la famille				
Relation avec l'entourage				

Annexes

10. Faites-vous partie d'un réseau ou d'une organisation ?

	Oui	Non
Organisation professionnelle		
Mouvement associatif		
L'association Savoir et Vouloir Entreprendre (SEVE)		
Le Réseau Algérien de Femmes d'Affaires (RAFA).		
L'association algérienne des femmes managers et entrepreneures (AME)		
L'association « femme active »		
L'association pour la jeunesse innovatrice et de l'environnement (AJIE)		
L'association des femmes entrepreneures de la WTO		
Autre		

Si autre, précisez

Annexe N° 5 : Tableaux de l'enquête de terrain.

5.1. Les tableaux de l'enquête de terrain ANSEJ 2017

Tableau 34: Situation matrimoniale des femmes entrepreneures enquêtées

Situation matrimoniale	Nombre de femmes	
	Effectif	Pourcentage
Célibataire	6	24
Mariée	18	72
Veuve	0	0
Divorcée	1	4
Total	25	100

Source : Résultats de l'enquête ANSEJ 2017

Tableau 35: Répartition par commune des entreprises enquêtées

Commune	Répartition ¹ urbain/rural	Nombre d'entreprises enquêtées	Secteur d'activité des entreprises enquêtées
TIZI-OUZOU	PU	13	Industrie (2), BTPH (2), et services (9)
OUADHIA	PU	3	Industrie (1), artisanat (1) et service (1)
AIT AISSA MIMOUN	MI	2	Service (2)
AKBIL	TR	2	Artisanat (1) et agriculture (1)
OUACIF	TR	1	Agriculture (1)
BOUZEGUENE	PU	1	Service (1)
DRAA BEN KHEDA	PU	1	Industrie (1)
TIGZIRT	MI	1	Service (1)
MAATKAS	PU	1	Artisanat (1)

Source : Résultats de l'enquête ANSEJ 2017

Tableau 36: Impact du dispositif ANSEJ sur la situation socioprofessionnelle de ses bénéficiaires

	Effectif	Pourcentage (%)
Contribution de l'ANSEJ à la réduction du chômage et à la création d'emploi		
Oui	23	92
Non	2	7
Contribution à l'augmentation du revenu		
Oui	18	72
Non	7	28
Impact sur le Statut de la femme entrepreneure au sein de la société		
Oui	12	48
non	13	52

Source : Résultats de l'enquête ANSEJ 2017

¹ Pour pouvoir répartir les communes en zone urbaine et zone rurale, nous avons utilisé le document de l'armature urbaine en Algérie (ONS, 2008).

Prédominance urbaine (PU): si la part de la population vivant dans les zones Urbaines est supérieure à 75%;
Communes mixtes (MI): si la part de la population vivant dans les zones Urbaines se situe entre 45% et 75%;
Prédominance rurale (PR): si la part de la population vivant dans les zones Urbaines est inférieure à 45%
Totalelement rurale (T.R): si la part de la population vivant dans la zone Rurale est à 100%.

Le tableau 37: Influence du dispositif ANSEJ sur le choix des femmes à entreprendre

Influence du dispositif ANSEJ en amont de l'entrepreneuriat	Effectif	Pourcentage (%)
Oui	18	72
Non	7	28

Source : Résultats de l'enquête ANSEJ 2017

Tableau 38: Les raisons du recours des femmes au dispositif ANSEJ

Les raisons	Effectif	Pourcentage
Avoir des conseils, formation et suivi	3	6
Rechercher des financements	23	46
Rechercher des avantages fiscaux et parafiscaux	10	20
Diminuer le risque lié à la création d'entreprises	14	28
Total	50	100

Source : Résultats de l'enquête ANSEJ 2017

Tableau 39: Les obstacles rencontrés par les promotrices ANSEJ lors de la création de leurs entreprises

Obstacles rencontrés	Effectif	Pourcentage
Non réponses	0	0
Les lenteurs administratives et bureaucratiques	21	42
L'accès aux sources de financement	12	24
Le manque d'information	7	14
L'accès à un Local	9	18
Total	50	100

Source : Résultats de l'enquête ANSEJ 2017

Tableau 40: les obstacles rencontrés par les bénéficiaires ANSEJ après la création de leurs entreprises

Obstacles rencontrés	Effectif	Pourcentage
Non réponses	1	3,6
Le manque de crédit	2	7,2
La fiscalité et les charges sociales	6	21,4
La concurrence	12	42,8
L'approvisionnement en matière première	3	10,7
L'écoulement des produits	4	14,3
Total	28	100

Source : Résultats de l'enquête ANSEJ 2017

Tableau 41: Constat sur la qualité de l'accompagnement accordé par l'ANSEJ à ses bénéficiaires

	Effectif	Pourcentage
L'accompagnement accordé par le dispositif sollicité		
Assez bon	14	56
Bon	6	24
Pas bon	5	20
La satisfaction des services rendus		
Moyenne	13	52
Non	7	28
Oui	5	20

Source : Résultats de l'enquête ANSEJ 2017

Tableau 42: Effet de l'entrepreneuriat sur la situation de la femme entrepreneure

Apport de l'entrepreneuriat aux femmes entrepreneures	Effectif	Pourcentage
Palier aux problèmes d'harcèlement (au travail)	8	15,69
Avoir un revenu	11	21,56
Echapper au chômage	13	25,50
Etre indépendante et autonome	6	11,76
Avoir plus de confiance en soi	5	9,80
Développer ses compétences et innover	8	15,69
Total	51	100

Source : Résultats de l'enquête ANSEJ 2017

Tableau 43: L'apport des entreprises féminines ANSEJ dans leurs milieux de localisation

Contribution de l'entreprise dans son milieu d'implantation	Effectif	Pourcentage
Réduction du chômage dans la région	12	40
Réduction de la pauvreté	3	10
Incitation des autres femmes à entreprendre	8	26,66
Diminution de la discrimination des femmes	7	23,33
Total	30	100

Source : Résultats de l'enquête ANSEJ 2017

5.2. Les tableaux de l'enquête de terrain CNAC 2017

Tableau 44: Situation matrimoniale des femmes entrepreneures enquêtées

Situation matrimoniale	Nombre de femmes	
	Effectif	Pourcentage
Célibataire	2	5,4
Mariée	32	86,5
Veuve	0	0
Divorcée	3	8,1
Total	37	100

Source : Résultats de l'enquête CNAC 2017

Tableau 45: Niveau de scolarisation de la femme entrepreneure du dispositif CNAC

Niveau de scolarisation	Effectifs	Pourcentage
Primaire	0	0
Moyen	8	21,6
Secondaire	10	27
Universitaire	12	32,4
Formation professionnelle	7	18,9
Total	37	100

Source : Résultats de l'enquête CNAC 2017

Tableau 46: Expériences professionnelle des bénéficiaires CNAC

Activité professionnelle	Effectif	Pourcentage
Non repenses	0	0
Oui	23	62,16
Non	14	37,84
Total	37	100

Source : Résultats de l'enquête CNAC 2017

Tableau 47: statut professionnel de la femme entrepreneure en amont de la création de son entreprise

Statut professionnel	Effectif	Pourcentage
Dirigeante d'une entreprise	5	13,5
Salariée	17	45,9
Fonctionnaire	1	2,7
Etudiante	4	10,8
En chômage	4	10,8
A la retraite	0	0
Femme au foyer	6	16,3
Total	37	100

Source : Résultats de l'enquête CNAC 2017

Tableau 48: Le milieu de la femme entrepreneure CNAC

Milieu familial	Effectif	Pourcentage
Non réponse	0	0
issue d'une famille d'entrepreneurs	17	45,9
Non issue d'une famille d'entrepreneurs	20	54,1
Total	37	100

Source : Résultats de l'enquête CNAC 2017

Tableau 49: les motivations à la création d'entreprises par les promotrices CNAC

Les motivations	Effectifs	Pourcentage
Relever un défi	2	1,7
Flexibilité en terme horaire	11	9,6
Concilier vie professionnelle et vie familiale	18	15,8
Désir de reconnaissance sociale	5	4,4
Réaliser un rêve	0	0
Etre autonome	20	17,7
Saisir une opportunité d'affaire	10	8,8
Echapper au chômage	15	13,1
Insatisfaction dans l'emploi précédent	12	10,5
Désir d'enrichissement matériel	21	18,4
Motivation sociale	0	0
Total	114	100

Source : Résultats de l'enquête CNAC 2017

Tableau 50: Le secteur d'activité des entreprises enquêtées

Secteur d'activité	Effectif	Pourcentage
Agriculture	3	8,1
Industrie	5	13,5
BTP	4	10,8
Services	15	40,6
Artisanat	10	27
Total	37	100

Source : Résultats de l'enquête CNAC 2017

Tableau 51: Détermination du choix du secteur d'activité

Détermination du choix du secteur d'activité	Effectif	Pourcentage
Des conseils du dispositif sollicité	0	0
Des conseils des amis ou de la famille	6	16,3
Des opportunités présentent dans l'environnement	5	13,5
Du diplôme acquis	12	32,4
Expérience antérieure dans le domaine	14	37,8
Total	37	100

Source : Résultats de l'enquête CNAC 2017

Tableau 52: Répartition par commune des entreprises enquêtées

Commune	Répartition urbain/rural	Nombre d'entreprises Enquêtées	Secteur d'activité des entreprises enquêtées
TIZI-OUZOU	PU	6	Industrie (1), BTPH (2), artisanat (1) et services (2)
BOGHNI	PU	3	BTPH (1), industrie(1), services (1)
LARBAA-NATH-IRATHEN	PR	3	Industrie (1), artisanat (1), service (1)
SOUK-EL-THENINE	PU	3	Industrie (1), service (1), artisanat (1)
OUADHIA	PU	3	Agriculture (1), artisanat(2)
OUAGUENOUN	PR	3	Industrie (1), agriculture (1), service (1)
ILOULA- OUMALOU	TR	2	Agriculture (1), service (1)
TADMAIT	MI	2	Service (2)
TIZI-N'TLETA	PU	2	Artisanat (1), service (1)
IRDJEN	MI	2	Service (1), artisanat (1)
TIGZIRT	MI	2	Service (1), artisanat(1)
TIZI-RACHED	PR	2	Artisanat (1), service (1)
FRIKAT	TR	2	BTPH (1), service (1)
AIT-OUDDERT	TR	1	Service (1)
AKBIL	TR	1	Artisanat (1)

Source : Résultats de l'enquête CNAC 2017

Tableau 53: Les sources de financement des entreprises enquêtées

Source de financement	Effectif	Pourcentage
Non réponses	0	0
Autofinancement (épargne personnelles)	20	54
Prêts famille/amis	17	46
Dons et/héritage	0	0
Emprunt bancaire	0	0
Total	25	100

Source : Résultats de l'enquête CNAC 2017

Tableau 54: Impact du dispositif CNAC sur la situation socioprofessionnelle de ses bénéficiaires

	Effectif	Pourcentage (%)
Contribution de la CNAC à la réduction du chômage et à la création d'emploi		
Oui	37	100
Non	0	0
Contribution à l'augmentation du revenu		
Oui	33	89,2
Non	4	10,8
Impact sur le Statut de la femme entrepreneure au sein de la société		
Oui	20	54
non	17	46

Source : Résultats de l'enquête CNAC 2017

Tableau 55: Influence du dispositif CNAC sur le choix des femmes à entreprendre

Influence du dispositif ANSEJ en amont de l'entrepreneuriat	Effectif	Pourcentage (%)
Oui	21	56,76
Non	16	43,24

Source : Résultats de l'enquête CNAC 2017

Tableau 56: les raisons du recours des femmes au dispositif CNAC

Les raisons	Effectif	Pourcentage
Avoir des conseils, formation et suivi	6	8,7
Rechercher de financement	29	42
Rechercher des avantages fiscaux et parafiscaux	24	34,8
Diminuer le risque lié à la création d'entreprises	10	14,5
Total	69	100

Source : Résultats de l'enquête CNAC 2017

Tableau 57: Les obstacles rencontrés par les promotrices CNAC lors de la création de leurs entreprises

Obstacles rencontrés	Effectif	Pourcentage
Non réponses	0	0
Les lenteurs administratives et bureaucratiques	34	50
L'accès aux sources de financement	15	22
Le manque d'information	7	10,3
L'accès à un Local	12	17,7
Total	68	100

Source : Résultats de l'enquête CNAC 2017

Tableau 58: Les obstacles rencontrés par les bénéficiaires CNAC après la création de leurs entreprises

Obstacles rencontrés	Effectif	Pourcentage
Non réponses	0	0
Le manque de crédit	2	3,3
La fiscalité et les charges sociales	10	16,7
La concurrence	30	50
L’approvisionnement en matière première	10	16,7
L’écoulement des produits	8	13,3
Total	60	100

Source : Résultats de l’enquête CNAC 2017

Tableau 59: Constat sur la qualité de l’accompagnement accordé par La CNAC à ses bénéficiaires

