

REPUBLIQUE ALGERIENNE DEMOCRATIQUE ET POPULAIRE



MINISTRE DE L'ENSEIGNEMENT SUPERIEUR



ET DE LA RECHERCHE SCIENTIFIQUE

UNIVERSITE MOULOU D MAMMARI DE TIZI-OUZOU

FACULTE DES SCIENCES ECONOMIQUES, COMMERCIALES ET  
DES SCIENCES DE GESTION

DEPARTEMENT DES SCIENCES DE GESTION

## *Mémoire de fin de cycle*

Mémoire de fin d'étude en vue de l'obtention du diplôme de master II en Sciences de  
Gestion

Spécialité : Management Stratégique

Thème

**L'entrepreneuriat féminin et création de l'emploi, cas de la  
wilaya de Tizi-Ouzou**

**Présenté par :**

BOUSSENOU Massika

SELMOUNE Leticia

**Dirigé par :**

Mr ACHIR Mohammed

**Membres de jury :**

**Président :** LOUGAR Ouiza, professeur, UMMTO

**Examineur :** ABIDI MOHAMED, MCB, UMMTO

**Rapporteur :** ACHIR MOHAMED, MCB, UMMTO

**Promotion : 2022/2023**

# Remerciements

*Nous tenons à remercier le Bon Dieu tout puissant de nous avoir offert l'opportunité de franchir ce stade de savoir, et de nous avoir donné la foi, la force et le courage, de réaliser ce modeste travail dans de bonnes conditions.*

*Notre profonde expression de reconnaissance et de remerciements est destinée à notre promoteur **M<sup>r</sup> ACHIR Mohamed** qui nous a fait l'honneur de diriger notre travail, pour son suivi, ses conseils, sa disponibilité et son accompagnement durant la réalisation de ce modeste travail avec beaucoup de patience et de pédagogie et nous tenons aussi à remercier les membres des jurys qui ont accepté d'évaluer ce travail.*

*Nos remerciements s'adressent aussi à tout le personnel de l'ANGEM de Tizi-Ouzou en particulier **Mme BOUBCHIR** pour sa prise en charge avec extrême bienveillance et pour ses orientations et ses encouragements durant notre stage pratique.*

*Nous tenons à exprimer nos vifs remerciements, notre incise gratitude et notre connaissance : A tous les professeurs et toutes personnes et qui, par leurs paroles, leurs critiques et leurs conseils qui ont guidé durant notre cursus d'étude .*

*A toutes les femmes entrepreneures qui ont collaboré et adhéré à notre enquête et qui ont répondu favorablement à nos sollicitations.*

*Nous remercions, enfin nos chères parents et tous ceux qui ont participé de près ou de loin à la réalisation de ce travail.*

## **Dédicaces**

*A cette fin de parcours, immense est le plaisir que j'ai de  
dédier ce travail :*

*A ma famille : chères parents pour leurs sacrifices, leur  
amour, leur tendresse, leur soutien et leur prières tout au  
long de mes études.*

*A ma chère sœur Eliane Mon frère Yanis Ma chère voisine*

*O. Lynda pour leur encouragement et leur soutien.*

*Et tous ce qui m'ont aidé de loin ou des prés.*

*Sans oublier mon binôme pour sa patience et sa  
compréhension tout au long de ce projet.*

**Leticia**

## **Dédicaces**

*Je dédie, le travail à toute ma famille et surtout ma princesse qui ensoleille ma vie, qui me fait entourer de bonheur et joie ma fille serine, et à tout qui m'ont soutiens de près ou de loin dans ma carrière et études sans oublié ma binôme pour sa patience et sa compréhension tout au long de ce projet.*

**Massika**

---



---

*Liste des abréviations*

---



---

## *Liste des Abréviations*

---

<b>Liste des Abréviations</b>
-------------------------------

- **ADS** : Agence Développement Sociale.
- **ANDI** : Agence National du Développement des Investissements .
- **ANGEM** : Agence National de Gestion du Micro Crédit.
- **ANSEJ** : Agence National de Soutien à l'Emploi des Jeunes.
- **BTP** : Bâtiment et Travaux Publics .
- **BTPH** : Bâtiments et Travaux Publics et Hydrauliques.
- **CA** : Chiffre d'Affaire .
- **CNAC** : Caisse National d'Assurance de Chômage.
- **CNRC** : Centre National du Registre de Commerce .
- **EURL** : Entreprise Unipersonnel à Responsabilité Limite .
- **ONS** : Office National des Statistiques .
- **PME** : Petite et Moyenne Entreprise .
- **PNR** : Prêt Non Rémunéré .
- **SARL** : Société à Responsabilité Limite
- **SNC** : Société en Nom Collectif .
- **SPA** : Société Par Action .
- **TPE** : Très Petite Entreprise .

---



---

# *Sommaire*

---



---

# *Sommaire*

---

## Sommaire

- **Introduction générale** ..... Page 01.
- **Chapitre I : Entreprenariat, création et croissance des entreprises.**
- Introduction ..... Page 06
- Section 1 : Entreprenariat et analyse de l'environnement ..... Page 06
- Section 2 : Techniques et méthodes de création de l'entreprise ..... Page 12
- Section 3 : Motivation et profil de l'entrepreneur ..... Page 22
- Conclusion ..... Page 28
- **Chapitre II : Entreprenariat et le rôle des femmes dans la création des entreprises.**
- Introduction ..... Page 29
- Section 1 : Entreprenariat féminin éléments de définitions ..... Page 29
- Section 2 : Exclusion sociale et création d'entreprise par les femmes ..... Page 37
- Section 3 : Entreprenariat et motivation des femmes entrepreneures ..... Page 47
- Conclusion ..... Page 54
- **Chapitre III : Etude de cas de création et développement des entreprises par les femmes dans la wilaya Tizi ousou.**
- Introduction ..... Page 55
- Section 1 : Méthodologie de l'enquête ..... Page 55
- Section 2 : L'entreprenariat féminin dans le dispositif ANGEM de la Wilaya de Tizi-Ouzou ..... Page 65
- Section 3 : Analyse des résultats et discussions ..... Page 71
- Conclusion ..... Page 81
- **Conclusion générale** ..... Page 82
- **Bibliographie.**
- **Liste des tableaux**
- **Liste des figures**
- **Les Annexes**
- **Table des matières**

## Résumé

Aujourd'hui, l'entrepreneuriat féminin s'avère être vital pour le dynamisme de l'économie algérienne. Ce type particulier d'entreprise permet de générer de la valeur ajoutée, susciter la créativité, inciter à l'innovation, et surtout créer de l'emploi. En outre, même si pour certains chercheurs la nature et la structure de l'entrepreneuriat féminin change d'un pays à un autre, et d'une femme à une autre, il n'en demeure pas moins qu'il existe une forte corrélation entre l'entrepreneuriat féminin et le développement économique du pays. Ce travail a comme objectif de caractériser les facteurs qui ont poussé les femmes à entreprendre. Autrement dit, il s'agit de reconnaître les différentes motivations qui poussent les femmes à lancer une entreprise dans le contexte actuel de l'Algérie. Il s'agit entre autre de dévoiler quelles sont les principales motivations qui poussent une femme algérienne à entreprendre; quelle est la source principale de ses motivations. Cependant, Le choix d'une carrière entrepreneuriale est-il motivé par des facteurs positifs tels : la volonté d'accomplissement personnel, la quête d'autonomie, et des facteurs négatifs qui relèvent par exemple du licenciement, désir de cesser de chômer, insatisfaction au travail, manque d'opportunités de carrières et de promotion, discrimination.

## المخلص

اليوم، تثبت ريادة الأعمال النسائية أنها حيوية لديناميكية الاقتصاد الجزائري. يتيح هذا النوع من الأعمال إمكانية توليد قيمة مضافة، وإثارة الإبداع، وتشجيع الابتكار، وقبل كل شيء خلق فرص العمل. علاوة على ذلك، حتى لو أن طبيعة وهيكل ريادة الأعمال النسائية يتغير بالنسبة لبعض الباحثين من بلد إلى آخر، ومن امرأة إلى أخرى، تظل الحقيقة أن هناك علاقة قوية بين ريادة الأعمال النسائية والتنمية الاقتصادية للبلد. يهدف هذا العمل إلى توصيف العوامل التي دفعت النساء إلى أن يصبحن رائدات أعمال. بمعنى آخر، يتعلق الأمر بالاعتراف بالدوافع المختلفة التي تدفع النساء لبدء مشروع تجاري في السياق الحالي للجزائر. ويتضمن ذلك، من بين أمور أخرى، الكشف عن أهم الدوافع التي تدفع المرأة الجزائرية إلى القيام بذلك؛ ما هو المصدر الرئيسي لدوافعه. ومع ذلك، هل اختيار مهنة ريادة الأعمال مدفوع بعوامل إيجابية مثل: الرغبة في الإنجاز الشخصي، والسعي إلى الاستقلالية، وعوامل سلبية مثل الفصل من العمل، والرغبة في التوقف عن البطالة، وعدم الرضا في العمل، والافتقار إلى الوظيفة والترقية الفرص و التمييز.

## **Abstract**

Today, female entrepreneurship proves to be vital for the dynamism of the Algerian economy. This particular type of business makes it possible to generate added value, spark creativity, encourage innovation, and above all create jobs. Furthermore, even if for some researchers the nature and structure of female entrepreneurship changes from one country to another and from one woman to another, the fact remains that there is a strong correlation between female entrepreneurship and the economic development of the country. This work aims to characterize the factors that pushed women to become entrepreneurs. In other words, it is about recognizing the different motivations that push women to start a business in the current context of Algeria. This involves, among other things, revealing what are the main motivations that push an Algerian woman to undertake; what is the main source of his motivations. However, is the choice of an entrepreneurial career motivated by positive factors such as: the desire for personal accomplishment, the quest for autonomy, and negative factors such as dismissal, desire to stop being unemployed, dissatisfaction? at work, lack of career and promotion opportunities, discrimination.

---



---

# *Introduction générale*

---



---

# *Introduction générale*

---

## **Introduction générale**

Ces dernières années, le champ consacré à l'étude de l'entrepreneuriat a connu un développement sans précédent, un grand intérêt scientifique lui aussi est accordé. En effet, l'étude de ce champ est actuellement au cœur des analyses, des débats théoriques et même méthodologiques. La création d'entreprises une des formes les plus discutées, l'entrepreneuriat apparaît comme un véritable moteur de développement économique et social, c'est un facteur essentiel de promotion de la croissance économique et de lutte contre le chômage et la pauvreté.

L'entrepreneuriat est devenu aujourd'hui un enjeu majeur pour la quasi-totalité des pays. L'ensemble des avantages qu'il génère justifie énormément l'intérêt croissant qu'il suscite. Par ailleurs, en plus de sa contribution dans la création d'emploi, dans l'innovation et le renouvellement du tissu économique, l'entrepreneuriat peut présenter de l'intérêt pour les individus qui peuvent trouver dans des situations entrepreneuriales et plus particulièrement dans la création d'entreprise des sources de satisfaction. Une des définitions les plus courantes de l'entrepreneuriat consiste à l'associer, parfois de façon synonymique, à la création d'entreprise. La Responsabilité sociale des entreprises et les PME Management & Sciences Sociales. La création d'entreprise est devenue aujourd'hui la source de développement et de croissance. Elle se base sur deux éléments importants, l'entrepreneur et le milieu.

En Algérie, depuis son indépendance le secteur étatique était le principal acteur économique et social, c'est un modèle économique centralement dirigé et planifié où l'Etat était pendant plus de 30 ans le principal entrepreneur et employeur. Ce n'est qu'à partir des années 1990 que l'on assiste à un regain d'intérêt pour la création d'entreprise, suite à la crise économique et financières des années 1980, des mesures initiées par les pouvoirs publics et aux pressions des instituts financiers internationales comme la FMI et la Banque Mondiale. Depuis, une nouvelle ère débute pour l'économie Algérienne, celle de la transition vers l'économie de marché. Cette stratégie de développement est basée surtout sur la promotion de l'entrepreneuriat privée. Une loi sur l'investissement privé a été d'ailleurs promulguée en 1993.

Les années 1990 ont connu une augmentation importante du chômage et de la pauvreté en Algérie cela a poussé le pouvoir public à créer des dispositifs comme l'Ansej et la CNAC pour encourager les créations des entreprises et les emplois. Ce qui a été concrétisé par la création du ministère de la PME en 1992, la promulgation du code des investissements en

## *Introduction générale*

---

1993 et la mise en place de différents dispositifs d'aides à la création d'entreprises (Andi, ANSEJ, CNAC, ANGEM ...). Plusieurs mesures ont été prises et des institutions ont été créées afin de soutenir l'initiative individuelle. L'acte d'investir est avant tout un choix et une décision d'entreprendre. Cette décision est personnelle, souvent influencée par des facteurs environnementaux, c'est-à-dire des facteurs ayant un rapport avec le vécu familial et professionnel de l'entrepreneur, tels que les aides diverses dont il bénéficie, qu'elles soient financières, matérielles ou psychologiques. Le processus de création, la phase de pré-crédation ou de l'intention entrepreneuriale, dans laquelle l'entrepreneur est encore à la recherche de l'idée, est une phase très importante qui mérite beaucoup d'attention.

Les études scientifiques et l'analyse de l'état de l'entrepreneuriat féminin en Algérie sont insuffisantes par les universitaires, les données statistiques et les études sur le sujet restant rares et parcellaires. Statistiquement, le pourcentage d'entrepreneurs féminins reste très faible, que ce soit par rapport au pourcentage d'entrepreneurs masculins ou par rapport à la proportion de femmes dans l'ensemble de la population. Elles ne représentent que 3,2%, selon les statistiques du Centre national du registre du commerce. De son côté l'Agence nationale de soutien à l'emploi des jeunes (ANSEJ), soutient annuellement la création d'environ 8 500 micro entreprises à travers le pays (dont près de 14% sont créées par des femmes)<sup>1</sup>.

Les femmes constituent la catégorie de la population qui a connu des fortes exclusions sociales et au taux de chômage très important. Les pouvoirs publics ont initié à partir des années 2000, d'autres dispositifs de la création d'entreprise dont les femmes ont été encouragées quelles soient celles qui habitent dans les villes, des zones rurales.

---

<sup>1</sup> (Tahir Metaiche, F (2013) ; « Le profil de l'entrepreneuriat féminin en Algérie : une étude exploratoire », 8<sup>ème</sup> Congrès de l'Académie de l'Entrepreneuriat et de l'Innovation, Fribourg).

## ***Introduction générale***

---

### **Problématique et hypothèses de la recherche**

La part des femmes qui sont sous contrat de travail salarié ou chefs d'entreprise nous paraît faible dans le marché de travail en Algérie. Ceci est le reflet de plusieurs facteurs comme le niveau de formation, le facteur socioculturel, l'accès au financement et l'environnement familial.

Mais aujourd'hui, avec les mutations qu'a connue la société algérienne durant ces dernières années, les femmes optent de plus en plus souvent pour les activités entrepreneuriales et trop rarement encore, pour le statut de « chef d'entreprise ».

Dès lors, l'objectif de notre recherche est d'analyser la question de la femme entrepreneure en Algérie en s'appuyant sur des données empiriques recueillies dans la Wilaya de Tizi Ouzou. Il s'agit de répondre à la problématique centrale suivante :

***Quels sont les motivations de l'entrepreneuriat féminin et de création d'entreprises dans la Wilaya de Tizi-Ouzou. ?***

Cette question centrale appelle à d'autres questionnements que nous pouvons formuler

Comme suit :

- Quelle est la réalité de l'entrepreneuriat féminin en Algérie et son apport à la création de l'entreprise et de l'emploi ?

-Quelles sont les motivations qui poussent les femmes à entreprendre ?

-Quelle est l'impact des dispositifs d'aide à la création d'entreprises et d'emplois dans le

Développement des entreprises féminines en Algérie et dans la wilaya de Tizi ouzou ?

-Quel est l'apport de l'ANGEM à l'entrepreneuriat féminin?

Afin de répondre à la question centrale et à l'ensemble des sous-questions posées, trois

## ***Introduction générale***

---

Principales hypothèses peuvent être formulées provisoirement :

**Hypothèse 1** : C'est le désir d'Autonomie professionnelle, d'accomplissement personnel, d'organiser un travail soi-même sont des sources majeures de motivation de la femme algérienne à se lancer dans la carrière entrepreneuriale.

**Hypothèse 2** : Les pouvoirs publics sont mobilisés pour offrir les moyens nécessaires à l'accès au financement pour un encouragement à développer l'entrepreneuriat féminin et la création d'emplois en Algérie, surtout par le dispositif ANGEM.

**Hypothèse 3** : l'entrepreneuriat féminin peut être déclenché par un besoin de subsistance face à l'absence de travail et lutter contre le chômage et la pauvreté. Faire face au chômage pour les diplômées.

### **Objectifs :**

1-Le but de notre étude est de cerner le profil de la femme entrepreneure Algérienne (âge, niveau d'instruction et les secteurs les plus fréquenté par cette dernière) et son apport dans la création de l'emploi.

2-Peu d'études dédiées au champ entrepreneurial en Algérie de façon général, et les micro-entreprises créées par les femmes algériennes en particulier, vue la richesse dégagée par cette pratique qui représente un mécanisme de lutte contre le chômage et un moyen d'affronter la concurrence et le développement économique .

3-savoir les différentes causes qui poussent la femme à créer des micros entreprises gérés pareille-même.

4- Faire évaluer la réflexion sur le développement l'entrepreneuriat féminin en Algérie notamment dans la wilaya de Tizi - ousou et donner une vision claire sur les différents dispositifs créés par les pouvoirs public pour financer ce genre de pratique.

## *Introduction générale*


---

### **- La démarche méthodologie**

La réalisation de cette présente travail du fin de cycle, 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 ANADE, 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
- 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 qualitative.matérialisée par des questionnaires auprès d'un échantillon de 50 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 référent aux données statistiques qui nous ont été communiquées par les trois organismes ANADE, ANGEM et CNAC. Ainsi, nous avons mené une enquête ciblée auprès des seules femmes promotrices ANADE, 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 pour attribuer à la création des entreprises et la création d'emplois à la wilaya de Tizi-Ouzou.

---



*Chapitre I : Entrepreneuriat,  
création et croissance des  
entreprises*

---



# CHAPITRE I

## ENTREPRENARIAT, CREATION ET CROISSANCE DES ENTREPRISES

### Introduction

L'objectif de ce chapitre est d'esquisser le cadre théorique et conceptuel de l'entrepreneuriat. Il est subdivisé en trois sections. La première section présentera le cadre conceptuel de la notion de l'entrepreneuriat et analyse de l'environnement. La deuxième section esquissera les techniques et méthodes de création de l'entreprise et la troisième section aborde sur le profil de l'entrepreneur et ses motivations.

### SECTION 1 : ENTREPRENEURIAT ET ANALYSE DEL'ENVIRONNEMENT

Comme nous l'avons déjà évoqué précédemment, l'entrepreneuriat est un phénomène qui a évolué au fil des siècles. Plusieurs concepts et définitions ont fait leur apparition. Nous tenterons de les expliquer et donner les éléments de base dans cette section.

**1-1- l'entrepreneuriat, concepts et définitions :** La compréhension du phénomène de l'entrepreneuriat ne peut se réaliser avec une simple synthèse des définitions élaborées par plusieurs concepteurs. Chaque auteur explique avec une manière différente le concept et la façon dont il approche ce phénomène.

Selon **Gasse**<sup>1</sup> l'entrepreneuriat s'entend comme « l'appropriation et la gestion des ressources humaines et matérielles, pour créer, développer et implanter des solutions permettant de répondre aux besoins des individus ».

Selon Julien et **Marchesnay**<sup>2</sup> « l'entrepreneuriat constitue au premier chef la consécration directe du l'esprit d'entreprise, de la volonté d'entreprendre dans les affaires ».

---

<sup>1</sup> Gasse Y, « entreprendre moderne : attribut et fonctions », revue internationale de gestion, vol 7, n°4, 1883, P23.

<sup>2</sup> Julien. P.A et Marchesnay. M ; « L'entrepreneuriat », Economica, Paris, 1996, P11.

## Chapitre I : Entrepreneuriat, création et croissance des entreprises

---

Selon **Verstraete T**<sup>3</sup>, « l'entrepreneuriat est un phénomène combinant un individu et une organisation. L'un se définit par rapport à l'autre et vice-versa. Ainsi, le terme entrepreneuriat décrit une relation symbiotique entre un entrepreneur et une organisation : l'entrepreneur agit, structure, et engage son environnement à des fins socioéconomiques».

**Tounés A**<sup>4</sup> considère « l'entrepreneuriat comme un processus dynamique et complexe. Il est le fruit de facteurs psychologiques, sociaux culturels, politiques et économiques qui se manifestent dans un contexte donné ».

D'après **Fayolle et Filion**<sup>5</sup> : « l'entrepreneuriat c'est le processus par lequel des personnes prennent conscience que le fait de posséder leur propre entreprise constitue une option ou une solution viable, ces personnes pensent à des entreprises qu'elles pourraient créer, prennent connaissance de la démarche à suivre pour devenir un entrepreneur et se lancer dans la création et le démarrage d'une entreprise ».

Selon **Julien P-A et Cadieux L**<sup>6</sup> : l'entrepreneuriat « est considéré comme un instrument clé permettant d'améliorer la compétitivité entre les nations, de favoriser la croissance économique et d'accroître les possibilités d'emploi ».

En synthétisant que l'entrepreneuriat est un champ d'étude de l'entrepreneur et désigne aussi l'action d'entreprendre, de mener à bien un projet.

---

<sup>3</sup> Verstraete T, « histoire d'entreprendre-les réalités de l'entrepreneuriat », Paris, édition management et société, 2000, P12.

<sup>4</sup> Tounés A, « l'intention entrepreneuriale, une recherche comparative entre des étudiants suivants des formations en entrepreneuriat (bac+5) et des étudiants en DESS CAAE », thèse de doctorat en science de gestion, université de Paris, France, 2003, P30

<sup>5</sup> Filion I-j ; Fayolle A, Op Cite, P254.

<sup>6</sup> Julien P-A, Cadieux L, «La mesure d'entrepreneuriat», Institut de la statistique de la Québec, 4e trimestre, 2010, P 17-25.

### 1-2 Les approches théoriques de l'entrepreneuriat

La littérature entrepreneuriale permet de distinguer trois approches différentes qui répondent à trois questions : qui est l'entrepreneur ? que fait l'entrepreneur ? Et comment l'entrepreneur pense ?

**1-2-1- L'approche par les traits** : elle consiste en l'étude des traits de caractère d'un individu. Elle permet de distinguer entre un entrepreneur né et un non entrepreneur par sa personnalité. Cette approche propose l'hypothèse qu'un entrepreneur doit disposer de ces caractères suivants : le goût du risque, le besoin d'accomplissement et d'autonomie, l'innovation, l'indépendance financière...<sup>9</sup>

**1-2-2- L'approche comportementale (par le fait)** : de nombreuses études ont montré que le caractère ne suffit pas à devenir entrepreneur. En effet, l'environnement a son impact sur les motivations entrepreneuriales de l'individu. Aussi, elles ont démontré que l'important n'est pas d'"être" mais plutôt de "faire". L'approche comportementale se base donc sur les actions et le comportement de l'entrepreneur tout au long du processus de création d'entreprise.<sup>10</sup>

**1-2-3- L'approche cognitive** : cette approche nouvellement souligné par les chercheurs. Elle met l'accent sur la personne de l'entrepreneur et non pas sur les traits de personnalité. C'est-à-dire qu'elle étudie la perception entrepreneuriale de l'entrepreneur.

**1-2- 4 - L'approche processuelle** : un processus est un ensemble de fait d'action et de phénomène qui s'enchainent dans le temps et dans un ordre donné<sup>11</sup>. Selon FAYOLLE, 2004, l'analyse d'un processus répond à la "question" du comment et du "pourquoi" de la Réalisation d'un phénomène. En effet, cette approche envisage l'entrepreneur dans sa globalité et ses interactions, et se refuse d'entrevoir l'entrepreneuriat comme un domaine de recherche centré uniquement sur l'entrepreneur mais elle intègre d'autres dimensions indispensables à sa compréhension.

Ainsi, nous constatons que ces trois approches répondent respectivement aux questions cités au-dessus.

**1-3- les formes de l'entrepreneuriat :** Etant un monde vaste avec des dizaines de secteurs d'activités, le monde entrepreneurial a pris plusieurs formes selon le mode de création de l'entreprise ou de l'activité en question.

Nous distinguons cinq formes principales :

**1-3-1- La création ex-nihilo :** "*ex nihilo*" est une expression latine qui signifie "à partir de rien", cela veut donc dire créer une entreprise nouvelle à base d'une idée innovante et qui jouit d'une certaine indépendance juridique. Elle représente la forme la plus pure de l'entrepreneuriat car les risques sont plus évalués

**1-3-2- La reprise d'entreprise ou d'activité :** contrairement à la création d'entreprise, dans ce cas l'organisation existe déjà. Cela constitue en l'acquisition d'une partie ou de la totalité des actifs et des branches d'activités d'une entreprise tierce tout en s'engageant à assurer l'amortissement du passif et la sauvegarde d'une partie ou de tous les emplois.

**-L'intrapreneuriat :** c'est le développement de nouveaux projets ou de nouvelles activités ou développement des activités actuelles, au sein d'une entreprise existante. L'exécution de cette tâche est confiée à un salarié, les moyens nécessaires à son succès sont fournis par l'entreprise mère. En d'autres termes, l'intrapreneuriat permet de valoriser le rôle et la prise d'initiative des salariés, qui deviennent alors des «*intrapreneurs*».

**-L'essaimage ou l'entrepreneuriat :** Daval H (2000) le définit comme étant « un processus qui se manifeste lorsqu'un employé entreprend de créer sa propre structure ou de reprendre une entité existante, indépendante de l'entreprise essaimage, en bénéficiant de la part de cette dernière qu'il quitte, de diverses formes d'appui et d'accompagnement, afin de limiter les risques d'échec ». Ce phénomène concerne des sociétés technologiques et innovantes. En effet, il s'agit de la création d'une entreprise à partir de technologies développées essentiellement dans l'organisation d'où originelle cette entreprise : Université / Centre de recherche / Entreprise privée.

**1-3-5- L'entrepreneuriat social** : cela consiste à créer des entreprises qui mettront en œuvre des solutions innovantes à des problèmes sociaux (création de la valeur sociale).

L'entrepreneuriat est donc, sous toutes ses formes, un moyen incontournable de création d'emploi et de richesse. Le soutien de l'entrepreneuriat suppose tout, d'abord, la levée des barrières qui freine l'action entrepreneuriale.

**1-4-L'importance de l'entrepreneuriat** : L'entrepreneuriat est l'un des facteurs les plus importants de la croissance économiques car l'intérêt de ses apports se porte essentiellement sur l'intérêt économique et social. Nous citerons donc :

**1-4-1 - Le renouvellement du parc d'entreprise** : une étude du GEM<sup>7</sup>, comparant plusieurs pays sur divers dimensions sociales et culturelles, a prouvé que les pays ayant une activité entrepreneuriale élevée leurs taux de PIB augmentent chaque année. L'entrepreneuriat, sous ses différentes formes, permet ainsi de constituer une compensation aux disparitions et échecs d'entreprises déjà existantes.

**1-4-2- La création d'emploi** : depuis les années 1970, la création d'entreprise apparait comme une source potentielle de création d'emploi et une lutte contre le chômage et la pauvreté.

