

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



Mémoire en vue de l'obtention du diplôme de Master académique en sciences  
économiques

**Option** : Economie de Développement

**Thème**

**L'entrepreneuriat féminin facteur initiateur du développement  
territorial : cas des femmes adhérentes à la chambre de commerce et  
de l'industrie dans la wilaya de Tizi-Ouzou**

**Réalisé par:**

**M<sup>lle</sup> DOUMBIA Aiche**

**Dirigé par :**

**D<sup>r</sup> SMADI Amina**

**Membre de jury :**

**Président: CHENANE Arezki, MCA, UMMTO**

**Rapporteur : SMADI-ABRIKA Amina, MCB, UMMTO**

**Examineur : BERBAR Mouloud, MCB, UMMTO**

**Promotion 2020/2021**

## *Remerciements*

*Je tiens tout d'abord à remercier le Dieu tout puissant de m'avoir donné la santé et la volonté de mener à bien ce travail.*

*C'est avec un réel plaisir que je tiens à présenter ces mots, tout d'abord, ce travail ne serait pas soutenable, et n'aurait de sens sans l'aide et l'encadrement de Mme SMADI Amina, je vous remercie profondément pour la qualité de votre encadrement exceptionnel, pour votre patience, bienveillance, et votre disponibilité durant la préparation de ce mémoire .*

*Je tiens à remercier le directeur de la chambre pour son aide pratique dans la collecte des infos.*

*Je remercie également toutes les femmes entrepreneures adhérentes à la CCI pour leur disponibilité et leur bienveillance.*

*Je remercie tous mes professeurs pour leurs générosités.*

*Enfin je tiens à remercier mes parents, ainsi que mes frères et sœurs pour leurs soutiens, et leur amour à mon égard.*

# *Dédicaces*

*Je dédie ce mémoire*

*A mes chers parents, Ousmane Doumbia et Oumou Tounkara qui m'ont soutenue et aidée tout de long de mon existence, C'est avec émotion que je leurs exprime, mon admiration et mes profonds respects.*

*A mes chers frères et sœurs qui m'ont cessé de me supporter et de m'encourager tout au long de mon parcours.*

*A ma famille, mes proches et à ceux qui m'ont donné de l'amour.*

*A tous mes amis également qui m'ont cessé de m'encourager.*

## Sommaire

<b>Introduction générale</b> .....	1
<b>Chapitre I : L'entrepreneuriat féminin outil d'autodétermination des femmes</b> .....	5
<b>Section01 : L'entrepreneuriat au cœur du développement</b> .....	5
<b>Section02 : La conceptualisation de l'entrepreneuriat féminin et ses effets sur le développement</b> .....	20
<b>Chapitre II: L'entrepreneuriat féminin acteur de développement par la création d'entreprise</b> .....	35
<b>Section 1 : Approches et profil de l'entrepreneuriat féminin</b> .....	35
<b>Section02 : Motivations et contraintes des femmes entrepreneures en Algérie</b> .....	45
<b>Chapitre III : Résultats de l'enquête</b> .....	57
<b>Section01 : Présentation de la chambre de commerce et de l'industrie</b> .....	58
<b>Section02 : Méthodologie de la recherche</b> .....	66
<b>Section03 :L'impact de l'adhésion à la CCI sur le développement socioéconomique</b> .....	71
<b>Conclusion générale</b> .....	85

### Bibliographie

### Listes des tableaux et figures

### Annexes

### Table des matières

## **Liste des abréviations**

ANGEM Agence Nationale de Gestion du Micro- crédit

ANSEJ Agence nationale de soutien à l'emploi des jeunes

BIT Bureau International du Travail

C.A.P croissance-autonomie-pérennité

CACI Chambre algérienne de commerce et de l'industrie

CCI Chambre du commerce et de l'industrie

CCID Commission communale des impôts directs

CNAC Caisse Nationale d'Assurance Chômage

CNRC Centre National du Registre de Commerce

OCDE Organisation de Coopération et de Développement Economique

PIB Produit Intérieur Brut

PIC Pérennité-indépendance-croissance

PME Petite et moyenne entreprises

UNESCO United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization

# Introduction générale

## Introduction générale

Le concept d'entrepreneuriat bénéficie d'une popularité attrayante de plus en plus tant au niveau de recherche et de la formation que dans la pratique vouant à la promotion de la culture entrepreneuriale. L'entrepreneuriat féminin est un phénomène qui occupe une place importante dans le monde de l'entrepreneuriat. Selon (Dali C., 2014) la femme, étant au centre du développement, a tendance à participer à l'évolution du système économique et sociale. En effet, l'autonomisation de la femme constitue un moyen pour lutter contre le chômage et la pauvreté. C'est à travers cela que nous percevons l'entrepreneuriat féminin comme un facteur déterminant du développement.

Un concept assez récent auquel les chercheurs ont donné beaucoup d'importance à partir de la fin des années 70 (Stevenson 1990, Carrier et al 2006). L'entrepreneuriat est un moyen permettant de concrétiser une idée en un projet réalisable qui se manifeste par une création d'une entreprise apte à améliorer la productivité dans un pays.

L'entrepreneuriat en Algérie émerge suite à l'ouverture économique et à d'autres mutations économiques. Autrement dit, l'état algérien s'oriente vers l'initiative privée vers années 90 en mettant en place des dispositifs institutionnels et réglementaires dans un objectif de renforcer et de développer l'esprit d'entreprise en encourageant les entrepreneurs à participer à la croissance économique par la création d'entreprise. D'ailleurs, la création d'entreprise devient la clé de voute en matière de développement. Toutefois, elle n'est rien sans l'entrepreneur innovateur.

D'après Berreziga A. et Meziane A., (2013,4) l'entrepreneur est perçue comme étant « *le produit de son milieu économique et culturel qui cherche à créer une organisation pour son compte pour ses fins socioéconomiques en accomplissant les fonctions suivantes : prendre des risques, des décisions, innover, identifier les opportunités d'affaire, employer des facteurs de produits...* » (Smadi A., 2018, p23). De cette définition on peut dire que l'entrepreneur s'est cet acteur qui assure pleinement son rôle dans le développement socioéconomique, et assume les risques en termes d'implication professionnelle pour mieux arriver à ses fins.

L'entrepreneuriat féminin fait référence à « *une femme personne physique, venant d'une situation d'inactivité, de chômage ou de salariée dépendant d'un employeur [...] crée une nouvelle entreprise indépendante, en assumant les responsabilités managériales et les*

*risques qui sont liés à la production de richesses envisagées»* (Arasti, 2008: p11). De ce fait, les entreprises créées par les femmes consistent à élaborer et à mettre en pratique des stratégies managériales pouvant apporter des opportunités.

L'émergence de l'entrepreneuriat féminin contribue à la résolution de problèmes sociaux, par leur contribution au développement socioéconomique, et une amélioration des conditions de la femme.

La femme est considérée comme un symbole important avec sa participation persévérante à la création de richesse. Et ce malgré de nombreuses situations contraignantes auxquelles elles sont confrontées. Par leur volonté et compétences, certaines d'entre elles arrivent à dépasser ce stade et aller de l'avant pour mener un projet entrepreneurial.

La majorité étant spécialisée dans des activités artisanales en s'appuyant sur un savoir-faire ancestral source de revenu et de développement local. Néanmoins, il existe une autre catégorie de femmes ayant choisi d'aller plus loin pour concurrencer leurs homologues masculin sur le marché en s'introduisant dans des activités industrielles.

D'ailleurs, même les recherches menées sur l'entrepreneuriat féminin en Algérie dans ce segment sont relativement rares comparativement à celles traitant des activités artisanales.

De plus, l'inaccessibilité aux statistiques globales sur l'entrepreneuriat féminin en Algérie demeure présente et persiste malgré la présence de ces dispositifs d'accompagnement à l'entrepreneuriat. De ce fait, parler du nombre de femme chef d'entreprises en Algérie demeure aléatoire et ne représente pas la réalité de celles-ci dans tous les secteurs d'activité.

En Algérie et selon le CNRC, le nombre de femmes inscrites au registre du commerce est passé de 136 204 à 160 908, soit une augmentation de 24 704 équivalant à une croissance de 18,1%. Ces statistiques ne reflètent en aucun cas le nombre de femmes chefs d'entreprises mais intègrent une grande partie ce qu'on appelle les « prête-noms », où les hommes utilisent les noms de leurs femmes pour créer une activité et la gérer sans la contribution de leur femme.

Par la mise en place de plusieurs emplois touchant particulièrement les personnes les plus vulnérables, la Chambre du commerce et de l'industrie (CCI) permet d'apporter certains privilèges à la femme entrepreneure. La CCI représente, ainsi, un organisme protecteur et une fenêtre importante pour l'orientation des investisseurs. Elle intègre dans ses fonctions et/ou

objectifs la promotion et l'aide aux femmes entrepreneures au même titre que les hommes. Selon cette optique, la chambre du commerce est considérée comme l'une des institutions représentative auprès des pouvoirs publics des intérêts généraux des secteurs du commerce, de l'industrie et des services et de leurs circonscriptions territoriales respectives.

### **Problématique de recherche**

L'entrepreneuriat féminin s'oriente le plus souvent à visualiser la place de la femme sur le marché. Bien que les femmes soient habilitées en termes de connaissances et de compétences à diriger les entreprises, l'entrepreneur féminin demeure une option secondaire pour les femmes après leur vie professionnelle. De plus, l'ensemble de difficultés qu'elles rencontrent en amont et en aval à la création de leurs entreprises sur le marché et dans la société mérite un accompagnement et un suivi particulier pour favoriser l'émergence d'initiatives économiques.

Sur ce, nous nous questionnons sur la contribution ou de l'apport de la CCI, d'une part, à la promotion et au renforcement de l'entrepreneuriat féminin, et d'autre part, au développement territorial de la wilaya de Tizi-Ouzou.

Pour mieux répondre à cette question, il est utile de poser un certain nombre de questions secondaires :

- Qu'est ce qui motive ces femmes à exercer des activités entrepreneuriales productives ?
- Quelles sont les opportunités environnementales saisies par les femmes entrepreneures lors de la création de leurs entreprises ?
- Comment la CCI parvient-elle à aider les femmes entrepreneures pour faire face à aux multiples contraintes rencontrées dans leur processus entrepreneurial en général et dans le secteur du commerce et de l'industrie en particulier ?
- Quels sont les avantages qu'apporte la CCI à ces femmes entrepreneures ?

Pour mieux cerner notre problématique, nous tenons à mettre quelques hypothèses :

**H1** : L'introduction de la femme sur le marché de l'entrepreneuriat constitue un élément clé d'une stratégie d'essor économique dans l'industrie. Sur ce, la CCI facilite et accompagne la création d'entreprises pour les femmes entrepreneures adhérentes tout au long du processus entrepreneurial.

**H2** : à travers son rôle de représentant des entrepreneurs auprès des pouvoirs publics au niveau local, la CCI joue un rôle d'intermédiaire permettant de transmettre et de résoudre les problèmes rencontrés par l'entrepreneuriat féminin et participe, ainsi, au développement territorial de la wilaya de Tizi-Ouzou.

### **Démarche méthodologique**

Afin de mieux argumenter nos hypothèses, nous avons jugé utile de faire appel à des approches théoriques portant une conceptualisation de l'entrepreneuriat en général et de celui de l'entrepreneuriat féminin en particulier. De même, des entretiens auprès de la CCI de la wilaya de Tizi-Ouzou nous a permis de déceler, d'une part, le nombre de femmes entrepreneures adhérentes à celle-ci, et d'autre part, de comprendre le rôle que joue celle-ci dans le développement des entreprises au niveau local. Sur un échantillon de 18 femmes entrepreneures adhérentes à la CCI de Tizi-Ouzou, nous avons enquêté 8 femmes entrepreneures toutes activités confondues en faisant recours à un questionnaire que nous avons élaboré.

### **La structure du mémoire**

Notre mémoire est structuré en trois chapitres. Le premier chapitre consiste à présenter l'entrepreneuriat féminin comme outil d'autodétermination des femmes et facteur de développement socioéconomique. Le deuxième chapitre de notre étude se focalisera sur l'entrepreneuriat féminin en tant qu'acteur de développement par son processus de création d'entreprises. Enfin, le dernier chapitre sera consacré à l'analyse et à l'interprétation des résultats obtenus lors de notre enquête réalisée auprès des femmes entrepreneures adhérentes à la CCI. Ceci en mettant l'accent sur le rôle de la CCI dans l'accompagnement de la gente féminine en dépit des contraintes rencontrées lors de la création de leurs projets.

Chapitre I :  
L'entrepreneuriat féminin  
outil d'autodétermination  
des femmes

### Chapitre I : L'entrepreneuriat féminin outil d'autodétermination des femmes

Aujourd'hui, il est reconnu par tous qu'on ne peut y avoir accès au développement durable sans la contribution de la femme, à cet effet, la participation de la femme dans le développement économique est devenue une exigence car l'importance de ces dernières en tant qu'agents de développement ressort pertinemment (Kounta S., 1997). Les femmes ont toujours collaboré de manière remarquable aux activités socio-économiques de leurs régions à travers l'histoire mais de manière indirecte.

L'entrepreneuriat féminin reconnaît des réalités économiques très diverses même si le phénomène paraît parfois discrédité. Cependant, « *l'entrepreneuriat est un vecteur vital de l'économie grâce à ses apports à l'économie et à la société en termes de création de richesses, d'emploi, d'innovation et de cohésion sociale. Cette dernière renforce la femme entrepreneure en lui apportant plus de dynamisme et d'espoir afin d'assurer une meilleure réponse aux besoins économiques et sociaux* » (Filion L-J., 1997, 18).

L'objectif de ce présent chapitre consiste à mettre l'accent sur l'entrepreneuriat féminin, tout en expliquant la participation des femmes dans le développement socio-économique. Notre chapitre est divisé en deux sections. Pour ce faire, dans la première section nous allons analyser le phénomène entrepreneurial en s'appuyant sur quelques concepts de base permettant de mieux cerner celui-ci. Dans la deuxième section nous allons tenter de définir le concept d'entrepreneuriat féminin voire le rôle qu'occupe la femme entrepreneure dans le développement à travers ses activités entrepreneuriales. Cette section va nous permettre de voir l'évolution de la notion d'entrepreneuriat féminin en mettant l'accent sur la position de la femme dans le développement socioéconomique et sur l'accompagnement proposé par les pouvoirs publics à l'entrepreneuriat en Algérie.

### Section 1 : l'entrepreneuriat au cœur du développement

L'entrepreneuriat ne cesse de prendre de l'ampleur dans les pays développés et dans les pays en voie de développement. C'est une pratique à multiples visages et une discipline de plus en plus enseignée comme étant un véritable phénomène social (Messeghem K., 2011). L'entrepreneuriat dans sa perception est vu comme un élément essentiel de la performance économique et sociale. En effet, tout entrepreneur a un statut particulier indispensable à l'évolution du système économique (Fayolle A., 2005). Souvent à l'origine des innovations, à travers la création d'entreprise, il participe également au renouvellement et permet d'accroître

les possibilités d'emploi. C'est à partir des 20 dernières années que l'entrepreneuriat commence à apparaître pour faire face à la montée du chômage en stipulant l'esprit d'entreprise. Cette section est conçue afin de mieux cerner et expliquer l'entrepreneuriat dans sa globalité en structurant sa définition, son évolution et l'esprit d'entreprise dans le but de rendre ces éléments plus compréhensifs.

### I. L'entrepreneuriat

Pendant longtemps l'esprit et la vocation d'entreprendre révélaient de la personnalité d'un preneur de risques appartenant alors à un domaine bien spécifique. Ce dernier a besoin d'être singularisé pour pouvoir apprendre à entreprendre dans l'intention d'acquérir des connaissances et de développer des compétences et des savoirs-faires (Fayolle A., 2011). En effet, l'entrepreneur, en étant un individu qui suit des buts personnels, doit être un manager, avoir l'esprit d'entreprise et surtout contribuer à la résolution des problèmes qui désagrègent la société.

#### 1.1. Définition de l'entrepreneuriat

Dans ce point, nous allons présenter les différents points de vue des auteurs sur la complexité et la spécificité de l'entrepreneuriat et du processus de création d'entreprise. En effet, Fayolle A. (2005) stipule que l'explication du projet entrepreneurial ne peut pas être sous forme d'une suite ordonnée d'étapes et/ou de phases. Elle relève d'une prise en compte, sous forme d'une combinaison, mettant l'accent sur deux composantes. La première est stratégique (le projet, l'envie, les ressources). Le deuxième est plutôt humain (l'entrepreneur par ses comportements, ses aptitudes, ses motivations et ses partenaires).

De même, Schumpeter considère l'entrepreneur comme étant un initiateur apte à produire en exploitant de nouvelles opportunités. Il déclare que *« l'essence de l'entrepreneuriat se situe dans la perception et l'exploitation de nouvelles opportunités dans le domaine de l'entreprise, cela à toujours affaire avec l'apport d'usage différent des ressources nationales et qui sont soustraites de leurs utilisations naturelle et sujette à des nouvelles combinaisons »* (Verstraet T., 2000, p11). A partir des ressources disponibles, l'entrepreneur, en adoptant de nouvelles combinaisons, peut créer de nouveaux produits et de nouvelles opportunités créatrices de valeur ajoutée sur le plan socioéconomique.

Azzedine Tournes donne une définition synthétique dans laquelle, il 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* » (Hernandez E-M., 1991, p30).

L'entrepreneuriat ne peut pas se limiter à l'idée de recherche de profil bien que le terme renvoi à un entrepreneur doté de certaines compétences et d'une réelle motivation. Celles-ci vont servir à l'entrepreneur pour son projet dans un objectif de créer de la richesse.

L'entrepreneuriat est perçu par différentes manières selon les auteurs. C'est un concept très vaste porteur de plusieurs définitions. Parmi celles-ci, nous pouvons citer celle de Verstraet T., (2000, p11) qui le définit comme étant un « *phénomène trop complexe pour être réduit à une simple définition son intelligibilité nécessitant une modélisation .Cette complexité exclut la possibilité d'une délimitation stricte et univoque de ses frontières sémantiques* ». Cette définition met en avant l'accent sur la spécificité de l'entrepreneuriat dans lequel nous ne pouvons lui attribuer une définition unique. En effet, il paraît difficile de le délimiter étant donné que ce dernier tient compte de son milieu pour susciter le développement.

L'entrepreneuriat surgit dans la littérature économique « *à travers les écrits de Richard Cantillon (1680-1734) qui analyse le phénomène entrepreneurial, le rôle de l'incertitude et la notion du risque. Il est également le premier auteur à accorder une importance à l'entrepreneur dans la contribution au développement économique* » (Fayolle A., 2005, p10).

R. Hirsrich et P. Michael considèrent l'entrepreneuriat comme « *un processus dynamique qui consiste à créer de la richesse supplémentaire. La richesse est créée par les individus qui assument les risques principaux en terme de capitaux, de temps et / ou d'implication professionnelle afin de donner de la valeur à un bien ou à un service, l'acte productif peut ou non être nouveau ou exclusif. Mais la valeur doit y être instillée par l'entrepreneur dans la mesure où il rassemble et alloue les compétences et ressources nécessaires* » (Hirsrich R., et Michael P., 1991, p11). Cette définition sous-entend, d'une part, les méthodes envisagées par l'entrepreneur pour avoir un revenu permettant son épanouissement, et d'autre part, la manière avec laquelle il se comporte pour se procurer des ressources afin d'intégrer le marché et participer aux activités économiques.

A partir de ces quelques définitions que nous venons de voir, nous déduisons que finalement la compréhension du concept d'entrepreneuriat ne peut se résumer en une seule définition et que chaque auteur partage sa propre conception.