	Effectif	Pourcentage
L’accompagnement accordé par le dispositif sollicité		
Assez bon	11	29,7
Bon	20	54
Pas bon	6	16,3
La satisfaction des services rendus		
Moyenne	22	59,5
Non	5	13,5
Oui	10	27

Source : Résultats de l’enquête CNAC 2017

Tableau 60: Qualité recommandées pour une cheffe d’entreprise

Qualité d’une chef d’entreprise	Effectif	Pourcentage
Energie et dynamisme	33	14,8
Confiance en soi	28	12,5
Persévérance	24	10,8
Capacité à résoudre les problèmes	20	9
Acceptation de l’échec	15	6,7
Disponibilité à prendre des risques	13	5,8
Bonne connaissance en gestion	12	5,4
Saisir les opportunités	13	5,8
Avoir de la chance	10	4,5
Capacité à organiser, diriger et manager	14	6,3
Avoir de l’empathie	4	1,8
Etre rigoureuse et disciplinée	16	7,2
Ouverture à l’innovation	21	9,4
Total	223	100

Source : Résultats de l’enquête CNAC 2017

Tableau 61 : Effet de l’entrepreneuriat sur la situation de la femme entrepreneure

Apport de l’entrepreneuriat aux femmes entrepreneures	Effectif	Pourcentage
Palier aux problèmes d’harcèlement (au travail)	13	17,6
Avoir un revenu	16	21,6
Echapper au chômage	14	18,9
Etre indépendante et autonome	15	20,3
Avoir plus de confiance en soi	6	8,1
Développer ses compétences et innover	10	13,5
Total	74	100

Source : Résultats de l’enquête CNAC 2017

Tableau 62: l'apport des entreprises féminines CNAC dans leurs milieux de localisation²

Contribution de l'entreprise dans son milieu d'implantation	Effectif	Pourcentage
Réduction du chômage dans la région	33	52,4
Réduction de la pauvreté	6	9,5
Incitation des autres femmes à entreprendre	14	22,2
Diminution de la discrimination des femmes	10	15,9
Total	63	100

Source : Résultats de l'enquête CNAC 2017

Tableau 63: Evaluation de la situation de l'entreprise sur plusieurs plans

	Très facile	Facile	Très difficile	Difficile
Financer l'entreprise	0	22	8	7
Faire les formalités administratives	0	2	23	11
Choisir la forme de la société	30	7	0	0
Trouver des clients	0	29	5	3
Trouver des fournisseurs	7	20	1	9
Trouver un local	4	21	8	4
Assurer la charge de travail	0	10	5	22
Organiser vie familiale et professionnelle	0	29	0	8
Manager et organiser l'entreprise	0	23	2	9
Relation avec le conjoint et les enfants	31	6	0	0
Relation avec la famille	30	7	0	0
Relation avec l'entourage	29	8	0	0

Source : Résultats de l'enquête CNAC 2017

5.3. Les tableaux de l'enquête de terrain ANGEM

Tableau 64: Répartition par commune des entreprises enquêtées

Commune	Répartition ³ urbain/rural	Nombre d'entreprises enquêtées	Secteur d'activité des entreprises enquêtées
TIZI-OUZOU	PU	7	Industrie (2), artisanat (3) et services(2)
BENI DOUALA	MI	3	Artisanat (2), services (1)
AIN EL HAMMAM	PR	3	Industrie (1), artisanat (1), service (1)
SOUK-EL-THENINE	PU	3	Industrie (1), service (1), artisanat (1)
OUADHIA	PU	3	Agriculture (1), industrie (1), artisanat (1)
MAKOUDA	PR	3	Industrie (1), agriculture (1), service (1)
TIZI-RACHED	PR	3	Agriculture (1), service (1), industrie (1)
BOUZEGUENE	PU	2	artisanat (2)
MAATKAS	PU	2	Artisanat (2)
AIT YAHIA	TR	2	Service (1), artisanat (1)
OUAGUENOUN	PR	2	Service (1), artisanat(1)
DRAA BEN KHEDDA	PU	2	service (2)
FREHA	PR	2	Artisanat (2)
AZAZGA	PU	2	Artisanat (1), service (1)
MEKLA	PR	2	Artisanat (2)
ILLILTEN	TR	2	Artisanat (2)
IBOUDRAREN	TR	2	Artisanat (2)
YATTAFENE	TR	2	Artisanat (2)
BENI ZMENZER	MI	1	Artisanat (1)
MECHTRAS	MI	1	Artisanat (1)
BENI YENNI	PU	1	Artisanat (1)

Source : Résultats de l'enquête ANGEM 2017

² C'est une question à choix multiples. Les femmes ont eu à choisir plusieurs réponses parmi toutes celles proposées.

³ Notons que le législateur algérien n'a pas encore donné une définition de l'espace rural et les pouvoirs publics s'orientent vers une définition de l'espace rural par référence à la ville.

Tableau 65: Impact du dispositif ANGEM sur la situation socioprofessionnelle de ses bénéficiaires

	Effectif	Pourcentage (%)
Contribution de l'ANGEM à la réduction du chômage et à la création d'emploi		
Oui	48	96
Non	2	4
Contribution à l'augmentation du revenu		
Oui	26	52
Non	24	48
Impact sur le Statut de la femme entrepreneure au sein de la société		
Oui	30	60
non	20	40

Source : Résultats de l'enquête ANGEM 2017

Tableau 66: Les raisons du recours des femmes au dispositif ANGEM

Les raisons	Effectif	Pourcentage
Avoir des conseils, formation et suivi	0	0
Rechercher des financements	49	50,5
Rechercher des avantages fiscaux et parafiscaux	43	44,3
Diminuer le risque lié à la création d'entreprises	5	5,2
Total	97	100

Source : Résultats de l'enquête ANGEM 2017

Tableau 67: Les obstacles rencontrés par les promotrices ANGEM lors de la création de leurs entreprises

Obstacles rencontrés	Effectif	Pourcentage
Non réponses	0	0
Les lenteurs administratives et bureaucratiques	47	40,2
L'accès aux sources de financement	43	36,7
Le manque d'information	13	11,1
L'accès à un Local	14	11,9
Total	117	100

Source : Résultats de l'enquête ANGEM 2017

Tableau 68: Les obstacles rencontrés par les bénéficiaires ANGEM après la création de leurs entreprises

Obstacles rencontrés	Effectif	Pourcentage
Non réponses	0	0
Le manque de crédit	3	4,6
La fiscalité et les charges sociales	8	12,3
La concurrence	27	41,5
L'approvisionnement en matière première	13	20
L'écoulement des produits	14	21,5
Total	65	100

Source : Résultats de l'enquête ANGEM 2017

Tableau 69: Constat sur la qualité de l'accompagnement accordé par l'ANGEM à ses bénéficiaires

	Effectif	Pourcentage
L'accompagnement accordé par le dispositif sollicité		
Assez bon	34	68
Bon	13	26
Pas bon	3	6
La satisfaction des services rendus		
Moyenne	5	10
Non	3	6
Oui	42	84

Source : Résultats de l'enquête ANGEM 2017

Tableau 70: Qualité recommandées pour une cheffe d'entreprise

Qualité d'une chef d'entreprise	Effectif	Pourcentage
Energie et dynamisme	48	14,8
Confiance en soi	42	12,9
Persévérance	39	12
Capacité à résoudre les problèmes	37	11,4
Acceptation de l'échec	33	10,1
Disponibilité à prendre des risques	10	3
Bonne connaissance en gestion	14	4,3
Saisir les opportunités	11	3,4
Avoir de la chance	10	3
Capacité à organiser, diriger et manager	12	3,7
Avoir de l'empathie	0	0
Etre rigoureuse et disciplinée	46	14,2
Ouverture à l'innovation	22	6,8
Total	324	100

Source : Résultats de l'enquête ANGEM 2017

Tableau 71: Effet de l'entrepreneuriat sur la situation de la femme entrepreneure

Apport de l'entrepreneuriat aux femmes entrepreneures	Effectif	Pourcentage
Palier aux problèmes d'harcèlement	17	10,6
Avoir un revenu	48	30
Echapper au chômage	45	28,2
Etre indépendante et autonome	28	17,5
Avoir plus de confiance en soi	00	00
Développer ses compétences et innover	22	13,7
Total	160	100

Source : Résultats de l'enquête ANGEM 2017

Tableau 72: L'apport des entreprises féminines ANGEM dans leurs milieux de localisation

Contribution de l'entreprise dans son milieu d'implantation	Effectif	Pourcentage
Réduction du chômage dans la région	35	48
Réduction de la pauvreté	22	30,1
Incitation des autres femmes à entreprendre	10	13,7
Diminution de la discrimination des femmes	6	8,2
Total	73	100

Source : Résultats de l'enquête ANGEM 2017

Tableau 73: Evaluation de la situation de l'entreprise sur plusieurs plans

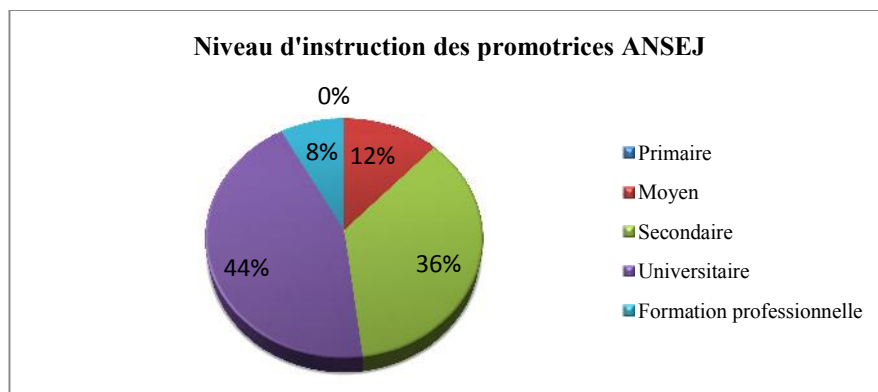
	Très facile	Facile	Très difficile	Difficile
Financer l'entreprise	2	6	17	25
Faire les formalités administratives	0	3	19	28
Choisir la forme de la société	50	0	0	0
Trouver des clients	7	29	14	0
Trouver des fournisseurs	19	17	0	13
Trouver un local	0	28	14	8
Assurer la charge de travail	8	6	16	6
Organiser vie familiale et professionnelle	10	37	0	2
Manager et organiser l'entreprise	0	39	2	9
Relation avec le conjoint et les enfants	45	2	0	0
Relation avec la famille	47	3	0	0
Relation avec l'entourage	44	6	0	0

Source : Résultats de l'enquête ANSGEM 2017

Annexes N° 6 : Figures de l'enquête de terrain.

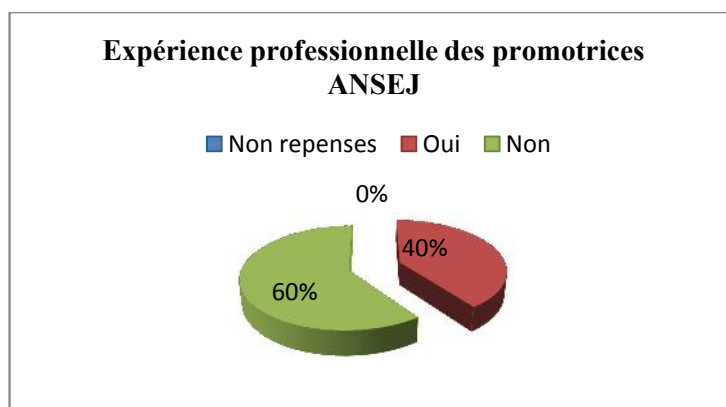
6.1. Figures de l'enquête de terrain 2017

Figure 25: Niveau de scolarisation de la femme entrepreneure du dispositif ANSEJ



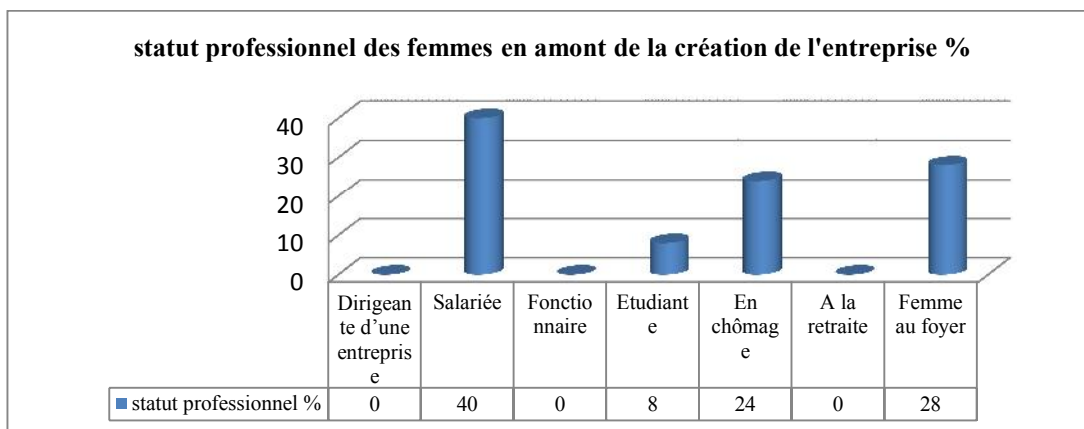
Source : Résultats de l'enquête ANSEJ 2017