**1-4-3- L'innovation** : les entrepreneurs constituent le moteur de ce processus de « *destruction créatrice* » en identifiant les opportunités que les acteurs en place ne voient pas et en développant les technologies et les concepts qui vont donner naissance à de nouvelles activités économiques. (J. Schumpeter, 1935)<sup>8</sup>.

---

<sup>7</sup> Le Global Entrepreneurship Monitor GEM est la plus importante étude internationale en matière d'entrepreneuriat, Elle est menée chaque année dans plus de 60 pays et a pour objectif d'analyser les activités et attitudes entrepreneuriales de la population durant l'année écoulée.

<sup>8</sup> VERSTRAETE, T. et B. SAPORTA, 2006. Op.cit. P.7

**1-4-4- Le développement de l'esprit d'entreprendre dans les entreprises et les organisations** : l'esprit d'entreprendre intéresse au plus haut point les entreprises et les institutions, en raison des caractéristiques qu'il révèle, comme l'encouragement à l'imagination, à l'adaptabilité et à la volonté d'accepter des risques. L'esprit d'entreprendre traduit une orientation forte vers la recherche d'opportunités, la prise de risques et les initiatives créatrices de valeur.

Nous constatons que l'importance de l'entrepreneuriat ne se résume pas à la satisfaction de soi mais c'est tout un processus de croissance économique et sociale.

### 1-5- Analyse de l'environnement

**1-5-1- L'entourage** : La famille définie comme « une communauté de personnes réunies par des liens de parenté » est un déterminant important de l'entrepreneuriat féminin en particulier dans un contexte socioculturel comme celui de l'Algérie. En effet, la femme est le fruit de son entourage. C'est-à-dire que si elle a des proches entrepreneures, l'envie d'entreprendre sera plus grande. Or si sa famille est contre l'idée, dans ce cas elle devra choisir entre respecter leur volonté ou bien se rebeller et entreprendre ce qui constituera un énorme combat pour son accomplissement personnel.

**1-5-2- La culture** : nous entendons par là l'innovation constante. C'est-à-dire, que la femme entrepreneure ne doit pas se limiter à ses connaissances mais au contraire elle doit constamment apprendre de ses aïeux plus expérimentés à fin d'évoluer, d'innover, et de trouver la meilleure façon de faire, sans compter que les différentes formations en entrepreneuriat jouent un rôle important dans l'intention entrepreneuriale.

**1-5-3- La religion** : pour beaucoup de femmes la religion ne constitue pas un obstacle, car celle-ci reste du domaine privé. Or en Algérie, pour certains courants conservateurs, la femme est considérée comme une ménagère et ne doit pas s'épanouir professionnellement car elle dépend de son tuteur.

**1-5-4- Les groupes de références** : les femmes entrepreneures font souvent parties d'un groupe d'individus qui partagent les mêmes valeurs. Ces individus sont majoritairement des femmes qui s'entraident entre elles, se motivent et qui ont des influences les uns sur les autres.

**1-5-5- Les institutions et organismes de soutien** : ce sont des institutions mis en place par l'état pour apporter de l'aide aux personnes désirantes de créer leur propres entreprises. Nous trouvons l'ANADE, l'ANGEM, le CNAC et l'ANDI

### **SECTION 2 : TECHNIQUES ET METHODES DE CREATION DEL'ENTREPRISE**

Dans cette section on cite la notion de création d'entreprise et les techniques et méthodes de ce processus.

#### **2-1- La notion de création d'entreprise**

Pour mieux cerner la notion de création d'entreprise, les chercheurs ont utilisé deux mots et associé : la création et entreprise. Selon le dictionnaire le Petit Robert, la création désigne à la fois un résultat : ce qui a été créé, en l'occurrence une entreprise nouvelle, mais aussi un processus: action de faire, d'organiser quelque chose qui n'existait pas encore. Ce processus se déroulant dans un environnement particulier. Qui dit action dit nécessairement acteur, quelqu'un ou quelque chose qui agit. Dans le cas de la création d'entreprise, ce sujet peut être un individu, une équipe, une ou plusieurs organisations.

Ainsi, la création d'entreprise est un concept à facettes multiples qui se révèlent dans le temps. Au début l'acteur, qui se lance dans un processus plus au moins long à travers lequel émerge plus au moins rapidement une entreprise nouvelle. Ces facettes reflètent des points de vue différents au regard du ou plutôt des phénomènes : la création d' (une) entreprise, si le point de vue de l'acteur qui est retenu ; si c'est le point de vue de l'environnement et, donc, du résultat (des entreprises nouvelles) ; si des approches plus contingentes ayant pour but de comprendre la diversité des acteurs/processus/entreprises

nouvelles sont privilégiées<sup>9</sup>.

Pour Arociéna<sup>10</sup>, la création d'entreprise, fait partie d'un système social. A cet égard, elle n'est plus posée « *comme un acte unique, mais comme un processus exigeant des efforts et des aides variées, au cours des différentes phases qui vont du projet et de la décision à la consolidation* ».

Selon l'auteur, « C'est toujours un milieu économique social et culturel qui est touché par une création » : la concurrence, les fournisseurs, les aides multiples ou les collègues reproduisent un ensemble de supports permettant « *d'enrichir ou d'étoffer la volonté et la réalité de création* »,

Elle est envisagée également comme une mécanique collective, « La création d'entreprise lie de manière obligatoire le créateur et les organismes concernés par la création, source de conflits et d'alliances. Elle met en présence des partenaires inégaux pour lesquels l'enjeu n'est pas le même: d'un côté le créateur qui investit l'ensemble de ses forces et, de l'autre, des institutions qui trouvent là une justification de leur existence et un moyen de renforcer leurs réseaux et leur présence sur le terrain »<sup>86</sup>

Enfin, la création d'entreprise apparaît comme l'aboutissement d'un parcours d'obstacles au cours duquel les promoteurs n'ont pas la même chance de réussite car la combinaison des milieux et des porteurs varie considérablement.

### 2-2- Le processus de création d'entreprise

Elle est la dernière dimension prise en compte dans les recherches, apparue vers les années 1990. Les travaux visent surtout à trouver les moyens d'améliorer le système permettant d'avoir plus de création d'entreprise et de minimiser les risques d'échec.

Pour mieux comprendre l'ensemble du processus de création d'entreprise, Louis

---

<sup>9</sup> BRUYAT, C., 1993. Création d'entreprise : contributions épistémologique et modélisation, Thèse de doctorat ès Sciences de Gestion, Business administration. Université Pierre Mendès-France - Grenoble II, P.92.

<sup>10</sup> AROCIÉNA cité par M. Bourguiba dans : « de l'intention à l'action entrepreneuriale approche comparative auprès de TPE française et tunisiennes » thèse de doctorat Université de NANCY 2, 2007,p33.

## Chapitre I : Entrepreneuriat, création et croissance des entreprises

Jacques Filion, Cândido Borges, Germain Simard ont conçu un cadre conceptuel en quatre étapes principales du processus de création d'une nouvelle entreprise : 1) initiation, 2) préparation, 3) démarrage, 4) consolidation. Cette répartition est faite suite à l'étude réalisée au Québec sur 200 créateurs d'entreprise en 2004. Ces étapes et activités seront illustrées dans le tableau ci-dessous.

Le cadre conceptuel évoqué ici présente un processus de création d'entreprise dynamique et propre à chaque cas (Reynolds et Miller, 1992; Delmar et Shane, 2002). Bien que ce cadre permette d'en faciliter la compréhension et l'étude, les auteurs soulignent que les étapes et les activités de ce processus ne se réalisent pas toujours dans l'ordre indiqué ou se chevauchent.

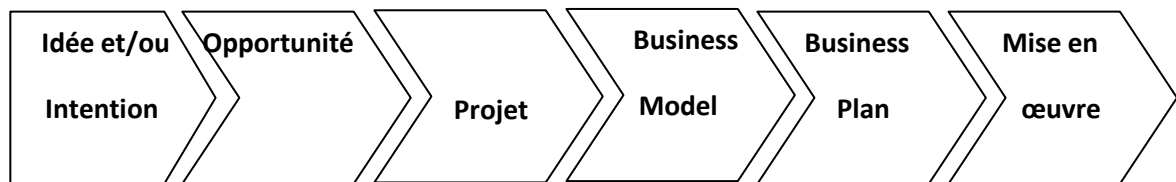
**Tableau 7 : Étapes et activités du processus de création d'entreprises**

Étape	Initiation	Préparation	Démarrage	Consolidation
Activités	1. Identification de l'occasion d'affaires  2. Réflexion et développement de l'idée d'affaires  3. Décision de créer l'entreprise	1. Rédaction du plan d'affaires 2. Réalisation de l'étude de marché 3. Mobilisation des ressources 4. Constitution de l'équipe entrepreneuriale (partenaires) 5. Enregistrement d'une marque de commerce et/ou d'un brevet	1. Enregistrement juridique de l'entreprise 2. Engagement à temps plein dans le projet 3. Aménagement des installations et des équipements 4. Développement du premier produit ou service 5. Embauche de employés Première vente	1. Réaliser des activités de promotion ou demarketing 2. Vendre 3. Atteindre le seuil de rentabilité 4. Planification formelle 5. Gestion
<p><b>Sources : Vesper (1990); Reynolds et Miller (1992); Carter, Gartner et Reynolds (1996); Reynolds et White (1997); Reynolds (2000); Delmar et Shane (2002); Gasse, Diochon et Menzies (2002a, 2002b, 2003, 2004); Gelderen, Bosma et Thurik (2001); Shook, Priem et McGee (2003)</b></p>				

Ces étapes de création sont complétées par le processus entrepreneurial qui est une vue dynamique de la création d'entreprise. Il correspond à un ensemble de décisions, d'actions et d'orientations prises en tenant compte des buts des projets, ressources disponibles et l'état de l'environnement et surtout les motivations de l'entrepreneur.(Fayolle, 2005).

Ce processus est schématisé par un collectif d'auteurs comme suite<sup>11</sup> :

**Figure 3 : Processus entrepreneurial**



Source : J-M. Degeorge, A. Hounounou, J-M. pierre, O. Rousset (2010)

### **-Le modèle d'affaire ou le *business plan***

A ce stade, l'entrepreneur est rassuré de l'existence d'une véritable opportunité d'affaire à base de démarches menées à cette fin. D'autre part, il détient les ressources et les compétences nécessaires pour saisir cette opportunité. Mais, il reste à montrer aux parties prenantes le cœur de l'affaire et expliciter le véritable *business* de l'entreprise. Le créateur ici peut s'appuyer sur le *Business model*, qui se présente comme « *une conceptualisation des affaires, un ensemble montrant, à la fois, de façon concrète comment l'argent va rentrer et, de façon plus abstraite, comment vont se dérouler les relations d'échange avec les parties prenantes* ». Ce concept, comme le rappelle Estelle Jouison<sup>12</sup> est un terme employé et développé lors du phénomène des *Start-up* de la nouvelle économie. Les porteurs de projet, notamment dans les start-up, ont été confrontés à la nécessité de convaincre les possesseurs de ressources pour devenir des parties prenantes.

---

<sup>11</sup> DEGEORGE, J-M., A. HOUNOUNOU, J-M. PIERRE, O. ROUSSET, 2010. *100 fiches sur l'entrepreneuriat*, Edition Bréal, Paris P-22-23

<sup>12</sup> BUSINESS MODEL POUR ENTREPRENDRE. LE MODÈLE GRP: THÉORIE ET PRATIQUE Thierry Verstraete et Estèle Jouison-Laffitte Paris, De Boeck, coll. «Petites entreprises et entrepreneuriat », 2009, 181 p.

Le *Business Model* se présente comme l'outil idoine qui permet de montrer la valeur aux parties prenantes dont ils peuvent en tirer du projet. Cet effort de conviction peut être bien cerné en faisant recours à la théorie des conventions. Dans ce cadre théorique, l'entrepreneur possède deux options : soit convaincre que son Business modèle peut devenir une convention d'affaires, soit justifié que son modèle respecte les conventions en vigueur et que le marché offre la possibilité d'y prendre une place.

### - La stratégie entrepreneuriale

Mintzberg et Waters<sup>13</sup> dans leurs travaux sur la stratégie ont identifié deux types à savoir : les stratégies planifiées et les stratégies entrepreneuriales. La première correspond au modèle classique de la planification stratégique. Elle est pratiquée dans les grandes organisations. Quand à la deuxième, elle concerne les entreprises jeunes et/ou de petites tailles.

Ces deux auteurs dans leur étude de la stratégie entrepreneuriale ont ressorti les principales caractéristiques :

- Dans le mode entrepreneurial, la conception de stratégie est dominée par la recherche active de nouvelles opportunités.
- Dans l'organisation entrepreneuriale, le pouvoir est centralisé entre les mains du dirigeant.
- La conception de stratégie dans le mode entrepreneurial est caractérisée par des bonds en avant dramatiques face à l'incertitude.
- La croissance est l'objectif principal de l'organisation entrepreneuriale.

La stratégie entrepreneuriale se distingue par la notion de « vision » liée à celle de « stratégie ». La vision est définie par Louis-Jaques Filion comme « une image projetée dans le futur, de la place qu'on veut voir occupée par ses produits sur le marché, ainsi que l'image du type d'organisation dont on a besoin pour y parvenir ». La stratégie est « une configuration futur de la firme ». Quant à la vision stratégique, elle est définie par Jean Bernard Carrière comme « une dynamique de construction mentale d'un futur souhaité et possible pour une entreprise ».

---

<sup>13</sup> HERNANDEZ, E.M., 1999, Op.cit. P.44.

Henry Mintzberg considère que la vision est plus importante pour atteindre le futur désiré. Il affirme que sans vision, ou sans image, pas de stratégie. C'est pourquoi la vision stratégique est plus intéressante pour l'entrepreneur. Elle lui permet de posséder une représentation relativement claire et précise de son organisation<sup>14</sup>.

### **-La rédaction du plan d'affaires ou « *Business plan* »<sup>15</sup>**

A ce stade, l'entrepreneur potentiel doit procéder à l'écriture du plan d'affaires où il précisera sa vision stratégique en vue de convaincre les parties prenantes et les financeurs.

Le plan d'affaires (ou le business plan) est la forme écrite de l'exercice de conviction communicant la vision stratégique du porteur du projet (ou des porteurs de projets) et montrant que le modèle envisagé peut générer suffisamment de valeur partageable pour être soutenu par la partie à laquelle le document est adressé, et dont des ressources sont attendues. Il inscrit le projet dans le temps par l'explicitation des ressources nécessaires et employées pour atteindre les objectifs et, ainsi, réaliser la vision.

Le business plan est alors un document synthétique de présentation d'un projet entrepreneurial et de sa vision stratégique. Ses objectifs sont formulés autour de deux conceptions. La première le considère comme outil de communication, la seconde le voit comme un outil stratégique.

Comme outil de communication, le business plan est la carte de visite montrant à la fois l'adéquation homme (entrepreneur) / projet et son environnement personnel (famille, amis, équipe...) ou professionnel (Partenaires, administrations, banquiers, investisseurs, collectivités locales,...). Et comme outil stratégique, il est un instrument de réflexion stratégique, un outil d'anticipation et/ou de simulation

### **2-4-L'élaboration de la stratégie marketing <sup>16</sup>**

L'élaboration de la stratégie marketing se fait à partir de trois points:

- ***La segmentation du marché***
- ***Le ciblage des segments du marché***
- ***Le positionnement de l'entreprise.***

---

<sup>14</sup> VERSTRAETE, T. et B. SAPORTA, 2006. Op. cit. P. 7.

<sup>15</sup> Mémoire de fin cycle En vue de l'obtention du diplôme de Master en Sciences de Gestion Spécialité : » Finance d'entreprise Thème Etablissement d'un business plan Cas pratique : ELECTRO-INDUSTRIES, AZAZGA »page 28.

<sup>16</sup> <https://desjeuxcreations.fr> »

### **2-4-1- La segmentation**

L'analyse des informations en provenance du marché (identification des clients, sélection des fournisseurs, étude des concurrents et de l'environnement dans lequel va évoluer l'entreprise) va permettre de faire des choix clairs en matière de segmentation et de composantes de la stratégie marketing.

La segmentation consiste à identifier les segments de marché qui vont permettre au porteur de projet de valoriser son opportunité. Pour segmenter le marché, on peut utiliser des critères comme les catégories des clients, les besoins, les technologies utilisables, les circuits de distribution. Pour chaque segment de marché identifié, il faut déterminer son volume et sa taille.

### **2-4-2- Le ciblage**

Le ciblage se fait sur le plan quantitatif en précisant le nombre de clients potentiels, et qualitatif en identifiant leurs besoins et leurs comportements.

Il faut cibler en priorité les segments qui ont le plus de potentiel de croissance et dont les besoins demandent une offre de produits ou/et de services qui sont au centre des compétences de l'équipe projet pour pouvoir sélectionner un ou plusieurs segments, le porteur de projet doit pouvoir répondre à quatre questions :

- Le volume de clients dans le ou les segments identifiés est-il suffisamment important pour faire vivre l'entreprise? Que représente-t-il en terme de CA potentiel?
  - Ces clients sont-ils un réel besoin à satisfaire ? Si oui, lequel ou lesquels?
  - Le marché est-il assez mûr? Y a-t-il un réel potentiel de développement ? Quel pourrait être mon chiffre d'affaires demain?
  - Ai-je les capacités financières, humaines, techniques et technologiques pour répondre à leur(s) besoin(s)?

### **2-4-3- Le positionnement**

Après avoir identifié et ciblé un ou plusieurs segments de clientèle, le créateur doit clarifier sa position sur le marché. Le positionnement est la deuxième étape dans l'élaboration de la stratégie marketing. Le positionnement traduit en fait l'image qu'une

Entreprise veut donner d'elle –même à ses clients et à ses concurrents. Il permet à l'entreprise de se différencier de ses concurrents. Pour se positionner, il faut tenir compte du positionnement des concurrents et des attentes et des besoins des clients.

**2-5- L'étude financière** <sup>17</sup>: L'étude financière est une phase importante avant de démarrer votre projet et elle doit statuer sur sa rentabilité et sur la possibilité de le financer, donc :

- Evaluer le coût prévisionnel du projet ;
- Identifier les risques financiers du projet ;
- Elaborer son plan de financement ;
- Analyser son équilibre financier ;
- Evaluer sa rentabilité ;
- Identifier les sources de financement (internes et/ou externes).

L'étude financière doit comporter 3 volets essentiels:

- **Un plan d'investissements**
- **Un compte de résultats prévisionnels**
- **Un tableau de trésorerie**

#### **2-5-1- Le plan financier**

Le plan financier est le document qui doit synthétiser le coût prévisionnel et les sources de financement de ces besoins là.

- **Evaluer le coût prévisionnel du projet**  
Si des projets similaires ont déjà été faits et documentés au sein de l'organisation, le chef de projet doit s'en inspirer pour réaliser son estimation des coûts prévisionnels de ce projet.

Il est intéressant aussi d'estimer non seulement les coûts prévisionnels du projet, mais les coûts de maintenance une fois le projet terminé, afin qu'ils soient aussi pris en compte dans la décision de lancer ou non le projet.

Si aucun projet similaire n'a jamais été chiffré et que le projet est totalement nouveau, une méthode d'estimation des coûts consiste à obtenir une meilleure estimation parce que plusieurs personnes l'auront validée.

---

<sup>17</sup> <https://blog-gestion-de-projet.com/faisabilite-financiere-ou-etude-financiere-un-des-axes-de-letude-de-faisabilite-dun-projet-34/>.

On peut alors demander une estimation de la part de participants avec des niveaux d'expérience et d'expertise différents.

De plus, cette technique favorise les échanges entre le chef de projet et l'équipe qui est susceptible de travailler sur le projet.

Sur la durée totale du projet il faut poser des bonnes questions sur :

- **Les différentes charges :**

- Charges d'exploitation (achat de biens, de matières premières)
- Achats de fournitures (électricité, eau,...)
- Fournitures d'entretien ( de papeterie, petites fournitures)
- Charges externes (loyers et charges locatives, loyers crédit bail, assurances, entretien, ménage, ...)
- Autres charges externes (Frais d'actes, honoraires, frais d'affranchissement, téléphone, publicité, frais de transport et de déplacement, voyages, ...)
- Impôts et taxes (taxe professionnelle, autres impôts sauf IS, taxes,...)
- Frais de personnel (salaires et charges sur salaires, prestataires)
- Charges financières (intérêts débiteurs)
- Charges exceptionnelles (toute charge imprévue)

- **Les sources de financement :**

En fonction de la nature du projet, les sources de financement peuvent être diverses :

- Fonds propres,
- Emprunt bancaire,
- Capital-risque (Business Angels, ...),
- Aides/subventions, Crowdfunding ( Financement participatif ).....

Pour la viabilité du projet, Il est important que le plan de financement soit équilibré, cela veut dire que le total du coût prévisionnel doit être égal aux ressources allouées, que ce soit des ressources propres (votre apport) ou externes (aide, crédit, emprunt..).

Après avoir établi votre plan financier initial, il est temps de savoir si votre entreprise va tenir le coup au fil des années, car c'est cela tout l'intérêt. Il va falloir alors établir un plan financier sur 3 ans.

### **2-5-2- Le compte de résultat prévisionnel<sup>18</sup>**

Le compte de résultat prévisionnel est un tableau financier qui inclue les charges fixes et les charges variables, et estime le chiffre d'affaire, le coût moyen d'un service ou du produit...

### **2-5-3- Le tableau de trésorerie**

Le tableau de trésorerie, également appelé budget de trésorerie, est un plan qui permet de présenter l'ensemble **des flux de trésorerie** (dépenses et recettes) réalisés et à venir.

Cela permet d'avoir une visibilité détaillée sur la liquidité pour pouvoir honorer ses engagements.

En faisant la faisabilité financière ou étude financière, on accomplit un pas de plus vers la finalisation du business plan, et on assure la viabilité du projet.

## **SECTION 3 : MOTIVATION ET PROFIL DE L'ENTREPRENEUR**

L'entrepreneuriat se base, sur le profil de l'entrepreneur et la motivation qui alimente son esprit et qui lui permet de réussir son projet. Dans cette section on abordera en détails ces concepts.

### **3-1- Définition de l'entrepreneur**

Selon le Grand Dictionnaire, l'entrepreneur est défini comme étant une :

*« personne (ou groupes de personnes) qui crée, développe et implante une entreprise dont il assume les risques, et qui met en œuvre des moyens financiers, humains et matériels pour en assurer le succès et pour réaliser un profit ».* Le mot « entrepreneur » est d'origine française qui peut signifier étymologiquement « celui qui entreprend »

---

<sup>18</sup> <https://blog-gestion-de-projet.com/faisabilite-financiere-ou-etude-financiere-un-des-axes-de-letude-de-faisabilite-dun-projet-34/>.

Selon R. CANTILLON<sup>19</sup>, l'entrepreneur « *est celui qui assume le risque de l'incertain peu importe le secteur. Il s'engage de façon ferme vis-à-vis d'un tiers en faisant l'acquisition des moyens nécessaires à un prix certain sans garantie de ce qu'il peut attendre.* »<sup>12</sup>. Il définit alors l'entrepreneur comme étant un "aventurier"

J.B. SAY<sup>20</sup> définit l'entrepreneur comme étant « *l'intermédiaire entre toutes les classes de producteurs et entre ceux-ci et le consommateur. Il administre l'œuvre de la production ; il est le centre de plusieurs rapports ; il profite de ce que les autres savent et de ce qu'ils ignorent, et de tous les avantages accidentels de la production.* »<sup>13</sup>

L'entrepreneur Schumpetérien : Pour ce dernier un « *entrepreneur est une personne qui veut et qui est capable de transformer une idée ou une invention en une innovation réussie.* » Il conduit une « destruction créatrice » dans la mesure où de nouveaux produits et business model arrivent et remplacent les anciens. Cette destruction créatrice est à l'origine du dynamisme industriel et de la croissance à long terme.

Pour L.J.FILLION<sup>21</sup>, l'entrepreneur est « *une personne imaginative, caractérisée par une capacité à fixer et à atteindre des buts. Cette personne maintient un niveau élevé de sensibilité en vue de déceler des occasions d'affaires. Aussi longtemps qu'elle continue d'apprendre au sujet d'occasions d'affaires possibles et qu'elle continue à prendre des décisions modérément risquées qui visent à innover, elle continue de jouer un rôle entrepreneurial.* »

---

<sup>19</sup> CANTILLON R, « Essai sur la nature du commerce en général », Ed. I.N.E.D, Paris, décembre 2011, P19.

<sup>20</sup> SAY J-B, (1972), cité par A. TOUNES, « L'entrepreneur : L'odyssée d'un concept », IAE de Rouen, Centre de Recherche et d'études en gestion des organisations, cahier n° 03-73, 2003, p 06.

<sup>21</sup> Louis Jaques FILLION, Le champ de l'entrepreneuriat : historique, évolution, tendances, 1997, P19.

**3-2-Typologies de l'entrepreneur :** Chaque entrepreneur a son propre caractère, sa motivation et sa façon de voir les choses.

Nous distinguons quatre types d'entrepreneurs :

**3-2-1- L'entrepreneur artisan :** désigne toute personne de métier qui se lance dans le monde des affaires. Il possède peu d'éducation mais a une forte compétence technique. Le travail constitue son seul centre d'intérêt car il craint de perdre le contrôle de son entreprise. Il refuse généralement la croissance de son entreprise car il n'aime pas prendre de grand risque.

**3-2-2- L'entrepreneur manager ou innovateur :** ce type d'entrepreneur est motivé par le besoin de création. Il n'a pour objectif que la croissance et l'innovation.

**3-2-3- L'entrepreneur propriétaire orienté vers la croissance :** sa préoccupation principale se résume à une autonomie financière et à une croissance continue. Il n'est motivé que par le pouvoir.

**3-2-4- L'entrepreneur orienté vers l'efficacité :** celui-ci refuse clairement la croissance et prône l'efficacité. Il cherche l'indépendance et le pouvoir.

### **3-3-La féminisation de l'entrepreneuriat (La théorie du genre)**

Chaque individu joue un rôle spécifique dans le développement économique ou social, qu'il soit homme ou femme. Or, la différence entre les deux sexes dans le milieu du travail est très visible. Le sexe n'est plus une variable biologique, c'est une propriété symbolique ; ce n'est plus un principe de différenciation physiologique, c'est un principe d'organisation social. Le concept "approche genre" apporte une certaine clarté à cette discrimination. Issu de l'anglais « genre » qui veut dire genre, l'approche genre met l'accent sur les valeurs et les normes attachées au féminin et au masculin sur le plan culturel et éducatif. Méthodologiquement, cette approche permet de comparer les situations des hommes et des femmes et apporte d'avantage de précisions sur les inégalités existantes entre eux deux dans les marchés et dans tous les secteurs d'activité. L'approche genre suppose d'examiner les opportunités offertes aux hommes et aux femmes les rôles qui leur sont assignés socialement et les relations qui existent entre eux. 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<sup>22</sup>.

**3-4-les motivations de l'entrepreneur :** Chaque personne désirant créer sa propre entreprise a forcément un facteur ou une motivation qui la pousse à sauter le pas. Il existe plusieurs raisons à ce propos :

**3-4-1-La passion :** elle est indéniablement la plus belle motivation pour vouloir entreprendre, faire de son hobby son quotidien est la meilleure manière de faire ressortir sa créativité et cela permet de surmonter les coups durs plus aisément.

**3-4-2-Besoin d'indépendance :** En étant entrepreneur, on est son propre patron. Ainsi, l'entrepreneur jouit d'une autonomie totale dans son travail, il décide de où et quand il effectue ses tâches.