### 1.2. Approches dominantes sur le concept de l'entrepreneuriat

L'entrepreneuriat est considéré avant tout comme un processus qui provoque des changements ; un phénomène qui a suscité quelques approches. Parmi ces approches nous allons citer les plus dominantes :

#### 1.2.1. Approche fonctionnelle

Cette approche fait référence essentiellement à la forme de la personnalité de l'entrepreneur. En effet, l'entrepreneur est souvent influencé par son entourage et il ne peut se limiter à ses caractéristiques psychologiques lors de la création de son entreprise. Son intégration dans le développement économique favorise son implication dans les modèles entrepreneuriaux résultant des expériences. À travers cette idée, il est important de tenir compte du comportement de l'entrepreneur, de ses actions dans l'évolution de son activité ainsi que de son environnement socioculturel dans l'analyse du processus entrepreneurial (Diamane M., 2016).

Les chercheurs visualisent l'entrepreneuriat en mettant l'accent sur la création d'une entreprise génératrice de richesses. D'après Casson M. (1991,22), il définit l'entrepreneur comme étant *«quelqu'un de spécialisé dans la prise (initiative) de décisions (réfléchies) relatives à la coordination de ressource rare»*. Afin de clarifier cette définition, le créateur est un acteur qui exerce un travail managérial se référant sur des ressources pour la concrétisation de son entreprise afin d'obtenir une satisfaction. Cette approche examine souvent les responsabilités de l'entrepreneur, avec une dimension beaucoup plus économique qui se donne de montrer l'implication de l'entrepreneur dans le développement socioéconomique.

#### 1.2.2. Approches descriptive (approches par les traits)

D'après Steven Son Jarillo (1990), cette approche analyse de manière générale les caractéristiques de la personnalité de l'entrepreneur en le plaçant au cœur du phénomène entrepreneurial. Il a fait l'objet de plusieurs contestations dans la communauté des chercheurs sur l'entrepreneuriat vers la fin des années 80. L'entrepreneur dispose d'attributs personnels

et d'un système de valeur spécifique qui est utile pour ses activités le distinguant des autres individus (Diamane M., 2016). Le comportement psychologique permet à l'entrepreneur de réaliser la création de son entreprise et ce en contribuant à l'accomplissement de ses besoins agissant à la résolution des problèmes. Cette situation a conduit les chercheurs à prendre en compte le processus entrepreneurial et développer d'avantage les traits de personnalité de l'entrepreneur tout en ce référant à l'environnement de l'entrepreneur qui pourrait avoir également une influence sur ce dernier concernant sa prise de décision (Fayolle A., 2005).

### 1.2.3. Approche processuelle

Cette approche se focalise sur les actions faites par l'entrepreneur au sein d'un phénomène complexe. Gartner (1988) a proposé de concentrer les études sur le processus entrepreneurial à travers cette approche pour aller vers un concept plus authentique et plus significatifs que l'ancienne. Cette nouvelle perspective fait référence à la théorie de l'organisation qui suscite la prise d'initiative favorisant l'esprit d'entreprise, l'évaluation d'opportunités entrepreneuriale et la mise en pratique de stratégies managériales pour s'adapter (Diamane M., 2016). L'ensemble de ces éléments placent l'entrepreneur au centre des travaux de l'entrepreneuriat. En effet, « *le processus entrepreneurial est dynamique parce que les projets de création et les nouvelles entreprises évoluent dans le temps ; il est holistique parce que cette évolution est la résultante d'un système de variables en interaction* » (Fayolle A. 2005, p15).

Cette approche apporte une explication plus centré sur le déclenchement de l'activité à travers « *l'identification et l'exploitation d'opportunités* » (Diamane M., 2016, P5) et contribue à mobiliser les ressources pour mieux concrétiser le projet.

### 1.3. La naissance du concept d'entrepreneuriat

Le thème d'entrepreneuriat a été perçu dans les écrits des 17<sup>ème</sup> et 18<sup>ème</sup> siècles de certains chercheurs. Tout d'abord, il à été abordé par Richard Cantillon qui a mis l'accent sur le phénomène entrepreneurial en montrant son importance dans le développement économique. Il associe l'entrepreneur cet individu qui prend des risques, dans la mesure où il s'engage vis-à-vis d'une tiers de façon ferme, et qui s'en soucie moins de ce qui peut arriver dans le future .Après nous avons Jean Batiste Say partageant d'ailleurs le même avis que Cantillon, il s'est également intéressé au domaine entrepreneurial. Pour lui, un entrepreneur est avant tout quelqu'un qui sait prendre des risques et qui sait établir un processus de

production pour mieux développer son activité. Par la suite Schumpeter (1935) considéré comme le père du champ de l'entrepreneuriat, par ses investigations, place l'entrepreneur au milieu des activités économiques. Il perçoit l'entrepreneur explicitement comme un innovateur qui apporte des changements tout en contribuant à la réalisation de nouvelles combinaisons productives susceptibles d'apporter des opportunités (Fayolle A., 2005).

L'entrepreneuriat a plusieurs facettes ce qui lui donne un certain statut indispensable pour le développement du système économique. Cependant, avec la crise de 1970 (Messegem K., 2011), cela poussa les chercheurs à porter leur attention sur les PME et l'entrepreneuriat. L'émergence de cette culture entrepreneuriale a conduit à une simplification de toute démarche entrepreneuriale.

Avec le temps, nous constatons une prise de conscience et un regain d'intérêt à ce phénomène vu son importance dans la vie socioéconomique. Suit à cette situation, nous sommes passé d'une société managériale dominée par la grande entreprise vers société entrepreneuriale fondée sur la connaissance et les idées (Audretsch, 2007 cité par Messegem K. ., 2011, p8). C'est à partir de cette période que des revues scientifiques et conférences ont été apparues pour soutenir l'initiative entrepreneuriale et cela à partir des années 90 (Bouzidi R. et Nouri T., 2018).

### 2. L'entrepreneur

L'entrepreneur est donc un innovateur qui à la capacité d'établir un processus complexe de production tout en se basant sur son sens d'organisation des ressources dans un objectifs de créer une entreprise, d'identifier des opportunités et participer au développement . Des chercheurs ont portés leur attention sur ce concept et ont proposé quelques définition, parmi les quels nous avons :

Un entrepreneur est perçu comme étant un créateur de valeur, c'est un agent qui agit dans une situation économique, socioculturel en vue de recevoir une forme de satisfaction personnelle en créant une entreprise dans un contexte tout à fait spécifique ou l'incertain est nettement élevé (Hernandez E-M., et Luc M., 1967)

Il peut être considéré comme ce personnage qui est en mesure de prendre des risques au fonctionnement du marché, cet individu « *souhaite maîtriser l'incertitude pour mieux l'aménager à son propre intérêt* » (Julien P-A., et Marchesnay M., 1996, p19) espérant s'en procurer un revenu qui peu satisfaire ses besoins. De même, l'entrepreneur a cette faculté de

relier ses comportements pour initier un projet afin d'être vue comme résolveur et identificateur de problème. Il participe à l'évolution du système économique car il est à l'origine de l'ouverture vers une nouvelle voie (Hernandez E-M., et Luc M., 1967). À cet effet, un entrepreneur peut être perçu par son esprit d'entreprise qui stimule l'innovation pour l'accomplissement de son projet.

Shaver et Scott (1991) « *l'entrepreneur se définit par un certain nombre d'attributs psychologiques que l'on regroupe autant par la personnalité que par les processus cognitifs activités pour organisation les exploiter* » (Ounas F. et Zaidin N., p15).

De cette définition nous retenons que tout entrepreneur est doté de certaines caractéristiques le distinguant des non entrepreneurs. Parmi les caractéristiques de celui-ci nous retrouvons selon (Julien P-A. et Marchesnay M. (1996), les traits de caractères de l'entrepreneur.

### 2.1. Les typologies d'entrepreneurs

Des chercheurs ont identifiés les types d'entrepreneurs propres à eux même. D'ailleurs Jacqueline Lauer distingue 4 catégories d'entrepreneurs (Fayolle A., 2011, P61-62):

- ✓ **l'entrepreneur manager ou innovateur** : cet entrepreneur a un désir de création, cherche l'évolution ou un changement, tout en restant autonome et il a la conviction de bien réussir ;
- ✓ **l'entrepreneur propriétaire** : ce type d'entrepreneur se lance dans l'activité tout en cherchant la croissance et gère ses financements de manière raisonnable et autonome ce type d'entrepreneur désire saisir des opportunités ;
- ✓ **l'entrepreneur technicien** : ce dernier cherche à être autonome exercer ses activités pour ne pas être poursuivie par les contraintes sociales, en effet il cherche l'efficacité ;
- ✓ **les entrepreneurs artisan** : ce type d'entrepreneur cherche la liberté afin de s'épanouir, il se lance par l'amour du métier ayant pour objectif d'assurer la durabilité de son projet entrepreneurial.

Par contre Michael Marchesnay (1988) identifie seulement deux types d'entrepreneurs et qui sont selon Fayolle A., (2011) :

- **l'entrepreneur pérennité-indépendance-croissance P.I.C** : celui-ci tient vraiment à son activité dans l'intention de céder comme héritage ou de captiver d'autre opportunités, pour lui la pérennité est très important il souhaite également l'autonomie

à l'endettement, ce type d'entrepreneur est assimilé à un entrepreneur artisan tout les deux recherche la croissance ;

- **l'entrepreneur croissance-autonomie-pérennité C.A.P** : cet entrepreneur vise la l'accroissement et un développement de ses activités négligeant peu la pérennité de sont activité, l'autonomie reste bien sur un objectif. Ce type d'entrepreneur est plus individualiste que le PIC.

D'autres s'appuient sur les traits de caractères pour distinguer les entrepreneurs. En effet, le trait de caractère (Julien P-A. et Marchesnay M., 1996) de l'entrepreneur fait référence au comportement de ce dernier dans sa prise de décision d'initier une activité tout en prenant en compte de son milieu environnementale. Tout initiateur doit avoir un objectif de créer son propre entreprise et devenir un entrepreneur compétent pour pouvoir gérer son entreprise tout en ayant le sens de la responsabilité et d'association (Julien P-A., et Marchesnay M., 1996). De manière récurrente, tout entrepreneur cherche à disposer de ses traits pour l'évolution de son statut. Parmi ceux-ci nous avons :

- **l'indépendance** : c'est le fait de devenir son propre maître et avoir son autonomie ;
- **une forte confiance en soit** : c'est le fait d'exercer un pouvoir sur soi-même en étant attentif et le fait de pouvoir maîtriser certaines nuisances. En effet, la confiance en soi leurs permet d'être plus actifs dans la vie professionnelle et réduire toute incertitude et timidité;
- **la persévérance** : avec la persévérance l'entrepreneur doit prendre du temps et de la patience pour mieux voir l'évolution du projet et atteindre une finalité en surmontant les différents obstacles.

**A partir de ces traits de caractères** (Julien P-A., Marchesnay M., 1996), **ressort la classification suivante** :

- **L'entrepreneur est opportuniste**

Un entrepreneur est celui qui vise loin dans le trajet en ayant la conviction de s'insérer sur le marché. De même, il vise non seulement la création d'une entreprise mais aussi son extension dans un contexte et un environnement socioéconomique contraignant. Ce dernier est caractérisé par une forte concurrence où il doit être opportuniste et profiter de la moindre occasion et la saisir pour réussir.

- **L'entrepreneur est un organisateur**

Il ne suffit pas simplement d'être créateur pour être entrepreneur. Il faut avoir la capacité de réunir des ressources et de les organiser, de déterminer des stratégies et de les développer par la suite par la mise en œuvre du processus de transformation afin d'assurer la commercialisation des produits donnant lieu à une progression de son activité.

- **L'entrepreneur est un joueur**

Toute création présente un risque majeur où l'entrepreneur baigne dans le doute. Interminablement dans l'incertitude, il n'est jamais rassuré de ses actions. Il s'assure souvent d'analyser le fonctionnement du marché raison pour laquelle il est vu comme un preneur de risque. Cet esprit de risque dont il dispose le distinct d'un non entrepreneur. Malgré les contraintes et les risques encourus, l'entrepreneur s'engage dans l'entrepreneuriat pour réaliser un éventuel succès.

- **L'entrepreneur est motivé**

Un entrepreneur accorde une grande importance à la motivation, il est prêt à consentir tout effort pour la réalisation de son activité. La motivation implique fréquemment l'amélioration permettant d'assurer une évolution professionnelle et personnelle. La prise d'initiative d'innovation pour concrétiser un projet relève de beaucoup de détermination relevant de stratégies telles que la recherche du profit, le déficit, l'ambition, la réussite de son projet, la nécessité d'avoir un travail décent en créant son propre activité, être en mesure de vérifier ses performances, etc. En effet, tout innovateur doit prendre en compte son bien être personnel et social dans un objectif d'apporter une satisfaction à son environnement global. De ce fait, la motivation est le véritable moteur qui inspire tout entrepreneur pour atteindre ses objectifs tracés. Ces principales motivations sont les suivantes : « *le besoin d'accomplissement, le besoin d'indépendance, le besoin de reconnaissance, la recherche du pouvoir, la passion, le challenge, le défi, l'enrichissement (l'argent n'est que très rarement une motivation principale)* » (Fayolle A., 2011, p69).

## 2.2. Objectifs de l'entrepreneur

L'autonomie financière, la pérennité de l'entreprise, l'accomplissement personnelle ainsi que la volonté de fuir le chômage poussent l'entrepreneur à s'engager dans un phénomène entrepreneuriale en s'appuyant sur une vision stratégique afin d'assurer le

développement de son entreprise (Van Caillie D. et Lambrecht C., 1995). D'ailleurs, c'est l'une des raisons pour laquelle les entrepreneurs se fixent plusieurs objectifs que nous notons somme suit :

- **la satisfaction de la cliente par la qualité** : la satisfaction des clients est l'une des préoccupations des entrepreneurs ayant pour objectifs d'attirer plus de clientèle. La satisfaction de celle-ci peut être obtenue par le renforcement de la qualité des produits, l'accessibilité à tous (Van Caillie D., Lambrecht C., 1995), etc.
- **l'indépendance financière** : l'autonomie financière est très importante pour l'entrepreneur. A cet effet, il s'assure de mieux s'organiser établir une stratégie managériale de tel sorte que son activité puisse lui apporté un intérêt, avoir une certaine satisfaction qui lui épargnera de dépendre d'autres personnes. Le comportement des entrepreneurs décrit une préférence à l'autofinancement qui leur permet d'éviter toute forme d'endettement (Donckels, 1989).
- **la croissance** : pour l'entrepreneur, il est utile de maintenir à un niveau assez élevé la rentabilité financière pour mieux subvenir aux charges de l'entreprise (assurer le salaire des employés, la sécurité, le positionner de l'entreprises face à ses concurrents). La croissance de l'organisation favorise l'accroissement des parts du marché incitant l'entrepreneur à faire plus d'investissements (Van Caillie D., 1995).

### 2.3. L'esprit d'entreprise

L'esprit d'entreprise peut être défini comme « *l'aptitude d'un individu, d'un groupe social ou d'une communauté à :prendre des risques pour engager des capitaux (investir, voir s'investir) dans une sorte « d'aventure »(une « entreprise »), consistant à apporter quelque chose de neuf ( l'innovation ), de créatif ,ceci en employant et en combinant de la façon la plus performante possible des ressources diverses (dans une organisation , autre sens, plus intentionnel du mot « entreprise »)» ( Julien P-A. et Marchesnay M .,1996, p8). Cette définition fait référence à un individus capable de prendre des risques en se lançant dans une activité tout en ayant la conviction d'obtenir un profil à travers la combinaison de ressources rares afin de produire un bien. Avoir l'esprit d'entreprise, c'est être en capacité d'innover et d'organiser un processus entrepreneurial en acceptant de prendre des risques en vue de saisir des opportunités.*

D'après une définition apportée par les experts de l'Union Européenne chargés de l'enseignement et de la formation à l'entrepreneuriat (2002) relève que « *l'esprit*

*d'entreprendre ne doit pas se limiter à la création d'entreprises, mais doit être perçue comme étant une attitude générale qui peut être utilement adoptée par chacun dans la vie de tous les jours et dans toutes les activités professionnelles* » (Janssen F., 2016, p33). Disposer de l'esprit d'entreprise correspond à une possibilité de concevoir des projets en prenant en compte les perspectives pour mieux améliorer son bien être social. Il faut être optimiste en ayant une certaine créativité permettant de fixer des stratégies tout en restant à l'écoute pour réussir son projet. Enfin, un entrepreneur doit être persévérant dans la prise de décisions (Julien P-A. et Marchesnay M., 1996).

Chaque entrepreneur doit disposer de caractéristiques et de potentialités propices (Julien P-A., et Marchesnay M 1996), pour son activité. L'entrepreneur doit tenir compte des aspects relationnels et environnementaux pour bien exercer son domaine. Néanmoins, il rencontre souvent des problèmes tels que l'absence de composantes en matière de gestion des ressources financières et bien d'autre d'ailleurs. Pour réussir dans son projet entrepreneurial, il doit dépasser toutes les contraintes. De même, il peut faire recours aux institutions d'aide et d'accompagnement.

### 2.4. La création d'entreprise

Nous distinguons trois formes principales d'entrepreneuriat par l'acte de création à savoir la « *création d'entreprise, la reprise d'une entreprise et l'intrapreneurial* » (Fayolle A., 2011, p64).

#### 2.4.1. La création d'entreprise :

Ceci fait référence au profil de l'entrepreneur et suppose une implication de ce dernier dans sa démarche entrepreneuriale et le type d'entreprise qu'il voudrait créer. Suite à cette situation nous avons :

✓ **la création ex-nihilo** : pendant cette situation, il faut plus de détermination, de courage et de rigueur pour introduire ses produits sur le marché et favoriser le développement de son activité. Et ce afin de parvenir à satisfaire ses besoins financiers et trouver des solutions qui pourront résoudre de manière efficace les problèmes. L'entrepreneur doit avoir l'esprit d'entreprendre et être en mesure de mieux s'organiser ;

✓ **la création par essaimage** : cette option concerne l'employé ayant un projet avec le soutien de l'entreprise là où il travaille. Avec l'aide des entreprises, ceci encourage l'entrepreneur à se lancer dans un processus entrepreneurial pouvant réduire les risques dans un avenir incertain ;

✓ **la création en franchise** : ce genre de création consiste à imiter un fonctionnement qui existe dans un contexte géographique donné. « *Cette création bénéficie également d'un accompagnement important mais payant de la part du franchiseur* » (Fayolle A., 2011, p65). Ce type de création permet à l'innovateur d'avoir des possibilités de mettre en place son projet même s'il est dans l'incertitude d'entreprendre. L'accompagnement peut faciliter la réalisation de son objectif de création d'entreprise ;

✓ **la création de filiale** : dans cette situation, on livre une responsabilité à l'entrepreneur. Une sorte de projet entrepreneurial avec un risque limité où l'auteur du projet doit disposer de certaines potentialités et compétences qui peuvent l'aider à faire face aux contraintes et risques (Fayolle A., 2011)

### 2.4.2. La reprise d'entreprise :

Concernant cette forme d'entrepreneuriat, l'entrepreneur se trouve dans une situation de reprendre une activité. Pour se faire, il faut répondre à certaines conditions pour pouvoir récupérer et résoudre les difficultés, quelque soit leur complexité (Fayolle A., 2011).

### 2.4.3. L'intrapreneuriat

Dans ces conditions, on peut dire que « *l'intrapreneuriat permet d'exercer la fonction d'entrepreneur tout en restant salarié dans l'organisation d'où le vocable d'intrapreneuriat* » (Messeghem K., 2011, p201). Cette mission accordée à ce dernier lui permet d'acquiescer des performances qui lui permettront de saisir des opportunités. A cet effet, il doit faire recours à plusieurs méthodes entrepreneuriales, en prenant moins de risques dans le processus à travers cela ses projets peuvent se développer. Malgré la variété de ce concept, il est préférable de faire une différence entre entrepreneuriat et intrapreneuriat. En effet, l'entrepreneur entreprend pour lui-même avec un pouvoir de décision, il prend des risques qui peuvent avoir des effets sur ses ressources financières. Dans l'incertitude, il a la conviction de réussir grâce aux stratégies employées par ce dernier. Or, dans l'intrapreneuriat, il entreprend pour le compte d'une organisation qui l'emploie et qui doit convaincre pour prendre une décision.

De plus, en mettant sa crédibilité personnelle en jeu, cette situation peut former l'individu en question dans sa pratique entrepreneuriale (Messeghem K., 2011).