Figure 26: Expérience professionnelle des promotrices ANSEJ



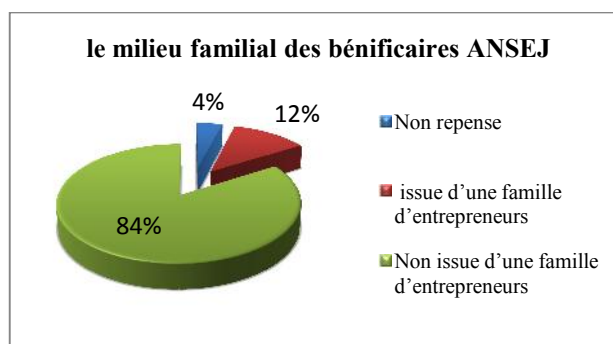
Source : Résultats de l'enquête ANSEJ 2017

Figure 27: Statut professionnel de la femme entrepreneure en amont de la création de son entreprise



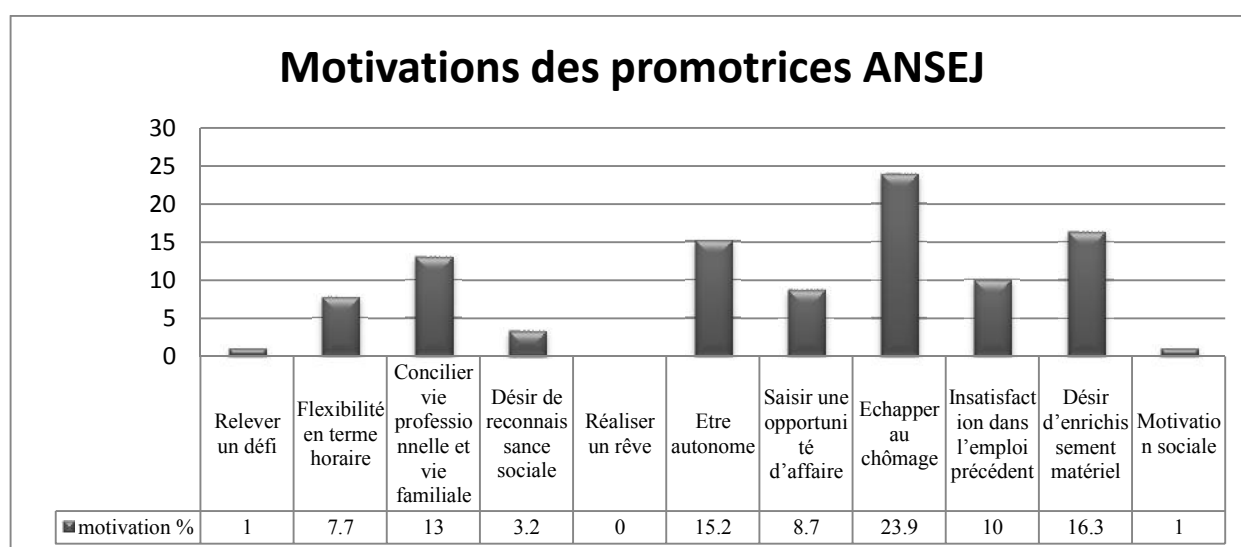
Source : Résultats de l'enquête ANSEJ 2017

Figure 28: Le milieu de la femme entrepreneure ANSEJ



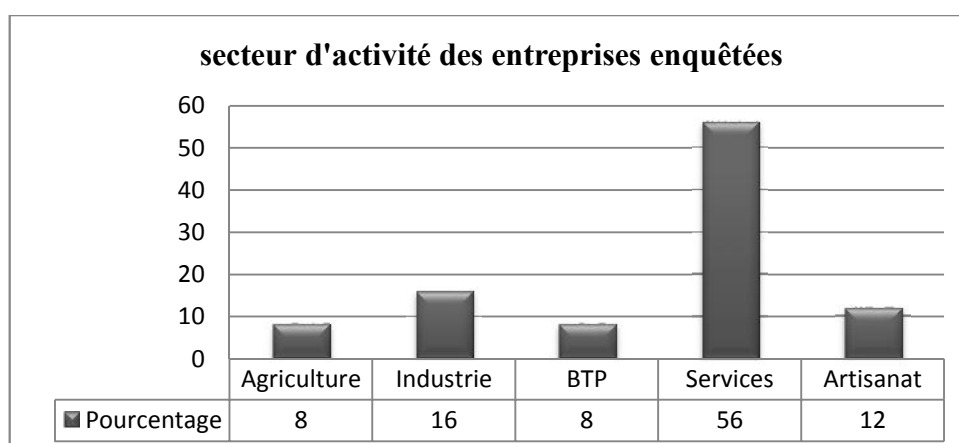
Source : Résultats de l'enquête ANSEJ 2017

Figure 29: Les motivations à la création d'entreprises par les promotrices ANSEJ



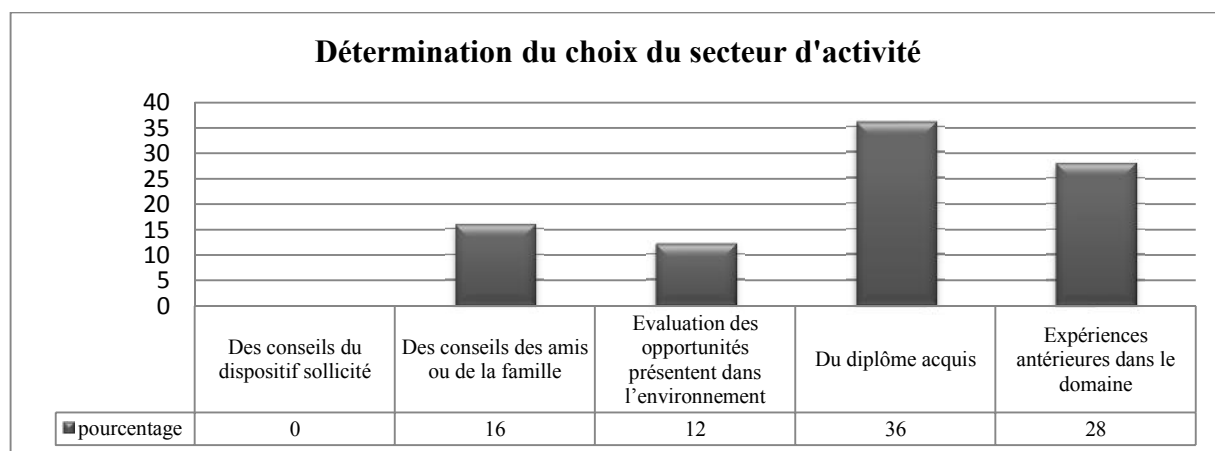
Source : Résultats de l'enquête ANSEJ 2017

Figure 30: Le secteur d'activité des entreprises enquêtées



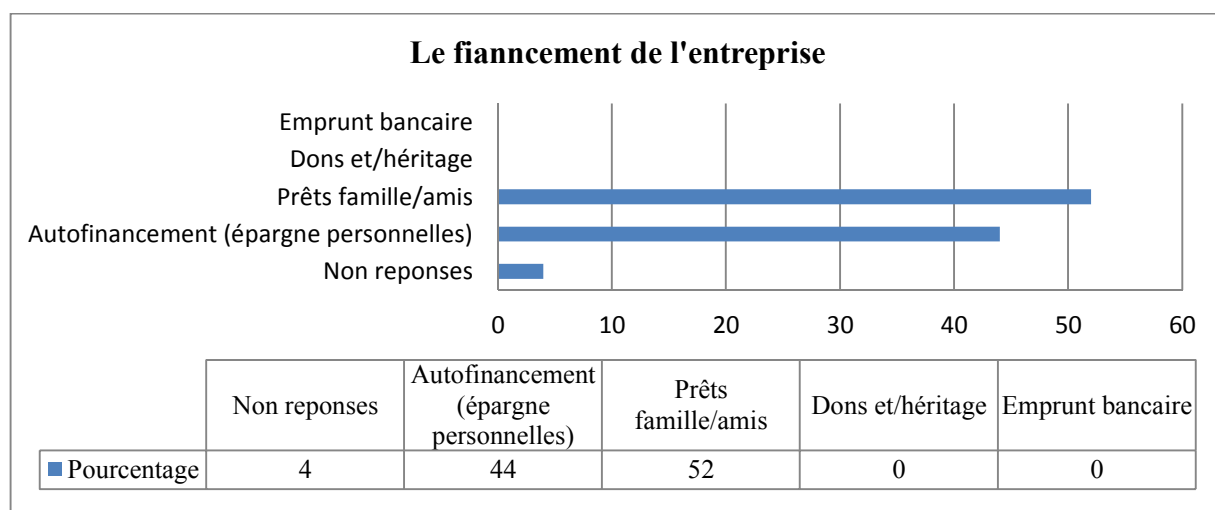
Source : Résultats de l'enquête ANSEJ 2017

Figure 31: Détermination du choix du secteur d'activité



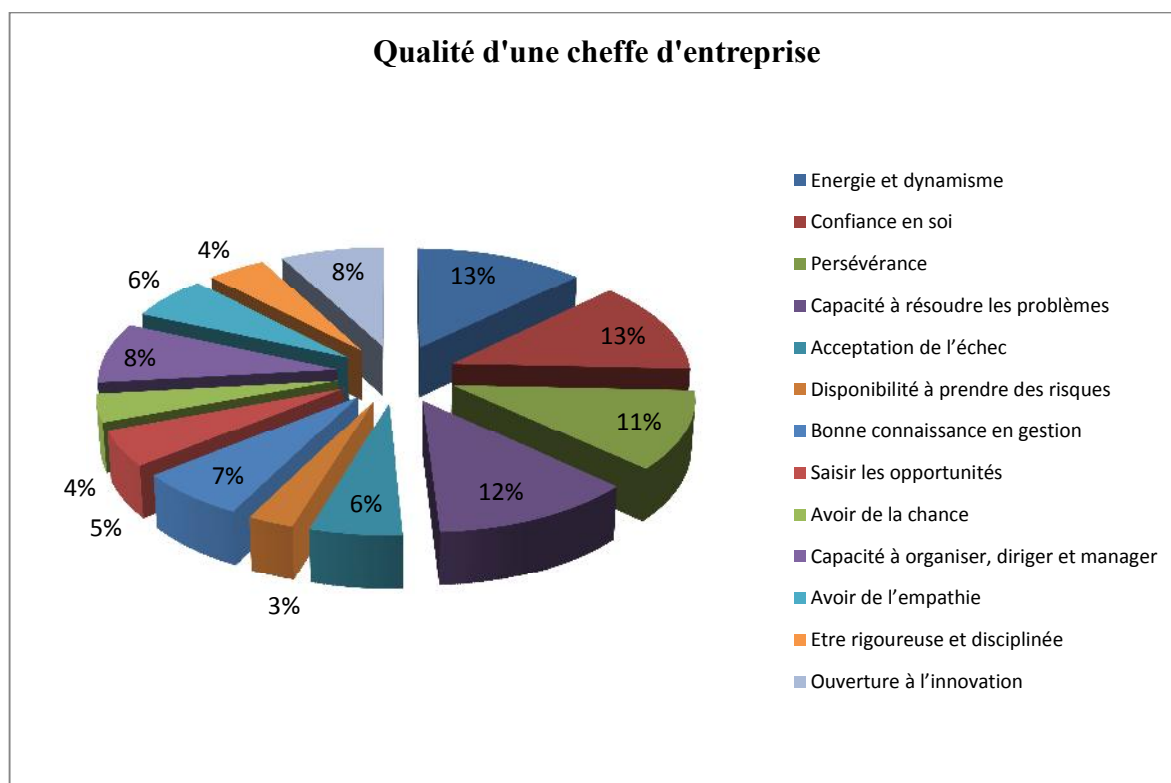
Source : Résultats de l'enquête ANSEJ 2017