**3-4-3- Besoin d'accomplissement :** Cela suppose qu'une personne préfère devenir entrepreneur et créer sa propre affaire plutôt que de poursuivre un emploi frustrant ou de subir des tensions dans son entourage professionnel. Cette motivation peut également s'interpréter comme un besoin de prouver sa valeur personnelle en faisant mieux que les autres.

**3-5-Les objectifs de l'entrepreneur :** Contrairement aux organisations sans but lucratif, une entreprise a pour principal objectif de se développer en créant de la richesse (mesurable par son chiffre d'affaires et ses bénéfices) et la création de l'emploi et on va citer quelques objectifs :

**3-5-1- La satisfaction des clients et la qualité :** Comme toute entreprise l'entrepreneur essaie avant toute chose de satisfaire ses clients, voire d'améliorer le service à la clientèle, développer une image de l'entreprise passe une démarche de qualité : qualité de produit, qualité de la gestion, qualité des conditions de travail.

**3-5-2- L'indépendance financière :** Un objectif primordial dans le cadre de la PME est le maintien de l'indépendance économique et financière. Cette volonté d'indépendance suppose la recherche d'une sécurité financière et d'avantages financiers qui évitent une dépendance vis-à-vis de personnes extérieures de l'entreprise.

---

<sup>22</sup> www.fao.org

**3-5-3- La croissance du CA et la croissance des bénéfiques :** Une des finalités principales recherchées par les entrepreneurs est la croissance de leurs entreprises. Cette croissance de l'organisation s'évalue la plupart du temps par l'intermédiaire du chiffre d'affaire ou des bénéfiques. L'objectif principal reste d'assurer une rentabilité financière suffisante pour couvrir les charges financières de l'entreprise.

**3-5-4- La création de son propre emploi :** cela peut être une solution au problème de chômage que rencontrent les jeunes sans emploi. Ne trouvant pas de travail, la création d'une entreprise est une alternative pour subvenir à leurs besoins.

**3-5-5- L'argent :** devenir riche !! c'est le rêve de tout individu. En devenant entrepreneur la concrétisation de ce rêve n'est pas impossible. Toute personne possédant un capital souhaite l'investir dans un projet pour accroître son chiffre d'affaire.

**3-5-6- Les motivations sociologiques et culturels :** ce sont des éléments directement liés aux différents milieux connus et fréquentés par les individus, et qui peuvent jouer un rôle sur leur propension à entreprendre (tel que le milieu familial, l'éducation, le territoire...)

**3-6- les caractéristiques de l'entrepreneur :** On reconnaît un entrepreneur lorsqu'un profil est composé des caractéristiques suivantes :

**3-6-1- La passion , Aimer son métier et son entreprise :** Tout entrepreneur a au fond de lui une passion pour un domaine en particulier. Des nouvelles technologies à l'agronomie, en passant par la sophrologie, ou encore les chaussures de sport. La passion peut aussi être celle de l'argent. En effet, bon nombre d'entrepreneurs sont passionnés par la simple idée d'utiliser leurs propres compétences ainsi que celles de leur entourage afin de devenir riche ! Pourquoi pas ? L'entrepreneur dispose d'une bonne connaissance de soi, c'est pourquoi il connaît sa passion et a pour seul objectif de s'y consacrer pleinement. La grande particularité de la personnalité de l'entrepreneur est qu'il souhaite vivre de sa passion.

**3-6-2- La confiance en soi et la prise de risque :** Entreprendre comporte des risques financiers, et surtout des risques d'échec. L'entrepreneur à tout à fait conscience que son projet peut ne pas aboutir. Pourtant, il est optimiste car il a confiance en lui. La confiance en soi est un trait de personnalité fondamental pour un entrepreneur. En effet, elle pousse l'entrepreneur à déployer tous les moyens nécessaires à la réalisation de son projet, sans pour autant se focaliser sur l'aspect négatif représenté par le risque de perte, voir d'échec. Sans confiance en soi, une personne ne pas lancer un projet car la peur prend le dessus sur la volonté entrepreneuriale. Tout investissement correspond à une prise de risque. Or sans investir, on ne peut pas entreprendre. C'est pourquoi la prise de risque est incontournable. En prendre conscience, et se focaliser son esprit sur la seule réussite du projet, c'est avoir confiance en soi. Un jour Nicolas Sarkozy a dit : « Le pire des risques, c'est celui de ne pas en prendre ».

**3-6-3- L'ambition, voir loin, voir grand :** C'est sans doute le plus important trait de personnalité de l'entrepreneur. Être ambitieux, c'est voir loin et grand. Du fait de sa passion, et de sa confiance en soi, l'entrepreneur envisage le développement de son projet dans la durée. Les moyens dont il dispose au départ son faible, mais tout ce qui compte c'est la croissance de l'entreprise, le développement de l'idée, l'amélioration d'un concept, voir l'émergence de nouveaux concepts.

À l'opposé, une personne qui ne se concentre que sur le présent et ne pense pas aux potentialités de développement de son idée n'est ne peut pas être un entrepreneur. Être ambitieux, c'est donc avoir le comportement d'un entrepreneur, même si on ne l'est pas officiellement.

**3-6-4 - La détermination et la persévérance : se relever après un échec :** Une personne qui souhaite tellement que son rêve se réalise ne se laisse pas intimider par les obstacles qui se dressent face à elle. L'entrepreneur est passionné, il aime ce qu'il fait, c'est pourquoi il continuera toujours à exercer sa passion malgré vents et marée.

La difficulté, ainsi que les obstacles humains ou financiers sont omniprésents dans le monde de l'entrepreneuriat. Nombreux sont les entrepreneurs qui ont échoué, mais qui se sont relancés dans l'entrepreneuriat du fait de leur persévérance. Faire faillite, ne veut pas forcément dire qu'on est mauvais. Tout échec est une victoire, lorsqu'on en retient

une leçon. Confucius<sup>23</sup> disait « la plus grande gloire n'est pas de ne jamais tomber, mais de se relever à chaque chute »<sup>24</sup>.

### **3-6-5-Le goût du challenge, apprendre à s'imposer face à la concurrence :**

L'entrepreneur aime les challenges. Le challenge est un moteur qui le pousse à avancer toujours plus vite, à faire toujours mieux que ses concurrents.

**-Se lancer dans le monde de l'entrepreneuriat** : suppose que vous serez en compétition avec de multiples concurrents qui eux aussi veulent réussir, gagner de l'argent, se différencier. Autant alors apprécier la compétition c'est à prendre du plaisir à faire toujours mieux que son concurrent si vous voulez devenir entrepreneur car sachez qu'elle sera toujours présente. Le challenge vous mettra toujours au défi, et c'est en relevant des défis que vous enrichirez votre expérience entrepreneuriale.

## **4- Le leadership : motiver ses salariés pour qu'ils atteignent un objectif**

Il est indispensable de savoir superviser un groupe d'individus pour devenir un chef d'entreprise. Le leadership est l'art d'influencer des individus de sorte qu'ils atteignent un objectif que le leader définit. Être un leader n'est pas un statut mais une attitude. L'entrepreneur doit faire preuve de qualités exceptionnelles afin de motiver ses salariés, les influencer pour qu'ils réalisent de bon gré le travail qu'il leur demande. bénéficiant de la part de cette dernière qu'il quitte, de diverses formes d'appui et d'accompagnement, afin de limiter les risques d'échec ». Ce phénomène concerne des sociétés technologiques et innovantes. En effet, Il s'agit de la création d'une entreprise à partir de technologies développées essentiellement dans l'organisation d'où origine cette entreprise : Université / Centre de recherche / Entreprise privée.

---

<sup>23</sup> Philosophe chinois.


<sup>24</sup> Evene.lefigaro.fr « citations ».

5- **L'entrepreneuriat social** : cela consiste à créer des entreprises qui mettront en œuvre des solutions innovantes à des problèmes sociaux (création de la valeur sociale). L'entrepreneuriat est donc, sous toutes ses formes, un moyen incontournable de création d'emploi et de richesse. Le soutien de l'entrepreneuriat suppose tout, d'abord, la levée des barrières qui freine l'action entrepreneuriale.

### **Conclusion**


Dans ce premier chapitre nous avons abordé des différentes définitions de l'entrepreneuriat, de son acteur l'entrepreneur et de tout leur aspect théorique et leurs concepts. Nous rappelons que l'entrepreneuriat est un phénomène complexe que les chercheurs étudient à nos jours car il évolue constamment avec l'apparition de nouvelles théories. Cependant, chose qui ne changera point, c'est que la création d'entreprise reste un pilier important à la croissance économique grâce à l'innovation, la croissance sociale grâce à la création d'emploi. Dans le deuxième chapitre nous allons étudier l'entrepreneuriat féminin et son rôle à la création des entreprises.

---



*Chapitre II :*  
*Entrepreneuriat et le rôle des*  
*femmes dans la création des*  
*entreprises*

---



## **Chapitre II : Entrepreneuriat et le rôle des femmes dans la création des entreprises**

### **Introduction**

L'entrepreneuriat et la création d'entreprises par les femmes en Algérie sont en constante progression, malgré les défis auxquels sont confrontées les femmes entrepreneures. Les femmes algériennes ont pris conscience de l'importance de leur contribution à l'économie en créant des entreprises, en générant des emplois et en stimulant la croissance économique dans le pays.

Dans ce chapitre on va étudier les éléments de base de l'entrepreneuriat féminin en générale, la deuxième partie on a étudié la situation réelle de l'entrepreneuriat féminin en Algérie et son développement et la troisième partie on aborde la motivation des femmes en Algérie et les dispositifs offerts par l'Etat algérien pour encourager les femmes à l'entrepreneuriat et la création de l'emploi.

### **Section 1 : Entrepreneuriat féminin :éléments de définitions**

Cette section nous guide à l'entrepreneuriat féminin en générale, ses approches , les caractéristiques de femme entrepreneure et son évolution dans le monde.

#### **1-1-Définition de l'entrepreneuriat féminin<sup>1</sup>**

Pour pouvoir définir l'entrepreneuriat des femmes, il faudrait se référer à plusieurs sources savantes car ce concept est polysémique. On peut dire que l'entrepreneuriat féminin se réfère à la création, la gestion et la croissance d'entreprises par des femmes. Il s'agit d'un domaine de l'entrepreneuriat qui se concentre sur les femmes en tant qu'entrepreneures et sur leurs contributions à l'économie. Les femmes entrepreneures peuvent être propriétaires de petites, moyennes ou grandes entreprises dans une variété de secteurs d'activités.

L'entrepreneuriat féminin est une forme d'entrepreneuriat qui se concentre sur les femmes et leurs défis uniques. Les femmes entrepreneures cherchent souvent à créer des entreprises qui reflètent leurs valeurs, leurs perspectives et leurs expériences uniques.

Elles peuvent créer des entreprises dans une variété de secteurs, y compris les

---

<sup>1</sup> MEMOIRE de Master en sciences économiques Sous le thème »L'ENTREPRENEURIAT FEMININ EN ALGERIE MOTIVATIONS ET CONTRAINTES CAS DE LA REGION D'AKBOU » ,page 09.

services, la technologie, les sciences, la mode, l'alimentation, l'agriculture, l'éducation, les soins de santé et bien d'autres encore. Les entreprises dirigées par des femmes peuvent varier en taille, de petites entreprises individuelles à des entreprises multinationales

L'entrepreneuriat féminin qui peut être défini comme la création et le développement d'entreprises par les femmes, a pris depuis plusieurs années une importance croissante dans la plupart des pays développés, mais aussi des pays en voie de développement avec souvent pour ces derniers, des spécificités distinctes. Ainsi, l'entrepreneuriat féminin englobe toutes les activités économiques des femmes, y compris celles de production, de commercialisation. Grâce à l'entrepreneuriat féminin, les femmes développent leurs esprits d'initiative qui se manifeste de manière prépondérante; les femmes ont tendance à s'organiser compte tenu des ressources disponibles pour satisfaire leurs besoins. En résumé, on retient en ce qui concerne l'entrepreneuriat féminin, qu'il est généralement admis que les femmes, parce que « mères de famille », sont naturellement portées à entreprendre pour la survie de toute la famille ainsi que pour leur propre autonomie financière. C'est cela qui fait entre autres la spécificité de l'entrepreneuriat féminin. De plus, l'entrepreneuriat féminin se caractérise par des modes de financement particuliers.

### **1-2-l'importance de l'entrepreneuriat féminin<sup>2</sup> :**

L'entrepreneuriat féminin est un espace d'évaluation des efforts de l'Etat en faveur de la promotion des femmes mais aussi un cadre pour valoriser le partenariat entre les institutions afin de mieux répondre aux attentes des femmes.

La femme joue un rôle important dans la société, Elle est le premier facteur du développement économique et humain. Elle est plus large que l'instruction. Ce qui fait que la femme a son rôle important dans différents aspects que je découpe comme suite :

- **Familial** : L'entrepreneuriat est, pour la femme, une source d'autonomie, et une force qui l'aide à faire face à la domination masculine, à travers son indépendance financière, pour son aspect personnel. Et une source de stabilité morale et financière pour son aspect familial.
- **Social** : Pour le coté social, la femme opte à créer de l'emploi, comme la

---

<sup>2</sup> Mémoire en Master en science de gestion, Option : Management, Sous le Thème : » Analyse de l'entrepreneuriat féminin Cas de la wilaya de Béjaïa ,page 22.

majorité entrepreneure, mais aussi pour avoir une place d'acteur privilégié au service de la communauté et surtout à affronter le sexisme et le machisme de la société.

• **Economique** : La femme joue un rôle important dans le développement de l'économie mondial en général et l'économie de son pays en particulier, car, comme nous pouvons le constater, les femmes dirigent aujourd'hui plus d'un tiers des entreprises dans le monde.

### 1-3- La femme entrepreneure et ses approches

#### 1-3-1-Définition de la femme entrepreneure

Belcourt, Burke et Lee-Gosselin considèrent que l'entrepreneure *«est cette femme qui Cherche l'épanouissement personnel, l'autonomie financière, et la maîtrise de son existence Grâce au lancement et à la gestion de sa propre entreprise »*<sup>3</sup>

Selon Dina Lavoie *« L'entrepreneure est : la femme qui, seule ou avec un ou des Partenaires, a fondé, acheté ou accepté en héritage une entreprise, qui en assume les Responsabilités financières, administratives et sociales et qui participe activement à sa gestion courante »*<sup>4</sup>.

Annie cornet et Christina Constantinidis, ont le conçu comme suit : *« la femme qui n'est Pas sous contrat de travail salarié mais exerce son activité soit sous le statut d'indépendant (Personne physique et/ou profession libérale), soit comme actionnaire d'une société (personne Morale) et elle assume les risques, les responsabilités financières, administratives et sociales liées au développement de son activité »*.

Une femme entrepreneure définit comme une femme personne physique, venant d'une Situation d'inactivité, de chômage ou de salariée dépendant d'un employeur, qui seule ou en équipe<sup>195</sup>.

#### 1-3-2- Caractéristiques de la femme entrepreneure <sup>6</sup>:

L'une des premières recherches sur la femme entrepreneure réalisée par Schwartz en 1979. Depuis, l'intérêt du monde économique et managérial, pour l'entrepreneuriat féminin ne cesse de croître, et plusieurs travaux et réalisations ont été faits à ce sujet.

---

<sup>3</sup> BELCOURT et al. 1991 cités par BOUZEKRAOUI 2014

<sup>4</sup> Dina LAVOIE, 1988, p.3

<sup>5</sup> Équippedeuriat féminin – voir les travaux de Cyrine BEN HAFIADH, 2006

<sup>6</sup> Mémoire en Master en science de gestion, Option : Management, Sous le Thème : » Analyse de l'entrepreneuriat féminin Cas de la wilaya de Béjaïa.page18.

Les études comparatives sur les caractéristiques personnelles des femmes entrepreneures Montrent qu'elles ont plus de ressemblances que de différences par rapport à leurs Homologues masculins (Brush, 1992, p11).

Les femmes se distinguent des hommes dans le domaine entrepreneurial, et ce en terme de Comportement entrepreneurial, statut social ou même dans le secteur d'investissement. Nous Citerons ci-dessous celles les plus populaires.

**-L'accomplissement :** De sa nature sensible, l'accomplissement pour la femme Devient plus qu'une nécessité, un devoir. Le besoin d'accomplissement correspond au besoin de réalisation, d'exploitation et de mise en valeur de son potentiel personnel. Il peut prendre plusieurs formes différentes, selon la femme.

**-La quête de l'indépendance :** En entreprenant, les femmes ont trouvés une issue Pour la liberté sexuelle et une autonomie avec l'homme dominant<sup>7</sup>.

**- Le besoin d'appartenance :** Marginalisée, en entreprenant, la femme a besoin d'un bon entourage et d'accompagnement. Elle a besoin d'une large appartenance dans des groupes que ce soit familiaux en premier lieu ou même relationnels ou sociaux.

**- Le besoin d'estime :** L'entrepreneuriat, pour la majorité des femmes est un bon moyen d'aide pour une forte personnalité et prendre confiance en elles. Pour elles, entreprendre signifie le pouvoir d'influencer les décisions de leurs entreprises, être fière de son travail et avoir une grande responsabilité. Pour se faire respecter, une grande partie des femmes entrepreneures pensent, de manière générale, devoir faire preuve de plus d'autorité que les hommes.

**-L'innovation :** « L'entrepreneur est l'investigateur » Schumpeter. Le principal moteur de l'entrepreneuriat est l'innovation. Comme son homologue, les femmes en général et les femmes enrôlées sont dotées de la créativité, que ce soit dans de nouveaux services ou dans de nouvelles organisations ainsi que dans les voies particulières utilisées par les femmes pour contourner les normes dans différents domaines.

**- Preneuse de risque :** Une bonne entrepreneure n'est pas de nature à attendre que

---

<sup>7</sup> M. LANCELIN , « Quelques éléments de réflexion sur les problèmes d'épargne et de crédit », en Technique financière et développement dans l'esprit d'entreprise, ED AUPELF-UREF, Paris,1993, P. 4

les choses se réalisent d'elles-mêmes, elle provoque la réalisation des choses. Connu pour ses précautions aussi, mais tout au long de son aventure entrepreneuriale, la femme entrepreneure prend des risques que ce soit dans les décisions qu'elle prend au quotidien ou dans l'adaptation à toute nouvelle situation pour garantir la continuité de l'entreprise.

**-Patience :** Le succès professionnel n'arrive, dans la majorité des cas, qu'après des dures épreuves, de sacrifices, les entrepreneures font preuve de patience et ne cherche pas à avoir un résultat dans l'immédiat, à ses efforts.

**-Passion :** La plupart des femmes entrepreneures qui réussissent et qui connaissent du Succès dans leurs vies professionnelles, étaient de celles qui étaient passionnés avant D'entreprendre.

**-Organisation :** L'un des piliers fondamentaux de l'entrepreneuriat en général ou L'entrepreneuriat féminin en particulier est l'organisation. Or, la femme aussi connue maniaque et bien organisée, ce caractère augmente les chances de réussite de la femme dans la vie entrepreneuriale.

### 1-3-3 Les Approches de l'entrepreneuriat féminin<sup>8</sup>

La théorie du féminisme considère le genre comme une dimension fondamentale de toute organisation, Son objectif est de faire la défense des intérêts des femmes dans la société, l'amélioration et l'extension de leurs droits ainsi que la fin de l'oppression et des discriminations dont les femmes sont victimes au quotidien.

**- Féminisme libéral égalitaire :** La perspective du féminisme libéral est basée sur l'affirmation que les femmes sont toutes aussi capables que les hommes de rationaliser .Les chercheurs avancent que les femmes seraient désavantagées par rapport aux hommes à cause de leur manque d'expérience et de formation en gestion et de certains facteurs discriminatoires (par exemple le traitement inégal lié au financement).

D'après ce point de vue, les différences observées dans les réalisations des hommes et des femmes peuvent s'expliquer par le fait que les femmes n'ont pu développer leurs pleines capacités. Par conséquent, lorsque les femmes auront accès aux mêmes

---

<sup>8</sup> <https://wikimemoires.net/2019/02/lentrepreneuriat-feminin-3-approches/>

opportunités que les hommes, elles seront en mesure d'atteindre leur plein potentiel et, de ce fait, les différences entre hommes et femmes disparaîtront.

La pensée libérale indique que pour mettre fin à la discrimination, il faudrait s'attaquer aux barrières structurelles que les femmes rencontrent dans leurs vies quotidiennes.

- **Féminisme socialiste** : La vision du féminisme social affirme par contre que les différences entre les hommes et les femmes sont attribuables aux expériences vécues au tout début de leur vie, et que les discriminations que subissent les femmes proviennent non seulement des mentalités et autres valeurs rétrogrades mais également du système capitaliste (système économique) lui-même.

Contrairement à la pensée du féminisme libéral, les hommes et les femmes ne sont pas considérés comme semblables. Pendant, cela ne veut pas dire que les femmes sont inférieures aux hommes puisque les deux groupes, même s'ils diffèrent dans leur approche, peuvent développer des compétences distinctives.

Une affirmation centrale de la perspective du féminisme social est que, même si les expériences des femmes et leur façon de penser ont été dénigrées, leurs connaissances peuvent conduire à un comportement tout aussi fonctionnel dans la société que celui des hommes. Conséquemment, les différences dans les traits de vécues vont donner lieu à des comportements entrepreneuriaux propres à chaque sexe.

En se fondant sur ce raisonnement, Fisher et ses collègues soutiennent que les femmes seraient plutôt motivées par un travail qu'elles aiment faire, au détriment de l'aspect financier souvent privilégié par les hommes.

**1-4-Expérience d'entrepreneuriat féminin dans le monde<sup>9</sup>** : Aussi vraisemblable que cela puisse paraître, l'Afrique classée première au monde, avec un taux de 27% de femmes entrepreneures. Cela est dû à la difficulté de vie là-bas, la nécessité de survie pousse les femmes à entreprendre car elles ont deux fois moins de chance d'être embauchées (35% des

---

<sup>9</sup> <https://information.tv5monde.com/terriennes/women-africa-2019-lafrique-championne-du-monde-des-femmes-entrepreneures-31702>.

femmes africaines entreprennent par nécessité).

Aussi VERHEUL *et al.* (2006) estiment-ils qu'il y a plus de femmes qui entreprennent dans l'économie informelle dans les pays en voie de développement. Notamment dans les pays pauvres et peu industrialisés, nombreuses sont les femmes qui se consacrent à la production alimentaire à petite échelle, comme une manière de subvenir aux besoins de leurs familles. C'est le cas par exemple de l'Ouganda (SNYDER, 2003), où 80 % de toute la nourriture cultivée est produite par des femmes (DAVIS et ABDIYEVA, 2012).

Le soutien et le développement d'un tel type d'entrepreneuriat féminin est un objectif nécessaire pour réduire la pauvreté et permettre aux femmes de se développer (MINNITIET NAUDE, 2010). Certains auteurs partagent l'idée que les femmes des pays en voie de développement seraient plus tournées vers la création par nécessité, contrairement aux femmes des pays développés plus enclines à créer des entreprises par opportunité (LANGOWITZ et MINNITI, 2007 ; BRUSH et COOPER, 2012)

L'étude publiée en 2018 par le cabinet Roland BERGER et Women in Africa sur «l'entrepreneuriat en Afrique : une voie vers l'émancipation des femmes ? » révèle que le taux d'entrepreneuriat féminin en Afrique est le plus élevé au monde. Ainsi, l'étude portant sur 54 pays d'Afrique révèle que 24% des femmes créent leurs entreprises. Ce taux atteint 26% en Afrique subsaharienne. Dans cette zone, les femmes sont susceptibles d'entreprendre deux fois plus que sur le reste du continent. Par contre, le taux de création d'entreprise était de 17% en Amérique Latine, 12% en Amérique du Nord, 8% en Europe et en Asie Centrale.

Dans la même logique, aux États-Unis, 48 % des entreprises privées seraient détenues par un actionnariat majoritairement féminin et ces entreprises emploieraient près de 19,1 millions de personnes générant environ 2,5 billions de ventes<sup>30</sup>. De plus, les travaux de CHABAUD et LEBEGUE (2013) mettent l'emphase sur le fait qu'en France les femmes dirigeraient près de 27 % des entreprises de 10 à 149 salariés et 7 % des PME de 150 à 249 salariés.

Dans ses statistiques (2012), le Canada fait mention de 950 000 femmes entrepreneures, ce qui correspond à 35,6 % de la population totale des personnes entrepreneures. Selon le rapport *Women's Entrepreneurship* du *Global Entrepreneurship Monitor* (Kelley *et al.*, 2015), les intentions entrepreneuriales des femmes au Canada sont plus faibles que celles des hommes (12,5 % chez les femmes contre 21 % chez les hommes) et le taux d'activité entrepreneuriale, un indicateur mesurant le pourcentage de la population adulte (18 à 64 ans)

## **Chapitre II :Entrepreneuriat et le rôle des femmes dans la création des entreprises**

qui a amorcé le processus de créer une entreprise ou qui en a récemment créé une, est de 10 % pour les femmes et de 16,5 % pour les hommes. En revanche, le taux de fermeture des entreprises au Canada est plus faible chez les femmes (1,8 %) que chez les hommes (2,2 %).<sup>10</sup>

Selon le rapport *Survey on Financing and Growth of Small and Medium Enterprises* de Statistique Canada (2011c)<sup>11</sup>, la proportion de PME dans lesquelles les femmes détiennent de 1 % à 100 % des actions varie de 53,7 % (dans les Prairies) à 37,8 % (au Québec). Dans la catégorie où les femmes détiennent 50 % ou plus des actions de la société, la région des Prairies (23,4 %) et celle de la Colombie-Britannique (21,9 %) arrivent en tête de liste, alors que le Québec (9,7 %) est en fin de peloton. Toutefois, c'est dans la région de l'Atlantique (19,6 %) et au Québec (15 %) que l'on trouve la plus forte proportion de femmes propriétaires à 100 % des actions de leur entreprise<sup>12</sup>.

### **Section 2 : Exclusion sociale et création d'entreprises par les femmes**

Les femmes, depuis toujours, dans la société traditionnelle, ont connu différents types de discriminations dans leur vie au quotidien malgré une amélioration relative de leurs conditions, notamment, depuis quelques décennies. La place et la contribution des femmes au développement socioéconomique sont en perpétuelle évolution. Cette nouvelle forme d'initiative est qualifiée d'entrepreneuriat des femmes.

Cette section permet de voir la réalité de l'entrepreneuriat féminin en Algérie et notamment aux facteurs qui limitent les femmes algériennes à entreprendre (par femme entrepreneur on entend aussi bien celles qui possèdent et/ou dirigent une entité juridique ainsi que les personnes physiques qui occupent une profession dite libérale ou indépendante).

#### **2-1-L'entrepreneuriat féminin en Algérie<sup>13</sup> :**

Les pouvoirs publics sont mobilisés pour offrir les moyens nécessaires à cet effet dans de nombreux champs du développement de la PME : impulser la croissance économique, inscrire

---

<sup>10</sup> Sophie BRIERE et al. « L'entrepreneuriat féminin autochtone : limites des approches existantes et nouvelles perspectives endogènes. » *Recherches féministes*, volume 30, numéro 1, 2017, p. 141–160

<sup>11</sup> Mihai IBANESCU et Rina MARCHAND et al, Un regard sur l'entrepreneuriat féminin Indice entrepreneurial québécois 2017 du Réseau M de la Fondation de l'entrepreneurship, Institut d'entrepreneuriat, Montréal, novembre 2017.

<sup>12</sup> Mihai IBANESCU et Rina MARCHAND et al, Un regard sur l'entrepreneuriat féminin Indice entrepreneurial québécois 2017 du Réseau M de la Fondation de l'entrepreneurship, Institut d'entrepreneuriat, Montréal, novembre 2017

<sup>13</sup> Al Bashaer *Economic Journal* (Vol.6, n°1, Avril 2020), page 1026.