### 3. Le processus élaboré lors de la création d'entreprise

Le processus désigne la mise en application des idées par un individu, cela apparaît comme une évolution qui demande beaucoup de contribution, d'énergie, de temps et de ressources afin de mieux organiser son activité pour marquer en quelque sorte l'état d'avancement d'un projet (Messeghem K., 2011).

Il est clair que la création d'entreprise représente une source potentielle pour la création d'emplois et de richesses.

Pour des raisons parfois connues que le créateur s'assure d'établir un processus qui consiste à évaluer des stratégies, revoir les conditions d'organisation et de structuration de l'entreprise afin de s'y prendre sur le marché. C'est une étape cruciale où le créateur réalise des recherches pour développer son projet et d'accéder à une autre étape (Fayolle A., 2005). Pour Van de Ven et al. (2000), « *le processus combine plusieurs acceptations : il est une logique qui explique une relation causale entre les variables dépendantes et indépendantes ; il est également une évolution séquentielle d'événement décrivant comment les phénomènes évoluent à travers le temps* » (Messeghem K., 2011, p141). À travers cette définition, Il nous permet de nous orienter en fonction des situations et nous situer dans le temps et de savoir choisir les éléments qui peuvent nous servir lors de l'établissement du plan.

D'après Christian Bruyat (1993, p264), le processus de création d'entreprise peut être décrit « *comme tout individu qui s'y engage et qui aura à accomplir un très grand nombre d'actions et devront prendre de nombreuses décisions* ». Cette définition suppose un engagement pris par l'acteur pour concrétiser et stimuler un plan d'action dans le temps qui peut être qualifié comme le déroulement du processus. Autrement dit, la création d'entreprise « *donne à l'acteur une position centrale et fait dépendre les décisions et la dynamique du processus d'un système d'action propre à chaque situation et construit autour des perceptions temporelle et situées de l'acteur* ». (Fayolle A., 2005, p.90).

Suite à cette situation Bruyat C., (1993, p299) propose dans sa modélisation du processus de création d'entreprise, il identifie trois phases : le déclenchement du processus, l'engagement total du créateur, la survie de l'entreprise créée.

- le déclenchement du processus se traduit par une envie et une capacité de vouloir de débiter un projet, évoluer ses compétences tout en tenant compte de son environnement. Il est bien évident qu'aucune action entrepreneuriale ne peut être conçue en dehors de la société à laquelle il appartient. A cet effet, l'individu doit s'organiser et avoir un minimum de temps pour concevoir son projet.

- l'engagement ou le passage à l'acte : une fois que le créateur s'est lancé dans son action entrepreneuriale, il doit s'engager pour un changement de phase qui se décrit par une évolution de sa situation présente.

- la survie, échec ou développement de l'entreprise créée : il ne lui suffit pas de créer, il doit maintenir également la durabilité de son projet malgré qu'il vive dans l'incertitude. La viabilité dépend de l'entrepreneur et de sa capacité à démontrer ses performances pour atteindre un point d'équilibre économique (Fayolle A., 2005).

### 4. L'innovation

L'innovation est à la fois la création ou une réorganisation d'une entreprise qui suppose de nouvelles idées nécessaires pour l'extension et la commercialisation des produits. Parfois organisationnelle, l'innovation est très présente dans les petites et moyennes entreprises par leur flexibilité de s'adapter à un milieu donné (Julien P-A. et Marchesnay M 1996). L'innovation peut permettre d'obtenir des avantages concurrentiels et d'améliorer sa performance. Cela renvoie souvent à la réussite. Pour Robert « *l'innovation consiste à introduire, quelque chose de nouveau, d'encore inconnu, dans une chose établie* » (Fayolle A., 2005, p50).

**Tableau N°1 : typologie des formes d'innovation**

<b>Formes d'innovation</b>	<b>Caractéristiques</b>
Innovation de rupture	Introduction dans un marché d'un produit, processus ou service complètement nouveau, par un entrepreneur ou un intrapreneur.
Imitation d'une innovation de rupture	Adaptation d'une innovation de rupture par un autre entrepreneur ou intrapreneur qui se comporte comme un suiveur
Modification d'une innovation de rupture	Adoption d'une innovation de rupture avec de modification plus ou moins importantes apportées par un entrepreneur ou intrapreneur
Innovation incrémentale	Innovation, créatrice de valeur apportée a un produit, un processus ou un service existante par un entrepreneur ou intrapreneur
Imitation d'une innovation incrémentale	Adoption d'une innovation incrémentale par un autre entrepreneur ou intrapreneur qui se comporte comme un suiveur
Modification d'une innovation incrémentale	Adoption d'une innovation incrémentale avec des modifications, plus ou moins importantes, apportée par un intrapreneur

Source : Fayolle A., 2005, P54.

Ces forme d'innovations sont des processus qu'un entrepreneur doit suivre pour innover afin d'avoir d'éventuelles opportunités sur le marché.

### Section 2 : la conceptualisation de l'entrepreneuriat féminin et ses effets sur le développement

L'autonomisation féminine constitue une amélioration des conditions de la femme dans la société ce qui s'avère opportun pour elle et pour son entourage. En effet, l'entrepreneuriat féminin est un facteur déterminant du développement et constitue de ce fait le cœur du développement local. Les femmes adoptent des démarches entrepreneuriales appropriées pour pouvoir établir leur projet. Ce dernier est susceptible de leur apporter une indépendance économique favorisant une réduction du taux de pauvreté féminin et améliorant par conséquent la reconnaissance sociale des femmes. Dans ce sens, l'implication de la femme dans les activités en devient un moyen efficace pour favoriser la croissance en créant des richesses et des emplois pouvant couvrir les besoins de la population sur un territoire donné (Dali C., 2014).

#### I. Définition, rôle et apport de l'entrepreneuriat féminin

De nombreux chercheurs se sont intéressés au concept d'entrepreneuriat féminin pour mieux le cerner et éclaircir la place de la femme dans la société. Néanmoins, il demeure peu développé dans toutes ses dimensions bien qu'il constitue une réalité nouvelle et complexe. Le profil de la femme entrepreneure présente un certain nombre de caractéristiques spécifiques. En effet, la contribution de la femme a prouvé son importance sur le plan économique et social et par son potentiel à pouvoir stimuler le développement durable.

##### 1.1. Définition

Le groupe canadien de travail sur l'entrepreneuriat féminin (1997) décrit la femme entrepreneure comme étant « *une personne qui prend des risques financiers pour créer ou acquérir une entreprise, et qui la dirige de manière innovatrice et créatrice de développement de nouveaux produits et en conséquent de nouveaux marchés* » (Légaré M-H et St-Cyr L.2000, 9). A partir de là, nous pouvons dire qu'une femme entrepreneure est celle qui est capable de prendre des initiatives entrepreneuriales pour gérer une entreprise ou une activité tout en tenant compte des risques qui la guette. Son but est de réaliser un bénéfice, de se satisfaire, de se couvrir financièrement tout en assurant pleinement son rôle dans la vie économique et atteindre ses objectifs tracés. D'ailleurs, Smadi A., (2018,12) annonce que « *le dynamisme de l'entrepreneuriat féminin repose sur la capacité à mobiliser les ressources ne pas rester prisonnière et changer sa situation, ce sont tous ses éléments, de son tissu*

*relationnel et environnementale et surtout les compétences qui constitue la forces motrices des femmes ».*

Le processus entrepreneurial reflète un savoir-faire dans la gestion des ressources disponibles pour la création de richesses. En d'autres termes, tenir compte des femmes vulnérables (en situation de chômage par exemple) en leur offrant une chance afin qu'elles puissent montrer leurs performances et montrer leur place dans la société.

Le rapport établie par Djibo et Abdoulahi (2009), évoqué par (Smadi A., 2018, p88) définit l'entrepreneuriat féminin comme un « *processus par lequel une femme ou un groupement de femmes crée ou développe majoritairement une structure économique et sociale comprenant des moyens matériels et financiers et ou une plusieurs personnes travaillant de manière organisée pour fournir des biens ou des services destinés au marché (clientèle) en vue de réaliser un bénéfice* ». Cette définition fait ressortir l'esprit d'entreprise de la femme a pouvoir diriger une organisation. Cette dernière rejoint la première définition que nous avons donnée.

En effet, l'entrepreneuriat pour les femmes représente un changement de statut à travers lequel, celle-ci déploie des efforts pour s'insérer dans le monde économique. Par la création de son entreprise, reflétant une exploitation économique, l'investissement fait par la femme s'avère plus performant en matière d'égalité au même titre que l'augmentation de la croissance. Cependant, les femmes se trouvent exposées à beaucoup de risques et contraintes lors du déclenchement de leurs projets (Smadi A., 2018).

### **1.2. Le rôle de l'entrepreneuriat féminin sur le plan social**

Lorsqu'il s'agit d'un travail féminin, les femmes deviennent un centre de préoccupations. Sur ce, elles ne cessent de prouver leurs singularités sur le plan socioéconomique. Cette singularité leur attribue une force importante dans le monde. Malgré leur implication dans le secteur économique, la société prive souvent la femme de certains avantages les insérant par conséquent dans l'exclusion socioéconomique. En effet, elles n'ont pas toujours les mêmes possibilités et opportunités que les hommes ce qui fait de l'entrepreneuriat un moyen de valorisation pour celles-ci.

### 1. 2.1. L'apport spécifique de l'entrepreneuriat féminin au développement

L'intégration des femmes entrepreneures, dans les secteurs informel et formel, favorise une amélioration de leurs conditions de vie. Selon l'OCDE (2004,5) « *quelle que soit la méthode choisie pour les différentes études, nous observons que les femmes entrepreneurs exercent un profond impact sur l'économie sur leur capacité à créer pour elles-mêmes, mais aussi pour d'autres, par le nombre de petites sociétés qu'elles peuvent constituer, mais également parce qu'un certain nombre d'entre elles sont à même de créer des entreprises qui se développeront* ».

Leur créativité et leur sens d'initiative font d'elles des actrices indispensables pour une meilleure évolution économique. En faisant allusion à l'entrepreneuriat féminin et au chômage, nous ne pouvons parler de l'entrepreneuriat féminin sans juger nécessaire de parler du secteur informel. Ce dernier ne cesse d'être évoqué notamment en matière de création d'emplois. En Algérie, le problème qui se pose relève du non accessibilité et de l'actualisation des données statistiques. D'après Charmes J. et Rahmoune M. (2014), ce secteur représente 45% du PIB et exerce, ainsi, un effet conséquent sur l'économie.

Des auteurs essayent de donner une définition qui correspond au secteur informel, celle du BIT (1993) stipule que « *le secteur informel peut être comme un ensemble d'unités produisant des et services en vue principalement de créer des emplois et des revenus pour les personnes concernées. Ces unités, ayant un faible niveau d'organisation opèrent à petite échelle et de manière spécifique, avec peu ou pas de division entre le travail et le capital en tant que facteur de production. Les relations de travail lorsqu'elles existent, sont surtout fondées sur l'emploi occasionnel, les relations de parentés ou les relations personnelles et sociales plutôt que sur des accords contractuels, comportant des garanties en bonne et due forme* » (Charmes J., 2014, p13). Suite à cette définition, nous pouvons dire que le secteur informel est considéré comme toute activité exercé par une personne physique ou morale en vue de se procurer un bénéfice. Avec une bonne gestion des activités, les individus l'exerçant s'assurer de faire passer les relations professionnelles en avant avec la cohésion et la collaboration de tous. Grâce à cela, il devient une personne génératrice de richesses et d'opportunités de création d'emplois. La discrétion des femmes ne les a pas retenues de participer aux activités à domicile considérées de nos jours comme un patrimoine artisanal cantonné dans l'informalité. Le secteur informel peut s'expliquer par la non satisfaction des besoins de l'individu et de l'incapacité de l'Etat à mettre en place les conditions réfléchies

pour satisfaire les besoins des plus vulnérables. Ce secteur s'identifie comme la population travaillant dans l'informalité sans être reconnue ni déclaré (Smadi A., 2018).

Voici quelques critères expliquant le secteur informel d'après Adair P. (2002) synthétisés par Smadi A., (2018, P108) comme suit :

- l'absence de barrière à l'entrée pour l'emploi informel ;
- exploitation des ressources locales : initiatives basées sur des réseaux d'aides informelles (autofinancement, épargne familiale, aides familiales non rémunérées) ;
- entreprises familiale (création, gestion, organisation, etc.). Il n'existe aucune séparation entre les revenus de celle-ci avec celui du ménage ;
- la petite dimension des entreprises ne dépassant pas un minimum d'employés (entre 5 à 10) ;
- l'absence de technologies et le recours à une forte intensité de travail donnant lieu à une irrégularité dans les horaires de travail non conformes à la réglementation ;
- entreprises caractérisées par un faible niveau de qualification des entrepreneurs et des employés issues généralement de l'apprentissage informel ;
- une liberté de réglementation du salariat est une caractéristique dominant au sein de cette entreprise créant et accentuant la précarité de la population. De plus, le non application de réglementations relatives à la sécurité sociale et aux conditions de travail en général ;
- le secteur informel touche aux entreprises de production marchande donnant lieu à des transactions monétaires et ne prenant pas en considération celle destinée à l'autoconsommation.

En effet, l'emploi informel et le secteur informel se confondent parfois. En somme, nous pouvons dire que la présence des femmes entrepreneures dans le secteur formel n'exclue pas leur présence en partie dans le secteur informel soit par les emplois sous déclarés ou via leurs échanges avec les entrepreneurs informels (Smadi A., 2018).

### **1.3. Le rôle de l'entrepreneuriat féminin sur le plan économique**

Sur le plan économique, nous remarquons que l'entrepreneuriat constitue un moteur déterminant pour l'économie d'un pays. L'entrepreneuriat féminin constitue un moyen pour la diversification de l'économie (Tahir metaiche F. et Bendiabdellah A., 2016). Etant donné que celui-ci permet aux femmes d'avoir accès à plusieurs faveurs comme des opportunités et un statut social.

L'une des vertus de l'entrepreneuriat sur le plan économique réside dans la création d'emplois qui réduit la pauvreté. La capacité d'un entrepreneur entraîne une influence sur la stabilité économique à travers ses nouvelles innovations et ses stratégies, renouveler le tissu économique et à travers sa créativité à vouloir partager son savoir-faire et compétences (Fayolle A., 2011). En réalité, « *les femmes passionnées et déterminées qui ont choisi de créer leur entreprise ou travailler à leur compte pour avoir le contrôle sur la décision et gérer leur temps avec un sentiment de flexibilité, exploiter au maximum leur capacité et leur compétence avec un objectif personnel se réaliser à travers ce projet de vie* » (Dif A., 2009, p17). Les entreprises dirigées par les femmes peuvent être bien établies et trouver des opportunités pour se développer. L'intégration des femmes sur le marché permettra l'apparition de nouveaux concurrents et une diversification sur le plan économique et une valorisation des ressources.

Les femmes ont toujours apportées des solutions réticentes à la société innovante et aux problèmes à travers le sens d'analyse et leurs créativité. C'est pourquoi la création d'entreprise pour les femmes est un parcours assez complexe puisqu'elle permet d'améliorer leur statut social.

## II. Contextualisation de l'entrepreneuriat féminin

De nos jours, l'entrepreneuriat féminin consiste à la mobilisation des femmes porteuses de projets, c'est une source à l'émergence du modèle culturel et une transformation de la société.

### 2.1. L'état d'avancement du concept entrepreneuriat féminin

Dans la société ancienne la femme était souvent confrontée à l'inégalité et à la discrimination avec peu ou pas de privilèges pouvant faire d'elle une femme innovatrice (Abrous D., 1976). Par la suite d'autres modifications et changements émergent dans le monde grâce aux différents mouvements de promotion de celle-ci faisant de la femme une réalité active. Les recherches sur l'entrepreneuriat féminin sont de plus en plus abondantes. Ahl et al (2016) retrace les phases expliquant l'évolution de la recherche sur l'entrepreneuriat féminin (Ben makhlouf Y., 2019).

## Chapitre I : L'entrepreneuriat féminin outil d'autodétermination des femmes

Tableau N°2 : Les phases de l'évolution du concept

	1 <sup>ère</sup> période 1982-1992(40articles)	2 <sup>ème</sup> période 1993-2003 (81 articles)	3 <sup>ème</sup> période 2003-2016(214articles)
Sujets	Les recherches se sont focalisées sur les «profils» des Femmes entrepreneures (âge, situation matrimoniale, famille, éducation, expérience, traits de personnalité et attitudes)	Les thématiques dominantes sont: la performance(20), le processus entrepreneurial, la famille et les pratiques de gestion. Certaines études sur les attitudes/intentions(4), réseaux(2) traits(2) et les programmes d'entrepreneuriat(1).	Les principaux thèmes sont : le financement(33), la performance (19), la motivation(17) et les groupes ethniques/minoritaires(17). Il y eu aussi l'émergence de recherches portant sur l'influence contextuelle, La formation/ l'éducation, la famille et l'identité entrepreneuriale féminine, le capital social, l'incubation et l'entreprise sociale.
Secteur	La majorité des recherches ne précisaient ni le secteur, ni le type d'entreprise. Néanmoins, Les secteurs concernaient étaient, surtout, les services et le commerces de détail	La majorité des recherches ne précisaient ni le secteur, ni le type d'entreprise. Néanmoins, Les secteurs concernaient étaient, surtout, les services et le commerces de détail	La majorité des recherches ne précisent ni le secteur, ni le type d'entreprise. Néanmoins, Les secteurs concernés étaient, surtout, les services et la technologie
Origine des recherches	Les études étaient essentiellement anglo-saxonnes, avec plus de la moitié des études provenant des États-Unis / Royaume-Uni	Les études provenaient majoritairement des États-Unis / Royaume-Uni (52), mais certaines études commencent à émerger de l'Europe, de l'Australie, Moyen-Orient et en Asie. Un petit nombre d'études comparatives de pays, est notés, à savoir au Royaume-Uni France, Nouvelle-Zélande / Norvège / Royaume-Uni et la Finlande / Ecosse	Les études proviennent majoritairement du «BigThree» (Etats-Unis / Royaume-Uni/ Australie) (108), mais la portée géographique se développe pour inclure des articles en provenance de nouvelles régions telles que l'Afrique sub-saharienne
Approche méthodologique et méthode	La majorité des études étaient fondée sur des méthodes quantitatives. Seulement4 études étaient qualitatives. De ce fait, pratiquement toutes les études étaient descriptives et exploratoire.	Les études étaient fondées sur des méthodes quantitatives, qualitatives ou même mixtes. De ce fait, les études étaient explicatives, avec certaines à vocation descriptive et exploratoire	Les méthodes utilisées sont partagées entre quantitatives et qualitatives (73 études) voire même mixtes (31 recherches). Elles sont des études à vocation descriptive ou explicatives.
Objet des recherches	essentiellement des recherches comparatives entre des hommes et des femmes entrepreneurs.	Essentiellement des recherches comparatives entre des hommes et des femmes entrepreneurs.	Essentiellement des recherches comparatives entre des hommes et des femmes entrepreneurs. Emergence des recherches portant sur les femmes seulement, en offrant des comparaisons intra groupe

Source: adapté de AHL et al. 2016, p224.

Ce tableau représente les études faites sur l'entrepreneuriat féminin au cours des dernières années éclairant l'objet des recherches, les méthodes entreprises par les chercheurs ainsi que les pays de provenance des recherches tout en mettant en lumière la démarche entrepreneuriale.

### **2.2. Les conditions explicatives de la faible participation de la femme aux activités économiques dans la société algérienne**

Nous allons voir dans ce point le poids de l'environnement économique, institutionnel, socioculturel, politique, etc. en plus des caractéristiques individuelles de la femme sur sa contribution dans la vie économique. En d'autres termes, l'étude de l'entrepreneuriat féminin ne peut avoir lieu sans la présentation globale de son contexte d'évolution.