Figure 32: Les sources de financement des entreprises enquêtées



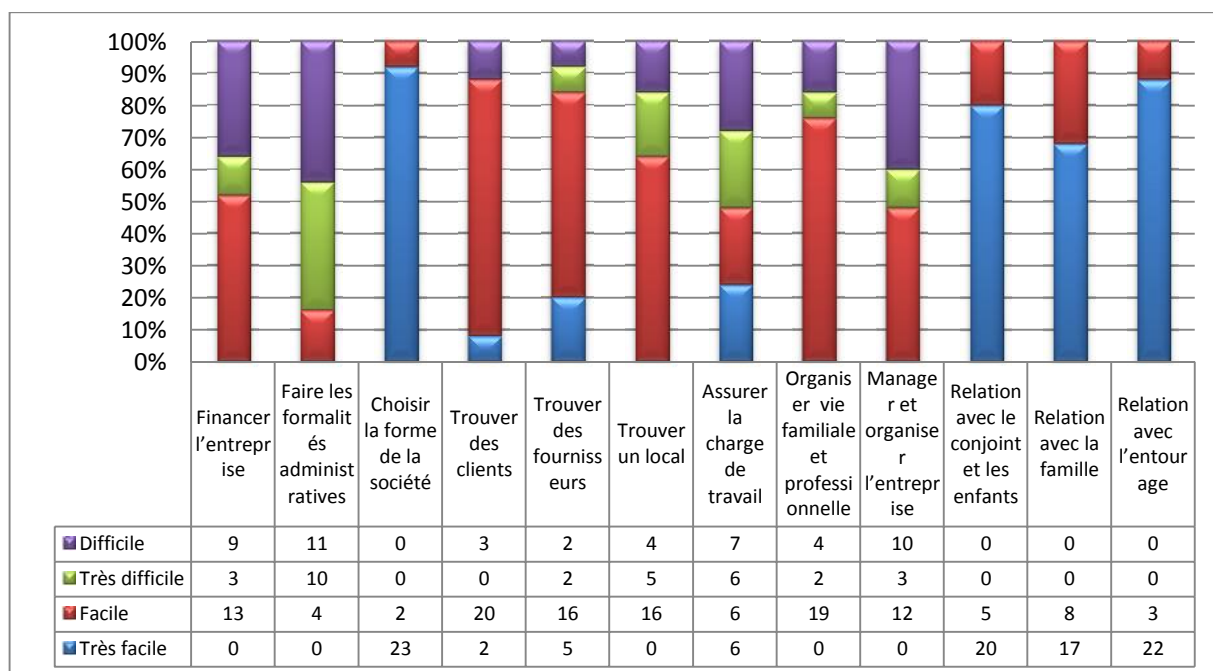
Source : Résultats de l'enquête ANSEJ 2017

Figure 33: Qualités recommandées pour une cheffe d'entreprise



Source : Résultats de l'enquête ANSEJ 2017

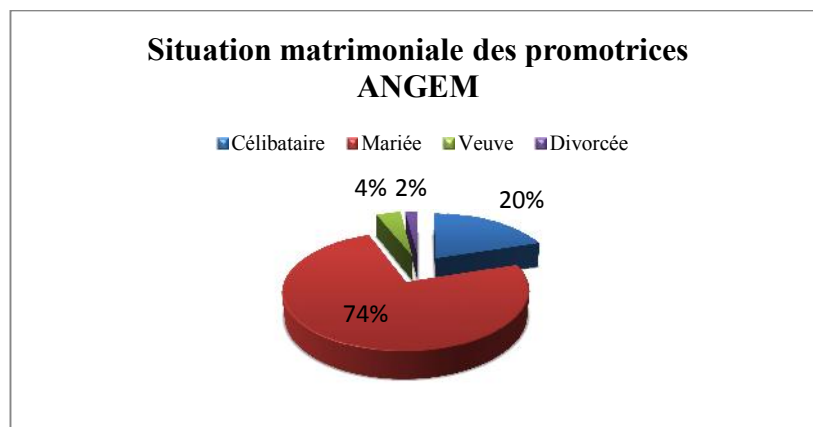
Figure 34: Evaluation de la situation de l'entreprise sur plusieurs plans



Source : Résultats de l'enquête ANSEJ 2017

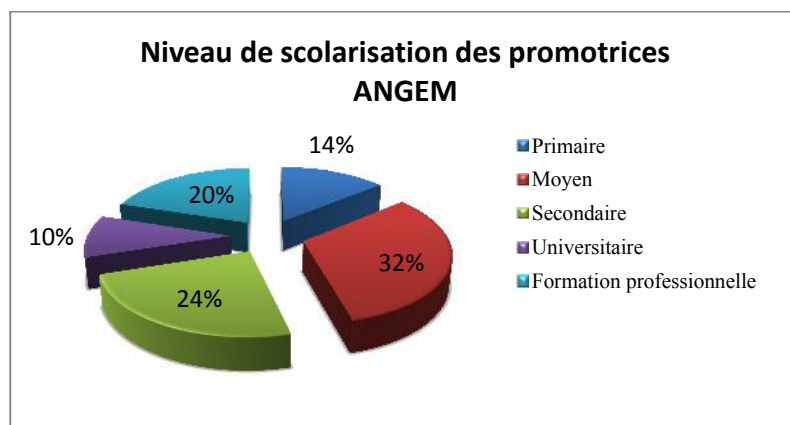
6.2. Figure de l'enquête de terrain ANGEM 2017

Figure 35: Situation matrimoniale des femmes entrepreneures enquêtées



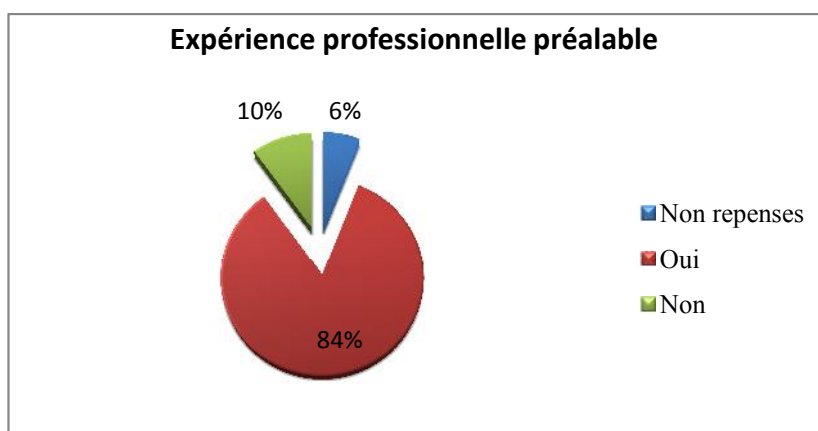
Source : Résultats de l'enquête ANGEM 2017

Figure 36: Niveau de scolarisation des promotrices ANGEM



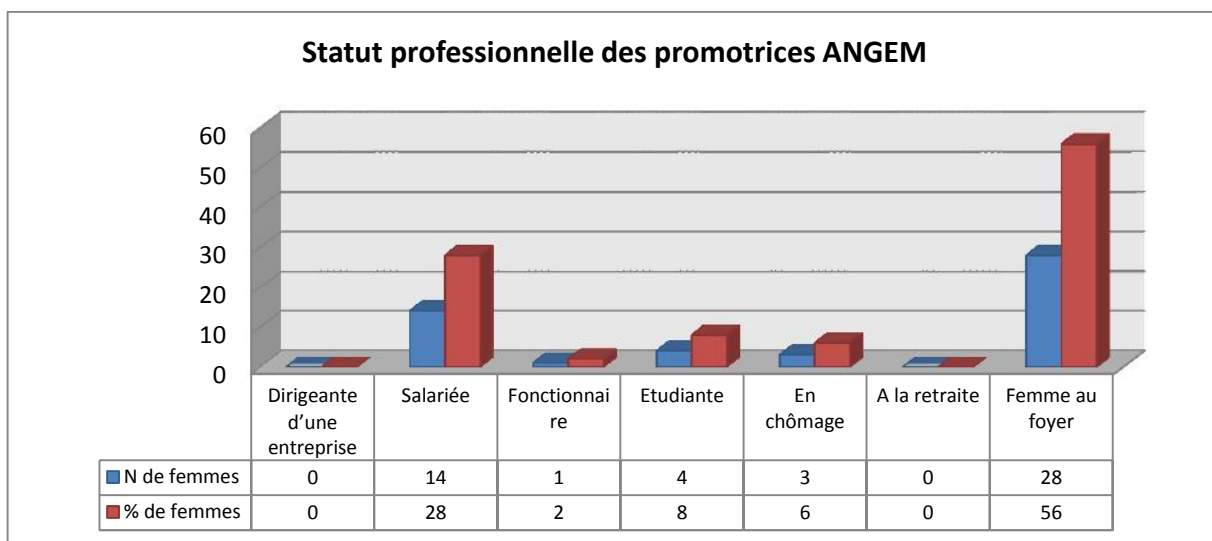
Source : Résultats de l'enquête ANGEM 2017

Figure 37: Expérience professionnelle des promotrices ANGEM



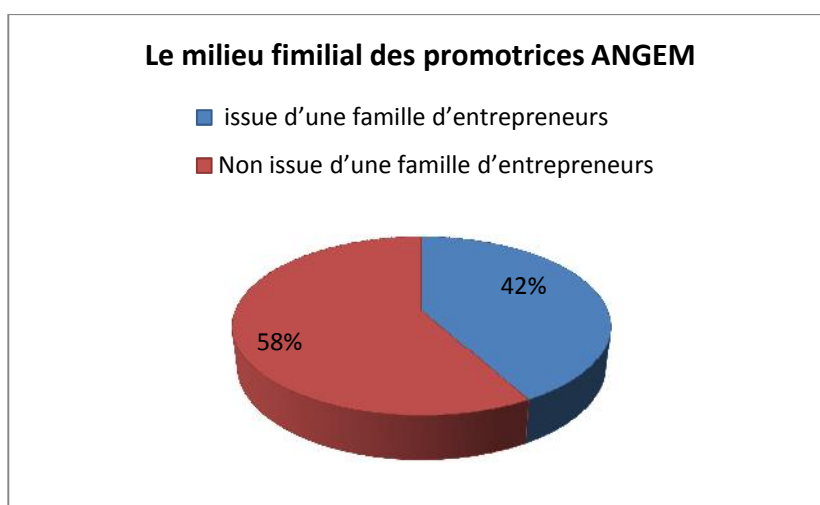
Source : Résultats de l'enquête ANGEM 2017

Figure 38: statut professionnel de la femme entrepreneure en amont de la création de son entreprise



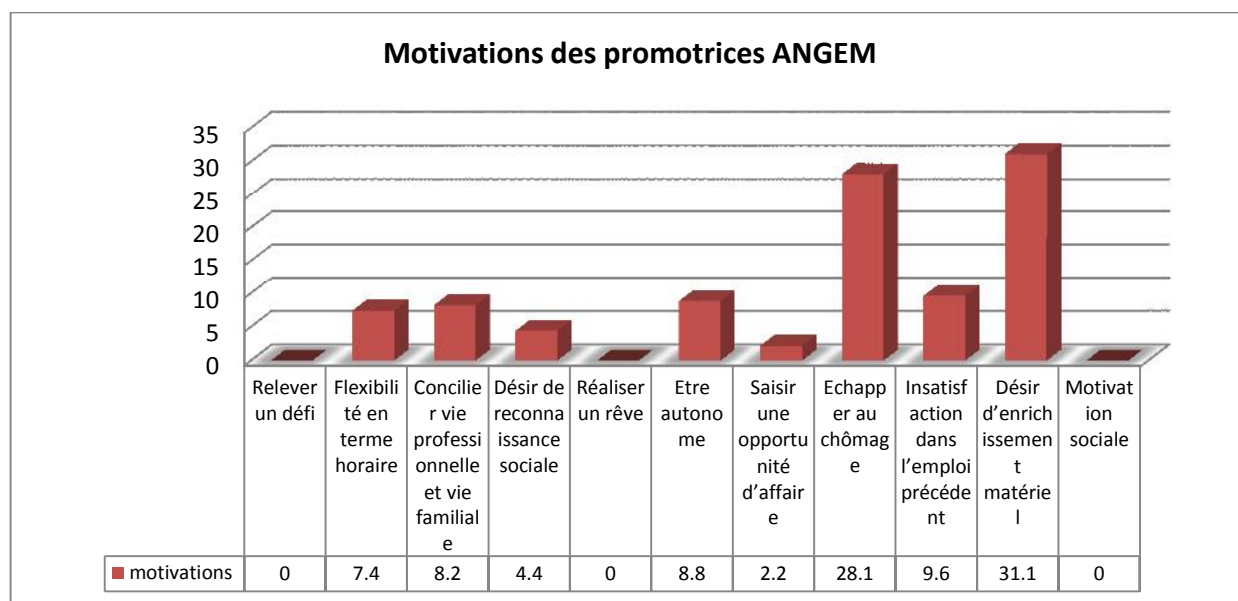
Source : Résultats de l'enquête ANGEM 2017