## **Chapitre II :Entrepreneuriat et le rôle des femmes dans la création des entreprises**

---

le développement des PME dans une dynamique d'évolution et d'adaptation technologique, promouvoir l'information relative au secteur des PME, encouragé leur compétitivité, améliorer leur rendement, inciter la mise en place de régimes fiscaux stables et adaptés, promouvoir un cadre législatif et réglementaire propice à la création et au développement, adopter des politiques de formation et de gestion des ressources humaines qui favorisent et encouragent la créativité, l'innovation et la culture entrepreneuriale...

L'Etat a créé un Ministère délégué, une Agence Nationale pour la Promotion des PME, des fonds de Caution et de Promotion ont été mis en place. Ainsi, une impulsion forte est donnée au niveau politique pour que le secteur économique privé se développe durablement. Cependant la traduction de ces volontés dans la pratique est tributaire de la conjoncture politique, administrative et sociale. Les petites et moyennes entreprises sont très importantes pour la diversification et la croissance de l'économie en Algérie, mais le secteur est peu développé et l'accent mis sur l'entrepreneuriat est relativement récent. Cependant, il convient de souligner que les PME ont connu une évolution importante de leur nombre entre 2001 et 2016. Leur nombre a été multiplié par plus de dix, comme le montre le graphique ci-après, et dépasse le million de PME sur le territoire national pour la première fois en 2016.

Les femmes créatrices et chefs d'entreprise sont identifiables dans divers secteurs d'activités tels que le commerce, l'artisanat, les exploitations agricoles. Certaines ont des activités plus informelles autour des activités liées à l'alimentaire, l'habillement. Elles sont moins nombreuses que les hommes chefs d'entreprise dans ces secteurs et encore moins nombreuses dans le secteur industriel. Il est très difficile d'avoir des statistiques concernant le nombre de femmes chefs d'entreprise en Algérie. Il nous a cependant semblé important de distinguer l'entrepreneuriat féminin de l'entrepreneuriat masculin, dans une perspective comparative et dans le but de comprendre plus finement à la fois le processus entrepreneurial et à la fois le processus de développement du travail féminin en Algérie. Ceci dans un contexte sociétal où leur condition féminine et les rapports sociaux de sexe largement influencés par la culture et la religion affaiblissent les marges de manœuvre des femmes au travail.

Parmi les modes de financement existant, les plus répandus en Algérie sont : Le crédit bancaire, l'autofinancement, les dispositifs d'aide à la création d'entreprise. L'état a mis sur ce dernier pour essayer de développer le secteur de l'investissement. Les différentes formules proposées pour « faciliter » et encourager la création, ont provoqué un engouement, particulièrement, des jeunes vers l'entrepreneuriat. Ces dispositifs visent des objectifs aussi

bien sociaux qu'économiques, ce qui rend l'étude puis la sélection des projets délicate. L'idéologie socialiste qui a prévalu depuis 1962, surévaluait l'image d'un cadre travailleur par rapport au statut de privé exploiteur.

La faiblesse des capitaux privés et l'inexpérience des porteurs de projets, a orienté les pouvoirs publics vers des modes de soutien et d'accompagnement pour stimuler l'entrepreneuriat. Les trois dispositifs phares sont, l'ANDI, l'ANSEJ et la CNAC s'inscrivent dans deux dynamiques, création d'entreprises et création d'emplois. Ces trois dispositifs, se base sur deux types d'encouragement : par l'allègement fiscal et par des financements directs de l'entreprise créée. L'emploi féminin a respecté cette croissance puisqu'en 2012 la population active féminine a franchi le seuil de deux millions de femmes (2 142 000) formant ainsi 18.8 % de l'ensemble de la population active, alors que La population occupée féminine du moment est estimée, pour sa part, 1778000 femmes, atteignant ainsi 17.5 % de la population occupée totale. En 2016, le volume de la part des occupées a franchi pour la première fois le seuil de deux million (2062000), et qui constitue ainsi 18,9% de la population occupée. (Données de l'ONS).

L'entrepreneuriat féminin définit comme la création et le développement d'entreprises par les femmes qui est un moyen de création d'emplois et de lutte contre le chômage et l'informel. Il a pris depuis une dizaine d'années une importance croissante dans la plus part des pays industrialisé mais aussi dans les pays en développement avec souvent pour ces derniers des caractéristiques spécifiques « micro-entreprises ».

### **2-2- La réalité de l'entrepreneuriat féminin en Algérie <sup>14</sup>**

Dès son indépendance en 1962, l'État algérien a pris des mesures pour assurer l'égalité des femmes et des hommes devant la loi et un accès égal à l'éducation, à la formation et à l'emploi. La consécration de la représentation politique des femmes s'est concrétisée par la loi organique du 12 janvier 2012 qui stipule que « l'État œuvre à la promotion des droits politiques de la femme en augmentant ses chances d'accès à la représentation dans les assemblées élues » <sup>15</sup> au niveau de la scolarisation, d'après les données de l'Office National des Statistiques (ONS), les filles sont plus nombreuses que les garçons à réussir.

L'examen de passage à l'université après l'obtention de leur baccalauréat. Selon le Ministère de l'enseignement supérieur algérien, entre 2006 et 2010, 59% des inscrites en préparation d'une licence étaient des filles. La constitution garantit la non-discrimination à l'embauche et

---

<sup>14</sup> Al Bashaer Economic Journal (Vol.6, n°1, Avril 2020) page 1027.

<sup>15</sup> (WIBA. Op. cit., p. 12.).

## **Chapitre II :Entrepreneuriat et le rôle des femmes dans la création des entreprises**

---

l'égalité salariale.

L'ONS constate aussi une forte croissance de l'emploi féminin, qui représentait 5.2% de la population active totale en 1971, alors qu'il a atteint le taux de 17.4%<sup>16</sup> Néanmoins, malgré la volonté de l'État d'inclure les femmes dans le secteur économique à travers la Constitution, les lois, et les différents mécanismes d'encouragement à l'entrepreneuriat, beaucoup de femmes dans le pays vivent dans un environnement conservateur qui freine leur autonomisation économique. Cela les amène à développer des activités économiques dans d'autres communes ou quartier que leur commune de résidence. En effet, certaines se montrent réticentes à l'idée de se lancer dans l'entrepreneuriat par peur de manquer au rôle et aux tâches domestiques qui leur sont traditionnellement « assignés ».

Ainsi, il semble qu'il y ait en Algérie une structure sociétale complexe où coexistent plusieurs modèles de société. L'un est traditionnel et s'inspire du droit musulman, y compris en ce qui concerne le droit privé, par exemple, lorsqu'il s'agit de la moralité des personnes, de l'héritage (la femme n'a droit qu'à la moitié de la part de l'homme)... D'un autre côté, il existe un projet de société d'obédience socialiste, héritier de l'indépendance, qui revendique l'égalité des sexes dans les droits et les devoirs de chacun (e)<sup>17</sup>. L'application du système juridique qui reflète à la fois à des considérations socioculturelles et religieuses ainsi que l'option socialiste choisie à l'époque par les autorités publiques, est donc perçue juste par certain-e-s et injuste par d'autres, selon que les personnes se revendiquent d'une société traditionnelle ou pas. En outre, bien que chaque wilaya soit dotée d'une direction de l'Agence nationale de gestion du Micro- crédit en Algérie (ANGEM) qui prend en charge la formation et le soutien aux porteurs de projets, seulement 46% des entrepreneures est bénéficiaire de ce type de dispositifs. De façon plus générale, l'importance d'impliquer les pouvoirs locaux et les associations de terrain dans la sensibilisation des femmes sur les avantages de l'entrepreneuriat, notamment dans des secteurs comme l'économie sociale et solidaire, a été soulignée. Lors des enquêtes, certaines femmes ont évoqué la crainte du harcèlement sexuel de la part de leurs clients (es) et fournisseurs (es). Il a aussi été recommandé de rendre plus visibles dans les médias les femmes entrepreneures ayant réussi et de créer des réseaux locaux de femmes entrepreneures pour faciliter l'échange d'informations, la solidarité et en encourager d'autres à investir.

<sup>16</sup> Données de ONS en 2017.

<sup>17</sup> (AFEV. Op. cit., p. 15.)

En réalité, le taux des femmes bénéficiaires des crédits dans le cadre des mécanismes de soutien aux jeunes, estimé à 10%, par rapport à celui des hommes, appelant à la nécessité d'encourager l'élément féminin notamment les diplômées des universités et celles qualifiées à s'engager dans des projets d'investissement afin d'atteindre 40% de l'ensemble des bénéficiaires de ces dispositifs. Le nombre "minime" des femmes chefs d'entreprises, selon l'évaluation des dispositifs de l'Agence nationale de gestion du micro crédit (ANGEM). Ces femmes ayant adhéré à ce domaine sont devenues "plus professionnelles" ce qui nécessite de trouver une méthodologie permettant d'encourager, voire d'augmenter le nombre de femmes chefs d'entreprises et l'impératif de les accompagner en vue de les encourager à rester dans leurs pays.

Les femmes porteuses de projet et/ou ayant créé leur entreprise ont mis à jour les principaux obstacles pour démarrer une entreprise à savoir : l'accès au financement (exigences de garantie, taux d'intérêt, etc.), le faible soutien familial, les lacunes en management et marketing et la difficulté à constituer une clientèle pour assurer le développement et l'expansion de leur entreprise. Un autre constat est que de nombreuses femmes entrepreneures s'orientent vers des secteurs dits « traditionnellement féminins » tels que les services à la personne, la vente de produits de bien-être, la couture, la confection et la vente de gâteaux, etc. (AFEV. Op. cit., p. 19.). Même s'il existe des entreprises féminines dans la publicité, le tourisme ou l'industrie, les femmes restent insuffisamment représentées dans ces secteurs.

### **2-3-Les défis de la femme entrepreneure algérienne<sup>18</sup>**

Selon l'Office national des statistiques (ONS) le nombre de femmes employeurs ou indépendantes est de 394 000 (ONS, 2016). Une des premières conclusions à tirer est que la moitié des femmes indépendantes sont des artisanes. L'autre moitié, sont de micro entreprises (des secteurs «services ou commerce») ou des femmes exerçant dans l'agriculture. Seulement 0,3% des femmes gèrent des entreprises de statut personne morale. Les entrepreneures femmes sont plus présentes dans les zones urbaines du Nord de l'Algérie, en particulier dans les grandes agglomérations urbaines (Alger, Oran, Constantine.).

Le Gouvernement Algérien insiste à faciliter l'accès des personnes aux besoins spécifiques et des porteurs de projets aux locaux, pour les aider à créer des micros- entreprises et à encourager l'entrepreneuriat féminin, qualifiant cette mesure "d'encourageante" pour exercer les différentes activités et les élargir prochainement en vue de réduire les contraintes de la location. Parmi les mesures prises par le gouvernement en la matière, la ministre a cité le

---

<sup>18</sup> 7es Journées Georges DOROT – Entrepreneuriat et Société –Montréal – UQAM « Cœur des Sciences »16 et 17 mai 2018.page 3.

## **Chapitre II :Entrepreneuriat et le rôle des femmes dans la création des entreprises**

---

Projet exécutif permettant aux porteurs de projets de contracter à nouveau des micro- crédits, dès le remboursement du premier crédit. Aussi, à recourir à l'utilisation des technologies modernes, par le biais des cellules de proximité relevant du ministère, afin de leur permettre de bénéficier de l'aide de l'Etat et partant atteindre l'autonomie financière".

Actuellement, seulement 7,3%<sup>19</sup> du total des entreprises en Algérie sont détenues par des femmes, selon les dernières données de « l'Indice Mastercard de l'entrepreneuriat féminin (MIWE) ». Le taux de femmes propriétaires d'entreprises en Algérie figure parmi les plus faibles dans le monde, devant des pays comme l'Iran (6,2%), l'Egypte (3,3%), le Bangladesh (4,4%), l'Egypte (4,1%) et l'Arabie saoudite (1,6%). Parmi les femmes chômeuses, celles qui sont titulaires d'un diplôme de l'enseignement supérieur représentent 56,5%. Bien qu'en légère progression au cours des deux dernières décennies, le taux d'activité féminine reste en Algérie, en dépit d'un taux élevé de scolarisation à tous les paliers de formation, parmi le plus faible du monde arabe. Il est passé de 11,9% en 2000 à 15,31% en 2018, se situant bien en deçà de la moyenne du monde arabe qui est de 20,87%. Il en va de même pour le taux de chômage féminin<sup>20</sup>.

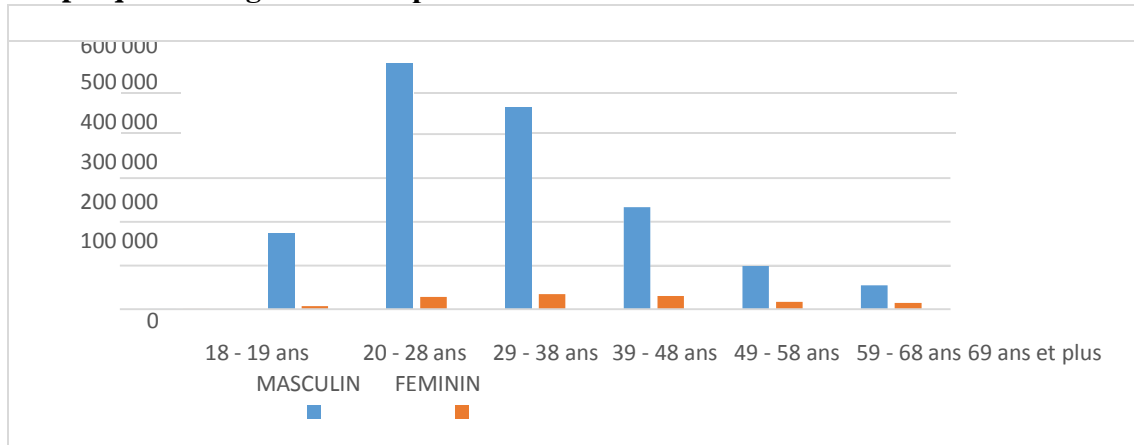
La femme algérienne ne bénéficie pas des dispositifs publics spécifiques d'appui à la création d'entreprises car elles ne sont qu'autour de 10% du total des bénéficiaires au niveau des principales agences de soutien (ANSEJ ou CNAC). Le dispositif mis en place par l'Agence Nationale pour la gestion du micro crédit (ANGEM) est plus utilisé par les femmes (62, 36% des bénéficiaires seraient des femmes) surtout en ce qui concerne le crédit octroyé pour l'achat de matières premières, et qui bénéficie surtout à des jeunes femmes de niveau d'instruction moyen mettant en place des activités de transformation des produits alimentaires ,du textile, ou de services de proximité (coiffure, services informatiques, services de réparation, etc.).

---

<sup>19</sup> données de l'Indice Mastercard de l'entrepreneuriat féminin (MIWE), publié le mercredi 20 novembre 2019

<sup>20</sup> données de l'article du « l'Indice Mastercard de l'entrepreneuriat féminin (MIWE) », publié le mercredi 20 novembre 2019.

**Graphique 2: L'âge de l'entrepreneure féminin/Masculin**



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

Elles ont aussi identifié plusieurs obstacles et contraintes lors de leurs parcours entrepreneurial:

**A-L'absence de soutien et d'accompagnement aux projets :** Les femmes entrepreneures ont relevé l'absence d'un accompagnement et de suivi une fois l'entreprise est née. Il s'agit de services tel que le conseil spécialisé, (marketing, juridique, financier, fiscale, etc.) des actions de formation (de courte durée), de coaching, ou d'appui par des paires. Cet accompagnement est très faible et lorsqu'il est offert, la prestation n'est pas adaptée aux besoins des femmes. Les femmes proposent de renforcer les relations entre les associations d'entrepreneurs et les dispositifs publics et/ou des consultants afin de fournir de services de qualité dans le marché. La majorité des femmes qui ont participé à des groupes de discussion seraient même prêtes à payer si le service répondait à leurs besoins.

**B-Accès au marché, et à l'information :** Les femmes entrepreneures ont soulevé l'insuffisance de l'accompagnement dans l'accès au marché et les difficultés liés à la recherche d'information. Il est facile de créer son entreprise mais l'analyse et l'accès aux marchés reste très difficile pour les femmes entrepreneures algériennes. L'absence des données, la méconnaissance du système administratif ou la difficulté d'obtenir des informations fiables supposent des contraintes majeures pour l'accès et le développement des entreprises des femmes. Certaines entrepreneures ont relevé l'existence de pratiques discriminatoires à l'égard des femmes, le sentiment d'être écarté des soumissions de marché par des pratiques déloyales, faites par les entrepreneurs de sexe masculin.

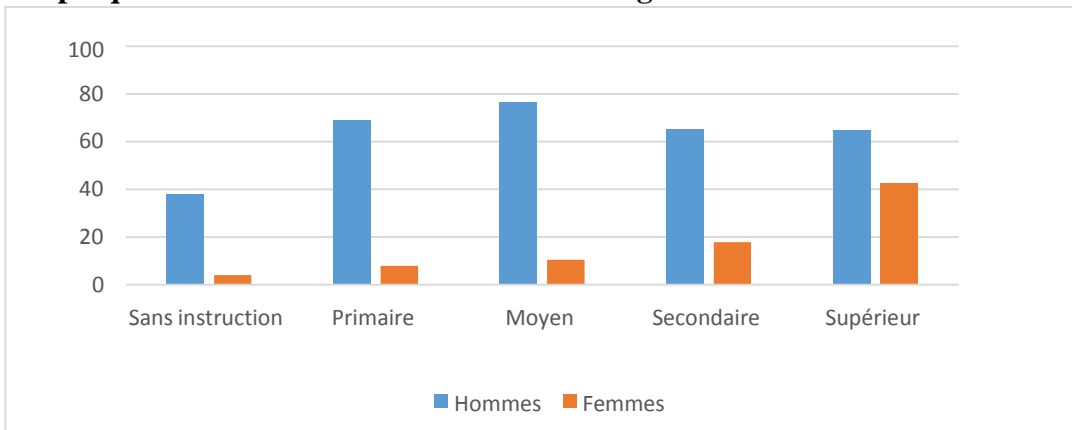
- **L'accès au foncier :** D'une façon générale, toutes les femmes entrepreneures ont souligné les difficultés d'accès au foncier dans les zones d'activité. Certaines

entrepreneures reprochent à l'administration de ne pas accorder un intérêt particulier à leurs projets sous prétexte qu'ils sont de petite taille. Cette exclusion fragilise leurs activités et réduit les opportunités de croissance.

- **L'accès au financement** : Nombreuses sont les entrepreneures ayant déclaré avoir lancé leur entreprise à partir d'un capital initial personnel, souvent très réduit (économies personnelles). Les dispositifs publics créés pour répondre aux problèmes du chômage (ANGEM, CNAC) ont que 10% de leurs bénéficiaires, femmes. Certaines femmes participantes déclarent que ces dispositifs ne sont pas adaptés au profil de la femme entrepreneure algérienne, qui souvent se lance dans l'entrepreneuriat après avoir acquis une certaine expérience professionnelle et comme moyen pour mieux concilier leur vie personnelle (naissance et éducation des enfants) avec leurs aspirations professionnelles. La condition d'être au chômage lié aux délais et retards dans le traitement des dossiers semble être une mesure décourageante pour les femmes. Elles estiment aussi que les banques ne sont pas attentives aux contraintes des promotrices et ne les soutiennent pas en développant des outils financiers adaptés à leurs besoins et réalités.

- **L'environnement culturel et le rôle de la femme dans la société algérienne** : Les contraintes par rapport à la conciliation entre la vie professionnelle et les responsabilités familiales ainsi que la pression de la société traditionnelle freinent le développement de l'activité féminine. Les stéréotypes sociétaux et traditionnels exercent une pression sur les femmes malgré les progrès enregistrés dans le système juridique et institutionnel algérien. Aujourd'hui, tous les chercheurs qui ont traité de la question du développement de l'entrepreneuriat féminin en Algérie, sont unanimes pour indiquer que les facteurs de contingence (l'environnement socioculturel) jouent un rôle primordial dans le blocage à l'émergence de la femme dans la sphère publique.

**Graphique 3 : Le niveau d'instruction ou enseignement entre homme et femme ;**

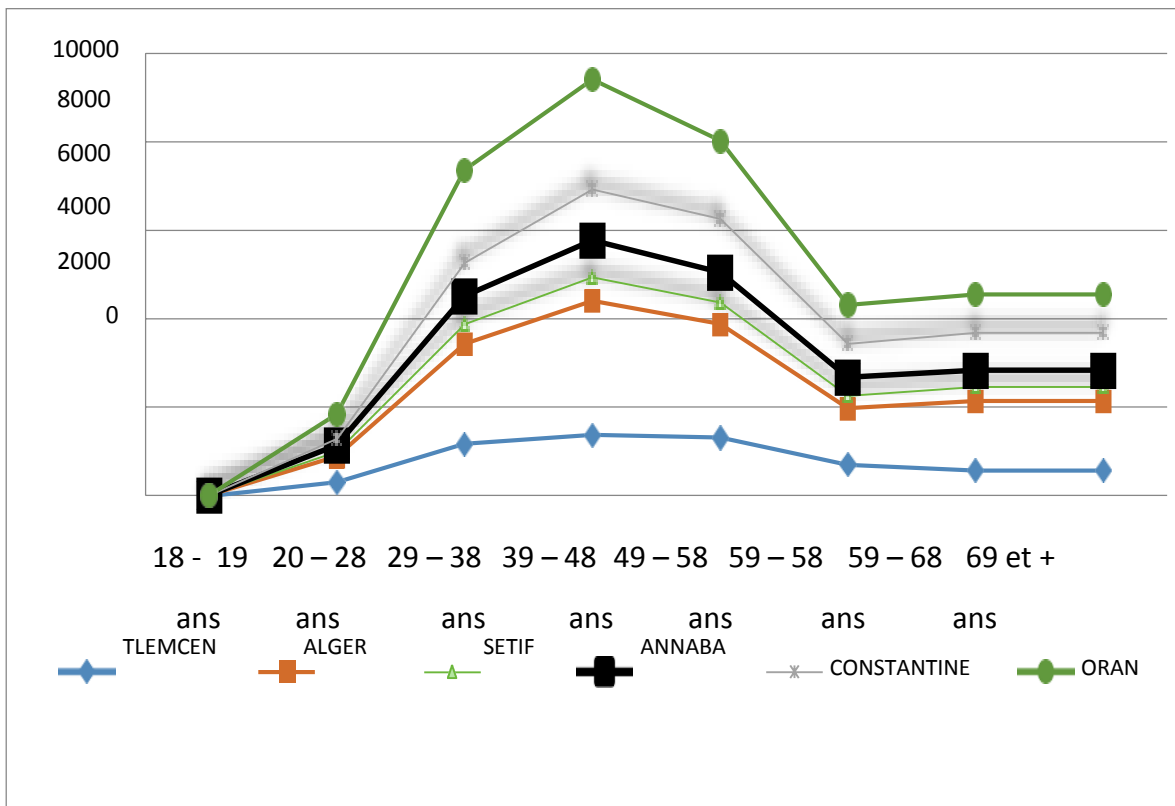


Sources : ANSEJ 2017

## Chapitre II :Entrepreneuriat et le rôle des femmes dans la création des entreprises

La femme entrepreneure algérienne est une femme âgée entre 39 et 49 ans, issue de l'enseignement supérieur, qui excelle dans le secteur de la profession libérale, de services et de l'industrie concentrée surtout dans les villes principales d'une activité économique plus développée.

**Graphique 4 : Les femmes entrepreneure dans les grandes villes par tranche d'âge**



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

La majorité des femmes entrepreneure algérienne sont concentrée dans les grandes wilayas Algériennes tel que : Alger, Oran, Tlemcen, Constantine. Selon les données de l'ONS, il se situe à 19,4% en 2018, en légère augmentation par rapport aux années précédentes, pratiquement le double du taux concernant les hommes (9,9%). L'évolution de l'entrepreneuriat féminin, enregistrée au cours de la dernière décennie. Entre 2003 et 2018, le nombre des femmes entrepreneurs a connu une croissance de 60,1%. Cette croissance sur quinze ans cache une évolution en dents de scie du poids de l'entrepreneuriat féminin. Le nombre global d'entrepreneurs du pays, l'entrepreneuriat féminin a représenté le taux de 13,4% en 2003 pour atteindre 20,1% en 2004 et retomber de manière irrégulière au taux de 11,4% en 2018". L'année 2018 a enregistré le taux le plus faible du poids de l'entrepreneuriat féminin au cours des deux dernières décennies.

L'Algérie est juste derrière des pays comme l'Inde (7,4%), les Emirats Arabes Unis (7,7%), la Turquie (9,2%) ou la Tunisie (10,9%), mais est dépassée par de nombreux pays comme la

Suède (19,8%), le Ghana (37,9%), la France (25,5%), le Botswana (36%). Le taux de participation extrêmement faible des femmes au marché du travail en Arabie saoudite, en Algérie, en Iran, en Égypte et en Tunisie suggèrent des préjugés culturels ou sociétaux à l'encontre de la présence des femmes sur le marché du travail, ou la préférence pour les femmes d'occuper un rôle principal en tant que mères ou nourrices », indique le rapport de Mastercard. Il est à noter qu'aucun pays cité ne dépasse le taux de 50% d'entreprises possédées par des femmes. Le premier pays de la liste est l'Uganda avec 38,2%, suivi par le Ghana, avec (37,9%) et Botswana (36%).

### **3- Les femmes et l'emploi informel en Algérie**

Par définition, l'emploi informel est un secteur qui se caractérise, d'une façon générale, comme étant constitué d'unités de production qui opèrent typiquement à petite échelle, avec un faible niveau d'organisation, avec peu ou pas de division entre le travail et le capital en tant que facteurs de production et avec l'objectif premier de créer des emplois et d'engendrer des revenus pour les personnes concernées.

Pour les besoins statistiques, le secteur informel est défini en fonction des circonstances nationales comme un ensemble d'entreprises non constituées en sociétés appartenant à des ménages, qui produisent au moins quelques produits pour le marché mais qui ont soit moins d'un nombre spécifié de salariés et/ou qui ne sont pas enregistrées selon les formes spécifiques de la législation nationale ; l'enregistrement peut se référer, par exemple, à l'inscription prévue par les obligations fiscales ou des cotisations de sécurité sociale ou d'autres dispositions administratives.<sup>21</sup>

En Algérie, plus de la moitié des femmes entrepreneures choisissent le travail informel. Cela est dû majoritairement aux différents obstacles que la femme entrepreneure rencontre lors de son parcours. En effet, toutes les femmes n'ont pas l'audace ni le mental qu'il faut pour défier la société et ses préjugés ou encore abandonner leurs enfants et leurs foyer pour travailler, alors celles-ci choisissent le travail à domicile (91,7 % des travailleuses indépendantes ne sont pas affiliées au régime de la sécurité sociale, dont 82 % exercent à domicile)<sup>22</sup>.

Il s'agit des activités précaires, qui demandent peu de capital de départ et un savoir-faire, telles que les activités artisanales qui font appel à une main-d'œuvre jeune et peu qualifiée concentrée essentiellement dans la branche textile-confection (habillement, cuir,

---

<sup>21</sup>OCDE, Le système de comptabilité nationale, 1993 - Glossaire, 2000.

<sup>22</sup>ONS, 2019

chaussures...), suivi par les services non marchands (19,4 %). Il s'agit souvent de fillettes généralement exclues du régime scolaire et formées dans des centres de formation professionnelle.