#### **2.2.1. Un contexte global vulnérable source de marginalisation**

Selon un rapport de la situation du monde (2003, p9), la vulnérabilité se trouve dans « *une situation où la personne est fortement exposée à certains risques ou certaines incertitudes, tout en tant peu apte à se protéger ou à se défendre contre ces risques et ces incertitudes et à faire face à l'adversité* ». A partir de cette définition, nous pouvons dire que la vulnérabilité fait référence à une certaine carence que l'individu présente, des risques desquels il veut s'acquitter.

La vulnérabilité sociale, par contre « *exprime la capacité d'une société à anticiper l'aléa, à faire face à l'urgence, à adapter son comportement en temps de crise, et à se reconstruire* » (Barroca B. et al., 2013, p7). La vulnérabilité prend en compte l'environnement externe dans la mesure où la reconstruction ne sera possible sans prendre en compte tous les risques auxquels on fait face.

Elle constitue la cause d'énormes problèmes affectant implicitement l'économie. Elle engendre souvent le chômage, la pauvreté, la discrimination, la désocialisation, la précarité de l'emploi, l'exclusion sociale, des conflits sociaux, etc. La femme est un élément clé qui peut représenter cette notion de vulnérabilité (Smadi A., 2018).

Avec la mobilisation des moyens et des ressources et de leur statut social, aujourd'hui les femmes ont tendance à prendre des décisions importantes et agir au sein de leur environnement. C'est ainsi que la vulnérabilité devient positive (Povitilo D., 2009, 6) « *une fois que la femme entrepreneure arrive à transformer ses difficultés et ses contraintes en des*

*opportunités de création d'activité entrepreneuriale ou d'emplois et valeur socio-économique* ». Elle devient en quelques sortes une source de motivation qui conduit un individu à se lancer dans un processus entrepreneurial. C'est dans cette optique que la vulnérabilité sociale pousse toute personne à évoluer et à résister.

Suite à l'élaboration de ce cadre conceptuel de l'entrepreneuriat féminin, nous avons déduis que la femme exerce l'activité entrepreneuriale pour avoir une reconnaissance sociale.

### A. Facteurs individuels

Les recherches menées sur l'entrepreneuriat se sont amplifiées dans le temps avec une prise de conscience de leur rôle dans la société. En mettant l'accent sur la personnalité de l'entrepreneure, des recherches ont montré une affinité entre leurs personnalités, leurs intentions, l'autonomie et surtout la recherche du pouvoir et de la réalisation du profit. Les femmes sont opportunistes et s'adaptent plus facilement aux situations contrairement aux hommes. Ces deux catégories présentent des différences et que les femmes ont cette particularité qui les différencie des hommes dans le sens où leur persévérance reste parfois indivisible face aux actions des hommes. La prise de décision pour les deux catégories se fait différemment dans le sens où la femme se met à analyser les diverses opportunités qui lui seront offertes par son environnement. Autrement dit, elle se met à chercher toutes les informations pouvant exister sur l'élément visé en intégrant tout ce qui peut avoir lien avec ce dernier sur un territoire donné. De plus, connaître la manière de s'incruster sur le marché en faisant recours aux organismes d'aides et d'accompagnement des pouvoirs publics pouvant lui offrir les moyens nécessaires pour faire aboutir leurs projets à termes. Par ces actes, les femmes arrivent à améliorer leur rendement, favoriser le développement de leurs entreprises pour aller à la recherche d'une meilleure pérennisation (Habib B., et al., 2014).

Cependant, les femmes cheffes d'entreprises sont énormément moins nombreuses que les hommes en Algérie et cela est dû à notre sens à la difficulté de connaître les vrais chiffres. Nous pouvons citer à titre d'exemple, l'emploi féminin ayant grimpé en Algérie. En effet, selon BIT (2019), la population active féminine a atteint un seuil de plus de deux millions de femmes (2 591 000) soit 20,4% de la population active totale (Berrah M., 2019, p1).

De plus, la consécration de la représentation politique des femmes s'est concrétisée par les lois organiques du 12 janvier 2012 qui sous entendent que l'Etat œuvre à la promotion des droit politique de la femme ses chances d'accès à la représentation dans l'assemblée élues

(Belmihoub M-C., 2016, p8). Cela a considérablement contribué au renforcement du poids et de la personnalité de la femme dans la société.

### B. Le contexte socioculturel

La société retarde les femmes dans leurs activités à cause des normes sociales. L'environnement ou l'entourage de celles-ci influence négativement le projet entrepreneurial entamé. A cet effet, toutes ces entraves exigent de la femme de participer dans la transformation de la culture sociale. La femme dans une telle situation doit gérer ces effets sociaux par la mise en place de pratiques entrepreneuriales incluant la capacité des femmes à décider de gérer des ressources ayant un impact positif sur le développement socioculturel et économique (Dali C., 2014).

Dans une société où la culture et les traditions sont plus déterminantes du poids et de statut des uns et des autres, les femmes tiennent plus à la famille plus que tout raison pour laquelle elles jouent un rôle traditionnel au sein de la famille. De plus, lors de la prise de décisions, elles sont souvent exclues les limitant aux tâches de l'éducation et de la gestion de la maison. La femme mariée est obligée d'avoir l'autorisation de son époux et la femme célibataire celle de ses parents pour effectuer toute forme d'activité.

D'ailleurs, même sur le plan de l'emploi, celles-ci doivent chercher un emploi répondant aux normes socioculturelles fixées par la société en général et par la famille en particulier dans le sens du respect du cadre tracé par les valeurs. De même, ce travail ne doit pas compromettre son rôle d'épouse ni de mère.

Pour ce qui est de la prise de décision, il existe deux catégories de femmes pouvant relativement y participer, il s'agit des plus âgées et de celles ayant une ressource financière c.à.d. participant dans les dépenses familiales. A partir de là, nous déduisons que ces femmes subissent « *une double exploitation, une exploitation en tant que femme dans son acceptation traditionnelle de ménagère, d'épouse et de mère et une exploitation en tant que source de revenus réguliers servant le plus souvent d'appoint* » (Abrous D., 1979, p51).

### C. Contexte professionnel

Durant les années 60-80, la faiblesse de l'activité féminine fut ressentie. En effet, le mariage précoce et le nombre d'enfants que les femmes avaient justifiaient souvent cette faiblesse. Avec l'indépendance, une transformation économique a attribué une place

supérieure à la femme dans la société. Les femmes travailleuses avaient un niveau assez élevé en plus de leur dévouement pour le travail. Ce dernier conjugué avec leur niveau d'instruction ont incité les chercheurs à mettre l'attention sur l'entrepreneuriat féminin et sur sa contribution au développement (Talahite F., 2008).

Certaines femmes exercent des activités momentanées le temps de préparer leur mariage et d'autres cessent leurs carrières professionnelles une fois mariées pour se soumettre aux exigences du chef de famille.

### D. Contexte institutionnel

L'Etat œuvre à promouvoir la parité entre les hommes et les femmes sur le marché de l'emploi. *L'Etat encourage la promotion des femmes aux responsabilités dans les institutions et administrations publiques ainsi qu'au niveau des entreprises* » (Belmihoub M-C., 2016, p8). C'est après quelques années que l'Etat lui a approuvée ses droits en œuvrant à la promotion des droits des femmes.

Cette évolution institutionnelle qualitative est de nature à faire évoluer la prise en charge de la promotion et de la protection des femmes. Aussi, ce cadre institutionnel a favorisé par là-même l'institutionnalisation de l'approche genre dans les différentes politiques publiques dont l'impact sur les femmes est considérable (Belmihoub M-C., 2016). Ces lois relatives ont été mises en place pour rassurer les femmes et par la suite de les offrir la chance d'accéder au marché et faire évoluer ses conditions.

Le manque d'information en devient un obstacle pour nombreuses des femmes, certaines femmes sont mal informées sur leur droits, et dispositif mis à leur faveur cela est due sûrement à leur niveau d'instruction, ainsi les associations sont là pour sensibiliser ses femmes pour qu'elle puisse accéder aux informations essentiels (Belmihoub M-C., 2016).

D'après Constantinidis Ch. et al., (2017, p46), « *la lourdeur des procédures administratives, la complexité de la réglementation, les coûts de production élevés, les difficultés d'accès au financement et le manque d'accompagnement et de suivi concrets* » représentent les freins les plus importants auxquels font face les femmes entrepreneures.

Néanmoins, l'entrepreneuriat féminin ne libère pas forcément la femme de sa position sociale traditionnellement de dominée (Smadi A., 2018, p100).

### III. Accompagnement et aides accordées aux femmes entrepreneures

#### 3.1. Définition de l'accompagnement

Tout accompagnement lors d'un processus entrepreneurial suscite la saisie d'opportunités relatives à la construction d'une entreprise puisse que cette dernière constitue un ensemble de parcours qu'on doit suivre afin d'arriver à un niveau satisfaisant avec une aisance (Messeghem K., 2011).

« *L'accompagnement est un processus qui consiste à faire passer une personne d'un état à un autre. Ce dernier est capable d'influencer la femme entrepreneure pour qu'elle prenne des décisions. Il vise à rendre le créateur (ou une équipe) autonome et capable de renouveler son organisation* » (Sammut, 2003, vallat, 2005 cités par Sammut S., 2008,9 ). La particularité de cette définition est que l'accompagnement consiste à faire progresser une personne ayant l'esprit d'entreprendre, de l'inciter afin qu'il s'engage à prendre des décisions qui peuvent être avantageux pour ce dernier.

Cuzin R., et Fayolle A., (2004, p4) considèrent que *«l'accompagnement se présente comme une pratique d'aide à la création d'entreprise, fondée sur une relation qui s'établit dans la durée et n'est pas ponctuelle, entre un entrepreneur et un individu externe au projet de création. A travers cette relation, l'entrepreneur va réaliser des apprentissages multiples et pouvoir accéder à des ressources ou développer des compétences utiles à la concrétisation de son projet»*. Par cette définition, nous dirons que l'accompagnement vise la concrétisation et le renforcement d'un lien entre l'entrepreneur et l'accompagnateur.

Ce dernier lui apportant des bienfaits tout en tenant compte des spécificités et lui permettant l'accéder à certains privilèges tel que l'assister, le guider, lui offrant des opportunités pour mieux agir lors du processus entrepreneurial, cela nécessite une mise-en-accords de deux individus. L'accompagnement fournit systématiquement une assistance aux entrepreneurs dans leurs projets que se soit en matière de formations, de compétences, d'aides financières et matérielles, etc. L'accompagnement devient, ainsi, un remède indispensable pour mener à bien les projets en leur permettant de réaliser leurs objectifs (Messeghem K., 2011).

ANSEJ, ANGEM, CNAC, ANDI sont les différents dispositifs d'aides proposés par l'Etat algérien. Ces dispositifs sont parfois incitateurs de la création des entreprises avec une mise en œuvre des actions. Ils contribuent à démontrer leur efficacité lors de la création.

Pour déclencher un processus de création, il est jugé nécessaire d'établir certaines phases pouvant mieux aider l'entrepreneur lors de la constitution de son projet. Nous avons entre autres l'accueil, l'accompagnement et le suivi de post-crédation. D'ailleurs, nous nous sommes appuyés sur les travaux de Boughanem F., (2008) pour synthétiser les différentes étapes de l'accompagnement.

### 3.1.1. L'accueil

C'est une période qui se démarque des autres dans le sens où celui-ci informe et réoriente les créateurs. C'est là où le porteur de projet expose le choix entre la volonté et la détermination de l'acte entrepreneurial. A cet effet, des conseils et une assistance lui seront proposés avec des formations techniques afin de l'orienter et effectuer un diagnostic au préalable.

### 3.1.2. L'accompagnement proprement dit

L'accompagnement propose deux parties à savoir (l'accompagnement au montage de projet et l'accompagnement financier).

- **L'accompagnement montage du projet :** durant cette période, le porteur à besoin d'une assistance concernant la maîtrise des formations techniques de gestion jusqu'à la concrétisation de son projet. C'est la phase du mûrissement, il doit faire une analyse du marché pour le montage du projet.
- **L'accompagnement financier :** il permet de mettre le porteur en relation avec la banque. « *Le rapport du conseiller d'accompagnement servant de pré-crédation financière pour certains organismes dans leur décision d'attribution de subvention au porteur* » (Boughanem F., 2008, p95).

### 3.1.3. Le suivi post-crédation

Ce dernier prend toutes les formes d'appui. Il consiste à apporter son soutien au porteur de projet pour l'aider à mieux prendre des décisions. Le conseiller avec la mise en place des outils de gestion adéquats en tenant compte de l'environnement dans lequel le projet a été conçu pour mieux établir une stratégie commerciale sur le marché. La concrétisation de ces actions présume une expertise technique de l'accompagnement pour valider le projet et assurer sa pérennité.

Avec l'intervention du pouvoir public, l'accompagnement devient une structure très complexe. A cet effet, les dispositifs peuvent être publics ou non. Lors de la phase de la création, l'accompagnement peut être interprété comme étant une relation de conseiller vers le porteur *« dans l'ensemble des pays, les femmes entrepreneures perçoivent les programmes gouvernementaux d'accompagnement comme étant lourds sur le plan d'administratif. Elles estiment qu'ils ne satisfont pas suffisamment leurs demandes en termes d'accès au financement, à la formation, l'information serait mal adaptée aux petites et moyennes entreprises qu'elles dirigent majoritairement »* (Lee Gosselin al., 2010, 16). Cette citation reflète la vision des femmes sur les programmes environnementaux, celles-ci interprètent les difficultés qu'elles peuvent rencontrer, elles ont du mal à avoir accès à certains privilèges.

Un accompagnement doit s'exprimer en termes de savoir, savoir-faire et de savoir-être pour que l'accompagnant détienne de la satisfaction.

Patrel R. et Arasti Z., (2006, p7) soulignent, *« que les actions gouvernementales, sous forme de soutiens, en faveur des coopératives de femmes et des jeunes diplômées, ainsi que les exonérations fiscales des entreprises créées dans les régions pauvres favorisent l'entrepreneuriat féminin »*.

En effet, l'accompagnement a pour mission d'inciter les individus à entamer un processus entrepreneurial. Etant donné que les normes sociales empêchent les femmes de mener à bien leurs activités et pour mieux encourager les initiatives féminines, l'Etat à facilité certaines conditions aux femmes. Ceci en les guidant vers les dispositifs afin de les aider, accompagner et apporter des avantages lors de la réalisation de leur projet.

### 3.2. L'entrepreneuriat et son accompagnement en Algérie

A une certaine période l'Etat algérien à complètement changé sa politique envers les investisseurs. Il était le seul entrepreneur, les entreprises étatiques étaient les seules à apporter des richesses au pays. Ce n'est que vers le début des années 90 que l'état devient incitateur (Aknine R. et Ferfera M-Y., 2014).

Avec la crise le rôle de l'état s'est réduit, il n'était plus en mesure d'assurer pleinement son rôle. C'est après plusieurs tentatives qu'elles ont fait recours aux initiatives entrepreneuriales, cela a permis l'ouverture économique d'où l'idée d'initiative individuelle. Avant les entreprises privées agissaient sous l'ordre de l'Etat, elles n'étaient pas reconnues.

C'est après quelques années que l'Etat accorda certaines privilèges à ce secteur en lui permettant d'accéder aux moyens techniques et financiers (Aknine R. et Ferfera M-Y., 2014).

Suite à cette situation, des regroupements ont eu lieu faisant l'objet d'un débat, le rôle de l'entreprise privée dans l'évolution du système économique dont le sujet tournait autour de la propriété privée des moyens de production. Laggoune W., (1994, p206) explique cette situation « *l'objectif étant le développement et l'indépendance économique, il faut pour cela mobiliser l'ensemble des ressources nationales. L'épargne privée peut jouer dans ce contexte un rôle non négligeable si elle est orientée vers des activités productives. Ainsi située, l'entreprise privée apparaît comme un élément constitutif et indispensable tout au moins à terme, dans le processus de développement. Ainsi la question de son existence est réglée* » (Cité par Aknine R. et Ferfera M-Y., 2014, p67).

La dynamique entrepreneuriale apparaît comme un élément nécessaire au processus de développement. Durant la fin des années 80, le secteur privé était générateur de richesses et contribuait surtout à la réduction du chômage avec la création d'emplois. A un moment donné, l'Etat n'était plus en mesure de contrôler le chômage à cause de la crise demandant plusieurs efforts et contestations. Ce phénomène a consenti aux investisseurs privés d'avoir accès aux lois et dispositifs en guise d'encouragement de la part du pouvoir public dans leur processus entrepreneurial (Aknine R. et Ferfera M-Y., 2014). L'accompagnement de ces porteurs de projets dans leur procédure préconise non seulement un avantage pour ces entrepreneurs mais également favorise la création de la richesse et de l'emploi.

Les dispositifs concernés sont l'ANSEJ, l'ANDI et la CNAC. De ce fait la création d'entreprise s'est rapidement répandue devenant source importante de développement local grâce à la diversification des entreprises. Les investisseurs privés sont identifiés comme étant les seuls à recommander des solutions aux problèmes délaissés par le secteur publics. Malgré la volonté de valoriser de nouvelles expériences, l'entrepreneur demeure confronté à de plusieurs oppressions entravant son développement. L'Algérie se situe parmi les pays qui enregistrent les plus grandes difficultés de création d'entreprise (Tahir metaiche F., et Bendiabdellah A., 2016).

L'entrepreneuriat apparaît comme un processus de socialisation qui met un intérêt assez particulier au développement devenu l'objet de recherche. Il ne cesse de jouer un rôle déterminant dans le modèle économique.

### Conclusion

A partir des différents points traités dans ce chapitre nous déduisons que l'entrepreneuriat est un phénomène complexe simulateur de croissance. Il contribue au développement à travers la participation des agents sociaux sans oublier que cela ne serait pas possible sans l'entrepreneur innovateur qui favorise la diversification de la croissance et de l'économie.

La gente féminine occupe un rôle particulier dans l'évolution du système économique à l'issue de leur démarche entrepreneuriale. Il en ressort qu'elles sont considérées comme des acteurs qui agissent pour trouver des solutions aux problèmes de la société. L'accompagnement apporté à ces entrepreneures devient un moyen de les inciter à s'inscrire dans la démarche entrepreneuriale en accédant à des opportunités.

L'évolution de l'entrepreneuriat féminin est perçue comme une source assez importante pour la satisfaction des besoins économiques. La stimulation du projet par les femmes est susceptible de réduire le chômage et de générer des revenus. A partir de là, nous pouvons dire que l'entrepreneuriat féminin occupe une place remarquable dans le monde. D'ailleurs, selon Himrane M., (2017), c'est dans ce contexte que Muhammed Yunus (2007) stimule que la collaboration des entreprises féminines est un instrument très efficace pour lutter contre le chômage et bien d'autre contrainte sociale, et que l'émergence de ce type d'entreprises contribue dans la diminution, d'une manière assez impressionnante, la pauvreté dans les zones rurales.

Chapitre II :  
L'entrepreneuriat féminin  
acteur de développement par la  
création d'entreprise

## **Chapitre II : l'entrepreneuriat féminin acteur de développement par la création d'entreprise**

---

### **Chapitre II : l'entrepreneuriat féminin acteur de développement par la création d'entreprise**

Il est évident que les entreprises construites par les femmes sont susceptibles de favoriser le développement socioéconomique. L'entrepreneuriat féminin est perçu dans la société algérienne comme l'un des déterminants majeur, constituant un instrument efficace, c'est un facteur de croissance, de lutte contre le chômage et la pauvreté.

Les activités menées par les femmes sont souvent à l'origine de la valorisation du statut de la femme dans la société, pour être reconnue, et établir l'égalité. Elles font face à plusieurs contraintes spécifiques, avant d'accroître leur activité, le travail de la femme reste parfois invisible ce qui explique souvent par leur rôle marginale. Avec l'émergence de l'entrepreneuriat féminin en Algérie aujourd'hui les femmes ont commencé à s'imposer en tant qu'actrice, elles ont commencé à s'intégrer sur le marché, plusieurs phénomènes ont favorisé le façonnement de la situation présente de la femme. De plus l'entrepreneuriat féminin en Algérie est plein essor il est entrain de connaître une vraie évolution grâce au pouvoir public qui ne cesse de les encourager.