Figure39: Le milieu de la femme entrepreneure ANGEM



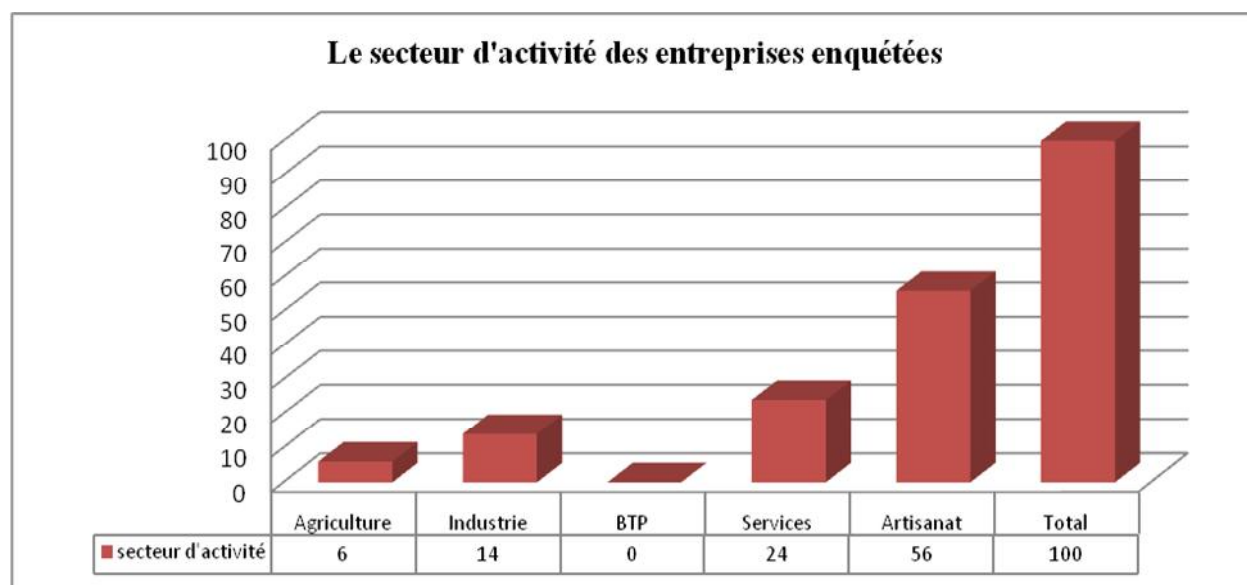
Source : Résultats de l'enquête ANGEM 2017

Figure40: Les motivations des promotrices ANGEM



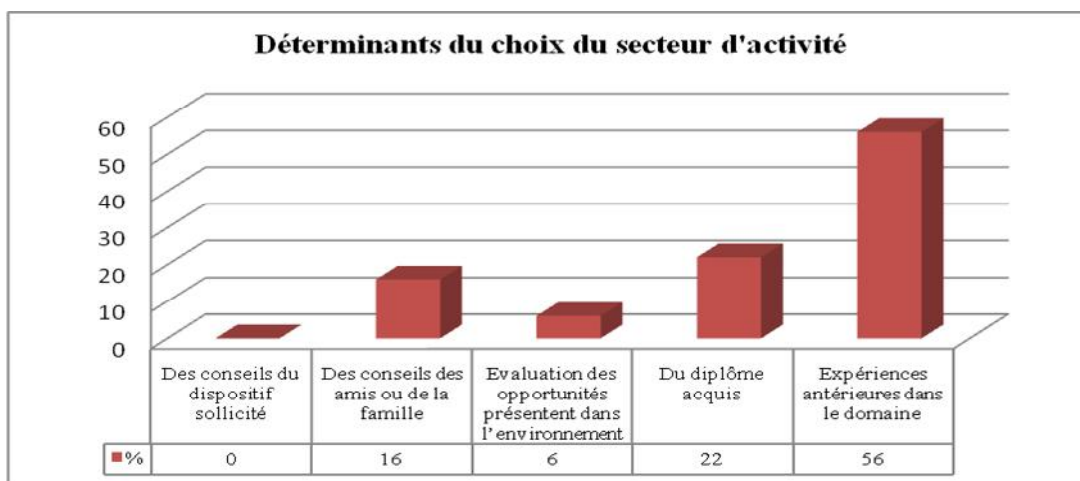
Source : Résultats de l'enquête ANGEM 2017

Figure 41: Le secteur d'activité des entreprises enquêtées



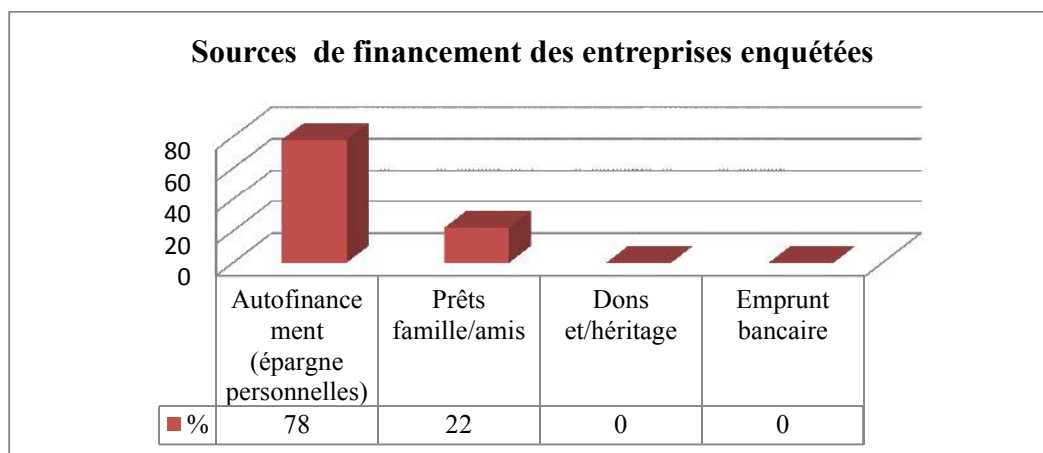
Source : Résultats de l'enquête ANGEM 2017

Figure 42: Détermination du choix du secteur d'activité



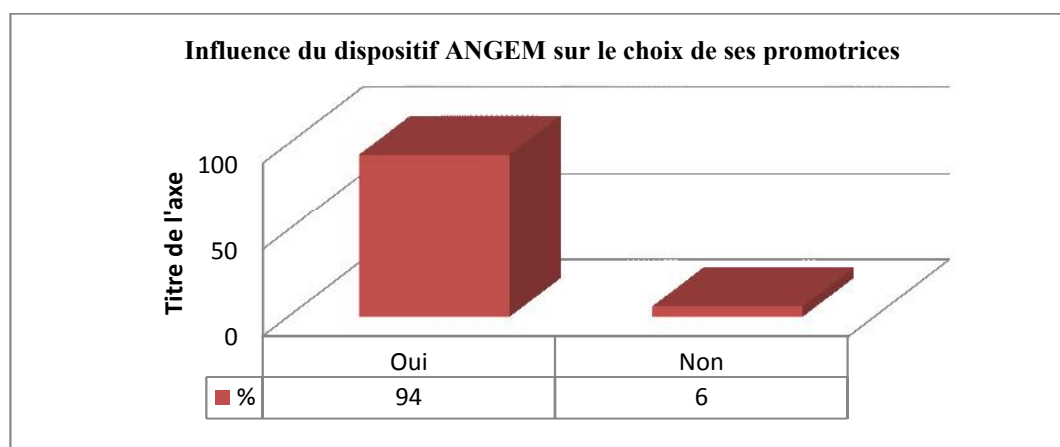
Source : Résultats de l'enquête ANGEM 2017

Figure 43: Les sources de financement des entreprises enquêtées



Source : Résultats de l'enquête ANGEM 2017

Figure 44: Influence du dispositif ANGEM sur le choix des femmes à entreprendre



Source : Résultats de l'enquête ANGEM 2017

Liste des figures

N°	Figures	Page
Chapitre I : Les femmes et le marché du travail		
1	Evolution de la population active féminine (En milliers)	44
2	Evolution de la population active totale	45
3	Représentation de la population active féminine par type d'emploi (En milliers)	47
4	Taux d'activité économique et taux d'emploi selon le niveau d'instruction et le diplôme acquis	48
5	Le taux de chômage selon l'âge et le genre pour l'année 2016	51
6	Les parts relatives des chômeurs acceptant des postes d'emplois sous différentes conditions de travail selon le sexe (en%)	52
7	Répartition des non affiliés selon le sexe et le secteur d'activité (2012)	53
Chapitre II : L'émergence de l'accompagnement de l'entrepreneuriat féminin		
8	Le modèle de Lacasse (1988) : extension du modèle de Shapero (1975)	89
9	Le modèle des «5 M» de l'entrepreneuriat féminin	93
Chapitre III : Le contexte algérien et l'entrepreneuriat féminin		
11	Secteurs investis par les femmes promotrices ANSEJ et CNAC	119
12	Secteurs investis par les femmes promotrices ANGEM	121
13	Les motivations à l'entrepreneuriat des femmes en Algérie	126
14	Les obstacles de l'entrepreneuriat féminin en Algérie	130
15	Les dispositifs d'appui aux PME en Algérie	150

Chapitre IV: Cadre méthodologique de l'investigation et analyse du processus d'émergence et d'accompagnement de l'entrepreneuriat féminin dans la wilaya de Tizi-Ouzou

16	Projets financés par le dispositif ANSEJ par genre (2011-2016)	181
17	Projets féminins financés par le dispositif ANSEJ par secteur d'activité (2011-2016)	183
18	Le cumul des projets créés dans le cadre du dispositif CNAC par secteur et par sexe; 2004-2017	188
19	Evolutions des projets créés par les femmes selon le secteur d'activité	189
20	Nombre de postes d'emplois créés par les femmes entrepreneures du dispositif CNAC	192
21	Répartition par sexe des dossiers déposés et financés par l'ANGEM depuis sa création jusqu'à 2017.	196
22	Financement PNR AMP, selon le sexe et le secteur d'activité (Année 2017)	197
23	Financement triangulaire par secteur d'activité et par sexe dans le dispositif ANGEM (année 2017)	198
24	La confrontation des composantes de la démarche de création (Modèle 3M)	241
25	Niveau de scolarisation de la femme entrepreneure du dispositif ANSEJ	334
26	Expérience professionnelle des promotrices ANSEJ	334
27	Statut professionnel de la femme entrepreneure en amont de la création de son entreprise	334
28	Le milieu de la femme entrepreneure ANSEJ	335
29	Les motivations à la création d'entreprises par les promotrices ANSEJ	335
30	Les secteurs d'activité des entreprises enquêtées	335
31	Détermination du choix du secteur d'activité	336
32	Les sources de financement des entreprises enquêtées	336
33	Qualité recommandées pour une cheffe d'entreprise	337

34	Evaluation de la situation de l'entreprise sur plusieurs plans	337
35	Situation matrimoniale des femmes entrepreneures enquêtées	338
36	Niveau de scolarisation des promotrices ANGEM	338
37	Expérience professionnelle des promotrices ANGEM	338
38	Statut professionnel de la femme entrepreneure en amont de la création de son entreprise	339
39	Le milieu de la femme entrepreneure ANGEM	339
40	Les motivations des promotrices ANGEM	340
41	Le secteur d'activité des entreprises enquêtées	340
42	Détermination du choix du secteur d'activité	341
43	Les sources de financement des entreprises enquêtées	341
44	Influence du dispositif ANGEM sur le choix des femmes à entreprendre	341

Liste des Tableaux

N°	Tableaux	Page
Chapitre I : Les femmes et le marché du travail		
1	Répartition de la population active et taux d'activité économique par groupe d'âge et genre	46
2	Répartition de la population occupée selon le secteur d'activité de l'établissement et le genre.	49
3	répartition de la population active féminine selon le secteur juridique et la localisation (en millier)	50
4	Effectif et parts relatives des chômeurs selon les démarches effectuées pour chercher un emploi, classification par sexe et diplôme obtenu	52
5	placements féminins effectués dans le cadre du DAIP	63
Chapitre II: L'émergence de l'accompagnement de l'entrepreneuriat féminin		
6	Les différentes approches de l'entrepreneuriat	71
7	Tableau récapitulatif des deux approches	83
8	Evolution de la recherche en entrepreneuriat féminin et les tendances générales par période	85
9	Les freins et motivations à l'entrepreneuriat féminin	94
10	comparaison entre le management stratégique des femmes et celui des hommes entrepreneurs.	99
11	Approche comparée d'études sur l'accompagnement des femmes entrepreneures	107
Chapitre III : Le contexte algérien et l'entrepreneuriat féminin		
12	Répartition par secteur d'activité et par genre des projets créés par les bénéficiaires ANSEJ (situation cumulée au 30/06/2017)	144
13	Répartition par secteur d'activité des projets créés par les bénéficiaires CNAC (situation cumulée au 30/06/2016)	146
14	Répartition par secteur d'activité des projets créés par les bénéficiaires ANGEM (situation cumulée à Mars 2017)	148

Chapitre IV: Cadre méthodologique de l'investigation et analyse du processus d'émergence et d'accompagnement de l'entrepreneuriat féminin dans la wilaya de Tizi-Ouzou