### **Section 3 : Entrepreneuriat et motivation des femmes entrepreneur**

#### **3-1 –définition la motivation en entrepreneuriat<sup>23</sup>**

La motivation est le processus psychologique qui initie, oriente et maintient un comportement, c'est un ou des besoins à satisfaire des croyances, des intérêts a réalisé ou bien des objectifs à atteindre. Donc est une force que nous conduit vers une action.

Motivation de l'entrepreneur désigne les facteurs internes et externes qui poussent l'entrepreneur à créer et à maintenir son entreprise. La motivation est est essentielle à la réussite de l'entrepreneur et de son entreprise, car elle influence sa capacité à relever les défis et à prendre des risques.

#### **3-2-les motivations des femmes entrepreneurs**

##### **- Les motivations pull/push: opportunité/nécessité**

La recherche sur la motivation entrepreneuriale est divisée en deux corps théoriques principaux, nommés « push » et « pull. Ces théories donnent naissance à deux types de motivation : « par opportunité », dans le cas de la théorie pull, et « par nécessité », dans le cas de la théorie push (. L'opportunité fait référence à la découverte d'une occasion d'affaires, alors que la nécessité correspond à une absence d'alternatives.(Gabarret. I, Vedel.B, 2014).

##### **-La théorie pull : opportunité et indépendance**

La théorie « pull » voit la création d'entreprise comme le résultat d'une culture entrepreneuriale .Elle serait motivée par une recherche d'indépendance et d'autonomie, mais aussi par le fait d'avoir repéré une opportunité d'affaires à développer.

Les deux dimensions qui constituent l'approche « pull » (l'opportunité d'affaires et le désir d'indépendance), sont souvent regardées de manière positive car elles considèrent la création d'entreprise comme un choix individuel et volontaire.

---

<sup>23</sup> <https://mentorday.es/wikitips/fr/entrepreneur-motivation>.

Les « pulls motivations » sont des facteurs positifs, qui peuvent être, entre autre, le besoin d'indépendance, d'accomplissement personnel, le désir de richesse, la volonté de relever un défi, le pouvoir, les opportunités.

Ainsi, dans le concept « pull » de la motivation, deux dimensions se voient regroupées

- La recherche d'une amélioration économique, généralement interprétée comme opportunité,
- Un désir d'indépendance et d'autonomie.

### **- La théorie push : nécessité et insatisfaction**

Deux dimensions viennent constituer l'approche « push » de la motivation entrepreneuriale

- La nécessité (absence d'une autre possibilité d'emploi, chômage prolongé, pas d'employabilité),
- L'insatisfaction (le fait d'avoir un travail insatisfaisant).

Les « push motivations » font référence à des expériences négatives, telles que des situations liées à l'emploi (exigences familiales, chômage, licenciement, impossibilité de trouver un emploi ou encore insatisfaction au travail due par exemple à une mauvaise ambiance, à l'absence de possibilités de promotion, à de mauvaises relations avec la hiérarchie, etc.). Les entrepreneurs motivés par des facteurs push peuvent être considérés comme des individus rejetés par la société qui cherchent à prouver leur valeur à travers la création d'entreprises.

"Dans les pays en voie de développement, l'entrepreneuriat féminin pourrait être favorisé par les possibilités de financement au travers des agences de microcrédit et des dynamiques familiales qui permettent la collaboration des membres de la famille dans le déroulement du projet entrepreneurial. Tout en favorisant l'autonomisation des femmes, l'accès à la micro finance améliore leur niveau d'aspirations, diminue les risques de la création et réduit la marginalisation. Cependant, les résultats des études menées en Afrique, montrent que l'accès à la micro finance n'a pas permis une amélioration dans la qualité de vie de ces femmes : elles continuent à vivre dans un niveau de subsistance, sans croissance des entreprises créées".(Welsh. D, & Autres, 2017) Ainsi, dans l'approche push, comme dans l'approche pull, nous nous trouvons face à deux facteurs (insatisfaction et nécessité) qui peuvent ne pas apparaître simultanément.

### **- La faiblesse de l'opposition dans l'approche « push/pull »:**

Selon Gabarret et Vedel, La classification de la motivation en « push » et

« pull » provoque des problèmes dans l'interprétation des résultats de la recherche. K. Hughes montre que, certaines variables citées par les entrepreneurs comme des variables de motivation « push » (le désir d'indépendance qui va attirer l'individu vers l'entrepreneuriat) peuvent aussi être interprétées comme étant des motivations de nécessité « push » (le manque d'indépendance dans le travail précédent). Cela provoque des contradictions dans les études scientifiques. Le désir d'être son propre patron, d'être autonome, est classé parmi les facteurs « pull » par l'étude GEM. Toutefois, d'autres auteurs le considèrent parmi les facteurs « push » de la motivation.

Concernant l'exemple de l'entrepreneur life style qui cherche la satisfaction dans la relation travail/qualité de vie, sa motivation (« pull » et non-économique) ne peut pas être représentée par la motivation « push » d'insatisfaction au travail.

### **3-3-Les motivations des femmes Algériennes vers l'entrepreneuriat**

D'après leurs situations économiques et sociales, les femmes algériennes optent pour l'entrepreneuriat pour plusieurs raisons. Elles peuvent être poussées par la nécessité économique comme moyen de combattre le chômage, ainsi que de gagner le pouvoir et le respect et de s'affirmer dans la société. C'est un moyen aussi pour satisfaire le besoin d'émancipation pour avoir plus d'indépendance et combattre l'injustice et l'hégémonie masculine, dans une culture traditionnelle.

. **Nécessité économique** : L'un des premiers objectifs des femmes c'est de trouver un emploi pour satisfaire leurs besoins économiques, dans une société sous-développé, ou les emplois se font rare dans une économie souvent en crise .Les petites entreprises représentent un moyen de revenu important pour les femmes dans les pays en développement. Ils fournissent des emplois et des revenus pour atténuer la pauvreté (Hani, 2015, p. 113).

La nécessité économique est exprimée clairement comme motive derrière le choix d'une activité entrepreneuriale, mais cela cache le désir de réalisation d'autres objectifs tels que la confirmation du soi, le désir d'autonomie et d'émancipation.

. **Désir d'auto-accomplissement** : En plus du facteur économique, les femmes entrepreneures en Algérie expriment souvent leur désir d'auto-accomplissement. Selon Stephan, Hart et Drew, les femmes entrepreneurs sont motivés par l'indépendance et motivés par la croissance s'épanouissent dans les cultures où les relations sociales sont importantes, ce qui indique que la culture peut être importante (Stephan, Hart et Drew, 2015). Cela a été confirmé par Naser et al. (2009) qui ont signalé que « les femmes dans les

pays du Golf choisissent l'entrepreneuriat pour l'auto-accomplissement car telle démarche améliore leur statut socio-économique au sein de la société. La reconnaissance et l'estime de soi sont considérés par Gheddache (2016) comme mobiles importants pour femmes entrepreneures en Algérie.

Après les changements intervenus dans la société Algérienne, et Arabe en générale, il est devenu inconcevable pour les femmes avec un niveau d'instruction appréciable, d'accepter une position de marginalité dans société ouverte sur la technologie de la communication.

**. Désir d'autonomie et d'émancipation** : Parmi les objectifs de l'entrepreneuriat féminin c'est le dépassement et la lutte contre les contraintes socioculturelles d'une société traditionnelle qui conçoit le rôle et la position naturelle de la femme est de rester au foyer, pour servir son mari et ses enfants.

Selon Gheddache (2016, p. 168) «Globalement, les sources de motivation définies sont le besoin d'autonomie, d'indépendance et d'ascension, qui caractérisent les femmes ayant des expériences professionnelles antérieures ». Tandis que Charantimath (2012) fait valoir qu'il n'est pas toujours facile pour les femmes de trouver des emplois qui seront compatibles avec leurs responsabilités familiales et les tâches ménagères. Ainsi, de nombreuses femmes sont attirées par l'idée de travail indépendant dans les entreprises attenantes à leur maison, avec des heures flexibles, ce qui leur permet de prendre soin de la maison et des affaires.

**. Désir du pouvoir et de la reconnaissance sociale** : La position d'une femme au sein de sa société se traduit par ses recettes et son auto suffisance économique. L'entrepreneuriat féminin apporte donc un statut aux femmes. C'est pour cela que l'entrepreneuriat est considéré comme un moyen de gagner le pouvoir et le respect dans la société. Cela est confirmé par Collins(2007), qui à conclu, qu'en plus du revenu, le besoin de reconnaissance et l'estime de soi sont parmi les mobiles importants pour les femmes entrepreneures.

### **.Mécontentement envers les restrictions culturelles**

En plus d'avoir en l'entrepreneuriat une source de revenu, l'entrepreneuriat est considéré comme une issue qui permet aux femmes de se libérer de l'injustice sociale et de l'hégémonie d'une société masculine.

### **3-4- Les dispositifs d'accompagnement à l'entrepreneuriat féminin en Algérie**

Le succès des femmes entrepreneures est considéré comme essentiel pour la création de richesses, l'innovation et le progrès économique dans le monde entier. Dans les pays développés, on observe une grande disparité dans les politiques d'encouragement, de support financiers et de mises en œuvre de projets. Par exemple, les Etats Unis ont montré la voie à suivre avec des actions volontaristes engagées depuis plus de vingt ans; aujourd'hui ce pays voit les fruits de leur politique puisqu'il a réussi à atteindre un taux de 48 % de femmes entrepreneures. En France, elles représentent 45 % des créateurs d'entreprise (INSSE, 2015) et 27 % des dirigeants de PME /TPE, ce qui correspond à la moyenne Européenne. En Algérie, la création d'entreprises féminines dépend d'un ensemble de dispositifs publics d'appui à la création des entreprises. Ces dispositifs ont été élaborés en 1988, car il s'agissait d'inscrire le chômage des jeunes comme une priorité majeure des pouvoirs publics. Aujourd'hui, on trouve beaucoup de femmes cadres et directrices d'entreprises publiques ou occupant des postes de responsabilité, mais malheureusement peu de femmes entrepreneures à la tête de moyennes et grandes entreprises. Ceci montre que les femmes algériennes préfèrent le travail rémunéré et ne pensent pas à créer leur propre entreprise . Ainsi, on peut dire que l'entrepreneuriat féminin en Algérie est un entrepreneuriat de nécessité.

Comme pour les hommes, les femmes algériennes ont elles aussi bénéficié de tous les avantages relatifs à l'emploi et aux programmes nationaux, tels que les mécanismes de soutien à l'emploi des jeunes, le programme de la relance économique, le programme National du développement agricole et le programme du développement rural. Les Programmes d'aide à la création d'entreprises féminines ont été soutenus notamment par des Organismes nationaux tels que l'ANADE (ANSEJ), la CNAC, et l'ANGEM dont l'une des missions est d'accompagner tous les projets de femmes porteuses d'idées à travers le soutien financier et la formation.

#### **. L'ANSEJ ( ANADE maintenant):**

L'Agence Nationale de Soutien à l'Emploi des Jeunes a été mise en place en 1996. Les modalités d'attribution des aides ont évolué au cours de ses 20 années d'existence. Aujourd'hui, l'ANSEJ s'adresse aux jeunes âgés de 19 à 40 ans, chômeurs, et dont la valeur financière du projet n'excède pas le seuil des 10 millions de dinars. L'ANSEJ octroie au postulant un prêt non rémunéré (sans intérêt) et une bonification sur les taux d'intérêt bancaires (de 100%) pour un crédit qui n'excède pas 70% du coût total du projet. L'apport personnel doit être de 1 à 2 % du coût total lorsqu'il est fait appel au crédit bancaire. Il est

## **Chapitre II :Entrepreneuriat et le rôle des femmes dans la création des entreprises**

de 71 à 72% dans l'autre cas. Des prêts non rémunérés supplémentaires peuvent être consentis pour des cabinets groupés, véhicules, atelier ou location du local (ANSEJ, 2016). Sur la période 2010-2015 (Tableau 1), 238856 projets ont été financés, dont plus de 19000 pour des femmes, soit 8 % du nombre total.

**Tableau1: Statistiques relatives aux entreprises de femmes (ANSEJ)**

	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>Total</b>
<b>Projets féminins</b>	2 211	2 951	4 477	3 526	3 665	2 645	19 475
<b>Nombre total de Projets</b>	22 641	42 832	65 812	43 039	40 856	23 676	238 856
<b>Taux</b>	10%	7%	7%	8%	9%	11%	8%

SOURCE : ANSEJ 2016

Il est important de savoir que la plupart des projets féminins, financés par l'ANSEJ, concernent les services hors transports (51.5%), l'artisanat (12.7%), et les professions libérales (8.4%). A eux trois, ces secteurs représentent 81.6% de l'ensemble des projets. Ensuite, viennent les projets industriels (6.3%), le transport de voyageurs et marchandises (5.3%) et l'agriculture (4.5%). Les trois principaux secteurs sont ceux caractérisés par un faible montant d'investissement par projet et par emploi créé.

### **. La CNAC**

Depuis 2004, la Caisse Nationale d'Assurance Chômage (CNAC) est venue compléter le dispositif de l'ANSEJ en permettant aux chômeurs âgés de 30à50ans, ayant déjà travaillé, de créer leur propre entreprise ou de procéder à son extension. Tout comme l'ANSEJ, elle leur consent un prêt non rémunéré (sans intérêt) et une bonification sur les taux d'intérêt bancaires (de 100%) pour un crédit qui ne peut excéder 70% du coût global du projet. L'apport personnel minimum est de 5à 10% du montant du projet, selon le coût de l'investissement et la zone géographique de l'implantation du projet.

**Tableau 2 : Statistiques relatives aux entreprises de femmes (CNAC)**

2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	Total
205	326	494	1 067	2 510	2 202	2 345	2 397	11 546
2 429	4 221	7 465	18 490	34 801	21 412	18 823	15 449	123 090
8%	8%	7%	6%	7%	10%	12%	16%	10%

SOURCE : CNAC 2016

### - L'ANGEM :

L'Agence Nationale de Gestion du Microcrédit est un mécanisme différent de l'ANSEJ et de la CNAC. Créée en 2005, elle est placée sous la tutelle du Ministère de la Solidarité Nationale, de la Famille et de la Condition de la Femme. Elle se charge de la suite du microcrédit obtenu antérieurement de l'Agence de Développement Social (ADS), également sous la tutelle du même ministère. Cette agence s'occupe beaucoup plus de la création d'entreprises que de l'auto emploi et les petits métiers; elle encourage notamment le développement d'activités rémunératrices à domicile. Le microcrédit, dont le montant ne doit pas dépasser 1.000.000 DA, va permettre au bénéficiaire d'acquérir un petit équipement et des matières premières pour travailler à domicile. En vendant les produits fabriqués, le bénéficiaire pourra acheter des matières premières et pérenniser ainsi l'activité et la source de revenus (ANGEM, 2016).

Finalement, l'ANGEM est le dispositif qui a contribué le plus à la création des TPE féminines.

**Tableau 3 : Statistiques relatives aux entreprises de femmes (ANGEM)**

Exercice	Nombre de projets féminins	Nombre total de projets financés	Taux féminins/ (projets nombre total)
2005	2397	3 329	0,72
2006	14 265	22 221	0,642
2007	11 128	17 231	0,6458
2008	23 894	42 099	0,5676
2009	33 192	60 734	0,5465
2010	32 713	51 956	0,6296
2011	68 317	107 956	0,6349
2012	87 598	146 247	0,5982
2013	71 304	110 702	0,6441
2014	76 163	117 543	0,6480
2015	55 863	84 101	0,6642
<b>Total</b>	<b>476 834</b>	<b>763 954</b>	<b>0,6642</b>

Source : ANGEM 2016

### **Conclusion**

Dans ce chapitre, nous avons essayé de faire un aperçu théorique sur le phénomène entrepreneurial ainsi qu'une présentation de certains éléments de base de l'entrepreneuriat féminin et son rôle dans la création d'entreprise et dans le marché de travail en générale, nous avons présenté ensuite quelques expériences de l'entrepreneuriat féminin à l'échelle mondiale .Nous pouvons affirmer dès lors que l'entrepreneuriat féminin peut constituer une source non négligeable de la croissance, de la création d'emploi et du développement global durable et harmonieux dans un pays. Après on a mis une vue globale sur la réalité de l'entrepreneuriat féminin en Algérie, ainsi que le rôle des femmes algériennes dans l'économie qui a évolué considérablement. Cette évolution est principalement due aux dispositifs étatiques de lutte contre le chômage tels que ANADE, la CNAC et particulièrement l'ANGEM ces dispositifs est un moyen de motivation des femmes algériennes pour diriger vers l'entrepreneuriat. A travers ces mécanismes d'aide à la création de petites et moyennes entreprises, beaucoup de femmes ont pu réaliser leur rêve et sont passées du statut de chômeuses à celui de femmes chefs d'entreprises.



## *Chapitre III :*

*Etude de cas au motivation à la  
création et développement des  
entreprises par les femmes dans la  
Wilaya de TIZI OUZOU*



**Chapitre III :Etude de cas de création et développement des entreprises par les femmes dans la Wilaya de TIZI OUZOU**

**Introduction**

Résultats collectés dans un La femme entrepreneure est désormais reconnue comme l'une des sources de la croissance, de la création d'emploi, de l'innovation et de la richesse (ARAZTI, 2008).

Ce chapitre met en avant les données collectées d'une enquête sur un échantillon de femmes entrepreneures dans la wilaya de Tizi- Ouzou. L'objectif est de caractériser le profil de ces femmes entrepreneures ainsi que le profil de leurs entreprises et leurs motivations de choisir l'entrepreneuriat. La première section est consacrée à définir l'organisme d'accueil ( ANGEM de Tizi Ouzou) et la deuxième section d'après l'enquête de terrain d'un échantillon des femmes bénéficiaires à faire l'analyse des questionnaire.

**Section 01 : Méthodologie de l'enquête**

Après l'approche théorique on procède à l'approche empirique, pour cette dernière approche nous avons procéder à la méthode suivant :

- Une étude statistique et réelle des données aux niveaux des organismes publiques chargés d'encourager et de financer l'entrepreneuriat féminin, il s'agit de l'Angem.
- Une deuxième étude de terrain à travers un questionnaire adressé à un échantillon de femmes créatrice d'entreprise et bénéficiaires du dispositif public.

**1-1- Contenu du questionnaire :**

- Le premier axe caractérise le profil de la femme entrepreneure. En effet cette catégorie nous permet de recueillir des données sur l'enquêtée : l'âge, la situation matrimoniale, le nombre d'enfants, le niveau d'instruction, les expériences antérieures et formation acquise.
- Le deuxième axe contient des questions sur l'identification de profil de l'entreprise : la date de création, sa forme juridique, sa taille, l'origine de

l'activité .

- Le troisième axe contient des Questions ouvertes selon l'expérience de chaque femme sur l'entrepreneuriat: des questions auxquelles la personne peut donner ses propres réponses. Elles ont une fonction exploratoire qui vise à faciliter la prise de parole et donner leurs avis personnels et nous permet d'identifier la personnalité de la femme entrepreneure, ses motivations et les facteurs nécessaires à la réussite de la création d'entreprise en Algérie.

### **1-2-Objectif de l'enquête**

Notre étude par questionnaire (guide d'entretien) a pour objectif de répondre au problème de notre projet ,aussi de vérifier sur le terrain nos hypothèses qui sont :

- **Hypothèse 1** : C'est le désir d'Autonomie professionnelle, d'accomplissement personnel, d'organiser un travail soi même sont des sources majeures de motivation de la femme algérienne à se lancer dans la carrière entrepreneuriale.
- **Hypothèse 2** : Les pouvoirs publics sont mobilisés pour offrir les moyens nécessaires à l'accès au financement pour un encouragement à développer l'entrepreneuriat féminin et la création d'emplois en Algérie, surtout par le dispositif ANGEM.
- **Hypothèse 3** : l'entrepreneuriat féminin peut être déclenché par un besoin de subsistance face à l'absence de travail et lutter contre le chômage et la pauvreté. Faire face au chômage pour les diplômées.

### **1-3-L'objet de l'enquête**

Toute recherche doit être fondée sur une problématique. De même, le sujet d'étude est obligatoirement soumis à un questionnement de ses implications et de ses postulats. Par définition, une problématique est « *la formulation d'une question centrale concernant ce qui pose problème dans le sujet traité* ». <sup>101</sup>

Afin de répondre à notre problématique qui est « *Quels sont les motivations de l'entrepreneuriat féminin et de création d'entreprises dans la wilaya de Tizi Ouzou. ?* »

---

<sup>1</sup> GUIDERE Mathieu, « *Méthodologie de la recherche* », Edition ; Ellipses, Paris, 2004, p.19.

## **2-Présentation de l'échantillon de l'enquête**

Afin de collecter le maximum de données, nous avons contacté 40 femmes qui possèdent un registre de commerce ou une carte d'artisan, de différents secteurs d'activités (service, artisanat, santé et industrie) et dans trois communes de la wilaya : Ouaguenoun, Mekla et Tizi Ouzou, nous avons récolté comme même 32 réponses(8 n'ont pas répondu)

Le choix de ces femmes s'est fait majoritaire via des relations personnelles (28 femmes), par notre entourage, et le reste choisi au hasard par l'Angem parmi différentes commerçantes à la ville de Tizi ousou.

**Tableau N°1 : Statistiques sur l'enquête**

<b>QUESTIONNAIRE</b>	<b>QUESTIONNAIRE DISTRIBUE</b>	<b>QUESTIONNAIRE REPLI</b>	<b>QUESTIONNAIRE NON REPLI</b>
<b>FORMAT PAPIER</b>	40	32	8
<b>POURCENTAGE</b>	<b>100%</b>	<b>80%</b>	<b>20%</b>

**Source :** Etabli par nos soins à partir des données de l'enquête de terrain, 2023.

### **3- Présentation de L'ANGEM<sup>2</sup>**

L'Agence Nationale de Gestion du Micro Crédit «ANGEM<sup>1</sup>», 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. Elle dispose d'un bureau de coordination dans chaque Wilaya, appuyé par des cellules d'accompagnement au niveau des Daïras. Elle vise à favoriser l'auto- emploi, le travail à domicile, les activités artisanales, la stabilisation des populations rurales dans leurs zones d'origine, par l'émergence d'activités économiques, culturelles, de production de biens et services et génératrices de revenus.

#### **3-1- Origine de création de l'ANGEM**

L'Algérie a adopté le microcrédit comme outil de lutte contre la pauvreté à partir de 1999. Cependant, cinq ans après, il a fallu créer une autre structure octroyant des microcrédits, à savoir l'agence nationale de gestion du microcrédit, pour compléter le paysage public des structures destinées à l'insertion économique des populations n'ayant pas accès aux services bancaires. Ainsi, les pouvoirs publics ont montré leur volonté et leur détermination à lutter contre la pauvreté.

Le séminaire international, tenu au mois de décembre 2002 et ayant pour thème « *L'expérience du Micro Crédit en Algérie* », a confirmé un certain nombre de contraintes, dont les plus importantes sont:

- L'absence des actions d'accompagnement et de soutien des promoteurs dans les phases de maturation des projets et de suivi des activités financées,
- La multitude des intervenants chargés de la mise en œuvre du dispositif.

C'est à la lumière des conclusions de ce séminaire, et de celles issues de la conférence internationale sur la pauvreté tenue en 2000, que le dispositif « micro crédit – ANGEM » a été créé.

La naissance de l'Agence Nationale de Gestion du Micro Crédit, en 2004, s'inscrit dans la stratégie nationale de lutte contre la pauvreté et la précarité. Elle est venue pallier les

---

<sup>2</sup> [www.angem.dz](http://www.angem.dz)

insuffisances décelées et répondre aux impératifs suivants :

- L'octroi de crédits de manière décentralisée,
- La simplification des conditions d'éligibilité,
- L'adaptation des procédures et des modalités d'application aux conditions objectives des populations pauvres,
- La fluidité des mécanismes d'approbation et d'octroi effectif des crédits pour susciter l'adhésion et la participation des populations pauvres,
- La pérennité du système par la mise en place de règles de fonctionnement adéquates,
- La possibilité de répondre à une demande forte, notamment celle émanant des femmes au foyer, de la famille productive, des artisans et de petits agriculteurs - éleveurs.

### **3-2- Le contexte social et économique de naissance de l'ANGEM<sup>3</sup>**

L'ANGEM est née dans un environnement économique et social très favorable. Depuis 1999, les taux de croissance annuels sont de l'ordre de 5%, la dette extérieure à moyen et à long terme est en diminution très significative et la balance courante est excédentaire. Des programmes nationaux sont lancés dans divers domaines : logement, santé, éducation, agriculture, pêche, travaux publics, etc.

Dans la même optique, l'Etat a mis en place des stratégies et projets ambitieux visant l'amélioration des performances des programmes de lutte contre le chômage et la pauvreté dans les zones rurales et urbaines, dans les hauts plateaux et le grand sud. Ces programmes visent à propulser l'emploi dans ces régions et à donner un essor à cette dynamique de création de richesses et de la valeur ajoutée, amorcée depuis 1999.

Le programme du micro crédit s'inscrit dans le cadre du développement social visé par les pouvoirs publics. Ce développement a pour souci de promouvoir les capacités des individus et des populations à s'auto prendre en charge, aussi atteindre un niveau de vie digne et un emploi significatif, en mettant en œuvre une nouvelle politique sociale, ayant pour objet essentiel ; la réduction du coût social de la transition vers l'économie du marché.

---

<sup>3</sup>[www.angem.dz](http://www.angem.dz)

En ce sens, c'est une politique de soutien ciblée et participative, elle se propose comme alternative à l'assistanat.

### **3-3- Objectifs et Missions<sup>4</sup> :**

#### **3-3-1-OBJECTIFS**

- Contribuer à 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 les populations féminines.
- Sensibiliser les populations rurales dans leurs zones d'origines par l'émergence d'activités économiques, culturelles, de production de biens et services, génératrices de revenus et d'emplois.
- Développer l'esprit d'entrepreneuriat qui remplacerait celui de l'assistanat et aiderait ainsi à l'intégration sociale et à l'épanouissement individuel des personnes.
- Soutenir, conseiller et accompagner les bénéficiaires dans la mise en œuvre de leurs activités, notamment en ce qui concerne le montage financier de leurs projets et la phase d'exploitation.
- Suivre les activités réalisées par les bénéficiaires en veillant au respect des conventions et contrats qui les lient à l'ANGEM.
- Former les porteurs de projets et les bénéficiaires de micro crédits aux techniques de montage et de gestion d'activités génératrices de revenus et des très petites entreprises.
- Soutenir la commercialisation des produits issus du micro crédit, par l'organisation des salons d'exposition/vente.

#### **3-3-2- MISSIONS**

Gestion du dispositif du micro crédit, conformément à la législation et la réglementation en vigueur.

- Soutien, conseil et accompagnement des bénéficiaires dans la mise en œuvre de leurs activités, notamment en ce qui concerne le montage financier de leurs projets.
- Notification aux bénéficiaires dont les projets sont éligibles au dispositif, des différentes aides qui leur sont accordées.

---

<sup>4</sup> [www.angem.dz](http://www.angem.dz)

- Suivi des activités réalisées par les bénéficiaires, en veillant au respect des conventions et contrats qui les lient à l'ANGEM et en les assistant auprès des institutions et organismes concernés pour la mise en œuvre de leurs projets, notamment les partenaires financiers du programme.
- Entretien de relations permanentes avec les banques et les établissements financiers, dans le cadre du montage financier des projets, de la mise en œuvre du schéma du financement et du suivi de la réalisation et l'exploitation des créances non remboursées dans les délais.
- Formation des porteurs de projets et des bénéficiaires de micro crédits aux techniques de montage et de gestion d'activités génératrices de revenus.
- Organisation de salons (exposition – vente) régionaux et nationaux des produits du micro crédit
- Formation continue du personnel chargé de la gestion du dispositif.