L'objet de ce deuxième chapitre est de présenter l'entrepreneuriat féminin en tant qu'acteur de développement par son processus de création d'entreprises. Pour se faire, nous allons le subdiviser en deux sections. La première section serait consacrée aux approches et au profil de l'entrepreneuriat féminin. La deuxième section mettra l'accent sur les motivations et les contraintes que rencontrent les femmes entrepreneures.

### **Section 1 : Approches et profil de l'entrepreneuriat féminin**

Etre entrepreneur préconise de prendre des responsabilités et des risques qui pourront jouer en sa faveur et qui lui permettront de participer de manière quotidienne à l'évolution et au développement de son milieu. Les femmes possèdent diverses éventualités qu'elles utilisent dans le cadre du travail pour proliférer des relations avec les autres (Dali C., 2014). Le concept d'entrepreneuriat féminin ne renvoie pas seulement à la femme et à l'idée de créer une entreprise, il analyse aussi la situation de la femme dans la société et nous mène à construire une société moins inégalitaire.

### I. Approches de l'entrepreneuriat féminin

Actuellement, l'entrepreneuriat féminin en Algérie reste en phase d'émergence. Les femmes sont plus motivées que jamais à l'idée de créer des projets en mettant en pratique des stratégies d'affaires.

Les femmes en Algérie se sont lancées dans le processus entrepreneurial pour plusieurs raisons. Tout d'abord, la volonté de vouloir fuir le chômage, le plus souvent les entreprises qu'elles dirigent sont de petite taille avec des employés parfois limités ceci se justifie souvent par le manque d'expérience et/ou des contraintes financières. Ensuite, « *une construction de leur projet autour d'une vision traditionnelle des compétences, connaissances et rôles sociaux féminins* » (Constantinidis Ch., et al. 2017, P41).

La femme dans son processus d'intégration du marché du travail et de l'entrepreneuriat est passée par plusieurs étapes « *d'ailleurs, l'intérêt porté par les chercheurs et le gouvernement au travail des femmes en Algérie relève d'un ensemble mutation socioculturelles économique* » (Smadi A., 2018, p175). A travers cette définition, nous pouvons affirmer que le milieu social peut influencer d'une manière ou d'une autre un entrepreneur dans sa décision. De plus, les recherches accentuées sur l'entrepreneuriat féminin mettent en évidence le dynamisme et la condition de la femme pour conclure que celles-ci sont le fruit de leur contexte socioculturel (Dif A. et al. 2014).

Les contraintes ont poussés la femme à s'insérer dans le monde des affaires pour mieux concevoir l'esprit d'entreprise. L'autonomisation de la femme favorise l'accroissement de la productivité ce qui permet de développer le secteur industriel. La création de nouveaux emplois pour d'autres personnes vulnérables contribue par conséquent à la stabilité économique du pays. La littérature académique algérienne traitant de l'entrepreneuriat féminin demeure pauvre (Gillet A., 2007).

« *Le contexte Algérien s'avère un peu délicat, l'entrepreneuriat féminin fait l'objet d'un grand débat sur la relation entre l'entrepreneuriat et le genre* » (Tahir metaiche F., 2018, P.4). Néanmoins, en effet nous assistons ces trois dernières années, un tant soit peu, à un regain d'intérêt académique de l'entrepreneuriat, pour un tel phénomène, devenu essentiel dans le développement social ainsi que l'évolution économie sociale (Ben makhlouf Y., et Aknine R., 2019, p614).

## Chapitre II : l'entrepreneuriat féminin acteur de développement par la création d'entreprise

---

Selon Tahir Metaiche F. et Bendiabdellah A., (2016, p221), des études sur l'entrepreneuriat féminin à travers le monde ont permis d'identifier trois grands thèmes de recherche : les sources du financement des projets portés par des femmes, la gestion des réseaux capital et social de la femme entrepreneure et la mesure de la performance. Ces points permettent d'établir une meilleure compréhension de ses réalités. Le concept de l'entrepreneuriat féminin s'est amplifié dans le monde et ceci après plusieurs efforts « *la relégation des femmes dans l'espace domestique est le résultat d'un long processus d'exclusion lui-même parallèle à l'affermissement de prépondérance masculine dans les activités économique : élevage, agriculture, puis une partie de l'artisanat* » (Abrous D., 1979, p21).

L'apparition des femmes dans l'entrepreneuriat s'attache à mener des recherches accentuées sur l'entrepreneure et sur ses rapports sociaux, la conjoncture de la femme ainsi que le déroulement de ses activités. De ce fait, trois approches (Querrec F., 2018) expliquent le phénomène entrepreneurial des femmes.

### 1.1 L'approche fonctionnaliste

Cette approche essaie de montrer que la femme et l'homme sont différents selon leurs caractéristiques biologiques. Selon cette approche les femmes ne disposent pas assez de compétences et de capacités et de détermination pour se lancer dans la culture entrepreneuriale. Elles sont moins qualifiées que les hommes. La gente féminine est marginalisée et doit orienter son occupation dans la vie familiale à défaut de son manque de performance de sensibilité et de compréhensibilité. Ici, nous assistons à un régime patricial où la femme est infériorisée et où l'inégalité est au sommet vue que les femmes sont orientées vers la sphère privée et les hommes vers la sphère publique.

En effet, « *les fonctionnalistes partent du postulat que l'homme et la femme naissent avec des rôles sexués renvoyant à une vision naturaliste et biologique des sexes* » (Constantinidis C., 2014, p289). Par ce postulat, les fonctionnalistes essaient de faire une comparaison sur les différences pouvant exister entre les hommes et les femmes.

D'après une recherche, « *le genre s'exerce matériellement dans deux champs fondamentaux : la division socio sexuée du travail et des moyens de production; l'organisation sociale du travail de procréation où les capacités reproductives des femmes*

*sont transformées et le plus souvent exacerbées par diverses interventions sociales* » (CNRC, 2000, p192)<sup>1</sup>.

### 1.2 Approche féministe

Critiquée par les fonctionnalistes, c'est une approche qui s'appuie sur le sexe socialement construit qui renvoie à deux processus, qui sont les mécanismes de séparation et les processus de hiérarchisation. De ce fait, *« Les mécanismes de séparation se manifestent au travers de l'attribution de rôles, de fonctions et de compétences spécifiques à chacun des sexes cela fait référence à la capacité des deux individus. Ceux-ci contribuent à déterminer ce qui est considéré comme masculin ou féminin menant à des représentations stéréotypées de sexes. Les processus de hiérarchisation désignent la structuration de la société autour d'une norme masculine visant à valoriser davantage les caractéristiques, les hommes disposant d'une certaine faveur contrairement à la femme, les valeurs ou les comportements perçus comme masculins au détriment de ceux identifiés comme féminins »* (Constantinidis C., 2014, p291).

A travers cette approche, nous apercevons le rôle des individus et leur implication dans le cadre entrepreneurial chacun avec ses atouts et ses caractéristiques. Dans cette approche, il existe deux courants féministes. La théorie du féminisme libéral et la théorie du féminisme social.

✓ **La théorie féministe libérale :** Cela fait référence à des valeurs universalistes reposant sur le fait que les individus sont tous similaires. Même avec cela parfois les femmes font face à la discrimination et d'autres injustices et contraintes qui entravent leurs chances de vouloir réaliser leurs projets. Afin d'éclaircir cette théorie, *« les études relevant de cette approche mobilisent des facteurs situationnels et contextuels plutôt que des facteurs individuels de type essentialiste pour expliquer les freins à la création et au développement d'entreprises par les femmes et les différences observées entre femmes et hommes entrepreneurs »* (Querrec F., 2017 /2018, p16). Nous pouvons déduire que l'approche féministe libérale vise à analyser la situation de la femme et voir les failles auxquelles celles-ci sont confrontées dans la société lors de la concrétisation de leur plein potentiel.

---

<sup>1</sup> Groupe d'études sur la division sociale et sexuelle du travail du CNRS et de l'Université de Paris VIII, Dictionnaire critique du féminisme, Paris : Presses universitaires de France, 2000, p. 192

✓ **La théorie féministe sociale** : cette théorie part du constat que l'homme et la femme sont différents. En effet, la femme entrepreneure possède des attributs uniques et précieux pour le monde de l'entrepreneuriat identifiés comme ressources, opportunistes pour elles ainsi que pour leur milieu plutôt que comme des freins (Querrec F., 2018). Les femmes disposent de caractéristiques personnelles propres à elles et des compétences qui leur permettent de bien mener leur activité. Ces atouts les mettent sur le même pied d'égalité que les hommes.

### 1.3 Approche socioconstructiviste

Dans cette approche, c'est la norme masculine qui est indexée pour ses fonctions dans le cadre de l'entrepreneuriat. Selon Querrec F., (2018, p20), cette approche *« oriente toutes les recherches sur les données similaires et stériles : (...) le positionnement des individus dans des catégories sexuées conduit à reproduire dans la recherche l'inégalité des sexes et une subordination des femmes dans la société »*.

Dans ces conditions, il est utile de tenir compte de l'environnement social ainsi que du lien que nous pouvons tirer entre celui-ci et les acteurs. Ceci étant donné que cette approche socioconstructiviste met l'accent sur le vécu des femmes et constate les effets sur le genre ainsi que sur leur choix.

Dans ce contexte, *« les études relevant du socioconstructivisme ne cherchent plus à déterminer la réalité « objective » des femmes entrepreneures mais à comprendre comment le genre est construit par les différents acteurs dans leur environnement social »* (Querrec F., 2018, p20).

Ces approches valorisent l'esprit d'entreprise dans la société à travers une implication des acteurs, chacun ayant un rôle spécifique, et une caractéristique propre à lui. De cet fait, *« les facteurs culturels et sociaux maintiennent des stéréotypes qui génèrent des différences de genre en défaveur des femmes dans la démarche entrepreneuriales »* (Amrhar, 2011, cité par Dali C., 2011, p201).

### Profil de la femme entrepreneure

L'idée d'entreprendre se traduit par la capacité des individus de mettre en pratique un savoir-faire. L'entrepreneuriat féminin présente diverses réalités économiques.

## **Chapitre II : l'entrepreneuriat féminin acteur de développement par la création d'entreprise**

---

L'émergence de la culture entrepreneuriale est d'autant un événement psychologique et économique, les femmes entrepreneures représentent toutes des caractéristiques spécifiques pouvant leur permettre de diriger de manière innovatrice. En dépit des efforts consentis, les femmes restent confrontées à certaines difficultés au cours de la création et du développement de leur entreprise.

### **II. Profil de la femme entrepreneure en Algérie**

Les recherches sur le profil des femmes entrepreneures en Algérie (Tahir metaiche F., 2016 ; Himrane M., 2016; Hassani H., 2017 ; Smadi A., 2018, Ben makhoul Y., 2019, etc.) mettent l'accent sur les caractéristiques sociodémographiques, psychologiques, celles liées à la formation, à l'expérience professionnelle, au statut, aux secteurs d'activité créés et à leur savoir faire managérial.

Welsch et Young (1984) ont montré qu'aux Etats Unis, les femmes entrepreneures sont assez jeunes plus que les hommes entrepreneurs ce qui leur attribue une certaine éventualité dans la vie sociale (Zoutien J. et Levy Tadjine T., 2005). Les femmes sont dotées d'un savoir faire ancestral.

Les principaux travaux portant sur l'entrepreneuriat féminin dans le monde se répartissent essentiellement autour de trois points : le profil de la femme entrepreneure, celui de l'entreprise créée et des secteurs de présence de celle-ci et enfin sur leurs attitudes et leur vécu (Cornet A. et Constantinidis C. 2004 ; De Bruin A. et Al .2007 ; Dif A. et Adel F-Z., 2014, Smadi A., 2018).

#### **2.1. Classe d'âge des femmes entrepreneures**

Selon les statistiques du CNRC (2021), pour les personnes physiques, la tranche d'âge qui domine est située entre 39 et 48 ans, avec un taux de 25,56%, suivie de la tranche 49-58 ans, avec un taux de 24,58%, ainsi pour les personnes morales, c'est également la tranche d'âge 39-48 ans qui domine, avec un taux de 32,54%, suivie de la tranche de 49 et 58 ans, avec un taux de 24,73%.

En effet, à un certain âge, la femme dispose de plus de temps pour exercer ses activités entrepreneuriales étant donné que ses responsabilités s'allègent. Ces dernières concernent son foyer et l'éducation de ses enfants ce qui serait avantageux pour elle afin qu'elle puisse mieux se concentrer sur la vie professionnelle. De plus, selon les statistiques de l'ANGEM

## **Chapitre II : l'entrepreneuriat féminin acteur de développement par la création d'entreprise**

---

(2017), 70% bénéficient de ce dispositif à l'âge de 40 ans en moyenne lors de l'octroi du crédit (Ben makhlouf Y., 2019). Dans ce sens, ceci explique qu'il existerait des obstacles auxquelles font face les femmes algériennes dans le cadre de l'entrepreneuriat ceux malgré leur implication.

### **2.2. Statut des femmes entrepreneures**

Les mutations économiques ont contribué à offrir plusieurs opportunités à la femme notamment celles qui sont instruites pour en bénéficier des aides offertes par les dispositifs, notre intérêt se porte sur les entrepreneures algériennes. Au sujet de la situation matrimoniale, nous retrouvons dans le contexte algérien que la majorité des femmes entrepreneures sont mariées, suivies par une partie minoritaire de femmes célibataires. Par contre, la part de femmes entrepreneures divorcées et veuves est vraiment très limitée.

Ceci nous amène à confirmer que le mariage ne constitue pas un obstacle à la création d'entreprise par la femme, étant donné que certaines s'appuient sur le rôle que peut jouer leur époux en guise de soutien moral et parfois même financier (Hamoudi S., Abedou A. 2018). Mais la conciliation de la vie familiale et professionnelle complique un peu la situation de celle qui sont mariées, contrairement au jeunes célibataires qui disposent de plus de temps, Celles-ci consacrent leurs temps au travail avant leur mariage. Les veuves et les divorcées sont plus incitées à se lancer dans une activité en créant leurs entreprises pour des objectifs spécifiques. Ces derniers résident dans le fait d'aider leur famille en général et leurs enfants en particulier et/ou par plaisir du métier.

### **2.3. Les secteurs de présence des femmes entrepreneures**

Une femme entrepreneure se tache de s'organiser afin de créer de nouveaux emplois pouvant contribuer à la création de richesse. Les activités économiques les plus répandues chez les femmes sont : santé et action sociale 931 (en milliers) soit 45,1%, l'industrie manufacturée avec 389 (en milliers) soit 18,9%, l'administration publique 287(en milliers) soit 13,9%, autres services avec 207(en milliers) soit 10,1% le commerce 91 (en milliers) soit 4,4 %; l'agriculture avec 77 (en milliers) soit 3,7%, transport et communication 39 (en milliers) soit 1,9%, la construction 28 (en milliers) soit avec 1,4%, et enfin l'industrie extractive avec 13 (en milliers) soit 0,6% (Berrah. M., 2019). Ces statistiques confirment la féminisation des secteurs de présence des femmes entrepreneures algériennes tel que les

## **Chapitre II : l'entrepreneuriat féminin acteur de développement par la création d'entreprise**

---

services, l'artisanat l'agriculture et le commerce. Celles ci décident de se lancer dans les activités entrepreneuriales parfois même avec un diplôme de l'enseignement supérieur, « l'étude du CRASC menée sur un échantillon d'une centaine de femmes entrepreneures algériennes, 24,7% des femmes entrepreneures ont un niveau d'instruction supérieur » (Ben makhlouf Y., 2019, p123). Ce qui explique qu'elles disposent de savoirs ce qui peut leur permettre de faire recours à d'autres formations.

### **2.4. Répartition géographique des femmes entrepreneures en Algérie**

Le rythme d'inscription des femmes entrepreneures dans le cadre de l'entrepreneuriat a évolué de manière positive ces dernières années.

L'entrepreneuriat féminin par son rôle de création d'emplois permet de lutter contre le chômage et réduire le taux de l'informel (Djoher A., Imekhelaf R., 2020). Les différentes entreprises créées par celles-ci se localisent selon les statistiques du CNRC (2014 ) dans les zones urbaines nord et essentiellement nous avons, dans la wilaya d'Alger avec une proportion de 11% du taux global, suivie de la wilaya d'Oran Avec 7%, de Tlemcen avec 4,4%, de Constantine avec 4,2%, de Blida 3,7% et de Tizi-Ouzou avec seulement 3,5% (Ben makhlouf Y., P.121).

Comme nous venons de le signaler plus haut, l'entrepreneuriat féminin en Algérie s'est renforcé ces dernières années. 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, selon le nombre des femmes entrepreneurs a connu une croissance de 60,1% (Djoher A., et Imekhelaf R., 2020 p.4).

### **3. Spécificités de la femme entrepreneure**

Le terme entrepreneuriat n'est plus un concept nouveau pour chacun. Depuis longtemps, les hommes participaient aux activités entrepreneuriales. Par la suite, les femmes ont su mettre en pratique leurs compétences et savoirs-faires pour mieux gérer et développer le concept et en apporter un supplément « *c'est un domaine de recherche spécifique et singulier* » (Levy-Tadjine et Zouitien, 2005, p6). En effet, il est considéré comme étant un domaine singulier dans le sens de sa particularité. En d'autres termes, les femmes ont tendance à se lancer dans les projets entrepreneuriaux par besoins ou par nécessité

## Chapitre II : l'entrepreneuriat féminin acteur de développement par la création d'entreprise

---

économique n'ayant pas suffisamment les conditions adéquates pour mieux gérer les problèmes rencontrés.

De part leur spécificité, les femmes entrepreneures ont des raisons différents des hommes quand elles veulent investir, à travers leurs participations dans bon nombre d'activités. Ceci met en évidence cette spécificité en termes d'entrepreneuriat. D'ailleurs, il existe d'autres études sur les femmes entrepreneures qui « *ont mis en évidence la spécificité d'entrepreneuriat en termes de personnalité, de motivation, d'aptitude, de comportement, et de vision cognitive* » (Firlas M., p6).

Pour les femmes, la création d'entreprise constitue un système d'interrelations (Dali C., 2014). Elles sont souvent entraînées par le système de valeur personnel. La performance des femmes entrepreneures est bel et bien remarquable dans les activités de petites et moyennes entreprises. Elles rapportent aux activités de l'innovation génératrice de revenus se transformant en une sorte de développement alternatif (Dali C., 2014). En somme, il n'existe pas un type unique de femme entrepreneure, chacune d'elles a des caractéristiques différentes.

### 4. L'intention entrepreneuriale chez les femmes

Une personne dotée d'un savoir faire et de compétences peut, sans doute, devenir entrepreneur sans même l'avoir décidé ou encore sans même passer à l'acte. L'entrepreneur ne se voit pas comme un décideur mais plutôt comme un individu qui poursuit des opportunités s'intéressant à l'équilibre du marché sous l'influence d'un ensemble de facteurs (Hernandez E-M., 1997). Des chercheurs comme Norris F., Krueger Jr. et Alan L., Carsrud (2000), Michael D.Reilly ont utilisés la théorie du comportement planifié d'Icek Ajzen (1991) pour étudier les intentions entrepreneuriales « *cette intention nécessite d'avoir des attitudes favorables envers le comportement en question ; d'estimer que son entourage approuve le comportement (normes sociales perçues) ; et de penser posséder les ressources ou capacités nécessaires pour parvenir à adopter ce comportement* ». (Hernandez E-M., 1997 P.8)

Il en ressort de cette définition que l'intention entrepreneuriale permet d'identifier les caractéristiques appropriées à un entrepreneur. Cela lui permet d'avoir une vision stratégique utile lors du passage à l'acte. Lors d'une perspective processuelle, il ne faut pas se limiter à l'intention mais il faut aller au-delà. Étant donné que ce dernier ne suffit pas, le mieux serait de passer à l'acte pour concrétiser (Hernandez E-M., 1997). De ce fait, nous pouvons dire que

l'intention peut faire référence à une motivation de l'individu pouvant l'encourager à développer son esprit entrepreneurial ; c'est une période déterminante pour l'entrepreneure (Dif A., 2010).