15	Répartition de la population totale par groupe d'âge et par sexe au 31/12/2016	166
16	Accès des filles à l'éducation dans la wilaya de Tizi-Ouzou	167
17	Accès des femmes de la wilaya de Tizi-Ouzou à la formation professionnelle	167
18	Répartition des femmes entrepreneures de la wilaya de Tizi-Ouzou par dispositif et par secteur d'activité.	173
19	Quota de femmes entrepreneures à enquêter par dispositif et par secteur d'activité.	174
20	Nombre d'entreprises de l'échantillon	178
21	L'échantillon étudié	179
22	Ventilation du nombre de questionnaires par dispositif	179
23	Total des emplois créés dans le cadre du dispositif ANSEJ (2011-2016)	184
24	Projets financés et impact emploi par sexe et par secteur dans le dispositif CNAC (2004-2017)	190
25	Cumul de l'activité de l'ANGEM depuis le début de son activité jusqu'à 2017	196
26	Cumul du nombre d'emplois générés dans le cadre du dispositif ANGEM du 01/07/2011 au 31/12/2016.	199
27	Catégorie d'âge des femmes entrepreneures enquêtées	205
28	Profil des promotrices ANSEJ	214
29	Profil des promotrices CNAC	215
30	Profil des promotrices ANGEM	216
31	Profil des entreprises ANSEJ	224
32	Profil des entreprises CNAC	225
33	Profil des entreprises ANGEM	226
34	Situation matrimoniale des femmes entrepreneures enquêtées	323
35	Répartition par commune des entreprises enquêtées	323
36	Impact du dispositif ANSEJ sur la situation socioprofessionnelle de ses bénéficiaires	323
37	Influence du dispositif ANSEJ sur le choix des femmes à entreprendre	324
38	Les raisons du recours des femmes au dispositif ANSEJ	324

39	Les obstacles rencontrés par les promotrices ANSEJ lors de la création de leurs entreprises	324
40	Les obstacles rencontrés par les bénéficiaires ANSEJ après la création de leurs entreprises	324
41	Constat sur la qualité de l'accompagnement accordé par l'ANSEJ à ses bénéficiaires	324
42	Effet de l'entrepreneuriat sur la situation de la femme entrepreneure	325
43	L'apport des entreprises féminines ANSEJ dans leurs milieux de localisation	325
44	Situation matrimoniale des femmes entrepreneures enquêtées	325
45	Niveau de scolarisation de la femme entrepreneure du dispositif CNAC	325
46	Expériences professionnelle des bénéficiaires CNAC	326
47	Statut professionnel de la femme entrepreneure en amont de la création de son entreprise	326
48	Le milieu de la femme entrepreneure CNAC	326
49	Les motivations à la création d'entreprises par les promotrices CNAC	327
50	Le secteur d'activité des entreprises enquêtées	327
51	Détermination du choix du secteur d'activité	327
52	Répartition par commune des entreprises enquêtées	327
53	Les sources de financement des entreprises enquêtées	328
54	Impact du dispositif CNAC sur la situation socioprofessionnelle de ses bénéficiaires	328
55	Influence du dispositif CNAC sur le choix des femmes à entreprendre	328
56	Les raisons du recours des femmes au dispositif CNAC	328
57	Les obstacles rencontrés par les promotrices CNAC lors de la création de leurs entreprises	328
58	Les obstacles rencontrés par les bénéficiaires CNAC après la création de leurs entreprises	329
59	Constat sur la qualité de l'accompagnement accordé par La CNAC à ses bénéficiaires	329
60	Qualité recommandée pour une cheffe d'entreprise	329
61	Effet de l'entrepreneuriat sur la situation de la femme entrepreneure	329
62	L'apport des entreprises féminines CNAC dans leurs milieux de localisation	330
63	Evaluation de la situation de l'entreprise sur plusieurs plans	330

64	Répartition par commune des entreprises enquêtées	330
65	Impact du dispositif ANGEM sur la situation socioprofessionnelle de ses bénéficiaires	331
66	Les raisons du recours des femmes au dispositif ANGEM	331
67	Les obstacles rencontrés par les promotrices ANGEM lors de la création de leurs entreprises	331
68	Les obstacles rencontrés par les bénéficiaires ANGEM après la création de leurs entreprises	331
69	Constat sur la qualité de l'accompagnement accordé par l'ANGEM à ses bénéficiaires	332
70	Qualité recommandée pour une cheffe d'entreprise	332
71	Effet de l'entrepreneuriat sur la situation de la femme entrepreneure	332
72	L'apport des entreprises féminines ANGEM dans leurs milieux de localisation	332
73	Evaluation de la situation de l'entreprise sur plusieurs plans	333

Liste des Cartes

N°	Cartes	Page
01	Le découpage administratif au sein de la wilaya de Tizi-Ouzou	163
02	Dispersion géographique des femmes bénéficiaires ANSEJ dans la wilaya de Tizi-Ouzou (cumul 2016)	186
03	Dispersion géographique des femmes bénéficiaires CNAC dans la wilaya de Tizi-Ouzou (cumul 2017)	194

Liste des annexes

N°	Annexes	Page
01	Présentation de l'ANSEJ, CNAC et ANGEM	278
02	Les données officielles de l'ANSEJ, CNAC et ANGEM de la wilaya de Tizi-Ouzou	291
03	Les données officielles de la CAM de la wilaya de Tizi-Ouzou 2017	306
04	Questionnaire	311
05	Tableaux de l'enquête de terrain	323
06	Figure de l'enquête de terrain	334

Tables des matières

Introduction générale.....	15

Chapitre I: Les femmes et le marché du travail

Introduction	29

Section 01 : Les défaillances du marché du travail	31

1.1. Le travail domestique VS le travail non domestique	31
1.2. Les inégalités entre les sexes sur le marché du travail	32
1.2.1. L'écart des taux d'activité entre les sexes	32
1.2.2. L'emploi familial et informel des femmes	33
1.2.2.1. Les femmes et le travail familial	33
1.2.2.2. Les femmes dans l'emploi informel.....	34
1.2.3. Le taux de chômage des femmes.....	34
1.2.3.1. Sous-emploi/ Temps partiel : une affaire de femmes.....	35
1.2.4. Répartition sectorielle de l'emploi féminin.....	36
1.2.5. L'écart salarial entre les deux sexes	37
1.2.6. Les inégalités de carrière entre les sexes	38
1.3. Division professionnelle et sectorielle des deux sexes sur le marché du travail	38
1.3.1. Les causes de la division sexuelle au travail	38
1.3.2. Plafond de verre et sous-représentation des femmes dans les postes de décision.....	40
1.4. Stratégies de lutte contre la discrimination sur le marché du travail.....	41
1.4.1. Contrecarrer les stéréotypes par l'éducation et la sensibilisation.....	41
1.4.2. Encourager l'entrepreneuriat féminin.....	41

Section 02: Le travail des femmes en Algérie: Analyse.....	42

2.1. Evolution de la population active	43
2.1.1. Evolution de la population active féminine	43
2.1.2. Evolution de la population active totale	44
2.1.3. Taux d'activité des femmes en fonction de l'âge	45
2.1.4. L'activité des femmes en fonction de l'emploi proposé	46
2.2. Evolution de la population occupée féminine	47
2.2.1. Evolution de l'emploi féminin suivant le niveau d'instruction et le diplôme	47
2.2.2. Evolution de l'emploi féminin par secteur d'activité	48

2.2.3. L'emploi féminin par secteur juridique	50
2.3. Evolution de la population en chômage	51
2.3.1. Le taux de chômage global	51
2.3.2. Evolution du chômage selon les démarches effectuées pour chercher un emploi	51
2.4. Les conditions de l'emploi recherché par les femmes	52
2.5. Le travail informel des femmes en Algérie	53
Section 03 : Les facteurs qui influencent le travail féminin en Algérie	55
3.1. Facteurs qui tendent à favoriser le travail féminin	55
3.1.1. L'accès des filles à l'éducation et à la formation professionnelle	56
3.1.2. Une législation qui bannit toute forme de discrimination en matière de formation et de travail	56
3.1.3. Une protection sociale de la femme travailleuse large et socialisée	57
3.1.4. Un rapport au travail des femmes en évolution	58
3.2. Les prétextes du problème d'accès des femmes au marché de l'emploi	58
3.2.1. Les facteurs économiques et sociaux	58
3.2.1.1. La femme et la cellule familiale	58
3.2.1.2. Les restrictions à l'éloignement du domicile familial	59
3.2.1.3. Une protection sociale très favorable aux femmes au foyer	59
3.2.2. Des stéréotypes (hétéro-stéréotype et auto-stéréotypes) qui perdurent	60
3.2.3. Autres facteurs de blocage	60
3.3. Les dispositifs institutionnels d'appui à l'emploi des femmes en Algérie	61
3.3.1. L'accès des femmes à l'emploi salarié	61
3.3.2. Insertion des femmes dans les Activités d'intérêt général (AIG)	63
3.3.3. Travaux d'utilité publique à haute intensité de main-d'œuvre (TUPHIMO)	63
3.3.4. Les femmes et la Prime d'insertion des diplômés (PID)	63
3.3.5. Projet d'appui au développement socio-économique local dans le Nord-est algérien	64
3.3.6. La participation des femmes dans les dispositifs d'appui à création d'entreprises	64
Conclusion	65
 Chapitre II: L'émergence et l'accompagnement de l'entrepreneuriat féminin	
Introduction	68
Section 01 : Approches et importance du phénomène entrepreneurial	70
1.1. Les différentes approches du phénomène d'entrepreneurial	70
1.1.1. L'approche fonctionnelle	71

1.1.2. L'approche comportementale (l'approche par les traits).....	73
1.1.3. L'approche par les processus.....	73
1.1.4. L'approche environnementale	74
1.1.5. L'approche interactionniste	74
1.1.6. L'approche effectuale (l'effectuation).....	75
1.2. L'importance de l'entrepreneuriat	75
1.3. Les formes d'entrepreneuriat.....	76
1.4. La féminisation de l'entrepreneuriat «Approche par le genre»	78
1.4.1. La notion du genre.....	78
1.4.2. L'approche «genre» (perspective de genre)	79
1.4.3. De l'approche «femme et développement» à l'approche «genre et développement»	80
1.4.3.1.L'approche «femme et développement»	81
1.4.3.2.L'approche «Genre et développement» (GED).....	82
Section 02: L'émergence de l'entrepreneuriat féminin	84
2.1. Evolution de la recherche sur l'entrepreneuriat féminin	84
2.2. Les modèles d'émergence de l'entrepreneuriat féminin	86
2.2.1. Le modèle de Shapero (1975).....	86
2.2.2. Le modèle de Lacasse (1988).....	87
2.2.3. Le modèle stratégique de l'entrepreneuriat d'Hernandez (1999).....	89
2.2.4. Le modèle de Lerner, Brush et Hisrich	90
2.2.5. Le modèle de Hisrich et Brush (1980)	91
2.2.6. Le modèle des 5M (Brush, de Bruin et Welter, 2009)	91
2.2.7. L'analyse comparative des différents modèles.....	93
2.3. Les principaux facteurs explicatifs de l'entrepreneuriat féminin	94
2.3.1. Les freins et motivations à l'entrepreneuriat féminin.....	94
2.3.2. Le spécificités du management féminin	98
2.3.3. La performance des entreprises féminines	100
Section 03 : Le rôle de l'accompagnement dans l'évolution de l'entrepreneuriat féminin.....	101
3.1. Ce qu'accompagner veut dire	101
3.2. Les deux approches de l'accompagnement	103
3.3. La fonction technique et le rôle social de l'accompagnement	105

3.3.1. L'accueil des entrepreneurs potentiels	105
3.3.2. L'accompagnement proprement dit.....	105
3.3.3. Le suivi post-création	106
3.4. L'accompagnement des femmes entrepreneures.....	106
Conclusion	112

Chapitre III: Le contexte algérien et l'entrepreneuriat féminin

Introduction	116

Section 01 : Le profil des femmes entrepreneures algériennes	118

1.1. Le statut des entreprises créées par les femmes algériennes	118
1.2. Les secteurs d'activités des entreprises féminines en Algérie.....	119
1.3. La classe d'âge des femmes entrepreneures en Algérie	122
1.4. La répartition géographique des femmes entrepreneures en Algérie	123

Section 02: Les entraves et les motivations à l'émergence de l'entrepreneuriat féminin en Algérie.....	125

2.1. Les motivations à l'entrepreneuriat féminin en Algérie.....	126
2.1.1. Disposer d'un revenu.....	127
2.1.2. Stabilité et meilleure qualité de l'emploi.....	127
2.1.3. �tre autonome.....	128
2.1.4. Innover.....	129
2.2. Les obstacles à l'entrepreneuriat féminin en Algérie	130
2.2.1. L'accès au financement	131
2.2.2. L'accès au marché et à l'information	132
2.2.3. Les auto-stéréotypes et les h�tero-stéréotypes	133
2.2.4. La conciliation vie privée/vie professionnelle.....	135
2.2.5. L'accès difficile au foncier	136
2.3. Le cadre réglementaire et institutionnel de l'entrepreneuriat féminin en Algérie	138