### **3-4- Services offerts par l'ANGEM**

#### **3-4-1-Les services financiers**

Le dispositif permet deux (02) formules de financement :

##### **1<sup>ère</sup> Formule : Prêts pour Achat de Matières Premières (ANGEM – Promoteur)**

Il s'agit de microcrédits non rémunérés octroyés directement par l'ANGEM au titre de l'achat de matières premières. Ils ne dépassent pas les 100.000 DA. Ils sont destinés à financer ceux ou celles disposant d'un petit équipement et outillage mais qui sont dépourvus de moyens financiers pour l'achat de matières premières pour entreprendre et/ou relancer une activité. Ce montant est élevé à 250000 DA au niveau de dix wilayas du Sud. La durée de remboursement ne peut dépasser 36 mois.

##### **2<sup>ème</sup> Formule : Financement Triangulaire (ANGEM – Banque – Promoteur)**

Concerne des crédits octroyés par la banque et l'ANGEM au titre de création d'activité par l'acquisition de petits matériels, matières premières de démarrage et au paiement des frais nécessaires au lancement de l'activité. Le montant du projet est plafonné à **un million** (1.000.000) DA. Le financement se présente comme suit :

- un prêt bancaire de 70%, bonifié à 100%;
- un prêt ANGEM non rémunéré de 29% ;
- un apport personnel de 1%.

Les délais de remboursement peuvent aller jusqu'à 8 années avec un différé de trois(3) années pour le remboursement du crédit bancaire.

Il est à préciser que le taux d'intérêt bancaire est bonifié à hauteur de 100% du taux fixé par les banques et les établissements financiers.

Le dispositif est doté d'un fonds de garantie des crédits accordés par les banques, dénommé « Fonds de Garantie Mutuelle des Microcrédits – FGMMC ».

Les montants des financements, qui étaient, depuis 2004, de **trente mille** (30000) DA pour les crédits destinés à l'achat des matières premières et de **quatre cent mille** (400000) DA pour ceux destinés à la création d'activités (financements triangulaires), ont été revus à la hausse après la promulgation du Décret Présidentiel n° 11-133 du 22 mars 2011, relatif au dispositif du Micro crédit, modifié, pour atteindre, respectivement, **cent mille** (100000) DA (deux cent cinquante mille (250000)DA pour les wilayas du Sud et des hauts plateaux) et **un million** (1000000) DA.

### **3-4-2-Les services non financiers de l'ANGEM<sup>5</sup>**

- **Accompagnement et conseil**

L'ANGEM assure un **accueil et un accompagnement gracieux et personnalisé des populations, compte tenu de leurs spécificités**, tout en assistant les promoteurs dans toutes les démarches relatives à la création d'activité: identification de l'idée, aide au murissement des projets et appui au démarrage des activités.

- **Suivi** : Un suivi de proximité régulier, visant la pérennisation et la rentabilité sociale et économique des activités créées.

---

<sup>5</sup> <https://www.angem.dz/article/les-formes-de-financement-du-micro-credit/>

- **Formations** : Ce sont des formations dispensées au profit des bénéficiaires. Ces formations sont adaptées aux niveaux d'instruction des promoteurs et à la taille des activités créent :
  - Formation à la gestion de très petites entreprises.
  - Formation à l'éducation financière.
  - Formation sur des thèmes généraux (impôts, fiscalité, etc..).
  - Formation au programme « Get Ahead» - « Aller de l'avant »
- **Tests de validation des acquis professionnels**

Une grande partie des populations ciblées sont dépourvues de diplômes pour prétendre à des crédits bancaires bien qu'elles jouissent d'un savoir-faire. L'ANGEM les accompagne auprès d'institutions et organismes habilités à valider et attester ces savoir-faire.
- **Organisation de salon d'exposition/vente**

L'organisation de salons d'exposition et de vente des produits issus des activités développées, dans le cadre du Micro Crédit notamment au profit des femmes travaillant à domicile.
- **La mise en ligne d'un site web dédié aux annonces gratuites des promoteurs**

Ce site a pour finalité l'aide à la commercialisation. 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.

### **3-4-3- Conditions d'éligibilité<sup>6</sup>**

- Être âgé de 18 ans et plus;
- Etre sans revenus ou disposant de petits revenus instables et irréguliers;
- Avoir une résidence fixe;
- Disposer d'une qualification matérialisée par un diplôme, ou un titre équivalent reconnu ou bien, posséder un savoir faire prouvé en relation avec l'activité projetée;
- Ne pas avoir bénéficié d'une autre aide à la création d'activités;

---

<sup>6</sup> www.angem.dz

### **3-5- Aides et avantages accordés**

#### **-Accompagnement et financement**

- Formation, soutien, conseil, assistance technique et accompagnement des promoteurs sont assurés par l'ANGEM, à titre gracieux, dans le cadre de la mise en œuvre de leurs activités ;
- Le crédit bancaire est bonifié à 100% .
- Un prêt non rémunéré (PNR), équivalent à 29 % du coût global de l'activité au titre de la création d'activité par l'acquisition de petits matériels et de matières premières de démarrage de l'activité, qui ne saurait dépasser 1000000 DA ;
- Pour l'achat de matières premières, le PNR est fixé à 100% du coût global du projet qui ne saurait dépasser les 100 000 DA. Ce montant est porté à 250 000 DA dans les wilayas du Sud.

#### **3-5-2- Les avantages fiscaux :**

- Une exonération totale de l'impôt sur le revenu global ou de l'impôt sur les bénéfices des sociétés pendant une période de trois (3) années;
- Une exonération de la taxe foncière sur les constructions servant aux activités exercées, pour une durée de trois (3) ans;
- Sont exemptés du droit de mutation, les acquisitions immobilières effectuées par les promoteurs, en vue de la création d'activités industrielles ;
- Les actes portant constitution de sociétés créés par les promoteurs sont exonérés de tous droits d'enregistrement ;
- Un abattement d'impôt sur le revenu global ou l'impôt sur les bénéfices des sociétés, ainsi que sur la taxe sur l'activité professionnelle, dus à l'issue de la période des exonérations, pendant les trois premières années d'imposition, comme suit :
  - 1ère année d'imposition : un abattement de 70 % ;
  - 2ème année d'imposition : un abattement de 50 % ;
  - 3ème année d'imposition : un abattement de 25 %.
- Les droits de douanes relatifs aux équipements importés entrant

directement dans la réalisation de l'investissement, sont déterminés par l'application d'un taux de 5 %.

## **Section II : L'entrepreneuriat féminin dans le dispositif Angem de la wilaya Tizi – Ouzou**

Dans cette section nous analyserons des données que nous avons recueillies au niveau de différentes agences nationales sur le taux des femmes entrepreneures en Algérie et au niveau de la wilaya de Tizi-Ouzou . Nous présenterons également l'échantillon des femmes entrepreneures interrogées et la manière dont notre enquête de terrain s'est déroulée.

### **1- Statistiques sur les femmes actives**

#### **1-1- la wilaya de Tizi –Ouzou**

D'après les statistiques de fin d'année 2022 ; Au Total 7.215 femmes de la wilaya de Tizi-Ouzou sont inscrites au registre de commerce, auprès de l'antenne locale du Centre national du Registre de commerce (CNRC). Le nombre de femmes entrepreneurs représente 8 % du nombre total des inscrits au CNRC à Tizi-Ouzou, selon les chiffres communiqués à l'occasion d'une journée sur «l'entrepreneuriat féminin en Algérie : enjeu, obstacles et solutions», organisée dans la cadre d'une caravane nationale sur l'entrepreneuriat féminin, Le taux des femme entrepreneurs est en «évolution continue», selon la situation présentée par le CNRC qui a relevé également l'augmentation du nombre d'inscription pour les femmes ces dernières années. A noter que le CNRC de Tizi-Ouzou compte au total 90.509 inscrits dont 83.631 personnes physiques et 6878 personnes morales. Sur ce total, 7.215 sont des femmes dont 6.798 personnes physiques et 417 personnes morales. Su le total de femmes entrepreneurs, 959 activent dans le secteur de la production, 2 dans l'artisanat, 15 dans le commerce de gros, 32 dans l'importation, 3.608 dans le commerce de détail, 2.975 dans les services, et 3 dans l'exportation<sup>7</sup>.

---

<sup>7</sup> CNRC.dz

### **1-2- Au niveau de l'ANGEM<sup>8</sup>**

L'Agence nationale de gestion du microcrédit (Angem) est l'un de ces dispositifs qui attirent les femmes, notamment celles au foyer, qui décident de se lancer dans les métiers de l'artisanat ou encore du petit élevage. Près de 60% des projets financés en 2016 par cet organisme à Tizi- Ouzou sont initiés par des femmes. 813 projets ont été financés en 2016, dont 476 au profit des femmes. «Le crédit Angem non rémunéré d'acquisition de matière première est la formule pour laquelle optent les femmes qui veulent se lancer dans la création d'entreprises», estime la chargée de la communication à l'Angem de Tizi- Ouzou.

En 2016, elles étaient 140 à en bénéficier sur un total de 422 projets financés dans le cadre de la formule triangulaire. «Avec ce crédit, qui offre un différé de 3 ans pour le début du remboursement et une bonification du taux d'intérêt, des femmes se lancent dans la bijouterie, la coiffure, l'esthétique, comme il y a celles qui ont ouvert de petits commerces», soutient notre interlocutrice. Elle ajoute que ce crédit «a aussi permis d'encourager l'entrepreneuriat parmi les femmes.

Cela les a aidées à ouvrir des cabinets d'avocat, mais aussi des unités dans l'agroalimentaire ainsi que dans le secteur du bâtiment». 20591 dossiers ont été financés depuis 2005 par l'Angem à travers ses deux formules à Tizi Ouzou, dont 12361 au profit des femmes, souligne la chargée de la communication, ajoutant que ces différents projets ont généré 29941 postes d'emploi, dont 17275 occupés par des femmes.

Il est à noter qu'à l'Angem, le secteur de l'artisanat prédomine avec 6 646 projets financés depuis 2005, suivi de ceux de l'agriculture (6 591), l'industrie (3 815), des services (2182), du bâtiment (998) et enfin du commerce, avec 359 projets financés.

---

<sup>8</sup> Angem.dz

**Chapitre III :Etude de cas au motivation à la création et développement des entreprises par les femmes dans la Wilaya de TIZI OUZOU**

**Tableau des dossier déposés au niveau de l'Angem depuis 2005 jusqu'à 2021 :**

rubrique secteur	Dossiers déposés	Dossiers traités	Dossiers validés	Dossiers financés	Emplois générés	Dossiers en instance
-INDUSTRIE	7 021	7 013	6 253	4 696	6 930	8
-BTPH	2 025	2 009	1 892	1 299	2 129	16
-AGRICULTURE	12 787	12 774	11 143	7 799	10 864	13
-SERVICE	5 283	5 281	4 674	2 783	4 458	2
-ARTISANAT	9 809	9 792	8 644	8 530	11 202	17
-COMMERCE	1 944	1 933	1 798	609	1 048	11
<b>-TOTAL</b>	<b>38 869</b>	<b>38 802</b>	<b>34 404</b>	<b>25 716</b>	<b>36 631</b>	<b>67</b>
<b>-DONT FEMME</b>	<b>23 448</b>	<b>23 432</b>	<b>19 578</b>	<b>15 726</b>	<b>21 420</b>	<b>16</b>
<b>- DONT HANDICAPE</b>	97	97	97	85	137	0

Source : Agence National de Gestion du Micro Crédit –ANGEM. Cumulé arrêté au 31/12/2021 .

Le tableau présente le nombre de dossiers déposés au niveau de l'Angem dès sa création en 2005 jusqu'à 2021,dont les dossiers déposés par les femmes présente 60% de total des dossier financés par l'Angem et sur 36 631 emplois générés 21 420 emplois fait par des femmes soit un pourcentage de 60%.

**FEMMES RURALES FINANCEE DU 01/01/2021 AU 31/12/2021**  
**- LE NOMBRE DE FEMMES FINANCEE : 303**

	Dossiers financés			Emplois générés		
	PNR	PROJET	TOTAL	PNR	PROJET	TOTAL
<b>INDUSTRIE</b>	41	30	71	41	90	131
<b>BTPH</b>	0	0	0	0	0	0
<b>AGRICULTURE</b>	29	28	57	29	56	85
<b>SERVICE</b>	25	13	38	25	54	79
<b>ARTISANAT</b>	79	23	102	79	47	126
<b>COMMERCE</b>	0	35	35	0	70	70
<b>TOTAL</b>	174	129	303	174	317	491

Source :Angem de Tizi- Ouzou.

Ce tableau montre que les femmes rurales prend une partie importante dans les dossiers financés par Angem avec 303 dossier sur 353 dossiers déposés par des femmes.

## Chapitre III :Etude de cas au motivation à la création et développement des entreprises par les femmes dans la Wilaya de TIZI OUZOU

- Des statistiques sur les nombres des dossiers financés par le dispositif l'Angem par année et par le montant du près non rémunéré (40 000da,100 000 et 1 000 000Da) :

### ANNEE :2020

#### 1. PNR AMP jusqu'à 40 000 DA

Secteur d'activité	Nombre de d'activités financées			Montant total
	Femmes	Hommes	Total	
- Agriculture	51	57	108	4320000.00
- Très Petite Industrie	55	2	57	2280000.00
- BTP	0	7	7	280000.00
- Services	7	4	11	440000.00
- Artisanat	227	3	230	9200000.00
-- Pêche	0	0	0	0.00
<b>Totaux</b>	<b>340(82%)</b>	<b>73</b>	<b>413</b>	<b>16520000.00</b>

#### 2. PNR AMP jusqu'à : 100 000 DA

Secteur d'activité	Nombre de d'activités financées			Montant total
	Femmes	Hommes	Total	
- Agriculture	3	7	10	1000000.00
-Très Petite Industrie	5	1	6	600000.00
- BTP	0	5	5	500000.00
-Services	6	2	8	800000.00
Artisanat	29	3	32	3200000.00
- Pêche	0	0	0	0.00
<b>Totaux</b>	<b>43(70%)</b>	<b>18</b>	<b>61</b>	<b>6100000.00</b>

#### 3- PNR Projet jusqu'à 1 000 000 DA

Secteur d'activité	Nombre de d'activités financées			Montant total
	Femmes	Hommes	Total	
-Agriculture	11	25	36	7997231.43
-Très Petite Industrie	15	10	25	4577573.30
-BTP	0	25	25	7967872.70
- Services	15	39	54	12828459.30
-Artisanat	11	4	13	2815708.38
- Commerce	7	15	22	5819182.60
-Pêche	0	2	2	13993938.87
<b>Totaux</b>	<b>59(33%)</b>	<b>118</b>	<b>177</b>	<b>55999966.58</b>

Les statistiques de 2020 montre que les femmes se concentre sur les prêts avec des petits montant ou les prêts de montant 40 000 est de majorités des femmes avec un pourcentage de 82% et 100 000 da avec un pourcentage de 70%.

## Chapitre III :Etude de cas au motivation à la création et développement des entreprises par les femmes dans la Wilaya de TIZI OUZOU

### ANNEE 2021

#### 1. PNR AMP jusqu'à : 100 000 DA

Secteur d'activité	Nombre de d'activités financées			Montant total
	Femmes	Hommes	Total	
- Agriculture	30	90	120	1200000.00
-Très Petite Industrie	52	7	59	590000.00
- BTP	0	23	23	230000.00
-Services	30	29	59	590000.00
Artisanat	93	24	117	11700000.00
- Pêche	0	0	0	0.00
<b>Totaux</b>	<b>205(54%)</b>	<b>173</b>	<b>378</b>	<b>37800000.00</b>

#### 2- PNR Projet jusqu'à 1 00 0 000 DA

Secteur d'activité	Nombre de d'activités financées			Montant total
	Femmes	Hommes	Total	
-Agriculture	28	51	79	22129993.18
-Très Petite Industrie	40	19	59	14155514.9
-BTP	0	45	45	12572436.55
- Services	24	55	79	20025918.99
-Artisanat	17	7	24	6036881.33
- Commerce	39	45	84	22135015.15
-Pêche	0	1	1	277793.13
<b>Totaux</b>	<b>148(40%)</b>	<b>223</b>	<b>371</b>	<b>97333553.23</b>

A l'arrêt des prêts de 40 000 da en 2021, les femmes sont concentrés plus sur le prêts de 100 000da avec un pourcentage de 54% pour éviter de prendre des risques de non remboursement.

**Chapitre III :Etude de cas au motivation à la création et développement des entreprises par les femmes dans la Wilaya de TIZI OUZOU**

---

**ANNEE 2022**

**1. PNR AMP jusqu'à : 100 000 DA**

Secteur d'activité	Nombre de d'activités financées			Montant total
	Femmes	Hommes	Total	
- Agriculture	0	2	2	200000.00
-Très Petite Industrie	3	1	4	400000.00
- BTP	0	0	0	0
-Services	0	1	1	100000.00
-Artisanat	3	0	3	300000.00
- Pêche	0	0	0	0
<b>Totaux</b>	<b>6</b>	<b>4</b>	<b>10</b>	<b>1000000.00</b>

**2- PNR Projet jusqu'à 1 000 000 DA**

Secteur d'activité	Nombre de d'activités financées			Montant total
	Femmes	Hommes	Total	
-Agriculture	13	29	42	11759605.32
-Très Petite Industrie	27	7	34	8990164.11
-BTP	0	15	15	4066020.49
- Services	14	33	47	12194558.58
-Artisanat	9	1	10	2128095.56
- Commerce	14	9	23	5793179.94
-Pêche	0	0	0	0
<b>Totaux</b>	<b>77</b>	<b>94</b>	<b>171</b>	<b>4493162.00</b>

En 2022, l'Angem s'est arrêté de financer les nouveaux projets, c'est pour ça en trouve le premier tableau ,les projet financé sont faibles.

### **Section III : Analyse des résultats et discussion**

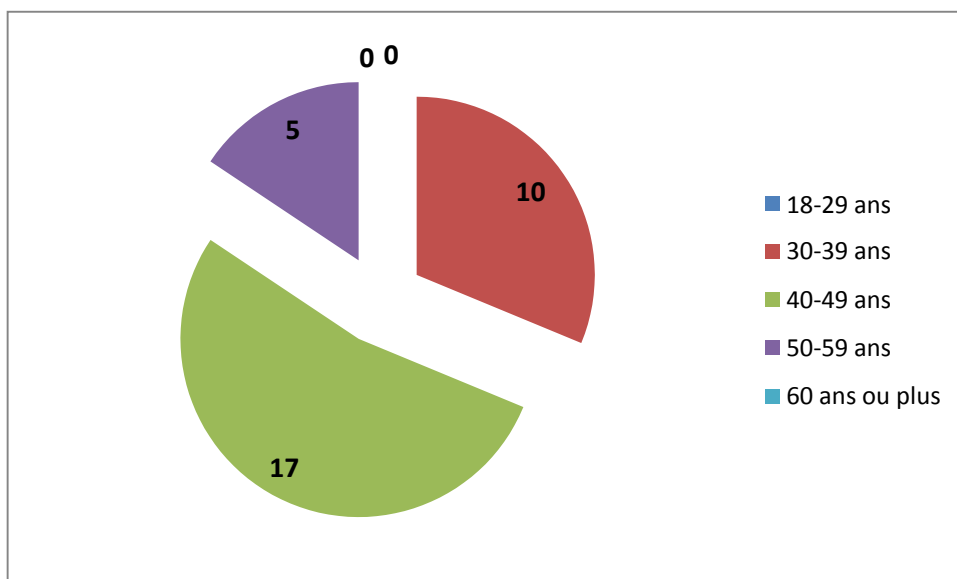
Cette section vise à analyser les données collectées lors de notre enquête de terrain et apporter les réponses à nos questions émises lors de la problématique.

#### **1- Profil de la femme entrepreneure**

Dans cette partie , nous tenterons à présent à identifier le profil des femmes créatrices d'entreprise et leur manière de penser :

##### **1-1- Age de création de l'entreprise**

**Figure N°5** : Répartition des femmes entrepreneures enquêtées selon l'âge de création de leurs entreprises :

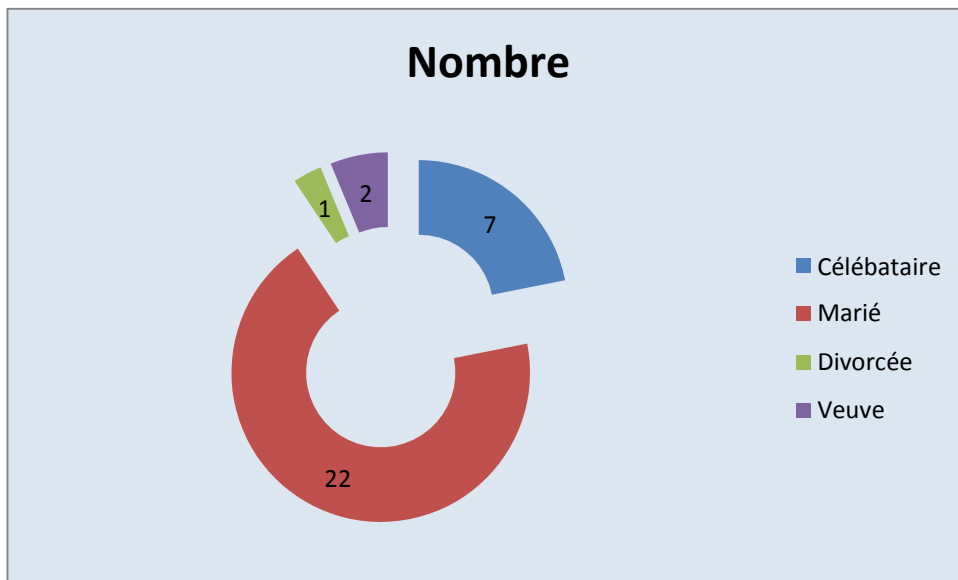


Ces chiffres montrent clairement que les femmes entrepreneures sur lesquelles nous avons enquêté ont créé leurs entreprises majoritairement entre 40 et 49 ans. En effet 10 d'entre elles avaient entre 30ans et 39 ans et 5 avaient entre 50 et 59 ans.

Nous pouvons ainsi dire que, d'après notre échantillon, le meilleur âge pour entreprendre est entre 40ans et 49 ans.

### 1-2- Situation matrimoniale

Figure N°6: Répartition des femmes entrepreneures enquêtées selon leurs situations matrimoniales

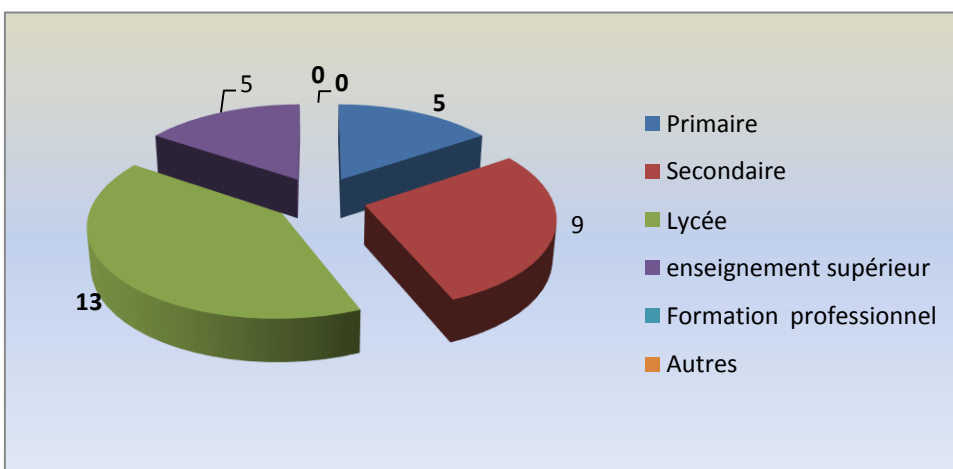


Source : Etabli par nos soins à partir des données de l'enquête de terrain, 2023.

Nous constatons que 22 de ces femmes entrepreneures sont mariées et la plupart ont des enfants, 7 sont célibataires et uniquement 2 sont veuves et une divorcée. Nous pouvons dire alors que la situation matrimoniale et le nombre d'enfants ne constituent pas un frein pour cet échantillon de femmes entrepreneures.

### 1-3- Niveau d'instruction

Figure N°7 : Répartition des femmes entrepreneures enquêtées selon leurs niveaux d'instruction :



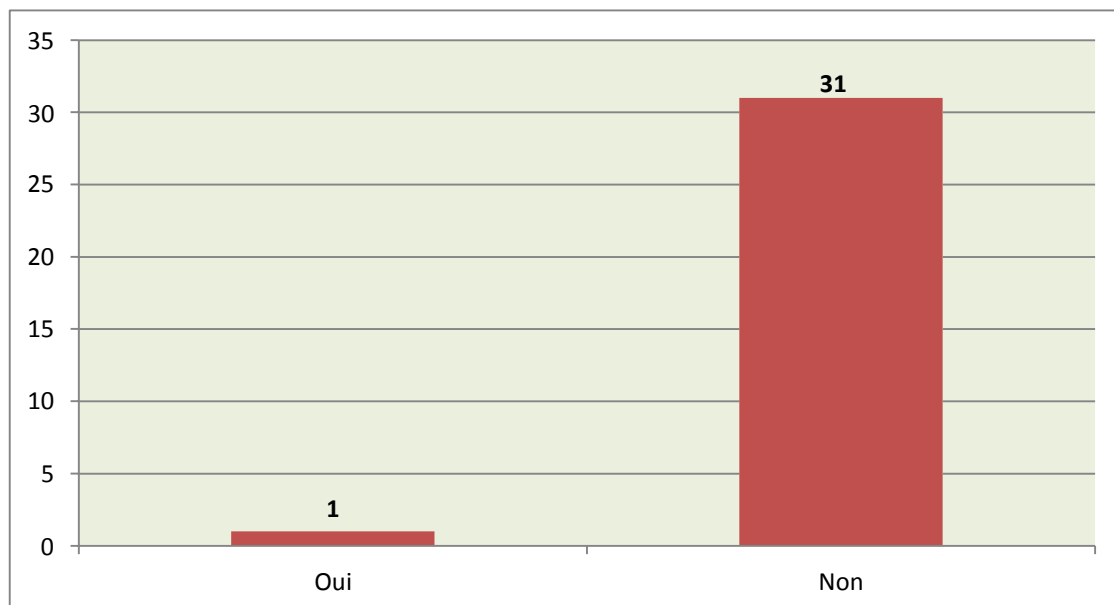
Source : Etabli par nos soins à partir des données de l'enquête de terrain, 2023.

Nous constatons que 13 de ces femmes entrepreneures questionnées ont un niveau de lycéennes, 9 d'entre elles ont un niveau de secondaire, 5 sont d'un niveau primaire et 5 ont suivi l'enseignement supérieur.