### 5. Les caractéristiques des femmes entrepreneures

Il y'a des différences et des similitudes entre les femmes et leurs homologues masculins non seulement sur le plan biologique mais aussi sur le plusieurs autres plans lorsqu'il s'agit d'entreprendre. C'est pourquoi, elles ne disposent pas des mêmes caractéristiques. Sous l'influence de la société, les femmes entrepreneures s'engagent souvent dans les activités entrepreneuriales, elles mettent en avant leurs caractéristiques personnelles en relation avec leur environnement pour analyser le fonctionnement de leurs entreprises. D'ailleurs, l'ensemble de ces éléments sont à l'origine de la décision à prendre en commençant par la phase de création jusqu'à leur implication sur le marché (Himrane M., 2018).

Parmi les principales caractéristiques personnelles selon Himrane M., (2018, p.90-91) nous avons :

#### - La prise de risque

Toute création de projet préconise la prise de risque. Ainsi tout individu indulgent aux risques est persuadé à l'idée d'entreprendre dans le futur pour avoir des opportunités de croissance. Selon Parker S., (2009, p145) « *l'aversion au risque augmente avec l'âge* ».

#### - Le besoin d'accomplissement

Tout entrepreneur emploie des moyens pour satisfaire ses besoins, c'est pourquoi lors de la prise de décision il doit être autonome, ne pas dépendre de son entourage au moment de la création. D'après Rauch et Frese (2007), « *il n'est pas surprenant que l'autonomie soit la plus importante qualité pour les activités entrepreneuriales* » (Himrane M., 2018, p91).

#### - Le locus de contrôle interne

Ce sont des personnes en mesure de maîtriser les situations et susceptibles d'établir un contrôle sur les événements de la vie pour s'entendre au risques et toutes autres contraintes. Contrairement aux individus caractérisés au locus de contrôle externe, ils croient que « *les événements de la vie sont les résultats de facteurs externes tels que le hasard, la chance, etc.* » (Himrane M., 2018, p91).

### Section 2 : Motivations et contraintes des femmes entrepreneures en Algérie

De nos jours, la femme présente un fort désir entrepreneurial où l'entrepreneuriat présente une sorte d'échappatoire au chômage pour celle-ci. Belcourt et al. (1991) décrivent la femme entrepreneure comme *«cette femme qui recherche l'épanouissement personnel, l'autonomie financière et la maîtrise de son existence grâce au lancement et à la gestion de sa propre entreprise »* (Tahir Metaiche F., 2016, p223). De ce fait, l'entrepreneuriat féminin est vu comme un facteur favorisant la diversification de l'économie.

#### I. Motivations des femmes entrepreneures

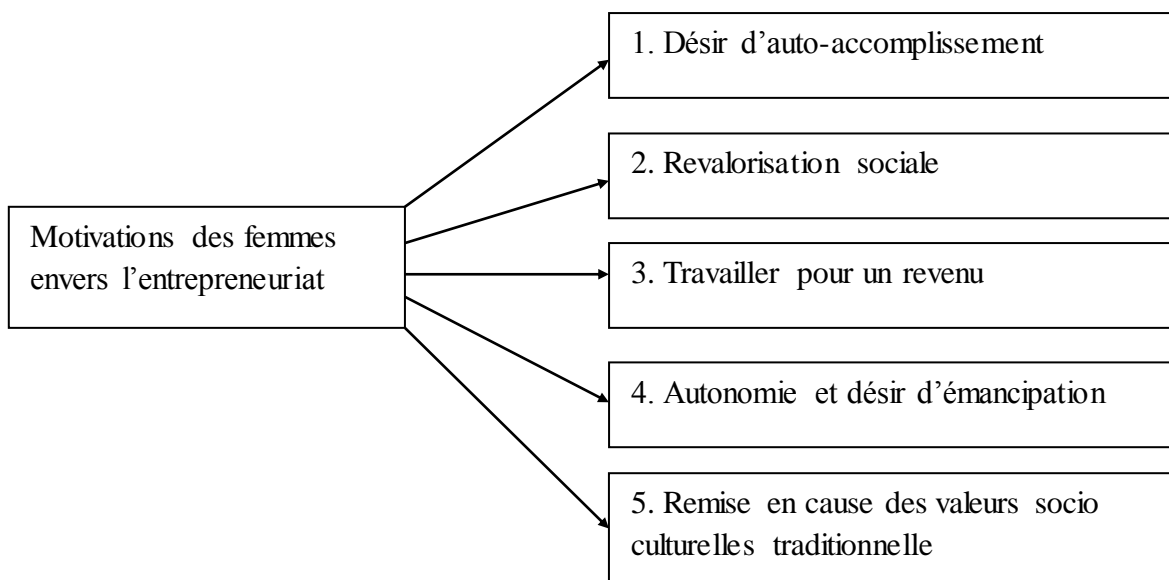
Bien évidemment, en Algérie les femmes ont tendance à rencontrer quelques problèmes socioéconomiques lors de la concrétisation de leurs projets, c'est pourquoi elles sont déterminées à faire face à ces conditions pour faire croître leurs activités représentant, ainsi, une forme de motivation *« suite à l'approche de la motivation de Louart (1997), nous définissons la motivation entrepreneuriale de la façon suivante : elle traduit les liens entre l'activation de l'énergie interne et son orientation vers la création d'une entreprise. Elle est le résultat de déterminants personnels et environnementaux plus ou moins conscients. Elle mobilise le sujet vers la création d'une entreprise, dont le contour se construit à partir de représentations et des enjeux qu'il y voit pour lui-même. L'individu agit selon des directions qu'on peut interpréter de façon causale ou projective. L'énergie interne prend sa source dans l'existence de besoins non satisfaits »* (Estay C., 2011, P141).

La motivation explique les liens entre l'activation de l'énergie interne et son orientation vers des buts particuliers. L'homme agit selon des directions que nous pouvons interpréter de façon causale ou projective. Dans un premier sens, la motivation constitue le résultat obtenue après détermination et/ou après intention. Dans le second, elle mobilise le sujet vers des finalités suite à cela motivation se traduit par l'acte entrepreneuriale, la volonté de créer à partir de représentations et des enjeux qu'il y voit pour lui-même les deux façons de voir sont complémentaires.

Selon Jeanne Buggain (1998, p8), *« la principale raison qui pousserait les femmes à faire des affaires en Afrique seraient l'absence d'autres sources de revenu. De plus, l'analphabétisme de la majorité des femmes étant derrière leur exclusion sur le marché du*

*travail, les bas salaires, l'insatisfaction au travail, le désir d'améliorer leur condition de vie »* (cité par Kounta S., 1997, P 26-27).

**FIGURE N°1 : La hiérarchie des motivations à l'entrepreneuriat des femmes algériennes**



Source : Boufeldja G., 2020, P138.

Ces facteurs motivants sont considérés comme une exhortation de la femme dans le monde des affaires. Ce schéma fait allusion aux conditions dans lesquelles les femmes se trouvent étant donné qu'elles sont confrontées à certaines défaillances.

**1.1. Les différents facteurs motivationnels des femmes entrepreneures**

L'entrepreneuriat féminin en Algérie repose sur la perception sociale, raison pour laquelle nous devons comprendre les motivations des femmes à entreprendre pour mieux concevoir la réalité de celles-ci. La motivation met l'accent sur les raisons décrivant la participation ou l'implication de la femme concernant sa décision entrepreneuriale. Cette dernière constitue un facteur permettant à la femme d'être influencé dans le processus entrepreneurial (Smadi A., 2018).

Les femmes entrepreneures s'impliquent dans le monde entrepreneurial pour mieux améliorer leur situation économique et sociale. Il existe plusieurs motivations et approches de

## Chapitre II : l'entrepreneuriat féminin acteur de développement par la création d'entreprise

---

celles-ci qui essaient de donner les différents facteurs (Smadi A., 2018) derrière ces femmes à exercer un projet :

- **les facteurs internes** : avoir des opportunités, avoir l'argent, être autonome et indépendant, être son propre patron, l'amour du métier, etc.
- **les facteurs externes** : opportunité offerte, rôle d'un tiers qui pousse ou incite, perte d'emploi, insatisfaction dans son emploi antécédent, absence d'emploi adéquat (Lee-Gosselin H. et Grisé J., 2010, p10).

D'après Ben Makhoulf, les femmes entrepreneures algériennes peuvent être motivées par plusieurs motivations lors de la prise de décision entrepreneuriale (Ben makhoulf Y., 2019) Nous les synthétisons comme suit :

- a. Disposer d'un revenu** : la motivation pour obtenir un revenu n'est pas la même chez toutes les femmes. Certaines femmes décident de s'impliquer dans le monde entrepreneurial juste pour avoir un revenu afin de combler leur situation économique. Généralement pour ses femmes la création d'entreprises est un moyen d'obtenir une source de revenu. Par contre, il y'a certaines femmes qui espèrent avoir plus de revenus et qui cherchent à obtenir d'autres opportunités plus satisfaisantes.
- b. Stabilité et qualité du travail** : Certaines femmes ont cessé de travailler juste parce qu'elles subissaient des harcèlements à l'égard des hommes au lieu de leur travail. De ce fait, elles décident de créer une activité pour répondre aux insatisfactions au travail antérieur, c'est un moyen donc de se stabiliser. Pour ces femmes, l'entrepreneuriat est vu comme « *un moyen de rupture avec leur situation d'inactivité (sortir du chômage) ou de marginalisation dont elles peuvent être victimes, surtout avec l'instabilité du marché de l'emploi en Algérie et la qualité des emplois précaires proposés aux femmes* » (Ben Makhoulf Y., 2019, p127).
- c. Être autonome** : être autonome financièrement consiste à subvenir aux besoins financiers. Ceci ressemble aux femmes qui décident d'entreprendre juste pour avoir un revenu. Toutefois, il existe de même des femmes motivées par l'autonomie décisionnelle. Celles ci sont plus ambitieuses, elles cherchent plus d'opportunités et essayer de se stabiliser en organisant plus leur vie privée et professionnelle. Pour elles, être leur propre patron serait envisageable pour mener à bien son activité.

## Chapitre II : l'entrepreneuriat féminin acteur de développement par la création d'entreprise

**d. Innover :** ces femmes sont motivées à l'entrepreneuriat suite à l'innovation pour ces femmes l'innovation contribue au développement et favorise la saisie de plusieurs opportunités.

Comme nous l'avons signalé plus haut, il ya d'autres études qui appréhendent les motivations à partir de plusieurs angles (voir tableau N°02). En effet, Slamani et al (2017, p.128), dans leur étude sur les facteurs de motivation des femmes entrepreneures en Algérie, ont indiqué « *qu'il existe une différence dans les motivations des hommes et des femmes à entreprendre. En effet, les hommes sont beaucoup plus portés par des facteurs «pull» (avoir plus de revenu, exploiter une opportunité d'affaire, détection d'un nouveau marché...). Ils sont de ce fait, majoritairement des entrepreneurs par opportunité. A contrario, les femmes sont beaucoup plus touchées par des facteurs «push» (insatisfaction dans l'emploi précédent, désir de reconnaissance sociale...). Elles sont donc des entrepreneures par nécessité* ».

**Tableau N°3 : les facteurs motivationnels des femmes entrepreneures**

Facteurs Pull	Facteurs push
-Besoin d'autonomie et d'accomplissement personnel ; -Désir d'organiser soi même sont travail ; -L'envie de lancer de lancer ou service ; -Saisir une opportunité ou relever un défi ; -peu de possibilités de promotions et « <i>plafond de verre</i> » (volonté de rompre avec des règles).	-Chômage ; -Raisons familiales comme les dettes du conjoint, licenciement, reprise de l'activité suite à un décès du père ou du conjoint

Source : synthèse des travaux de Cornet A.et Constantinidis C. (2004,197).

Ces deux catégories de facteurs reflètent la réalité de la femme entrepreneure. Elle est dite positive lorsque l'entrepreneure décide de saisir des opportunités d'affaires et dite négative quand il y'a une insatisfaction dans le milieu professionnel (Ben makhoul Y. et Aknine R., 2019).

**Tableau N°4 : quelques motivations selon les auteurs**

<b>Les motivations</b>	<b>Auteurs</b>
- Désir d'indépendance	- Hisrich(1986) - Hughes (2006) - Simonin(2006) - Humbert et Drew (2010)
- Désir de relever le défi	- Butter et more1997 - Mc Gowan et al(2012) - Humbert et Drew (2010)
- Accomplissement de soi	- Hisrich(1986) - Simonin(2006) - Mc Gowan et al(2012)
- D'être son propre patron	- Mc Gowan et al(2012) - Davis et Abdiyeva (2012)
- Conciliation entre travail et famille	- Mc Gowan et al(2012) - Humbert et Drew (2010) - Butter et more (1997)

Source : synthèse faite sur la base des travaux d'Aude d'Andria et Inès Gabarret (2016, p92).

Suite à ce tableau, nous voyons très clairement que les auteurs présentent des avis différents concernant la motivation, même si ils sont tous sur la même longueur d'onde. Avec le temps il y'a évolution du concept entrepreneuriat féminin, qui surgit avec plusieurs autres facteurs motivant, malgré cela il y'a bien d'autres causes qui peuvent en freiner cette envie des femmes à poursuivre leurs rêves ou d'être autonomes. D'où elle cherche l'équilibre afin de se stabiliser et éviter certaines conditions qui peuvent nuire à leurs emplois. Nous pouvons dire finalement que la conception de l'entrepreneuriat féminin a fait l'objet d'un débat où chaque auteur possède un avis différent notamment pour ce qui est de la motivation entrepreneuriale.

La motivation est l'une des principaux facteurs pour la décision de se lancer dans une démarche entrepreneuriale à laquelle s'ajoutent d'autres facteurs démographiques, économiques, socio-environnementaux, etc. L'ensemble de ces facteurs incitent, avec volonté et détermination, des acteurs à entreprendre. Il est également utile de prendre en compte l'environnement extérieur. Tous ces facteurs évoqués influencent d'une manière ou d'une

autre l'émergence de l'entrepreneuriat féminin plus particulièrement la création d'entreprises faites par les femmes (Boufeldja G., 2018). Cela dans un objectif d'éclaircir une expression plus visible de l'entrepreneuriat.

### 1.2. Compétences entrepreneuriales

Friedlander (1996) dans sa définition de compétence fait référence à une combinaison d'habilités, de connaissances et d'attitudes indispensables pour exercer un rôle. De ce sens, « *la notion de compétences a récemment été adoptée dans le champ de l'entrepreneuriat pour faire référence à la combinaison de connaissances (savoirs), d'attitudes (savoir-faire) et habilités (savoir-être) nécessaires pour être effectif (performant) durant le processus entrepreneurial* » (Aouni Z. et Surlemont B., P15).

D'après Man T. et al., (2002) « *les compétences entrepreneuriales pourraient être appréhendées comme l'ensemble des caractéristiques de haut niveau, représentant la capacité de l'entrepreneur de réussir dans son métier. Ces compétences se traduisent donc en termes de traits de personnalité, d'aptitudes et de connaissances influencées par l'expérience, la formation, le statut social et d'autres variables d'ordre démographique* » (Omrane A., et al., 2011, p94). Suite à cette définition, nous pouvons dire que la compétence entrepreneuriale est une aptitude dont dispose un agent par lequel il met en pratiques ses atouts pour mieux établir son projet entrepreneurial. Cette qualification permet à l'entrepreneur d'obtenir des opportunités qui peuvent en être bénéfique pour lui et pour son entourage et surtout contribuer à l'évolution économique.

Shook et al. (2003) représentent le processus de création d'une organisation en quatre étapes : l'intention, l'identification, l'exploration et l'exploitation de l'opportunité (Aouni Z., Surlemont B., p6).

**a. L'intention:** c'est la première chose qu'un entrepreneur doit prendre en compte. Cela se traduit par la faculté pour une personne de se procurer des idées nouvelles pourvu d'entamer une activité entrepreneuriale, vouloir concevoir une entreprise. « *Cette compétence relève, ainsi, du registre des habilités affectives qui conditionnent l'engagement d'un individu dans le processus d'acquisition de connaissances et de compétences* » (Paquette, 2005, P.18). Ceci se résulte à la décision de l'entrepreneur qui peuvent influencer le créateur lors de la constituions de l'entreprise : Faisabilité, cela fait référence à possibilité de mettre en place une entreprise. Désirabilité, c'est l'envie de créer

ou le désir de constituer une entreprise. Support social, cela représente le soutien sociale, ou encouragement de son entourage face à la décision de création.

**b. L'identification de l'opportunité :** cette deuxième étape se résulte pour l'entrepreneur, le fait de reconnaître les opportunités qu'il peut obtenir à travers son talent de manager, de preneur de risque. Pour s'y faire l'entrepreneur doit avoir la capacité de mener des recherches afin d'obtenir des informations qui peuvent l'aider. En plus il doit être sur le qui-vive, être en état d'alerte pour mieux identifier les opportunités qui peuvent se présenter à lui, avoir l'esprit d'analyse qui consiste à effectuer un traitement sur une situation ( Aouni Z., Surlemont B., 2016). L'accès à l'information constitue le premier facteur influençant l'identification de l'opportunité. D'ailleurs, Shane S. (2000) parle « *d'asymétrie d'information* » pour faire référence aux différences que les individus présentent par rapport à l'accès à l'information. En effet, l'accès à l'information est très important dans l'identification des opportunités, il faut que l'entrepreneur ait en sa possession toutes les ressources nécessaires y compris l'information pour mieux percevoir des opportunités. Selon le même auteur, l'entrepreneure doit avoir des connaissances sur son domaine d'activité, ce qui peut lui permettre d'accroître sa situation présente. Il doit également avoir un réseau de connaissance qui lui permettra d'avoir accès rapidement à l'information.

**c. L'exploration :** cette étape vient après avoir identifié les opportunités. Ici l'entrepreneur doit établir un choix, vérifier si la décision qu'il va prendre est favorable et avantageuse pour être exploitée comme opportunité perçue. Ceci préconise une prise de décision, Tat Keh et al. (2002) aperçoivent que deux facteurs cognitifs agissent sur la perception du risque, qui affecte par conséquent l'évaluation de l'opportunité. Illusion de contrôle, l'individu évalue ses compétences et performances pour être en capacité de se décider, c'est une situation favorable ou pas, c'est au preneur de risque d'en juger. La croyance en la loi des petits nombres, de là l'individu se base que sur informations assez restreintes pour décider (Aouni Z. et Surlemont B.,).

**d. L'exploitation de l'opportunité:** une fois après l'exploration des opportunités, le preneur de risque doit s'y attendre à tout obstacle pouvant entraver sa prise de décision, il est jugé nécessaire de trouver des idées nouvelles qui peuvent être bénéfiques pour lui. L'entrepreneur doit avoir la conviction de réussir pour mieux faire face à situation imprévisible.

## **II. Les contraintes que les femmes racontent sur le marché de travail**

En Algérie, les femmes qui s'engagent dans le domaine entrepreneurial sont confrontées à plusieurs obstacles liés à la famille et/ou à la société. En partant de cette base, nous apercevons qu'elles ont une situation différente des hommes. De ce fait, la notion du genre mérite d'être traitée et analysée pour inscrire les femmes entrepreneures dans « *des normes sociales et culturelles et des rapports de pouvoir, leur caractère finalement très arbitraire ainsi que la diversité des trajectoires et des rapports de genre qui en découle* » (Guérin et al 2011,12). De cette définition, nous constatons que le genre fait référence à différentes relations de pouvoir qui existent dans la société ayant une fonction sociale appropriée à la culture.

A partir de là, les motivations des femmes et leur manière de conduire des actions diffère des hommes dans l'approche genre, dont l'idée étant de faire en sorte qu'il y'a l'égalité, surtout prendre compte des activités, afin qu'il y est hiérarchie sociale dans différents secteurs de développement.

Bien que la société attribue à la femme un rôle plus familial qu'entrepreneurial dans la mesure où l'homme exerce un pouvoir sur la femme, cette obéissance des femmes aux hommes fait que certaines sont dans l'incapacité de réaliser leur projet. C'est pourquoi le genre exerce un contrôle pour distinguer les différents sexes dans leurs relations sociales et faire une différence en termes de priorités et de contraintes auxquelles elles font face et favoriser une amélioration d'équité au sein de la société. En fait, le genre ne fait pas référence à la femme seule, l'idée de division sexuée, il est aussi défini par rapport à un système de domination patriarcale et à sa reproduction dans chaque société (Smadi A., 2018).