Section 03 : Les organismes d'aide � la création d'entreprise et l'entrepreneuriat féminin en Algérie.....	141

3.1. Les femmes et les structures étatiques d'aide � la création d'entreprises en Algérie.....	142
3.1.1. L'Agence Nationale de Soutien � l'Emploi des Jeunes (ANSEJ).....	143
3.1.2.1. Les femmes bénéficiaires du dispositif ANSEJ	143

3.1.2. La Caisse Nationale d'Assurance Chômage (CNAC).....	145
3.1.2.2. Les femmes bénéficiaires du dispositif CNAC	145
3.1.3. L'Agence Nationale de Gestion du Micro Crédit (ANGEM)	147
3.1.3.1. Les femmes bénéficiaires du dispositif ANGEM.....	147
3.1.4. L'Agence Nationale de Développement de l'investissement (ANDI)	148
3.1.4.1. Les femmes bénéficiaires du dispositif ANDI	149
3.2. Les réseaux professionnels et les associations d'entrepreneurs en Algérie.....	151
3.2.1. L'association Savoir et Vouloir Entreprendre (SEVE)	152
3.2.2. L'association algérienne des femmes managers et entrepreneures (AME).....	153
3.3. Les stratégies nationales et coopération internationale pour le développement de l'entrepreneuriat féminin en Algérie.....	154
3.3.1. Le conseil national de la famille et de la femme	154
3.3.2. La politique de renouvellement rural au profit des femmes rurales	154
3.3.3. La coopération entre le ministère de la solidarité, de la famille et de la condition de la femme et le bureau technique belge (CTB).....	154
3.3.4. Le projet de la femme productrice.....	155
3.3.5. La caravane de sensibilisation à l'entrepreneuriat féminin	155
3.3.6. Le women entrepreneurship day (WED).....	156
3.3.7. Le global entrepreneur ship network Algeria (GENA)	156
Conclusion	158

Chapitre IV: Cadre méthodologique de l'investigation de terrain : observation à partir des données sur les femmes entrepreneures dans les dispositifs ANSEJ, CNAC et ANGEM

Introduction	161
Section 01: Présentation de l'espace d'investigation : le territoire de la wilaya de Tizi- Ouzou.....	162
1.1. Présentation de la wilaya de Tizi-Ouzou	162
1.2. Les potentialités du territoire de la wilaya de Tizi-Ouzou	164
1.2.1. Les ressources naturelles.....	164
1.2.2. Les ressources humaines.....	165
1.2.2.1. Répartition de la population totale par groupe d'âge et par genre	165
1.2.2.2. Education et formation professionnelle	166

1.2.3. Foncier et infrastructure	169
Section 02 : Description du processus de l'enquête.....	171
2.1. Présentation des dispositifs d'accompagnement ANSEJ, ANGEM et CNAC.....	172
2.2. Présentation des femmes entrepreneures objet de notre enquête (la population mère).....	172
2.3. Choix et constitution de l'échantillon d'étude.....	173
2.4. Les contraintes de l'échantillonnage	174
2.5. Le questionnaire (instrument de l'enquête)	176
2.6. Le taux de réponse à la passation du questionnaire.....	178
2.7. Le déroulement de l'enquête de terrain	179
2.7.1. Dépouillement et traitement des questionnaires	180
Section 03 : Interprétation des données institutionnelles sur les femmes bénéficiaires des dispositifs ANSEJ, ANGEM et CNAC dans la wilaya de Tizi-Ouzou.....	180
3.1. Interprétation des données institutionnelles du dispositif ANSEJ	181
3.1.1. Répartition par genre des projets financés par le dispositif ANSEJ depuis 2011 jusqu'à 2016	181
3.1.2. Répartition des projets féminins financés par secteur d'activité (2011-2016)	183
3.1.3. Analyse des emplois créés dans le cadre du dispositif ANSEJ.....	184
3.1.3.1. Analyse des emplois créés dans le cadre du dispositif ANSEJ, par secteur d'activité et par genre (2011-2016)	184
3.1.4. Répartition du nombre d'entreprises féminines créées dans le cadre du dispositif ANSEJ par communes (2011-2016).....	185
3.2. Interprétation des données institutionnelles du dispositif CNAC	188
3.2.1. Le cumul des projets créés dans le cadre du dispositif CNAC par secteur et par sexe depuis 2004.....	188
3.2.2. Analyse de l'évolution des projets féminins créés par secteur (domaine) d'activité et par année	189
3.2.3. Analyse des projets financés par la CNAC et l'impact sur l'emploi par sexe et par secteur	190
3.2.4. Evolution du nombre de postes d'emplois créés par les femmes dans le cadre du dispositif CNAC	191
3.2.5. Répartition du nombre d'entreprises féminines par secteurs d'activité et par communes dans la wilaya de Tizi-Ouzou (2004-2017)	193
3.3. Interprétation des données institutionnelles du dispositif ANGEM.....	196

3.3.1. Le nombre de projets créés depuis le début de l'activité du dispositif ANGEM par genre	196
3.3.2. Classement des projets créés par type de financement.....	197
3.3.2.1.Financement PNR AMP (achat matière première).....	197
3.3.2.2.Financement PNR, projet : financement triangulaire (ANGEM, Banque, Promoteur).....	198
3.3.3. Cumul du nombre de postes d'emploi créés par les femmes dans le cadre du dispositif ANGEM par genre	199
Conclusion	202

Chapitre V : Analyse du processus d'émergence et d'accompagnement, par les dispositifs ANSEJ, ANGEM et CNAC, de l'entrepreneuriat féminin dans la wilaya de Tizi-Ouzou

Introduction	204

Section 01 : Analyse de l'émergence et de l'accompagnement de l'entrepreneuriat féminin par les dispositifs ANSEJ, CNAC et ANGEM dans la wilaya de Tizi-Ouzou

1.1.Caractéristiques des femmes entrepreneures enquêtées	205
1.1.1. Age et situation matrimoniale des bénéficiaires ANSEJ, CNAC et ANGEM	205
1.1.2. Le niveau d'instruction des femmes enquêtées	207
1.1.3. L'expérience professionnelle préalable	208
1.1.4. Le statut professionnel des promotrices ANSEJ, CNAC et ANGEM en amont de l'entrepreneuriat	209
1.1.5. Le milieu familial des bénéficiaires ANSEJ, CNAC et ANGEM.....	210
1.1.6. Les motivations des bénéficiaires ANSEJ, CNAC et ANGEM	211
1.2. Caractéristiques des entreprises enquêtées	217
1.2.1. L'âge des entreprises enquêtées	217
1.2.2. Le secteur d'activité des entreprises.....	217
1.2.3. Les déterminants du choix du secteur d'activité des entreprises enquêtées	219
1.2.4. Le statut juridique de l'entreprise créée	220
1.2.5. L'effectif des entreprises enquêtées	220
1.2.6. La localisation des entreprises enquêtées	222
1.2.7. Les sources de l'apport personnel des entreprises enquêtées	222
1.2.8. Le type de management choisi	223
1.3. Accompagnement des bénéficiaires ANSEJ, CNAC, ANGEM	227
1.3.1. Impact des dispositifs ANSEJ, CNAC et ANGEM sur la situation socioprofessionnelle de leurs bénéficiaires.....	227

1.3.2. L'influence des dispositifs ANSEJ, CNAC et ANGEM sur le choix d'entreprendre des femmes.....	228
1.3.3. Les raisons de sollicitation de l'ANSEJ, CNAC et /ou ANGEM	228
1.3.4. Les obstacles rencontrés par les bénéficiaires ANSEJ, CNAC et ANGEM lors de la création de leurs entreprises	229
1.3.5. Les obstacles rencontrés par les bénéficiaires ANSEJ, CNAC et ANGEM après la création de leurs entreprises	230
1.3.6. Evaluation des bénéficiaires ANSEJ, CNAC et ANGEM de l'accompagnement que leur accordent ces dispositifs.....	231
1.4.L'expérience entrepreneuriale entrepreneuriat des bénéficiaires ANSEJ, CNAC et ANGEM	231
1.4.1. Les qualités recommandées à une chef d'entreprise	231
1.4.2. Connaissances et formation en entrepreneuriat.....	232
1.4.3. Existence d'exemples de femmes entrepreneures dans l'entourage des bénéficiaires ANSEJ, CNAC et ANGEM.....	233
1.4.4. L'apport de l'entrepreneuriat aux bénéficiaires ANSEJ, CNAC et ANGEM.....	234
1.5.L'apport de l'entreprise créée à son milieu d'implantation.....	234
1.5.1. Evaluation des éléments liés à l'entreprise créée	235
Section 02: Incidences socio-économiques et limite de l'accompagnement de l'entrepreneuriat féminin dans la wilaya de Tizi-Ouzou	236
2.1. Les difficultés rencontrées par les promotrices ANSEJ, CNAC et ANGEM	236
2.1.1. Les procédures administratives et l'accès au financement.....	237
2.1.2. Des insuffisances dans l'étude technico-économique	237
2.1.3. Des difficultés liées aux traits personnels	238
2.1.4. Les difficultés de remboursement du crédit	238
2.2. Les limites de l'accompagnement qu'accordent ANSEJ, CNAC et ANGEM aux femmes entrepreneures de la wilaya de Tizi-Ouzou	239
2.2.1. Insuffisance d'intervention en phase de pré-crédation.....	239
2.2.2. Insuffisance de l'accompagnement dans la phase de création	240
2.2.3. Insuffisance de l'accompagnement dans la phase post-crédation	242
2.3. Analyse des Incidences socioéconomiques de l'entrepreneuriat féminin dans la wilaya de Tizi-Ouzou.....	244
2.3.1.La création d'entreprises	244

2.3.2. La création d'emplois.....	245
2.3.3. La valorisation des ressources territoriales	246
2.3.4. Stimuler l'esprit d'entreprise	247
2.3.5. L'entrepreneuriat féminin et cohésion sociale	247
2.3.6. Amélioration de la place de la femme dans la société	247
Conclusion	248
Conclusion générale.....	251
Références bibliographiques	262
Annexes	278
Liste des figures.....	342
Liste des tableaux	345
Liste des Cartes.....	349
Liste des annexes	349
Table des matières	350
Résumé	359

Résumé

Notre thèse a pour objet l'analyse de l'émergence de l'entrepreneuriat féminin suite à la mise en place des dispositifs publics d'aide à la création d'entreprises ANSEJ, CNAC et ANGEM. Puis par conséquent, l'analyse des incidences socio-économiques de cet entrepreneuriat dans le territoire de la wilaya de Tizi-Ouzou.

Pour ce faire nous avons mobilisé une approche multidisciplinaire (sociologie, science du comportement, sciences de gestion...). En effet, avant d'être un champ de recherche à part entière, l'entrepreneuriat féminin comme nouveau visage de l'économie et comme force motrice du développement (OCDE, 2014) s'inscrit dans le contexte psychologique, social, économique, politique et juridique des territoires.

L'entrepreneuriat féminin s'est imposé comme un sujet de recherche suscitant la transversalité et l'usage de différentes approches-comportementale, processuelle, fonctionnelle, féminine et non féminine. Dans notre thèse, nous avons procédé à la transposition des approches fonctionnelle, comportementale et processuelle à l'étude de l'entrepreneuriat féminin et ce en appliquant l'approche «genre». En effet, notre thèse soutient le fait que l'émergence de l'entrepreneuriat féminin ne peut se faire sans la promotion de la femme entrepreneure. Une promotion qui implique de facto le renforcement de l'autonomie de cette femme, l'identification de ses motivations, des obstacles qui l'entravent et l'identification des besoins de son entreprise et ce en vue de lui discerner un accompagnement adéquat sur toutes les phases jalonnant le processus de création de son entreprise.

Des résultats de la présente thèse, il ressort que les trois dispositifs d'accompagnement à la création d'entreprise, ANSEJ, ANGEM et CNAC sont non discriminatoires et ont un impact positif sur l'émergence d'un entrepreneuriat féminin « de nécessité » dans la wilaya de Tizi-Ouzou. Néanmoins, l'accompagnement qu'ils accordent aux femmes ne leur est pas spécifique et accusent de quelques insuffisances (négligence de l'approche genre, faible accompagnement dans les phases pré-crédation, création et post-crédation...). L'importance de l'entrepreneuriat féminin sur le plan socioéconomique est non négligeable. En effet, cet entrepreneuriat contribue à la création d'entreprises génératrices de richesses et de postes d'emplois ; à la valorisation des ressources territoriales et à stimuler l'esprit d'entreprise en incitant les générations futures et d'autres femmes à entreprendre.

Mots clés : Emergence, Entrepreneuriat féminin, accompagnement, dispositifs publics, ANSEJ, CNAC, ANGEM, Tizi-Ouzou, incidences socio-économiques.