Nous pouvons dire alors que le niveau d'instruction est très important pour avoir une culture entrepreneuriale car cela permet d'acquérir des connaissances plus approfondie dans le domaine de l'entrepreneuriat

#### **1-4-Formation en entrepreneuriat**

**Figure N°8:** Répartition des femmes entrepreneures enquêtées selon leurs formations en entrepreneuriat :



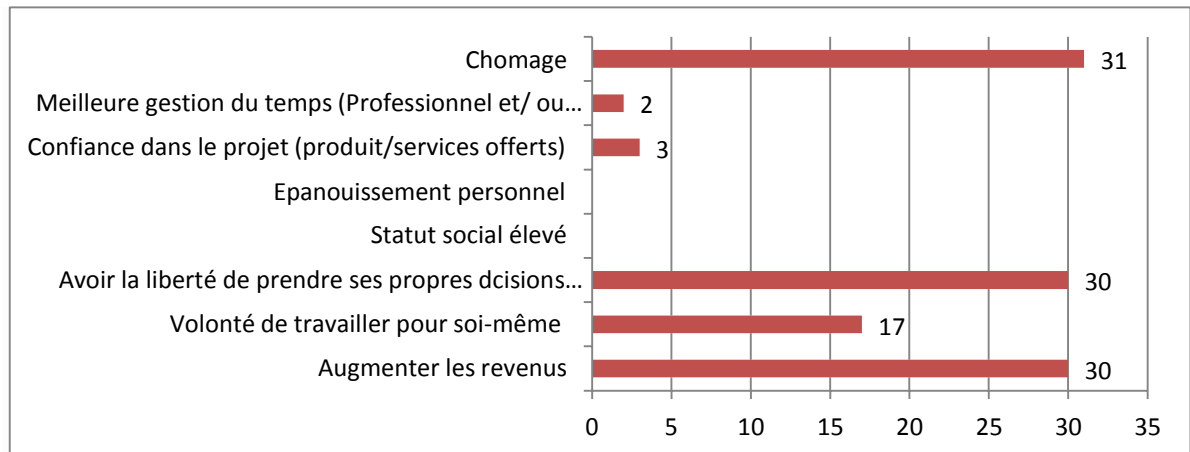
**Source :** Etabli par nos soins à partir des données de l'enquête de terrain, 2023

Parmi les 32 femmes entrepreneures étudiées, il y a qu'une femme qui a suivi une formation en entrepreneuriat, donc 31 restantes n'ont suivi aucune formation.

Nous pouvons alors constater que la formation entrepreneuriale ne joue pas un rôle significatif dans la prise de décision pour devenir entrepreneure.

### 1-5-Motivations à l'entrepreneuriat

Figure N°9 : Les motivations à l'entrepreneuriat



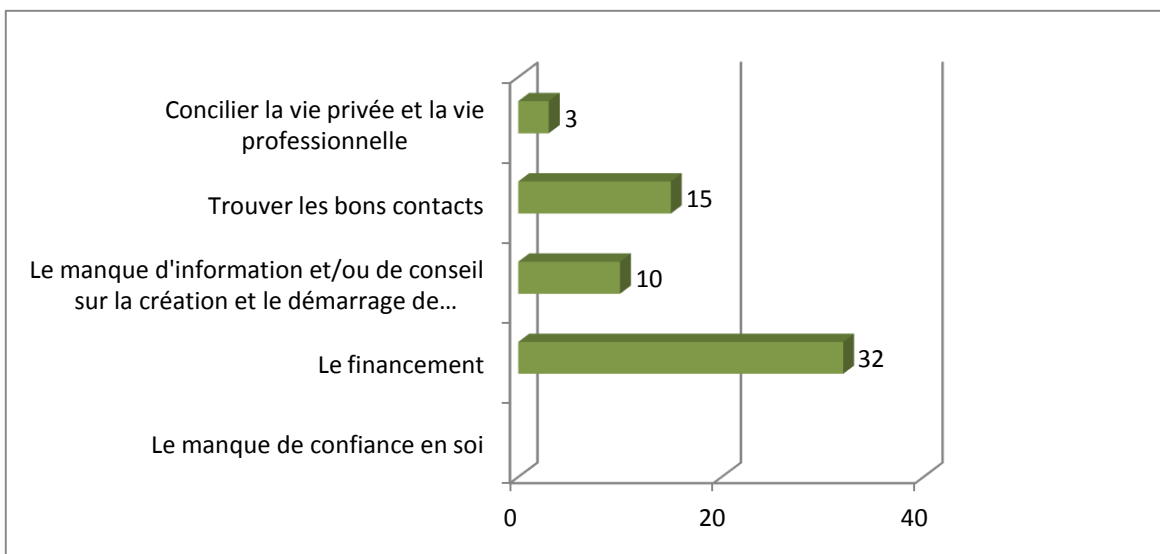
Source : Etabli par nos soins à partir des données de l'enquête de terrain, 2023

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

Nous constatons que Augmenter les revenus et la situation de chômage et la volonté de travailler pour soi même sont les principales causes qui as poussé la femme à créer sa propre entreprise, on peut donc dire que ces femmes-là désirent avoir une autonomie dans leur travail et ne veulent dépendre de personne. Cela se vérifie avec le nombre de réponse sur la liberté décisionnelle (30 réponses).

- 1-6-Les obstacles surmontés par les femmes :

Figure N°10 : Les Obstacles à l'entrepreneuriat



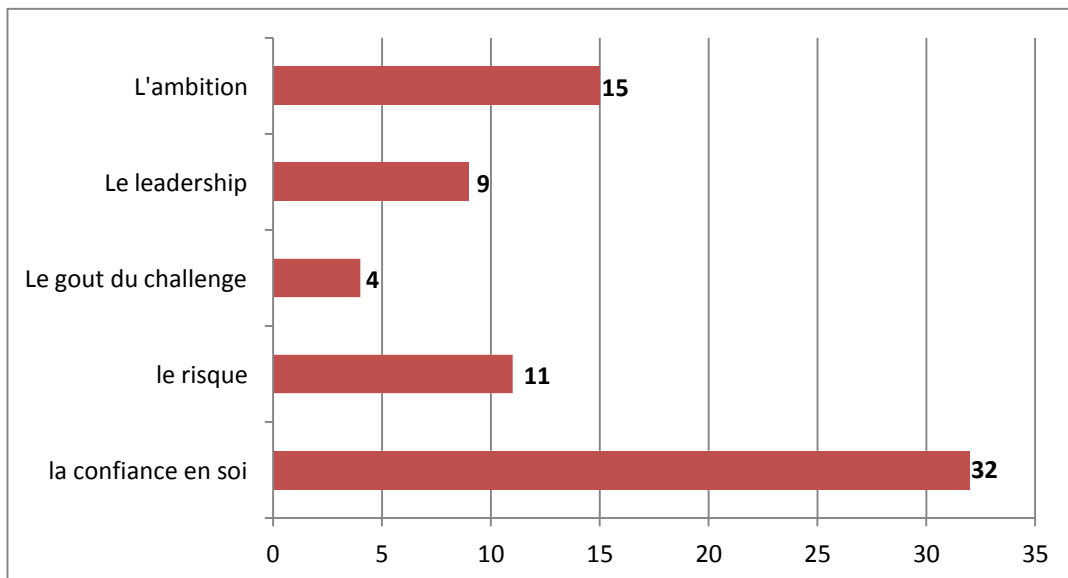
Source : Etabli par nos soins à partir des données de l'enquête de terrain, 2023

Dans sa vie entrepreneuriale, la femme fait face à plusieurs obstacles socioculturels.

Pour les 32 des femmes sur lesquelles nous avons mené notre enquête de terrain, le frein majeur qu'elles rencontrent est bel et bien le financement (32 réponses obtenues). Le manque d'informations ainsi que trouver les bons contacts constituent également des obstacles importants pour les femmes entrepreneures interrogées. Nous entendons par là, principalement, les clients et fournisseurs de confiance car les femmes sont les principales cibles de l'imposture.(avec 10 réponses). Parmi aussi les obstacles rencontrés , la conciliation de la vie privée et la vie professionnelle avec un nombre de réponses obtenues de 3.

### 1-7- Caractéristiques entrepreneuriales

Figure N°11 : Les caractéristiques dominantes sur les femmes entrepreneures



Source : Etabli par nos soins à partir des données de l'enquête de terrain, 2023.

Les 32 femmes entrepreneures interrogées estiment que le principal caractère qu'une femme qui désire entreprendre doit avoir est la confiance en soi. En effet, elles estiment que c'est le secret du succès. En ayant un manque de confiance en soi, la personne est vulnérable et facilement manipulable et ainsi elle n'aboutira à rien dans sa vie professionnelle comme dans sa vie privée.

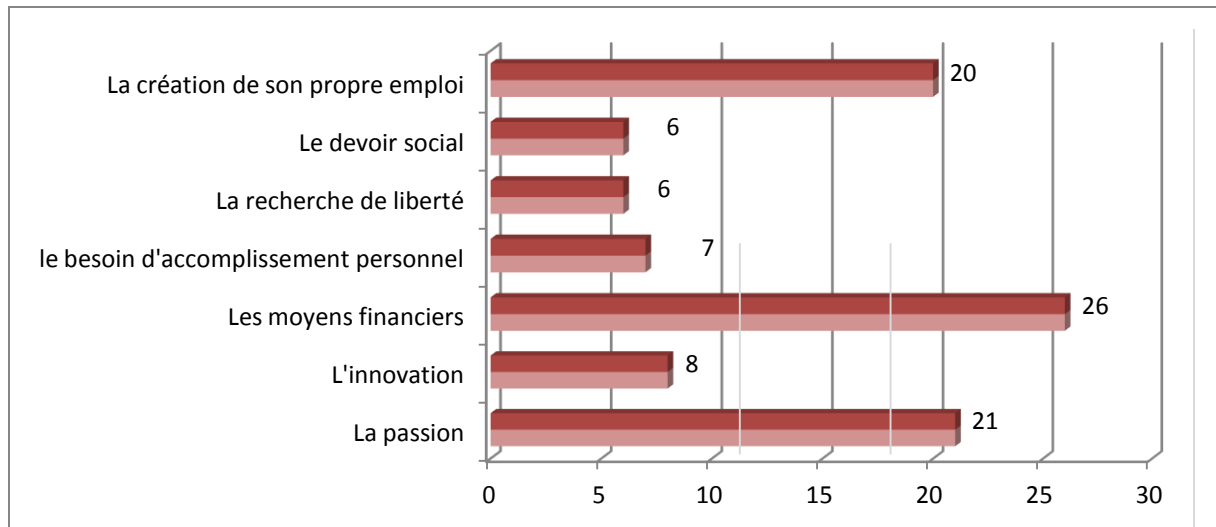
En deuxième lieu, elles situent l'ambition (15 réponses obtenues). Quand une personne n'est pas ambitieuse alors il ne faut pas espérer d'elle grand-chose. C'est avec l'ambition qu'une personne se projette dans l'avenir.

Quant au risque et au leadership, ils se situent en troisième position avec nombre de 9 réponses et 4 réponses pour le gout du challenge. Notre échantillon estime que pour chaque projet entrepris il faut savoir prendre les risques qui vont avec car sans prise de risque il n'y a point de résultat. Le leadership constitue un élément fondamental pour la gestion d'entreprise, aucune entité ne fonctionne correctement sans une personne compétente et autoritaire pour gérer les différents obstacles rencontrés.

Le gout du challenge fait aussi partie des caractéristiques qu'il faut avoir. Savoir défier la vie est une qualité qui est rare chez les femmes algérienne contrairement aux hommes qui n'hésitent pas à défier l'impossible pour réaliser leurs rêves.

### **1-8-Les facteurs pour devenir entrepreneure**

**Figure N°12 :** Les facteurs essentiels pour devenir entrepreneures :



**Source :** Etabli par nos soins à partir des données de l'enquête de terrain, 2023

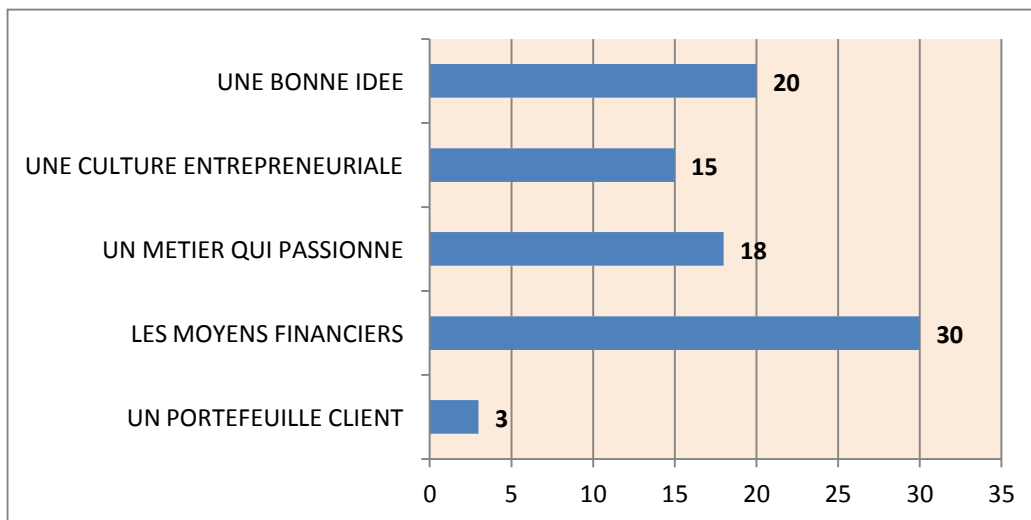
Après avoir analysé ces données, nous constatons que selon les femmes entrepreneures interrogées, le facteur principal pour entreprendre serait la passion (21réponses obtenues). En effet, ces femmes-là estiment que sans passion nous ne pouvons aboutir à grand-chose. La volonté de créer son propre emploi constitue également un facteur essentiel pour ces femmes entrepreneures (20 réponses obtenues).

Les femmes entrepreneures enquêtées ont souvent rencontré des difficultés de financement, c'est pour cela qu'elles estiment qu'avoir les moyens financiers nécessaires pour entreprendre est un facteur non négligeable.

L'innovation vient en quatrième position avec un nombre de réponses de 8. Cela est dû à l'évolution constante du monde entrepreneurial. Ainsi pour les femmes, comme pour les hommes, apporter de la nouveauté joue un rôle principal dans la réussite du projet entrepris. Le besoin d'accomplissement, le devoir social et la recherche de liberté passent en derniers lieux.

### 1-9-Ce qu'il faut avoir pour devenir entrepreneure

Figure N°13 : Ce qu'il faut avoir pour devenir entrepreneure:



Source : Etabli par nos soins à partir des données de l'enquête de terrain, 2023

Selon les femmes interrogées, pour devenir entrepreneure il faut impérativement avoir les moyens financiers nécessaires (30 réponses obtenues). Cela facilite la tâche et permet de ne pas dépenser de l'énergie à la recherche de crédit.

Avoir un métier qui passionne constitue également un élément essentiel pour pouvoir entreprendre car quand nous sommes passionnés nous nous impliquons d'avantage et ainsi nous augmenterons nos chances de réussite dans le projet.

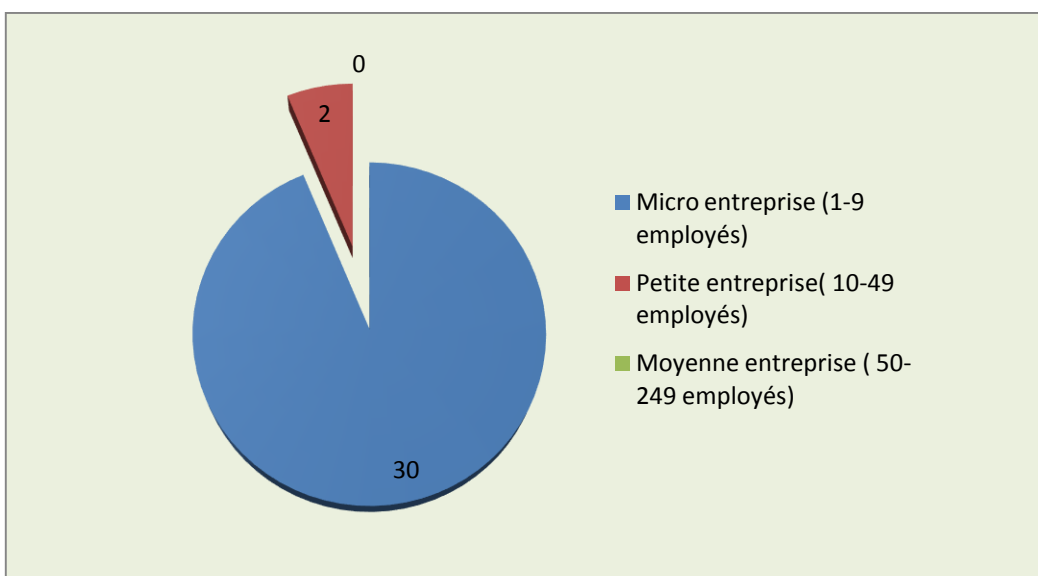
Une bonne idée et une culture entrepreneuriale sont primordiales pour les femmes questionnées car nous ne pouvons réussir dans un projet sans avoir un minimum de connaissance dans le domaine, et dès lors que nous maîtrisons les bases il faudrait sortir du lot avec une idée originale et qui apportera un plus au monde entrepreneurial.

## 2- Le profil de l'entreprise

Dans cette partie , nous essayons d' identifier le profil des entreprises gérées par les femmes .

### 2-1- La taille de l'entreprise

**Figure N°14** : Répartition des femmes entrepreneures enquêtées selon la taille de leurs entreprises :

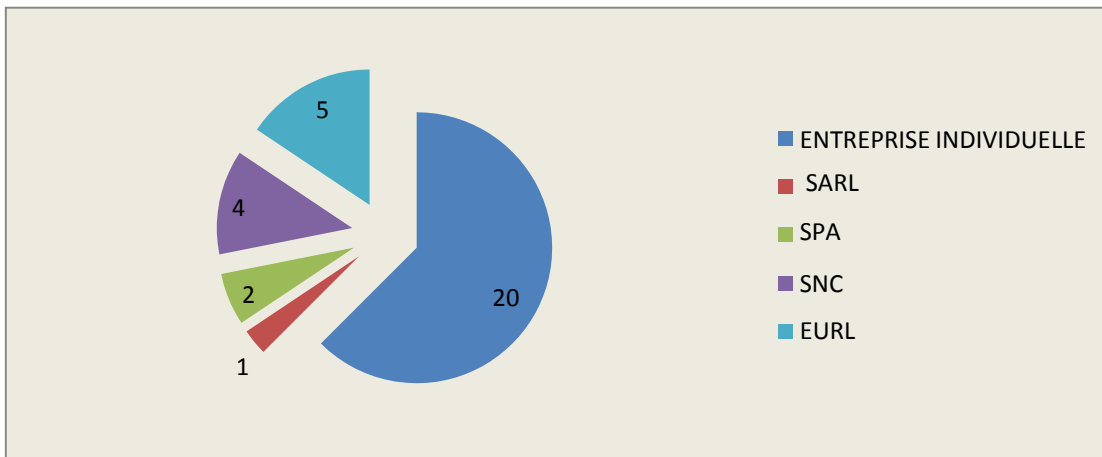


**Source** : Etabli par nos soins à partir des données de l'enquête de terrain, 2023.

Nous constatons que 30 des entreprises enquêtées sont des très petites entreprises, 2 sont des petites entreprises. Cela est expliqué par le fait que les femmes entrepreneures ne consacrent pas le temps nécessaire à leurs vies professionnelles. En effet, être entrepreneur demande beaucoup de sacrifice et de patience et plus l'entreprise est grande plus elle demande du travail.

### 2-2- la forme juridique

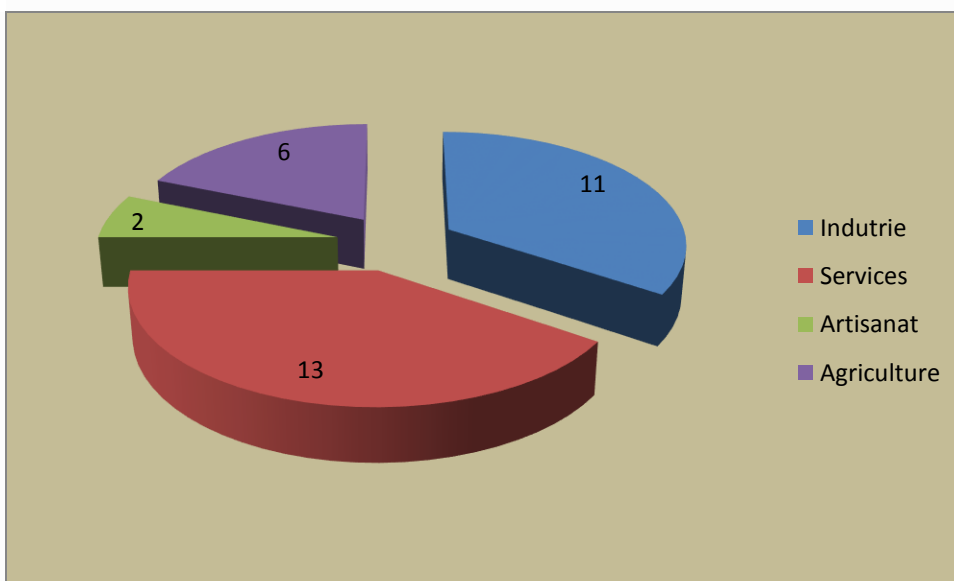
Figure N°15 : Répartition des femmes entrepreneures enquêtées selon la forme juridique de leurs entreprises :



D’après les données ci-dessus nous constatons 20 des femmes entrepreneures interrogées possèdent une entreprise individuelle et 5 sont des EURL. Le reste est réparti entre la SARL, la SNC et la SPA.

### 2-3- le secteur d’activité

Figure N°16 : Répartition des femmes entrepreneures enquêtées selon leurs secteurs d’activité :



Source : Etabli par nos soins à partir des données de l’enquête de terrain, 2023.

Parmi les femmes entrepreneures que nous avons interrogées 11 sont dans

l'industrie , 13 offrent des services, 6 travaillent dans le secteur d'agriculture et les 2 restantes dans le secteur artisanal.

### **3- Discussion des résultats**

Dans le point précédent, nous avons constaté que le plus grand pourcentage des entreprises créées par les femmes est de très petites entreprises individuelles. Elles sont réparties entre les secteurs services et industrie. Ces entités sont la création même de leurs propriétaires et emploient majoritairement que des femmes désirant évoluées dans le même secteur. Nous expliquons cela du fait que ces femmes ont souhaité évoluer dans un cadre restreint.


Ces femmes créatrices d'entreprises ont entre 30 et 50ans, jouissent d'un célibat ou d'une union avec des conjoints qui les soutiennent. Elles ont financé leur projet de départ grâce à leurs ressources personnelles ou à un crédit bancaire ou par l'un des dispositifs que l'état a met à la disposition des jeune entreprises.

Ces femmes sont motivées par le désir d'indépendance, d'épanouissement mais surtout par la volonté d'exercer un métier qui les passionne. Elles estiment également que combiner moyens financiers, un métier qui passionne, une bonne idée et une culture entrepreneuriale est la meilleure combinaison pour réussir son projet et le mener à terme. Pour ces entrepreneures la confiance en soi, l'ambition, la patience, la persévérance et la prise de risque et avoir une bonne idée constitue les meilleurs atouts pour réussir dans son affaire en Algérie.

### **Conclusion**

La société algérienne évolue, malgré quelques obstacles, et grâce à sa volonté, son désir d'émancipation, et surtout son niveau d'instruction, la femme entrepreneure a pu s'imposer dans cette société et a même brillé par ses compétences dans différents secteurs d'activités et contribue à la création de l'emplois.


---



---

*Conclusion  
générale*

---



---

### CONCLUSION GENERALE

Dans ce présent travail, nous avons entamé notre étude en faisant le point sur l'aperçu théorique de l'entrepreneuriat et ses concepts de bases. Nous avons vu ses différentes définitions ainsi que son importance dans le secteur socioéconomique. Puis, nous avons mis le point sur l'entrepreneuriat féminin dans le monde en général, et en Algérie en particulier, avant de nous focaliser sur le cas de la wilaya de Tizi-Ouzou en menant une enquête pour mieux nous éclairer sur la vie entrepreneuriale féminine.

Au début de cette recherche, nous nous sommes interrogés sur un axe d'une discipline, qui ne prend un rôle important dans la vie quotidienne, qui est l'entrepreneuriat féminin. A la fin de notre enquête, nous sommes parvenus à des résultats que nous estimons satisfaisants.

Avec la contribution de plusieurs femmes entrepreneure, de plusieurs secteurs, de différents âges et dans plusieurs localités dans la wilaya Tizi-Ouzou, nous sommes parvenu à des résultats à la fois optimistes et moins.

Motivée par la soif d'autonomie financière et avoir de bénéfice, de liberté et d'accomplissements personnel, et les motivations des femmes entrepreneure est devisée en deux catégories (Push et Pull) aussi la création d'entreprises par les femmes en Algérie est souvent liée à des motivations de nécessité et non pas d'opportunité. la création d'entreprises par les femmes en Algérie est déclenché par un besoin de subsistance face à l'absence de travail et lutter contre le chômage et la pauvreté. Faire face au chômage pour les diplômées ou d'absence d'emploi une situation où l'unique issu reste la création de leur propre emploi.

Nous avons aussi constaté dans notre enquête que les femmes qui entreprenne se caractérisent majoritairement d'une forte personnalité, d'une quête d'indépendance, de patience et sont toutes passionnées et organisées dans leurs travaux, ce qui a fait que l'entrepreneuriat féminin ait pris une place économique importante dans plusieurs pays tel que l'Algérie.

Tout de même, ces femmes sont contraintes d'affronter une pression plus grande que celle de genre masculins et plusieurs obstacles, quotidiennement. Que ce soit dans son lieu de travail ou au sein de la société, la place de la femme a toujours été considéré comme étant à la maison et en dehors du milieu professionnel.

## Conclusion générale

---

Or, les chiffres obtenus lors de notre recherche ont pu démontrer que la mentalité de la société algérienne est en phase d'évolution. En effet, le phénomène de femmes entrepreneures a pris de l'ampleur depuis quelques années. Nombreuses sont les femmes qui ont pris la décision de devenir entrepreneures suite à différents facteurs, nous pouvons citer l'amour du métier, la volonté d'innover ainsi que la volonté de créer son propre emploi.

Pour les aider à réaliser leurs projets, l'état a également mis en œuvre différents dispositifs tels que l'ANGEM qui offre des services d'aide au financement des projets créés par des femmes. Le dispositif ANGEM créé en 2004 a connu un succès important auprès des femmes. On peut dire qu'il a contribué énormément à lancer l'entrepreneuriat féminin en Algérie ; Mais il en demeure que la création de l'entreprise par les femmes en Algérie reste très faible et que le taux de chômage reste très important surtout dans les zones rurales.