La promotion du travail féminin favorise la construction sociale des individus étant donné que la recherche sur les femmes se concrétise par leur situation sur le marché de travail et la condition dans laquelle elles se trouvent dans la société (Ferroudja C., 2017). Jusque là, la femme occupe une place importante dans la reproduction et dans l'organisation de la société. Malgré l'ensemble des mutations, la discrimination envers celles-ci continue jusqu'à ce jour. La femme algérienne est parfois influencée dans ses projets entrepreneuriaux (Djohar A., Imekhela R., 2020), la responsabilité des tâches ménagères atteint souvent son parcours entrepreneurial.

### 2.1. Implication des femmes entrepreneures sur le marché

Une transformation a eu lieu sur le marché du travail de la femme. Les femmes intègrent le marché pour avoir une satisfaction et répondre à leurs besoins. L'esprit d'entreprise chez la femme stipule une aptitude de mieux concevoir un projet pour en tirer des opportunités. Cet esprit d'entreprise ne cesse de se développer pour donner lieu à l'émergence de l'entrepreneuriat féminin. Néanmoins « *le marché du travail en Algérie présente des discriminations entre hommes et femmes rendant l'introduction de la femme plus contraignante* » (Lassassi M. et Hamoudda N-E, 2012, p35).

Les femmes mettent au centre de leurs priorités, leur enthousiasme de vouloir réussir leurs initiatives. Cela même si elles n'ont pas les mêmes avantages que les hommes. D'ailleurs, en cette période de crise sanitaire de la Covid19, les pertes d'emplois ont été plus ressenties dans le monde par les femmes. Celles-ci sont les plus touchées dans cette situation plus que les hommes. En effet, cette situation se traduit par une perte d'emploi pour les femmes s'élevant jusqu'à 5% contre 3,9% chez les hommes selon le rapport de l'Organisation Internationale du Travail (2021). En effet, les femmes courent plus de risques, elles sont généralement délaissées du marché plus que les hommes.

Même si les femmes n'ont pas un accès à l'information sur les réglementations et procédures en matière de passation de marché, la capacité de certaines femmes créatrices de petites entreprises leur permet d'accéder au marché et saisir des opportunités sur le marché national et international.

### 2.2. Les barrières que rencontrent les femmes entrepreneures

L'entrepreneuriat constitue pour certaines femmes un moyen de se libérer des préjugés de la société, de se rassasier sur le besoin d'accomplissement et d'indépendance, d'atteindre une reconnaissance par la société, la recherche du pouvoir et le défi l'enrichissement (Fayolle A., 2005).

Lors du processus de création les femmes sont plus exposées à la difficulté de création que les hommes. D'après Challal Ferroudja 2017, P179, « *l'intrusion dans cet espace masculin semble négociée par le recours à la négation de la féminité, ses charmes et ses attributs. La femme s'efface pour ne pas apporter le désordre « attirer l'attention ». Elle cesse d'être*

## Chapitre II : l'entrepreneuriat féminin acteur de développement par la création d'entreprise

---

*femme. La référence à la socialisation et de par la même à la contrainte sociale s'exprime à travers la référence à « l'éducation et aux principes ».*

Les principales contraintes auxquelles font face les femmes entrepreneures selon Smadi A., (2018, p99).

En premier lieu, la persistance des stéréotypes socioculturels et du système patriarcal se trouve parmi les plus importants facteurs contraignants les femmes dans la sphère entrepreneuriale. Malgré le rôle de celles-ci et leur implication dans la sphère économique, les femmes se retrouvent dans une situation « *équilibrée et négociée, mais pas égalitaire* » ceci s'explique par plusieurs actions visibles au sein de la société (Gillet A., 2007, 123). Nonobstant les implications du pouvoir public, la situation des femmes algériennes reste loin des conditions des hommes. La discrimination faites aux femmes est très visible peu importe les circonstances et les lieux, avec l'évolution de l'entrepreneuriat féminin ceci a allégé l'inégalité et à valorisé davantage la place de la femme. En leur léguant certains droits pouvant être en leur faveur lors du processus entrepreneurial. Le poids du socioculturel, spécifique et différent, d'un pays à l'autre, influence sur l'entrepreneuriat pour donner à l'étude de l'entrepreneuriat une dimension géographique (Arasti, 2008). En effet, les stéréotypes socioculturels et le système patriarcal assignant à la femme un rôle social bien défini, celui de mère et d'épouse avant tout, restent au cœur des contraintes auxquelles font face les femmes, en amont et en aval, pour l'exercice de leurs activités entrepreneuriales.

En second lieu, la recherche de l'équilibre entre la vie privée et professionnelle représente un élément crucial permettant à la femme de réussir ou non un projet entrepreneurial. En effet, avec les nombreux travaux qui lui sont assignés de femme ménagère et professionnelle, celle-ci a du mal à concilier entre sa vie privée et professionnelle. Les femmes sont plus persévérantes à réussir leur projet et font plus d'efforts et de sacrifices pour parvenir à mieux gérer leur vie professionnelle. Avec les lourdes responsabilités au travail et les charges familiales complique la situation de la femme à pouvoir se stabiliser entre famille et travail (Gillet A., 2007). De ce fait, elles consacrent moins de temps à la gestion de leurs entreprises. Elles rencontrent d'autres difficultés telles qu'avoir des conflits familiaux (avec l'époux, la grossesse et l'accouchement). Selon Ghiat B. (2014), afin de réussir cette initiative féminine, elles auront plus besoin d'un soutien moral de la part de leur famille.

## Chapitre II : l'entrepreneuriat féminin acteur de développement par la création d'entreprise

---

Le manque de formation et les problèmes techniques qui en découlent viennent alourdir les difficultés des femmes dans l'exercice de leurs activités créées et dans leur gestion. En d'autres termes, les formations sont parfois indispensables dans le processus entrepreneurial. Les femmes entrepreneures ont tendances à faire des formations pour mieux gérer leur activités, connaître ceux en quoi elles ont décidé de se lancer afin de faire avancer leur projet entrepreneurial et acquérir des compétences dans le domaine. D'ailleurs, les problèmes techniques peuvent s'expliquer souvent par un niveau faible d'instruction (Smadi A., 2018). Le niveau d'instruction joue un rôle important dans le processus de création, l'incapacité et le manque de compétences managériales crée un autre problème dans la gestion des ressources et bénéfices.

L'ensemble de ces contraintes ne se limitent pas seulement à celle liées à l'environnement extérieur mais intègrent aussi la dimension interne. Celles-ci font allusion aux obstacles d'ordre psychologique. La confiance en soi est un élément important que tout entrepreneur doit tenir compte lors de la prise de décision. Une faible culture entrepreneuriale entraîne un manque de confiance pour les entrepreneures engendrant, ainsi, des difficultés dans la création et la gestion de l'entreprise par la suite ceci peut se transformer en un frein (Gillet A., 2007).

Malgré l'évolution du statut de la femme dans le champ entrepreneurial, elles sont jusqu'à présent confrontées à des difficultés liées à un environnement incitatif d'ordre économique, social et culturel. Cela fait référence à la politique globale de développement, à la politique fiscale, monétaire, et législative. En plus des difficultés liées au contexte économique il y'a les limites imposées par l'état ainsi les conditions de la société, les lourdeurs administratives et le clientélisme étatique (Smadi A., 2018) à travers cela les femmes est parfois démotiver étant donné ses facteurs constituent un obstacle majeur pour elles.

Pour Ben Makhlouf Y., (2019), en matière d'accès au financement, les femmes algériennes sont plus réservées envers les financements externes. Cela est du à la faiblesse du réseau relationnel et surtout grâce à la réalité de la société. Pour ces raisons, elles ont parfois tendance à faire recours à leur propre financement, celui de l'aide de leur mari, de la famille ou même à leur propre fonds pour pouvoir démarrer leur activité. Obtenir des prêts à la banque est parfois un souci, ceci freine de nombreuses femmes dans la création de leur projet.

## Chapitre II : l'entrepreneuriat féminin acteur de développement par la création d'entreprise

---

L'accès difficile au foncier représente une des contraintes qui bloquent les femmes ont du mal à s'approprier un local pour exercer leur activité. Le local est important pour une femme entrepreneure. Souvent, elles veulent créer une entreprise mais elles ont du mal à trouver un local sécurisé « *la non-existence d'une réglementation concernant le marché de la location amène les locataires à subir les méandres des propriétaires* » (Ben makhlouf Y., 2019, p136) et ajoute en disant que la tradition algérienne qui exige du locataire le paiement d'une avance d'une annualité de location, ces femmes entrepreneures se voient donc déstabilisées dans leurs activités bien que certaines ne disposent pas des moyens suffisants au tout début de leur activité.

Malgré la participation de la femme et son implication dans différentes sphères des champs économique et social, sa reconnaissance demeure insuffisante vue qu'elles font face à la discrimination et bien d'autres caractéristiques qui montrent très clairement la place de celle-ci comme secondaire. Elles se trouvent confrontées de nombreux obstacles quand à la création et au développement de l'entreprise.

### Conclusion

L'entrepreneuriat féminin constitue un déterminant indispensable au développement économique d'un pays avec la création de nombreuses entreprises (Dali C., 2014). L'entrepreneuriat féminin est devenu un excellent dispositif d'intégration (Tahir metaiche F., Bendiabdellah A., 2016) de la femme lui permettant de sortir de coquille de femme subordonnée. Bien qu'avec cela, les femmes algériennes sont plus motivées et ont un amour pour leur métier d'entrepreneure. Leur engagement personnel leur a permis de réaliser des objectifs pour vivre en harmonie dans un environnement sein et reconnaissant. Malgré cela, l'environnement social présente des difficultés aux femmes entrepreneures. L'approche par le genre nous a permis de mieux cerner la relation entre l'entrepreneuriat des femmes et leur rôle socioéconomique accordant, ainsi, une place à la femme dans le monde économique. L'encadrement et l'accompagnement de ces femmes par le biais des pouvoirs publics permettra de réduire en grande partie les effets des rapports sociaux du genre caractérisent leur environnement de proximité.

**Chapitre III:**  
**Résultats de l'enquête**

### Chapitre III: Résultats de l'enquête

L'accent mis sur les femmes entrepreneures de la wilaya de Tizi-Ouzou nous a permis de mieux élargir notre champ d'études. Tout au long de notre travail, nous nous sommes référés aux différentes caractéristiques du processus entrepreneurial des femmes entrepreneures inscrites dans la Chambre du Commerce et de l'Industrie. Et ce à travers l'analyse des différents avantages et des différentes modalités de leur accompagnement ainsi que des insuffisances que présente cette chambre. Nous observons de part le monde que l'entrepreneuriat a considérablement évolué y compris celui des femmes bien que le nombre de ces dernières reste dérisoire.

Les activités menées par les femmes entrepreneures est un moyen de s'offrir pour elle des opportunités d'emplois qui pourraient être profitables pour elles ainsi que pour leur entourage. De nombreuses initiatives ont été élaborées pour établir l'égalité entre l'homme et la femme et lutter contre les stéréotypes, ce qui a permis à certaines femmes de changer de mentalité. Pour améliorer leur situation financière, certaines femmes ont conçu un plan d'action pour renforcer leur présence en stimulant ou en créant des projets différents des activités traditionnelles artisanales. Avec le changement des conditions de travail, les femmes ont tendance à valoriser plus leur tâches et de ne plus se limiter à effectuer des travaux à domicile ou des activités traditionnelles artisanales. En effet, elles ont mis en avant leur qualité et leurs compétences en effectuant des activités au même titre que les hommes. La part des femmes dans l'industrie a connue une évolution ces derniers temps. Les femmes travail davantage par envie et par choix, elles consacrent toutes leurs énergies en plus du rôle qu'ont joué les dispositifs dans l'émergence et le développement des entreprises créées par des femmes.

Pour se faire, nous avons subdivisé notre chapitre en trois sections. La première section consiste à faire une présentation de la chambre du commerce et de l'industrie. La deuxième section porte sur la méthodologie de la recherche en présentant le déroulement de notre enquête. Et enfin, dans la troisième section nous allons interpréter les résultats de notre enquête questionnaire menée avec les femmes entrepreneures membres de la CCI.

### Section 1 : Présentation de la chambre de commerce et de l'industrie

Avant de passer aux éléments d'analyse de notre enquête et à la présentation de l'objet de notre étude, nous avons pris l'initiative de faire une brève présentation notre milieu de recherche qu'est la wilaya de Tizi-Ouzou.

#### 1. Description du milieu d'investigation

La ville de Tizi-Ouzou se situe à la partie Nord centre de l'Algérie. Cette wilaya compte 1.142.991habitans sur une superficie de 2.958km<sup>2</sup>. Elle présente une densité de 386,4 habitants par Km<sup>2</sup>, avec une population active de 414.715 habitants et une population occupée de 309.339 dont la part de la population féminine est de 562.409 soit un taux de 49,90% (RGPH 2008).

Tizi-Ouzou, Draâ El Mizan et Azazgag sont les grandes villes de la wilaya. Elle se situant dans la grande Kabylie en plein cœur du massif su Djurdjura. Administrativement, elle est composée de 67commune et contient 21 Daïras selon dernier texte administratif de 1984. C'est la wilaya qui compte le plus grand nombre de communes. Elle est limitée au Nord par la mer méditerranéenne, au Sud par la wilaya de Bouira, à l'Est par la wilaya de Bejaïa et à l'Ouest de Boumerdès. C'est une ville côtière avec un climat méditerranéen avec un été chaud. Le Djurdjura n'occupant qu'une partie restreinte de la wilaya dans sa partie méridionale.

De part sa variété et de l'originalité de son patrimoine culturel, elle referme un potentiel naturel alternant une richesse artisanale. Dotée de ressources variées, la wilaya dispose de potentialités qui peuvent être valorisées par des projets entrepreneuriaux. Cela encourage les femmes à entreprendre en s'appuyant sur des aides accordées par les différents dispositifs et sur leurs savoir-faire.

L'UNESCO déclare que *«l'autonomisation économique est inextricablement liée à l'alphabétisme et à l'apprentissage du calcul et elle augmente avec le niveau d'éducation atteint»* (UNESCO, 2011, p14). Elle le considère comme une sorte de délivrance des préjuges sociaux une sorte l'autonomie et l'émancipation que la femme peut obtenir.

De nos jours, nous remarquons une forte présence féminine dans l'éducation et dans la formation professionnelle. Ce fait s'explique par le rôle joué par les pouvoirs publics dans le développement des infrastructures et des différents investissements dans ce sens. De même,

## Chapitre III: Résultats de l'enquête

---

les différentes initiatives de promotion et de valorisation de l'entrepreneuriat féminin au niveau national vont dans le sens de sensibiliser ces femmes et de renforcer leur participation et leur intégration dans le marché du travail. De plus, il s'exprime par « *l'existence d'établissements d'enseignement dans chaque commune et chaque daïra. La wilaya dispose de 655 établissements d'enseignement primaire, de 180 établissements d'enseignement moyen et de 76 établissements de l'enseignement secondaire. En plus de ces établissements, la wilaya dispose de centres de formation dans chaque daïra (31 centre de formation professionnelle «CFPA»). Ces derniers sont caractérisés par une diversification des formations dispensées répondant aux attentes des femmes (coiffure, couture, art culinaire, etc.). Ces formations peuvent inciter les femmes à entreprendre* » (Ben makhlouf Y., 2019, P167).

Certaines femmes entrepreneures ont décidé de ne pas se limiter aux activités artisanales ancestrales relevant de la CAM de Tizi-Ouzou (Chambre de l'Artisanat et des Métiers) et ont préféré de choisir le secteur industriel pour l'exercice de leurs activités. Celles-ci décident, ainsi, d'intégrer la chambre du commerce et de l'industrie pour en bénéficier de ses avantages en termes d'accompagnement.

Cette dernière se situe dans la wilaya de Tizi-Ouzou où nous avons effectué plusieurs déplacements en permanence dans le cadre de notre stage. Vu que son siège général est sur Alger (Chambre Algérienne de Commerce et d'Industrie : CACI). Nous nous sommes déplacés pour avoir plus de détails et d'informations concernant cette chambre. L'objectif étant de faire une présentation des intérêts généraux du secteur du commerce initié par le Ministre du commerce ayant pour but de faciliter la mise en relation des bonnes pratiques et effectuer des opérations d'échange et d'expériences pour mieux accroître la cohérence et la qualité des prestations sur l'intégralité du territoire. Suite à cela, nous allons établir l'historique de la CCI à travers ses fonctionnalités et ses règlements.

### 2. Présentation de la CCI

La chambre du commerce et de l'industrie est un établissement à caractère industriel et commercial (EPIC) placé sous la tutelle du Ministère chargé du commerce La CCI est aperçue comme une organisation protectrice et informatrice stimulant l'accès aux formations et à l'accompagnement.

## Chapitre III: Résultats de l'enquête

---

Dans cette chambre les adhérents et affiliés doivent être :

- des personnes physiques : personnes qui travaillent à leurs propres comptes et disposant de toutes leurs capacités juridiques pour agir ou répondre de ses actes. C'est à dire une personne responsable ;
- et des personnes morales : personnes qui disposent de la capacité juridique et en mesure de s'engager en tant qu'entité indépendante à travers un contrat, exerçant une activité commerciale industrielle ou service inscrites dans le registre du commerce industriel.<sup>1</sup>

Tous les agents économiques exerçant une activité agricole, artisanale ou d'autres métiers ne sont pas considérés comme étant affiliés à la chambre. Les adhérents se chargent de payer une cotisation annuelle dont le montant est fixé par l'arrêté du ministre chargé du commerce<sup>2</sup>, en contreparties de leur adhésions, ils bénéficient des avantages qui leur permettront de promouvoir leurs activités et d'obtenir des opportunités afin d'assurer le développement de leurs projets.

Le rôle apporté par la chambre de commerce et de l'industrie peut être détaillé comme suite :

### 2.1 Les occupations attribuées à la CCI<sup>3</sup>

La responsabilité accordée à la CCI est d'assurer une mission significative et administrative par l'analyse de la croissance économique au niveau territorial. Ce qui lui permet de transmettre aux pouvoirs publics leurs initiatives et suggestions sur les sujets qui concernent directement ou indirectement les activités commerciales et industrielles.

Afin qu'ils puissent présenter leurs points de vue sur les moyens de promouvoir l'activité et d'assurer un développement du commerce et de l'industrie, la CCI au niveau de la wilaya fournit de l'information stimulant des changements en matières de la législation et de la réglementation commerciale, industrielle, fiscale et douanière.

Pour cela, la chambre doit avoir un contrôle de tout ce qui se déroule sur le territoire dans lequel elle est implantée. Elle est installée pour connaître le mouvement des activités commerciales et industrielles. Les pouvoirs publics doivent être au courant des différents

---

<sup>1</sup> <https://www.simplifoo.fr/entreprendre-simplement/creer-son-entreprise/bien-demarrer/personne-physique-morale>

<sup>2</sup> Article 4,5 correspondant à stratégie d'adhésion et d'affiliation dans la « chambre » ceux sous la tutelle du ministre de commerce

<sup>3</sup> Documents fournis par la chambre de commerce et de l'industrie correspondant aux missions et attributions.

## Chapitre III: Résultats de l'enquête

---

individus affiliés à cette chambre pour assurer le bon fonctionnement des activités et désigner les représentants auprès des instances locales de concertation et de consultation.

La CCI s'assure de faire une conciliation et une organisation patronale et publique ainsi que des manifestations économiques telles que des foires, salons, séminaires, etc. visant notamment le développement et la promotion des activités industrielles. Au cours de ces manifestations, des partenaires et des opérateurs sont présents. Ce lieu permet à ces associés d'avoir d'éventuelles adéquations pour faire impulser leur activité hors du territoire national.

La CCI se déploie de fournir des informations et données sollicités par les promoteurs d'investissement nationaux et internationaux, ses informations consistent à attirer les opérateurs afin de leurs persuader sur l'extension et l'influence que la chambre peut avoir sur leur projet.