Agzul

Iswi n tezrawt agi d tasleđt n unnunet n **třemsa**¹ (ATT)² tuntit (n tlawin) seg mi d-yesbedd **Uwanek**³ **iswarawen**⁴ (VMLA)⁵ ara yawsen asebded n terřmisin⁶, i wakken ad yawes ilmeřyen (ANSEJ), d wid d yeffřen si lxedma (CNAC) d widyeřyan ad sbedden tırřmisin timeřyanin (ANGEM); syen řer-s, ad tesleđ **tiselkam**⁷ tidamsayin d tselkam timettayin n **třemsa**, di temnađt n Tizi Uzzu.

¹ Třemsa= entrepreneuriat (ATT)

² ATT= Amawal n TmazıřTatart de Mouloud Mammeri- 1976

³ Awanek= Etat (ATT)

⁴ Aswaraw, iswarawen= dispositif (VMLA)

⁵ VMLA= Vocabulaire Moderne de Langue Amazigh de LahcenOulhadj et Mohamed Oudadess- Publié par Konrad Adenauer Stiftung-2013

⁶ Třmist= Entreprise (ATT)

⁷ Taselkemt, tiselkam= effets, conséquences

I wakken ad nessiweḍ yer yeswan agi, nessemres allalen n mennaw n **yyiulen**⁸ n **tussna**⁹ (tussna n **tmetti**¹⁰, tussna n tikliyin d tussniwin n **tesferka**¹¹) acku taḥmsa teqqen yer waṭas n **isutal**¹² : **akramwalan**¹³, anmetti, adamsan, aserti, azerfan¹⁴. Tuḡal **tḥmsa** d asentel n unadi, ssemrasen deg-s yemnadiyen **mennaw**¹⁵ n **yenmilen**¹⁶ : **ankalay**¹⁷ d umezragan d **uwuray**¹⁸ d **umwennaḍ**¹⁹.

Deg tezrawt agi, nessemres anmil **ankalay**²⁰ d wenmil **amezragan**²¹, akked wenmil awuray neqqeniten yer wenmil izerrewen **tawsit**²². **Turda**²³ i **nesten**²⁴ deg tezrawt agi teqqen annunet n taḥmsa tuntit yer **usifrer**²⁵ n tmetṭut **taḥemmast**²⁶. Asifrer agi yessefk-as ad tili tmetṭut d tilellit, yessefk daḡen adnẓer d acu i d **iwesran**²⁷ ines d wid n temṛist ines, d acu i d tisiram-ines d iḥekkuren i as d yemḥarḡen. Akka i yezmer uwanek ad ttyawes akken yessefk di **takkayin**²⁸ n usebde d temṛist-ines.

Agemmu ḡamezwaru i yer nessaweḍ di tezrawt yewwi-d yef yeswarawen n wawwas yesbedd uwanek: d tidett, iswarawen agi uwsen annunet n tḥmsa tuntit (taḥmsa n “tmara), yerna ur gin ara taneḥyaft ger yergazen d tlawin. D acu kan, ulac awwas i yeḥnan tilawin weḥdsent, yerna yella wayen i deg ixuṣ: tamezwarut, tiseḡliyin (neḡiḥekkuren) i yettemḥriden i tlawin ur asent d-yuḑi ara tawwurt (neḡ tifrat), tis-snat awwas agi ur tent yettawes ara akken yessefk, ama uqbel ad ssbeddent tamṛist, ama di takkayt n usebde, ama seg ssawḡent ad tssbeddent. Tawuri n tḥmsa tuntit di tmetti ur tezmir ad tettwaglez acku tettekki deg ufares n yibaḡuren, tettak lxedma, tessefrak **imseḡbula**²⁹ n temnaḡt i degllan, yerna tessebdad afud i tlawin akked tsuta i d-yettenkaren akken ad grent iman-nsent deg tḥmsa.

⁸ Aḡul, iḡullen= domaine (ATT)

⁹ Tussna= science (ATT)

¹⁰ Timetti= société ; tussna n tmetti= sociologie

¹¹ Tasferka= gestion (ATT)

¹² Asutel, isutal= contexte

¹³ Akramwalan= psychologique (VMLA)

¹⁴ Les autres termes techniques sont des propositions de spécialistes berbérissants (K.NaitZerrad, R. Achour) ou des propositions personnelles de monsieur Mohand Ouamer OUSSALEM

¹⁵ Mennaw= plusieurs (en mozabite, et dans les parlers marocains)

¹⁶ Anmil, inmilen= approche (VMLA)

¹⁷ Ankalay= comportemental (de tikli= marche, comportement)

¹⁸ Awuray= fonctionnel de tawuri= fonction

¹⁹ Amwennaḍ= environnemental de tawannaḡt=environnement

²⁰ Ankalay= comportemental (de tikli= marche, comportement)

²¹ Amezragan= processuel (de zreg, passer, s'écouler)

²² Tawsit= genre (ATT)

²³ Turda, turdiwin= hypothèse (ATT)

²⁴ Sten (verbe)=soutenir, défendre (en tamaceḡt)

²⁵ Asifrer= promotion (création)

²⁶ Aḥemmas, taḥemmast= entrepreneur(e) (ATT)

²⁷ Awsir, iwesran= besoin (aser= manquer de, avoir besoin de)

²⁸ Takkayt, takkayin= étapes, phases (de Ekk ; proposition de K. Nait Zerrad)

²⁹ Imseḡbula= ressources Proposition de Remḡan Ḥacur

ملخص:

ترمي هذه الأطروحة إلى تقييم بروز ريادة المرأة للاعمال على إثر وضع هياكل عمومية لدعم و تمويل إنشاء مؤسسات صغيرة ومتوسطة، الوكالة الوطنية لدعم تشغيل الشباب (ANSEJ)، الصندوق الوطني للتأمين عن البطالة (CNAC)، الوكالة الوطنية لتسيير القرض المصغر (ANGEM). وبناء على ذلك إلى تقييم المؤشرات الاجتماعية والاقتصادية لريادة المرأة للاعمال على مستوى إقليم ولاية تيزي وزو.

للفيما بذلك، لقد وضعنا مقاربه متعددة التخصصات (علم الاجتماع، علم السلوك، علم الإدارة،...)، بالفعل، قبل ان يكون نطاق بحث في حد ذاته، يندرج مباشرة المرأة للاعمال الحرة، كوجه جديد للإقتصاد وكقوة محركة للتطور وللتنمية الاقتصادية وكذا لجودة المنافسة (OCDE, 2014)³⁰، في السياقات: النفسية، الاجتماعية، الاقتصادية، السياسية والقانونية للبلدان. فرض نفسه كموضوع بحث متيرا وجوب المراعاة واستخدام مختلف المقاربات السلوكية والعملية والوظيفية والبيئية والنسائية وغير النسائية. قمنا في اطروحتنا، بإدراج مقاربات وظيفية و سلوكية وعملية إلى دراسته ريادة الاعمال عند المرأة و هذا بتطبيق النهج "الجنساني". فعلا، تأكد اطروحتنا بان انبثاق ريادة الاعمال للمرأة لن يتحقق إلا بترفيه هذه المرأة، وتكمن هذه الترفيه بحكم الواقع، في تعزيز استقلاليتها (اقتصاديا، اجتماعيا،...) والذراية بحوافزها و احتياجاتها و بالصعوبات التي تعيقها، الوقوف على احتياجات مؤسساتها، لغرض توفير الدعم اللازم لها في كل المراحل الصعبة خلال عملية خلق مؤسساتها.

تفيد نتائج هذه الأطروحة بان هذه الهياكل الثلاث الداعمة لتأسيس المؤسسات الصغيرة و المتوسطة المذكورة اعلاه، لا ينطوي عليها التمييز ولها اثر ايجابي كبير في بزوع ريادة المرأة للاعمال الجد ضروري لولاية تيزي وزو، إلا ان الدعم الذي توفره هذه الهياكل للنساء غير محدد لهن بشكل خاص وتكمن فيه بعض النقص (إهمال النهج الجنساني، دعم ضعيف في مراحل ما قبل الإنشاء، اتناء الإنشاء و بعد الإنشاء...). إن أهمية ريادة العنصر النسوي للاعمال على الصعيدين الاجتماعي والاقتصادي، امر لا يستهان به. بالفعل، يساهم هذا الاخير في خلق مؤسسات مولدة للثروة ومناصب الشغل و تنمية الموارد الإقليمية و تعزيز تنظيم المشاريع و هذا بتحفيز الاجيال الصاعدة و نساء اخريات على ذلك.

Abstract

Our thesis is aimed to analyse the emergence of female entrepreneurship following the implementation of public support mechanisms for the creation of companies ANSEJ, CNAC and ANGEM. Therefore, the analysis of the socio-economic impacts of this entrepreneurship in the territory of the wilaya of Tizi-Ouzou.

To do this, we have enlisted a multidisciplinary approach (sociology, behavioural science, management science, etc.). In fact, before being a field of research in its own right, female entrepreneurship as a new face of the economy and a driving force for development, economic growth, well-being and competitiveness (OECD, 2014), is embedded in the psychological, social, economic, political and legal contexts of countries. It has established itself as transversality's research subject and using different approaches - behavioural, procedural, functional, environmental, feminist and not-feminist. In our thesis, we transposed

³⁰ Organisation de Coopération et de Développement Economique.

functional, behavioural and procedural approaches to the study of women entrepreneurship by applying the "gender" approach. Indeed, our thesis supports the fact that women entrepreneurship's emergence can't be done without the promotion of woman entrepreneur, which involves the empowerment of her (economic, social, etc.), the identification of her motivations and needs, the obstacles that hinder her and the identification of her company's needs, in order to provide her an adequate support during all the phases of the company's creation process.

The results of this thesis show that the three support systems for business creation, ANSEJ, ANGEM and CNAC, are non-discriminatory and have a positive impact on the emergence of "necessity" women entrepreneurship in the wilaya of Tizi-Ouzou. Nevertheless, the accompaniment they provide to women is not specific to her and has some shortcomings (neglect of the gender approach, poor support in the pre-creation, creation and post-creation phases, etc.). The socio-economic importance of women's entrepreneurship is not insignificant. It contributes to the creation of wealth-generating enterprises and job opportunities; to the development of territorial resources and to stimulating entrepreneurship by encouraging future generations and other women to undertake.

Keywords: Emergence, Women entrepreneurship, accompaniment, public mechanisms, ANSEJ, CNAC, ANGEM, Tizi-Ouzou, socio-economic impacts.

Resumen

Nuestra tesis tiene como objeto el análisis de la emergencia del empresariado femenino tras la puesta en marcha de mecanismos públicos de apoyo a la creación de empresas de ANSEJ, CNAC y ANGEM. Luego, en consecuencia, el análisis de los impactos socioeconómicos de esta iniciativa empresarial en el territorio de la wilaya de Tizi-Ouzou.

Para ello, hemos movilizado un enfoque multidisciplinar (sociología, ciencias del comportamiento, ciencias de la gestión, etc.). De hecho, antes de ser un campo de investigación por derecho propio, la iniciativa empresarial femenina como nueva cara de la economía y como fuerza motriz del desarrollo, el crecimiento económico, el bienestar y la competitividad (OCDE, 2014), está arraigada en los contextos psicológico, social, económico, político y jurídico de los países. Se ha consolidado como un tema de investigación que fomenta la transversalidad y el uso de diferentes enfoques comportamentales, procedimentales, funcionales, ambientales, feministas y no feministas. En nuestra tesis, transpusimos en enfoques funcionales, conductuales y procedimentales al estudio del empresariado femenino mediante la aplicación del enfoque de "género". En efecto, nuestra tesis apoya el hecho de que el surgimiento del empresariado femenino no puede lograrse sin la promoción de las mujeres emprendedoras, lo que implica de hecho el empoderamiento de las mujeres empresarias (económico, social, etc.), la identificación de sus motivaciones y necesidades, los obstáculos que las dificultan y la identificación de las necesidades de su empresa, con el fin de proporcionarles un apoyo adecuado durante todas las fases del proceso de creación de la empresa.

Los resultados de esta tesis muestran que los tres sistemas de apoyo a la creación de empresas, ANSEJ, ANGEM y CNAC, no son discriminatorios y tienen un impacto positivo

en la emergencia de un espíritu empresarial femenino "necesario" en la wilaya de Tizi-Ouzou. Sin embargo, el apoyo que prestan a las mujeres no es específico de ellas y presenta algunas deficiencias (descuido del enfoque de género, escaso apoyo en las fases de pre-creación, creación y post-creación, etc.). La importancia socio económica del espíritu empresarial de las mujeres no es insignificante. De hecho, este espíritu empresarial contribuye a la creación de empresas generadoras de riqueza y de oportunidades de empleo, al desarrollo de los recursos territoriales y a estimular el espíritu empresarial alentando a las generaciones futuras y a otras mujeres a emprender.

Palabras clave: Emergencia, empresariado femenino, complemento mecanismos públicos, ANSEJ, CNAC, ANGEM, Tizi-Ouzou, impactos socioeconómicos.