---



---

# *Bibliographie*

---



---

## ***BIBLIOGRAPHIE***

---

### **BIBLIOGRAPHIE**

- Abdeslam BENDIABDELLAH & Fatima TAHIR METAICHE. « Les femmes entrepreneures en Algérie : savoir, vouloir et pouvoir ! », *Marché et organisations*, vol.26, no. 2, 2016, pp. 219-240.
- Abderrezak BEN HABIB et al. les déterminants de l'intention entrepreneuriale féminine en Algérie : cas des diplômées de l'enseignement supérieur, Université de Tlemcen, les cahiers du cread N°110.
- AFEM, Association des Femmes chefs d'Entreprises au Maroc, ETUDE N°2, Septembre 2010.
- Alia OUSALEM & Khaled KHEBBACHE & Pr Matouk BELATTAF, Dynamique entrepreneuriale en Algérie et le rôle des politiques de promotion des PME, *Revue EcoNature* N°1, 2015.
- Amina LEGHIMA et Sonia MEGUELTI, Le profil de l'entrepreneur comme facteur de succès des entreprises nouvellement créées, Décembre 2006.
- Bisma BAHRI et Youcef BERKANE, L'entrepreneuriat féminin. Un enjeu pour améliorer l'employabilité des diplômées algériennes, Université de Bordj Bou Arreridj Laboratoire LEZNRU, *Revue d'Economie et de Statistique Appliquée* Volume 17, n° 1, Juin 2020.
- Boubaker YOSR, *Connaissance de l'entrepreneuriat et de ses formes*, 2013.
- Caroline LE MOIGN & Claire BERNARD & Jean-Paul NICOLAÏ, L'entrepreneuriat féminin, Centre D'analyse Stratégique ministère français, N°2013-06, avril 2013.
- Christina CONSTANTINIDIS, « Femmes entrepreneures », in Pierre-Marie Chauvin et al. *Dictionnaire sociologique de l'entrepreneuriat*, Presses de Sciences Po (P.F.N.S.P.), 2014
- BUSINESS MODEL POUR ENTREPRENDRE. LE MODÈLE GRP: THÉORIE ET PRATIQUE Thierry Verstraete et Estèle Jouison-Laffitte Paris, De Boeck, coll. «Petites entreprises et entrepreneuriat », 2009
- Christophe SCHMITT, *Entrepreneuriat*, édition DUNOD, 2019.
- Cyrine BEN HAFIAEDH, *équipreneuriat féminin*, 2006.
- Djoher ABDERRAHMANE et Rachida IMEKHELAF, L'entrepreneuriat Féminin en Algérie : Entre Défis et Contraintes Women Entrepreneurship in Algeria: Between Challenges and Constraints, Université Oran2 Mohamed Ben Ahmed, Al Bashaer Economic Journal, Vol.6, n°1, Avril 2020.

## **BIBLIOGRAPHIE**

---

- Dyhia OURARI, mémoire sur l'Essai d'analyse de l'impact de la formation Universitaire en entrepreneuriat sur l'intention entrepreneuriale
  - : Cas des étudiants de l'université de Béjaïa, FSEGC de l'Université de Béjaïa, Juin 2019.
- Fairouz AIT SELLAMAT, Etude sociologique de la trajectoire des femmes entrepreneures de la région de Béjaïa, Cas pratique les femmes créatrices des PME dans la région d'AKBOU,
- Fatima Ezzahra RACHDI, L'entrepreneuriat féminin au Maroc : une étude exploratoire, Congrès International Francophone en Entrepreneuriat et PME, Octobre 2006.
- Francine RICHER et Louise ST-CYR, avec la collaboration de Nicole BEAUDOIN, L'entrepreneuriat féminin au Québec. Montréal, Les Presses de l'Université de Montréal, 2007, p 45.
- Gasse Y, « entreprendre moderne : attribut et fonctions », revue internationale de gestion, vol 7, n°4, 1883, P23.
- Gervais DOUBA, L'entrepreneuriat: de l'esprit d'entreprise à l'esprit d'entreprendre
  - ...Analyse de la contribution des ONG à la redéfinition des facteurs de richesse, 2002.
- Ghat BOUFELDJA, Culture de travail et entrepreneuriat en Algérie, ed. publibook, 2015.
- Howard H. STEVENSON et Carlos JARILLO 1990, A paradigm of entrepreneurship : entrepreneurial management, Strategic Management Journal, vol 11, 1990.
- IFAID Aquitaine, prise en compte des approches du genre dans les interventions de développement : outils méthodologiques et fiches pratiques,
- Ines FARHAT DALHOUM and Anis JARBOUI, Un survol du concept d'entrepreneuriat, article du : Innovative Space of Scientific Research Journals, Vol. 15 No. 2, Apr. 2016.
- Jean Baptiste SAY, (1972), cité par A. TOUNES, « L'entrepreneur : L'odyssée d'un concept », IAE de Rouen, Centre de recherche et d'études en gestion des organisations, cahier n° 03-73, 2003.

## **BIBLIOGRAPHIE**

---

- Julien P.A et Marchesnay. M ; « L'entrepreneuriat », Economica, Paris, 1996,.
- Laura FEAL, « Genre et intégration économique des femmes dans les pays du Maghreb », Séminaire régional, Tunis, 5-7 Octobre 2009.
- Le grand livre de l'entrepreneuriat, ed. DUNOD PARIS, 2013
- Léna SALEH, L'intention entrepreneuriale des étudiantes : cas du Liban, Université de NANCY 2, présenté le 30 septembre 2011.
- Louis Jaques FILION, Le champ de l'entrepreneuriat : historique, évolution, tendances, Volume 10, N°2, 1997.
- M. LANCELIN, « Quelques éléments de réflexion sur les problèmes d'épargne et de crédit », en Technique financière et développement dans l'esprit d'entreprise, ED AUPELF-UREF, Paris, 1993.
- Marie-Hélène LEGARE et Louise ST-CYR, Portrait statistique des femmes entrepreneures, Ministère de l'Industrie et du Commerce, Gouvernement du Québec, 2000.
- Mémoire de fin cycle En vue de l'obtention du diplôme de Master en Sciences de Gestion Spécialité : » Finance d'entreprise Thème Etablissement d'un business plan Cas pratique : ELECTRO- INDUSTRIES, AZAZGA »
- MEMOIRE de Master en sciences économiques Sous le thème »L'ENTREPRENEURIAT FEMININ EN ALGERIE MOTIVATIONS ET CONTRAINTES CAS DE LA REGION D'AKBOU »
- Mihai IBANESCU et Rina MARCHAND et al, Un regard sur l'entrepreneuriat féminin Indice entrepreneurial québécois 2017 du Réseau M de la Fondation de l'entrepreneurship, Institut d'entrepreneuriat, Montréal, novembre 2017.
- Ministère de l'Industrie et du Commerce, Les indicateurs de l'entrepreneuriat féminin et la disponibilité des données sur les femmes et leur entreprise, publiée par le gouvernement du Québec, 2000.
- Nacer-eddine HAMMOUDA et Moundir LASSASSI, Potentiel Entrepreneurial en Algérie : Entre Capital Humain et Informalité, Quelle Croissance ?, Working Paper 433, Septembre 2008.

## **BIBLIOGRAPHIE**

---

- Nacéra. NASROUN & Pr Matouk BELATTAF, Les déterminants de la création des PME :cas de la wilaya de Béjaïa, Colloque national organisé par la FSEGC de l'Université de Ouargla, les 18&19 avril 2012.
- Narimene DJOUAD, Femmes entrepreneures : Caractéristiques et Accompagnement, Cas de quelques communes de la wilaya de Bejaia, Université De Abderrahmane MiraDe Bejaia, 2017-2018
- Nawel BERBER, l'entrepreneuriat en Algérie, mémoire fin de cycle, Université d'Oran, 2013-2014.
- Ndéye Sira MBODJIDIOP, Le processus entrepreneurial féminin : une approche compréhensive dans le contexte sénégalais, thèse de doctorat, Université de Lille, 2019.
- Ndongo, B. et Ouedraogo, L. " Femmes et entrepreneurship au Sahel " Centre Sahel, U.L ACED, 1991.
- Nouria BENGHABRIT-REMAOUN et Yamina RAHOU, Itinéraires de femmesentrepreneurs en Algérie :cas d'Oran, Colloque International, Décembre 2006.
- OCDE, Le système de comptabilité nationale, 1993 - Glossaire, 2000.
- Journée Africaine de la Statistique, Office National des Statistiques,Alger, le 18 Novembre 2012.
- Organisation Internationale du Travail 2017, Evaluation national du développement de l'entrepreneuriat féminin en Algérie, Première édition2017.
- Ricardo J. Caetano MENDONÇA, Contribution à la compréhension des conceptions, caractéristiques et intentions entrepreneuriales chez les étudiants De fin de formation Etude pratique : les étudiants de la facultéde SEGC à l'université A. Mira de Bejaia, 2013-2014.
- Richard CANTILLON, « Essai sur la nature du commerce en général »,Ed. I.N.E.D, Paris, décembre 2011.
- Rarra REDJIMI, Les freins de l'entrepreneuriat féminin en Algérie Cas dela wilaya de Guelma, Université du 08 mai 45 Guelma, 2013- 2014.
- S. CROMIE (1987), cité par Emilie CORNILLON, « L'entrepreneuriat fémininen France : état des lieux et perspectives », mémoire de fin d'études, Université Robert Schuman et IECS Strasbourg, 2005.

## **BIBLIOGRAPHIE**

---

- Salah KOUBAA & Mounia DIAMANE, Les approches dominantes de la recherche en entrepreneuriat, article universitaire, Université Hassan II Casablanca, Maroc, décembre 2016.
- Sophie BRIERE et al. « L'entrepreneuriat féminin autochtone : limites des approches existantes et nouvelles perspectives endogènes. » Recherches féministes, volume 30, numéro 1, 2017, p. 141–160
- Sophie BRIERE et al. « L'entrepreneuriat féminin autochtone : Portrait des obstacles, des facteurs facilitants et des mesures de soutien spécifiques. » Recherches féministes, volume 30, numéro 1, 2017.
- SWERSKY, GORMAN et REARDON, We've Got the Power: Rise of Women Entrepreneurs, New England Journal of Public Policy, volume 22, article 7, 2007.
- Thiery VERSTRAETE, « histoire d'entreprendre-les réalités de l'entrepreneuriat », Paris, édition management et société, 2000.
- Thiery VERSTRAETE. Essai sur la singularité de l'entrepreneuriat comme domaine de recherche, les éditions de l'ADREG, Janvier 2002.
- Thiery VERSTRAETE et Alain FAYOLLE, Revue de l'entrepreneuriat, vol 4, n°1, 2005.
  
- Wassila BOUABDALLAH, Abdelhafid ATTAR Université Djilali Liabes Sidi Bel Abbés – Algérie : L'informel...l'autre face de l'entrepreneuriat féminin En Algérie (Cas du travail à domicile),
- Wassila TABET AOUEL, la théorie de l'entrepreneur : une approche fonctionnelle cas de l'entrepreneur algérien, 2005
  
- SOCIOCULTURELLES, Revue Libanaise de Gestion et d'Economie | Vol. 1, 2008.

## **BIBLIOGRAPHIE**

---

### **Sites internet**

- <https://blog-gestion-de-projet.com/faisabilite-financiere-ou-etude-financiere-un-des-axes-de-letude-de-faisabilite-dun-projet-34/>
- <https://www.fao.org>
- <https://www.insee.fr>
- <https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/paradigme/57869>
- <https://www.cairn.info/revue-de-l-entrepreneuriat-2011-2-page-29.htm>
- <https://www.cairn.info/revue-innovations-2016-2-page-211.htm>
- <https://www.cairn.info/revue-de-l-entrepreneuriat1-2012-4-page-37.htm>
- <https://www.cairn.info/revue-marche-et-organisations-2016-2-page-219.htm>
- <https://hal-upec-upem.archives-ouvertes.fr/hal-01683931>
- <https://www.cairn.info/revue-de-l-entrepreneuriat-2011-2-page-29.htm>
- <https://www.cairn.info/revue-regards-croises-sur-l-economie-2016-2-page-25.htm>
- <https://www.cairn.info/revue-reflets-et-perspectives-de-la-vie-economique-2006-1-page43.htm>
- <http://www.mic.gouv.qc.ca>
- <https://information.tv5monde.com/terriennes/women-africa-2019-l-afrique-championne-du-monde-des-femmes-entrepreneures-307910>
- <https://doi.org/10.3917/entre.153.0087>



# *Liste des tableaux*



## *Liste des Tableaux*

---

---

### Liste des Tableaux

<b>Tableau 01</b> : Etapes et activités du processus de création de l'entreprise .....	Page 14
<b>Tableau 02</b> : Statistique relative aux entreprises des femmes (ANSEJ) .....	Page51
<b>Tableau 03</b> : Statistique relative aux entreprises des femmes (CNAC)... ..	Page51
<b>Tableau 04</b> : Statistique relative aux entreprises des femmes (ANGEM).....	Page52
<b>Tableau 05</b> :Tableau des dossiers déposés au niveau de l'ANGEM depuis 2005 jusqu'à 2021.....	Page 66
<b>Tableau 06</b> : Le nombre des femmes financières 303 .....	Page66
<b>Tableau 07</b> : PNR AMP jusqu'à 40 000DA en 2020 .....	Page67
<b>Tableau 08</b> : PNR AMP jusqu'à 100 000 DA en 2020.....	Page67
<b>Tableau 09</b> : PNR projet a 1 000 000 DA en 2020.....	Page67
<b>Tableau 10</b> : PNR AMP jusqu'à 100 000 DA en 2021.....	Page68
<b>Tableau 11</b> : PNR projet jusqu' a 1 000 000 DA en 2021 .....	Page68
<b>Tableau 12</b> : PNR AMP jusqu'à 100 000 DA en 2022.....	Page69
<b>Tableau 13</b> : PNR projet jusqu'à 1 000 000 DA en 2022.....	Page69

---

*Liste des figures*

---

## Liste des figures

---

### Liste des figures

- Figure 01** : Processus entrepreneuriale.....Page 15
- Figure 02** :L'âge de l'entrepreneur féminin /masculin.....Page41
- Figure 03** : Le niveau d'instruction ou enseignement entre homme et femme ..... Page43
- Figure 04** : Les femmes entrepreneurs dans les grandes villes par tranche d'âge.....Page43
- Figure 05** : Répartition des femmes entrepreneurs enquêtes selon l'âge de création de leurs entreprises..... Page70
- Figure 06** : Répartition des femmes entrepreneurs enquêtes selon leurs situation matrimoniales .....Page 71
- Figure 07** : Répartition des femmes entrepreneurs enquêtes selon leurs niveau d'instruction .....Page71
- Figure 08** : Répartition des femmes entrepreneurs enquêtes selon leurs formations en entrepreneuriat..... Page72
- Figure 09** : Les motivations a l'entrepreneuriat ..... Page73
- Figure 10** : Les obstacles a l'entrepreneuriats..... Page73
- Figure 11** : Les caractéristiques dominantes sur les femmes entrepreneurs .....Page74
- Figure 12**: Les facteurs essentiels pour devenir entrepreneurs.....Page75
- Figure 13** : Ce qu'il faut pour devenir entrepreneur .....Page 76
- Figure 14** : Répartition des femmes entrepreneur enquêté selon la taille de l'entreprise ..... Page 77
- Figure 15** : Répartition des femmes entrepreneur enquêté selon la forme juridique des entreprises..... Page78
- Figure 16** : Répartition des femmes entrepreneur enquêté selon leur secteur d'activité .....Page78

---



---

# *Annexes*

---



---

## Annexes

### **I. Informations personnelles de la femme entrepreneure**

1. Quel âge avez-vous ?

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

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

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

3. Quelle est votre situation matrimoniale ?

- Célibataire       Mariée       Divorcée       Veuve

4. Avez-vous des enfants ?

- Oui       Non

➤ Si oui combien ?

- 1       2       3       4       5 ou plus

5. Quel est votre niveau d'instruction ?

- Primaire       Secondaire       Lycée

- Enseignement supérieur       Formation professionnelle

Autre : .....

6. Avez-vous suivi des formations en entrepreneuriat ?

- Oui       Non

7. Avez-vous déjà travaillé dans une entreprise ?

- Oui       Non

Si oui, Dans quel secteur d'activité ?

## Annexes

---

---

Industrie       Services       Artisanat       Agriculture

Autre

.....

8. Avez-vous fait des formations ?

.....

9. Y a-t-il dans votre entourage des entrepreneurs ?

Oui

Non

➤ Si oui, de qui s'agit-il ?

Père

Mère

Frère

Sœur

Oncle

Tante

Autre : .....

10. Êtiez-vous engagée dans une structure associative ?

Oui

Non

Si oui, quel type ?

Culturelle

Environnementale

Sociale

Sportive

Humanitaire

Autre : .....

11. Avez-vous suivis des formations en gestion d'entreprise, comptabilité avant la création ?

Oui

Non

## Annexes

---

### 12. Pourquoi avez-vous décidé de créer votre entreprise ?

- Augmenter vos revenus
- Volonté de travailler pour soi-même
- Avoir la liberté de prendre ses propres décisions et de détenir le contrôle
- Statut social élevé
- Epanouissement personnel
- Confiance dans le projet (produits/services offerts)
- Meilleure gestion du temps (professionnel et/ou privé)
- Chomage :.....

### 13. Quels obstacles avez-vous du surmonter lors de la création de votre entreprise ?

- Le manque de confiance en soi
- Le financement
- Le manque d'information et/ou de conseils sur la création/le démarrage de l'entreprise
- Trouver les bons contacts
- Concilier la vie privée et vie professionnelle
- Aucun
- Autres :.....

### 14. Avez-vous été confrontée à la discrimination du fait que vous êtes une femme ?

- Oui
- Non

## Annexes

---

➤ par qui

- Votre entourage                       Les institutions publiques (banque, ...)
- Autres : .....

15. Pourquoi avez-vous décidé de créer votre entreprise ?

- D'autres entrepreneurs               De tierces personnes

16. Qu'est-ce qui vous a poussé à entreprendre ?

- L'amour de votre métier               Le besoin d'accomplissement de soi
- L'indépendance financière               Construire un patrimoine familiale
- Autre : .....

17. Quelle est votre ambition future ?

- Investir d'avantage                       Exporter
- Créer une autre entreprise
- Autres : .....

## II. Identification du profil de l'entreprise

1. Quelle est la date de création de l'entreprise ?

.....

2. Quelle est la taille de votre entreprise ?

- Micro entreprise (1- 9 employés)               Petite entreprise (10 - 49 employés)
- Moyenne (50-249 employés).

## Annexes

---

3. Quelle est la forme juridique de votre entreprise ?

- EURL (Entreprise Unipersonnelle à Responsabilité Limitée)
- SARL (Société à Responsabilité Limitée)
- SNC (Société en Nom Collectif)
- SPA (Société Par Action)

4. Etes vous la fondatrice de l'entreprise ?

- Oui  Non

➤ Si non, est-ce :

- Une entreprise familiale  Une reprise d'entreprise
- Essaimage

5. Quel est votre secteur d'activité ?

- Industrie  Services  Artisanat  Agriculture
- Autre : .....

6. Quel est le pourcentage de femme que vous employez ?

- 0 à 10%  11 à 30%  31 à 50%
- 51 à 70%  71 à 90%  91 à 100%

7. Quelle a été la ressource de financement lors de la création de votre entreprise ?

- Ressources personnelles  Crédit bancaire
- Sponsoring  ANADE (ex ANSEJ)
- NGEM  CNAC
- Autre : .....

## Annexes

---

8. Considérez-vous que le secteur dans lequel vous travaillez comprend plus de femmes ou plus d'hommes ?

- Plus d'homme                       Plus de femme
- Représentation égale               Je ne sais pas

### **III. Profil entrepreneurial et caractéristiques de la femme entrepreneure**

1. Selon vous, quels sont les caractéristiques essentielles pour devenir entrepreneure ?

- La confiance en soi               L'érisme               Le goût du challenge
- Le leadership                       L'ambition
- Autre  
:.....

2. Selon vous, quels sont les facteurs pour devenir entrepreneure ?

- L'innovation                               Les moyens financiers
- Le besoin d'accomplissement personnel               La recherche de liberté
- La création de son propre emploi                       Le devoir social
- La passion
- Autre :.....

3. Selon vous, pour créer une entreprise, qu'est-ce qu'il faut avoir ?



---



---

# *Table des matières*

---



---

**Table des Matières**

**Remerciements**

**Dédicaces**

**Listes d'abréviations**

**Sommaire**

**Introduction générale.....Page01**

**CHAPITRE I : Entrepreneuriat, création et croissance des entreprises**

**Introduction.....Page06**

**Section 1 : Entrepreneuriat et analyse de l'environnement**

    Entrepreneuriat concept et définition ..... Page 06

L'approches théorique de l'entrepreneuriat ..... Page 08

    L'approche par les traits... .....Page 08

    L'approche comportemental ( par le fait)..... Page 08

    L'approche cognitive.....Page 08

    L'approche processuelle..... Page 08

Les formes de l'entrepreneuriat.....Page 09

    La création ex-nihilo..... Page 09

    La reprise d'entreprise ou d'activité..... Page 09

    L'intrapreneuriat..... Page 09

    L'essaimage ou l'entrepreneuriat... .....Page 09

L'importance de l'entrepreneuriat.....Page 10

## *Table des Matières*

---

Renouvellement du parc d'entreprise.....	Page 10
-La création d'emploi... ..	Page 10
-L'innovation.....	Page 10
-Le développement de l'esprit d'entreprendre dans les entreprises et les organisation	page 10
-L'analyse de l'environnement.....	Page 11
-L'entourage .....	Page 11
-La culture .....	Page 11
-La religion... ..	Page 11
-Les groupes des références.....	Page 11
<b>Section 2 : Technique et méthodes de création de l'entreprise.....</b>	<b>Page 12</b>
-La notion de création de l'entreprise.....	Page 12
-Le processus de création de l'entreprise .....	Page 13
-Le modèle d'affaire ou le business plan .....	Page 17
-L'élaboration de la stratégie marketing.....	Page 17
-La segmentation... ..	Page 18
-Le ciblage .....	Page 18
-Le positionnement.....	Page 18
-L'étude financière .....	Page 19
-Le plan financier .....	Page 19
-Le compte de résultat prévisionnel .....	Page 21
-Le tableau de trésorerie .....	Page 21
<b>Section 3 : Motivation et profils de l'entrepreneur.....</b>	<b>Page 21</b>
-Définitions de l'entrepreneur .....	Page 21

## *Table des Matières*

---

-Typologies de l'entrepreneur .....	Page23
- L'entrepreneur artisan .....	Page23.
- L'entrepreneur manager ou innovateur.....	Page23.
- L'entrepreneur propriétaire orienté vers la croissance.....	Page23.
- L'entrepreneur propriétaire orienté vers l'efficacité.....	Page23.
-La féminisation de l'entreprenariat (la théorie de genre ).....	Page24
-Les motivations de l'entrepreneur.....	Page24.
-La passion.....	Page 24.
-besoin d'indépendance.....	Page 24.
-besoin d'accomplissement.....	Page 24.
-Les objectifs de l'entrepreneur.....	Page24.
- La satisfaction des client et la qualité.....	Page24
- L'indépendance financière.....	Page24
-La croissance de CA et la croissance de bénéfices.....	Page25
-La création de son propre emplois.....	Page25
- L'argent.....	Page25
-Les motivations sociologique et culturels.....	Page25
-Les caractéristiques de l'entrepreneur.....	Page25
- La passion, Aimer son métier et son entreprise.....	Page 25
- La confiance en soi et la prise de risque.....	Page 26
- L'ambition, voir loin, voir grand.....	Page 26
- La détermination et la persévérance :se relever après un échec.....	Page 26
- Le gout du challenge, apprendre à s'imposer face à la concurrence.....	Page 27
- Le leadership : motiver ses salariés pour qu'ils atteignent l'objectif.....	Page 27
- L'entrepreneuriat social.....	Page28
<b>Conclusion.....</b>	<b>Page28</b>

**CHAPITRE II : Entrepreneuriat et le rôle des femmes dans la création des entreprises**

<b>Introduction</b> .....	Page29
<b>Section 1</b> : Entrepreneuriat féminin : éléments de définition .....	Page 29
-Définition de l'entrepreneuriat féminin .....	Page 29
-L'importance de l'entrepreneuriat féminin .....	Page 30
-La femme entrepreneur et ses approches .....	Page 31
-Définitions de la femme entrepreneur .....	Page 31
- Caractéristique de la femme entrepreneur .....	Page 31
-Approche de l'entrepreneuriat des femmes .....	Page 33
-Expérience de l'entrepreneuriat féminin dans le monde.....	Page 34
<b>Section 2</b> : Exclusion sociale et création d'entreprise par les femmes .....	Page36
-Entrepreneuriat féminin en Algérie.....	Page36
-La réalité de l'entrepreneuriat féminin en Algérie.....	Page38
-Les défis de la femme entrepreneur algérienne .....	Page 40
-L'absence de soutien et d'accompagnement aux projets.....	Page 42
-Accès au marché et à l'information.....	Page 42
- L'accès au foncier.....	Page 42
-L'accès au financement.....	Page 43
-L'environnement culturel et le rôle de la femme dans la société Algérienne.....	Page 43
-Les femmes et l'emploi informel en Algérie.....	Page 45

## *Table des Matières*

---

<b>Section 3</b> : Entreprenariat et motivation des femmes entrepreneur .....	Page 47
- Définitions la motivation en entreprenariat .....	Page 46
-Les motivations de femmes entrepreneur .....	Page 46
-Les motivation pull/push :Opportunités/nécessité .....	Page46
- La théorie pull : Opportunité et indépendance.....	Page 46
- La théorie push : nécessité et insatisfaction.....	Page47
-Les motivations des femmes algériennes vers l’entreprenariat .....	Page 48
-Nécessité économique.....	Page48
-Désir d’auto-accomplissement.....	Page 48
-Désir d’autonomie et d’émancipation.....	Page 49
-Désir de pouvoir et de la reconnaissance sociale.....	Page 49
- Mécontentement envers les restrictions culturelles.....	Page 49
-Les dispositifs d’accompagnement a l’entreprenariat féminin en Algérie.....	Page 50
-L’ANSEJ( ANADE maintenant) .....	Page 50
- La CNAC.....	Page51
-L’ANGEM.....	Page52
<b>Conclusion</b> .....	Page 53

### **CHAPITRE III : Etude de cas de création et développement des entreprises par les femmes dans la wilaya de Tizi- Ouzou.**

<b>Introduction</b> .....	Page 55
<b>Section 1</b> : Méthodologie de l’enquête .....	Page 55
-Contenu de questionnaire .....	Page 55
-Objectif de l’enquête .....	Page 56
-L’objet de l’enquête .....	Page 56
- Présentation de l’échantillon de l’enquête .....	Page 57
-Présentation de l’Angem.....	Page 58
-Origines de création de l’ANGEM .....	Page58

## *Table des Matières*

---

-Le contexte sociale et économique de naissance de l'ANGEM .....	Page59
- Objectif et mission .....	Page60
-L'objectifs .....	Page60
- Missions .....	Page60
-Services offerts par l'ANGEM .....	Page61
- Les services financières.....	Page 61
-Les services non-financières de l'ANGEM .....	Page 62
-Conditions d'éligibilité .....	Page 63
- Aides et avantage accorde.....	Page64
-L' accompagnement et financement .....	Page64
-Les avantages fiscaux .....	Page64
- <b>Section2:</b> L'entreprenariat féminin dans le dispositif ANGEM de wilaya deTizi- Ouzou .....	Page 65
-Statistiques sur les femmes actives .....	Page 65
-La Wilaya de Tizi- Ouzou.....	Page 65
-Au niveau de l'ANGEM .....	Page 66
- <b>Section 3 :</b> Analyse des résultats et discussions .....	Page71
- Profils de la femme entrepreneur.....	Page71
-L âge de création de l'entreprise .....	Page71
-Situation matrimonial.....	Page72
-Niveau d'instruction.....	Page72
-Formations entreprenariat .....	Page73
-Motivation a l'entreprenariat.....	Page74
-Les obstacles surmontes par les femmes.....	Page75
-Caractéristiques entrepreneuriales .....	Page76

## *Table des Matières*

---

- Les facteurs pour devenir entrepreneur.....	Page77
-Ce qu'il faut avoir pour devenir entrepreneur.....	Page78
-Le profil de l'entreprise .....	Page79
-La taille de l'entreprise.....	Page79
-La forme juridique.....	Page 80
-Le secteur d'activité .....	Page 80
-Discussions des résultats .....	Page 81
-Conclusion .....	Page 81
<b>-Conclusion générale</b> .....	Page 82
<b>-Bibliographie</b> .....	Page 83
<b>-Liste des tableaux</b> .....	Page 85
<b>-Liste des figures</b> .....	Page 86
<b>-Les annexes</b> .....	Page 87