Elle conseille et accorde une assistance à ses affiliés dans leurs domaines d'activités et dans leurs relations avec leurs partenaires nationaux et étrangers. De même, elle apporte son soutien au profil des opérateurs économiques et promoteurs en matière d'exportation.

La chambre assiste à la diffusion de toute revue périodique se rapportant à son activité et met en place des formations de perfectionnement de recyclages ainsi que plusieurs autres formations pouvant aider les promoteurs dans leurs parcours. Sa mission intervient dans plusieurs autres domaines d'activités telles que l'aménagement du territoire et l'urbanisme commercial.

### 3. Le fonctionnement de la CCI<sup>4</sup>

La CCI réunit un certain organe qui favorise une meilleure gestion de leur activité tout en respectant les règles qui lui sont conférées. Pour se faire, la CCI est gérée par une l'assemblée générale. Dans le point suivant, nous allons présenter celle-ci :

#### 3.1 L'assemblée générale

Cette assemblée est constituée des membres titulaires élus pour un mandat de quatre années renouvelables. Les membres partenaires sont fixés par décision du ministre chargé du commerce après l'avis du bureau de la chambre du commerce. L'assemblée de la CCI compose vingt (20) membres pour les CCI ayant un nombre d'affiliés inférieur ou égale à

---

<sup>4</sup> Information fourni par la CCI correspondant l'organisation et le fonctionnement de la chambre.

## **Chapitre III: Résultats de l'enquête**

---

20.000 et Un (1) membre supplémentaire par tranche entière est de 5.000 affiliés pour les chambres ayant un nombre d'affiliés supérieur à 20.000<sup>5</sup>. Ces membres de l'assemblée ont tous chacun des rôles qui apportent un plus pour cette organisation.

En effet, la distribution des sièges de l'assemblée générale vise à prendre en considération l'avis économique concernant les catégories et sous catégories des membres en fonction de chaque localisation. En réalité, toute localité, dans laquelle la chambre est implantée, se doit de rapporter certaines informations prestigieuses concernant l'activité économique. Les membres de l'assemblée élus, le président et les deux vices présidents en cas d'absence du président le premier vice le remplacent. De plus, est il est nécessaire de savoir que le président a pour mission de coordonner les travaux et se charge d'animer et de représenter les affiliés et leur collaboration auprès du pouvoir public. Il est informé de tous ce qui se déroule dans la chambre. De même, il supervise et coordonne toute action et signe des conventions et des protocoles. Toutes ces fonctions attribuées au président montrent sa capacité et sa ténacité de mieux gérer l'organisme.

En plus des élections, un regroupement se fera en session ordinaire et extraordinaire sous l'ordre du président et du ministre du commerce. Des convocations sont émises, pour procéder à la consultation de certains dossiers faites par l'assemblée. Des convocations individuelles sont adressées aux membres de l'assemblée générale, émises par le président de la chambre, 15 jours au moins avant la date de réunion.

En somme, l'assemblée générale a pour rôle d'agir pour le bon fonctionnement et l'organisation de la CCI de manière à ce que les règles soient établies dans les normes. Il se charge d'effectuer une élection entre les membres du bureau de la chambre et favorise une organisation des commissions techniques.

### **3.2 Le bureau de la chambre**

Ce bureau dispose de participants pour un mandat de deux années renouvelables. La détermination des membres du bureau de la chambre ne peut être associée à aucune fonction gouvernementale. Son rôle est bien spécifié le distinguant des autres fonctions gouvernementales.

---

<sup>5</sup> Informations fournies par la CCI

## Chapitre III: Résultats de l'enquête

---

Le bureau de chambre est composé de six (6) membres. Le nombre des membres titulaires est de 20 et d'un membre supplémentaire par tranche entière de 3 membres titulaires. Ces membres se regroupent une fois tous les deux mois pour déployer les règlements intérieurs de la chambre et le fonctionnement du bureau de la chambre<sup>6</sup>. Par ce regroupement, des discussions sont menées sur élaboration de nouvelles stratégies visant l'évolution des fonctions de chacun en impliquant leur collaboration basée sur des principes bien déterminés.

Il se charge d'émettre les organes élus de la chambre aux pouvoirs publics locaux et se charge de représenter l'assemblée générale lors de l'intension. De plus, il prend des mesure qui lui sont utiles et prend en comptes les avis et recommandations formulés par les commissions techniques, attestes des décisions de création des projets d'établissement et stipule à la gestion des services publics.

### 3.3 Les commissions techniques de la chambre

Elles regroupent des membres choisies par l'assemblée générale et les membres titulaires. Ces commissions techniques sont des organes qui analysent et qui se renseignent sur les avis et recommandations de la chambre concernant la performance de leur institue. Pour cela, il y'a le président de la commission technique qui est désigné par les membres titulaires. Sous l'approbation du président de la chambre ainsi que l'opinion du bureau de la chambre, le président peut créer des sous commissions techniques et aborder d'autres sujets en rapport avec l'organisation et la constitution des règles. Pour se faire, plusieurs consultations doivent avoir lieu pour assurer la performance de toute activité établie.

## 4. Structure du plan d'action de la CCI

Cette partie nous renvoie à l'organigramme de la CCI correspondant au 18mars 1998<sup>7</sup> qui prend compte de quelques structures sous l'ordre du directeur<sup>8</sup> comme suit :

---

<sup>6</sup> Article édictant les règles sous l'ordre du président du bureau de la chambre.

<sup>7</sup> Projet de décision portant organigramme de la chambre de commerce « vu l'arrêter du 19 Dhou el Kâada 1418 portant l'organigramme-type des chambres de commerce et d'industrie »

<sup>8</sup> Documents fournis par la CCI

### 4.1 Département de l'animation, de la coopération et de l'information<sup>9</sup>

Ce premier département vise à prendre des décisions qui assurent la mise en place du plan d'action de la CCI. Il participe au développement des entreprises en leur apportant soutien et assistance et les aide à obtenir des relations fiables avec les partenaires nationaux et internationaux. Grâce à ses contributions et performances, il stimule la coordination entre les différents acteurs en mettant en place un système d'information économique et commerciale. Ce département prend deux sections chacune avec des tâches spécifiques, l'une pour l'animation, coopération et développement économique et l'autre concerne la documentation, l'information et la publication.

- Pour cette première section, elle a pour occupation de s'assurer d'organiser des foires et séminaires, de consolider des différentes relations avec la chambre algérienne de commerce et de l'industrie (CACI) aux manifestations économiques. Elle porte assistance aux affiliés de la commission communale des impôts directs (CCID) en leur permettant de se mettre en relation avec des partenaires compromettants nationaux ou étrangers. Elle envisage d'obtenir des objectifs communs, favoriser l'élaboration et la création de nouvelles entreprises et s'assure de coordonner les travaux et missions.

- Quand à la deuxième section, elle concerne les documents permettant d'assurer une meilleure gestion des archives ainsi que les documents permettant aux demandeurs de consulter sans avoir de difficultés. Elle se charge de la commercialisation des publications de la commission communale des impôts directs CCID en vue d'informer les concernés en traitant l'information pour actualiser les bases de données sur les entreprises. Elle est chargée de mettre en place une vision électronique et numérique des bases de données sur l'entreprise pour mieux superviser l'évolution et de faire une enquête du marché à propos des secteurs d'activités.

### 4.2 Département de l'administration et des finances<sup>10</sup>

Comme son nom l'indique, le département de l'administration et des finances se charge de gérer les différentes ressources humaines et matérielles financières<sup>11</sup>. Pour avoir un contrôle et adopter des moyens nécessaires pour l'exécution ainsi que d'évaluer les

---

<sup>9</sup> Documents fournis par la CCI

<sup>10</sup> Documents fournis par la CCI

<sup>11</sup> Article relatifs au département de l'administration et des finances

### Chapitre III: Résultats de l'enquête

---

programme de formation de la CCID. Ce département se subdivise en (3) section pour son bon fonctionnement :

- D'abord, nous avons la section finance et comptabilité : cette section s'occupe de la prévision budgétaire annuelle, s'assure de gérer des comptes ainsi que le bilan comptable et fiscal de la CCID et se charge de la sécurisation, des ressources financière et la cohésion de l'équipe ;
- Par la suite, nous avons la section du personnel et des moyens généreux. Elle consacre son occupation à mieux manager le personnel et leur apporte assistance en cour de leur parcours professionnel. De plus, cette section exerce un contrôle sur toutes les affaires concernant la CCID et met un règlement qui s'applique à tout le personnel pour une bonne organisation du travail et une préservation du patrimoine mobilier et immobilier de la CCID. Suite à cela, elle peut promouvoir et développer toutes les actions de formation et perfectionnement du personnel.
- Enfin, nous avons la section information. Des enquêtes sont faites pour savoir quel type de formation est plus adéquat aux entreprises. Pour se faire, des cartes de formations se distribuent pour surveiller l'activité de formation. Toutes ces actions visent le développement et l'amélioration de la formation dispensée par la CCID pour que les operateurs soient satisfaits de leur contribution et du soutien qui leur est apporté par la chambre.

Cette section nous a permis de faire une visualisation de la chambre dans son intégralité, connaitre ses spécificités et son importance dans l'accroissement du développement au niveau local.

### Section 02 : Méthodologie de la recherche

Pour une meilleure compréhension des résultats de notre étude, nous consacrons cette section pour la présentation du déroulement de notre enquête, au questionnaire et aux principaux axes abordés soulevant la problématique et les principaux questionnements de notre travail de recherche ainsi qu'à la méthode d'échantillonnage que nous avons suivi. L'objet de notre étude étant l'analyse de l'apport des femmes entrepreneures membres de la CCI et des motifs du choix de celle-ci par ces femmes. Sur ce, nous nous sommes rapprochés des femmes entrepreneures sur le terrain en se basant sur une liste des femmes entrepreneures que nous a remis la CCI de Tizi-Ouzou. Dans cette partie, nous allons analyser et présenter notre expérience vécue au cours de cette enquête (milieu d'investigation, contraintes, etc.).

#### 1. Le but de l'enquête

L'objectif recherché derrière notre enquête était tout d'abord de réaliser une entrevue avec les créatrices ou les femmes porteuses de projets pour avoir une meilleure compréhension sur le processus entrepreneurial en amont de la création de leurs entreprises. De même, une bonne compréhension des questions nous permettra, d'une part, d'obtenir des réponses plus fiables et, d'autre part, de faire une meilleure interprétation des résultats de cette enquête. Notre étude vise à mieux connaître leurs différentes activités exercées par les femmes au sein de cette chambre, de faire ressortir leur profil et celui de leurs entreprises créées. Enfin, faire ressortir les facteurs motivants ayant permis le développement de leurs activités et d'identifier les obstacles auxquels elles avaient été confronté au cours de cet acte entrepreneurial et le rôle de la chambre dans ce cas, connaître une réaction de l'environnement ou de la société compte tenue de leurs décision d'entreprendre.

#### 2. Présentation du questionnaire

Nous exposons dans cette partie la présentation du processus d'enquête. Après l'obtention des différentes données relatives concernant les femmes membres de la CCI de Tizi-Ouzou, sous forme d'une liste émise par la CCI d'un nombre de 18 femmes entrepreneures, nous avons procédé à notre enquête.

Notre questionnaire élaboré nous a permis de collecter un nombre important d'informations utiles nous permettant de répondre à notre problématique. Pour ce faire, nous avons élaboré un questionnaire contenant 56 questions. Ce dernier englobe des questions

## Chapitre III: Résultats de l'enquête

---

ouvertes, fermées et des questions avec réponses. L'ensemble de ces questions sont classées par ordre et par axe afin de nous faciliter l'enquête et l'exploration des résultats par la suite.

Avant de faire part du déroulement de notre enquête, il faut savoir que nous avons effectuée nous même les questions que nous avons vérifiées et numérotées afin de mieux constituer notre travail. Pour cela, nous avons veillé à ce que les questions soient structurées d'une manière très claire et brève. Autrement dit, nous avons insisté que ce soient des questions directes et courtes et nous avons fait en sorte que les femmes puissent comprendre le contenu et l'objet de l'ensemble des questions. D'ailleurs, nous avons guidé ces femmes via des questions avec des réponses (questions à choix multiples) où elles ne feront que cocher les réponses qui leur sont plus adéquates.

### 3. Déroulement et contraintes de l'enquête

Après avoir finalisé notre questionnaire, nous nous sommes adressés à la CCI afin de nous orienter pour atteindre un maximum de femmes entrepreneures. Néanmoins, il existe certaines femmes dans la liste remise n'ayant pas de coordonnées et/ou n'ayant pas actualisé celles-ci (numéro de téléphone, adresse mail et siège d'exercice de leur activité). Notre enquête de terrain s'est déroulée pendant deux mois. Elle a commencé en mois de septembre et a pris fin au mois d'octobre 2021.

Au cours de cette enquête nous avons eu à nous déplacer au près des femmes entrepreneures même si au début ce fut un peu pénible. Nous avons rencontré plusieurs contraintes au début de notre enquête, essentiellement nous citons le fait que nous ne connaissons pas le territoire de la wilaya de Tizi-Ouzou ni la langue kabyle pour mieux communiquer. Par conséquent, il nous a été difficile de trouver facilement les adresses mentionnées sur la liste. De plus, certaines femmes par manque de confiance n'ont pas accepté de répondre à notre demande d'entretien direct (face à face), elles ont préféré de répondre à nos questions par voie téléphonique ou à distance par mail.

Par contre, nous avons insisté malgré cette méfiance des enquêtés et nous nous sommes déplacés au niveau du siège de certaines entreprises pour les rencontrer sans rendez-vous. Ces déplacements nous ont coûté beaucoup de moyens financiers. Malgré ces charges liées aux frais de déplacement, nous avons réussi à faire quelques entretiens avec ces femmes entrepreneures malgré leur indisponibilité.

## Chapitre III: Résultats de l'enquête

---

Nous tenons à signaler le refus de certaines femmes entrepreneures de donner des réponses à quelques questions pour des causes parfois inconnues et personnelles. En fait ce genre d'enquête relève d'une détermination et de beaucoup de courage en essayant de tirer des réponses à certaines questions assez personnelles. Cet élément constitue une charge supplémentaire pour nous du fait que nous avons éliminé ces derniers considérés comme étant non fiables. En outre, nous tenons à rappeler que cette période correspond à une période où la crise sanitaire de la Covid19. Cette dernière a été un inconvénient pour la réalisation de notre enquête. Pour des mesures de sécurité sanitaire, plusieurs femmes entrepreneures refusent de revoir des étudiants dans le cadre de leurs recherches. A partir de toutes ces contraintes et/ou conditions difficiles, nous avons jugé de boucler notre enquête avec le minimum que nous avons réalisé.

Pour ce qui est du reste des femmes entrepreneures, elles prenaient tout leur temps pour nous répondre mais avec des rendez vous et plusieurs séances de travail avec elles, rares sont celles qui ont accepté de nous répondre au premier rendez-vous.

Pour conclure, nous pouvons dire que le déroulement de cette enquête fut un peu compliqué vu que nous avons eu à faire recours à des conditions délicates.

### 4. L'échantillonnage

La population d'enquête peut être définie comme *«l'ensemble indifférencié des éléments parmi lesquels seront choisis ceux sur qui s'effectueront les observations»*. Dans notre cas, la population est composée de femmes entrepreneures œuvrant de façon formelle, membres de la CCI de la wilaya de Tizi-Ouzou et qui sont au nombre de 18 femmes.

Afin d'assurer une représentation de notre enquête, nous avons expliqué ce format du tableau ci-dessous les détails concernant notre échantillonnage. En effet, nous avons une population mère composée de 18 femmes entrepreneures. Néanmoins, pour les motifs déjà précités, seulement 8 femmes ont pris le soin de répondre à l'intégralité de nos questions. Les autres ont cessé leur activité et d'autres soit ont changé leur adresse ou refusé de répondre complètement à notre enquête comme le montre le tableau ci-dessous.

**Tableau N°5 : la représentation de l'enquête**

	<b>Nombre de femmes adhérentes</b>	<b>En %</b>
Cessation d'activité	3	16,66
Absence d'adresse et/ou autres coordonnées	4	22,22
Réponses	8	44,44
Refus de répondre	3	16,66
Total	18	100

Source : résultat de l'enquête

Le tableau exprime que la part des femmes enquêtées représente environ 44% des femmes membres de la CCI. Ce taux, relativement important dans un tel contexte, nous a permis de répondre à nos questionnements.

Pour ce qui est de la nature des activités exercées par ces femmes, l'enquête comprend la fabrication de réactifs de laboratoires, la fromagerie, les services, l'agroalimentaire, la production de jus de fruits, les travaux de bâtiment et la confection de vêtements. L'ensemble de ces activités montre une certaine créativité de la femme. Cette dernière, malgré les multiples contraintes décrites dans le chapitre précédent, s'implique dans différents secteurs d'activités au même titre que l'homme.

### **5. La répartition des questions**

Conformément à la structure de nos questions, nous avons pris le soin de diviser notre questionnaire en plusieurs axes et ce comme suit :

#### **5.1. Les caractéristiques de l'entrepreneure et celles de son entreprise**

Ce point fait référence à la situation personnelle de la femme entrepreneure et aux informations concernant son profil d'entrepreneure et de celui de son entreprise créée. Il s'agit d'une manière générale de son statut matrimonial, de la situation juridique de l'entreprise, de son âge, du domaine d'activité exercée par celle-ci, de sa localisation et du poids de son activité sur le développement de la région, etc.

### 5.2. Les motivations des femmes entrepreneures

A travers cette partie, les femmes doivent prononcer les raisons qui les ont incitées à lancer leur entreprise. La motivation peut être vue comme « *un processus psychologique qui initie et oriente et maintenant un comportement, c'est un ou des besoins à satisfaire, des croyances, des intérêts à réaliser bien des objectifs à atteindre* » (Firlas M., 2006, p6). La provenance de l'idée du projet entrepreneurial, leur expérience, leur perception des causes du choix de cette activité entrepreneurial sont les principaux éléments regroupés dans cet axe.

Dans la société, certaines femmes entrepreneures sont vulnérables face aux difficultés qu'elles rencontrent au cours de leur parcours entrepreneurial. Les obstacles qu'elles rencontrent sur le marché (exemple : la concurrence déloyale, le problème de ségrégation, des harcèlements, les préjuges sociaux, la difficulté d'organiser leur vie professionnelle et privée, etc.) feront l'objet de discussions et de présentation dans notre recherche.

### 5.3. Le contexte socioéconomique environnant

Cet axe vise à expliquer la réaction de l'entourage familial vis-à-vis de la décision entrepreneuriale de ses femmes entrepreneure et du rôle de l'entourage dans le processus entrepreneurial des femmes. De plus, il comprend la manière avec laquelle la femme entrepreneure participe dans les dépenses de la famille ainsi que les répercutions de leurs fonctions sur leur vie de famille.

### 5.4. Inscription des femmes entrepreneures à la CCI

Il s'agit de présenter les responsabilités et du rôle accomplis par la CCI envers ces femmes entrepreneures. De même, le choix et/ou les principales raisons ayant incité ces femmes à d'adhérer à celle-ci et les avantages que procure cette chambre sur le terrain (réels). Cette chambre a-t-elle un degré d'influence sur leurs domaines d'activités surtout en cette période de crise sanitaire ? En somme, cet axe regroupe toutes les questions liées à la relation entre la femme entrepreneure et la CCI.

Après avoir présenté notre démarche méthodologique, de notre recherche nous procéderons à l'énonciation et à l'analyse des résultats de l'enquête qui fera l'objet de notre dernière section.

### Section 03 : l'impact de l'adhésion à la CCI sur le développement socioéconomique

Cette section retrace le parcours de notre enquête auprès des différents femmes entrepreneures dont l'objectif est d'analyser et d'interpréter les résultats obtenus par le biais d'un questionnaire adressé aux femmes entrepreneures adhérentes à la CCI dans la wilaya de Tizi-Ouzou. Avant toute analyse, nous avons tenu de structurer notre questionnaire autour de cinq grands axes.

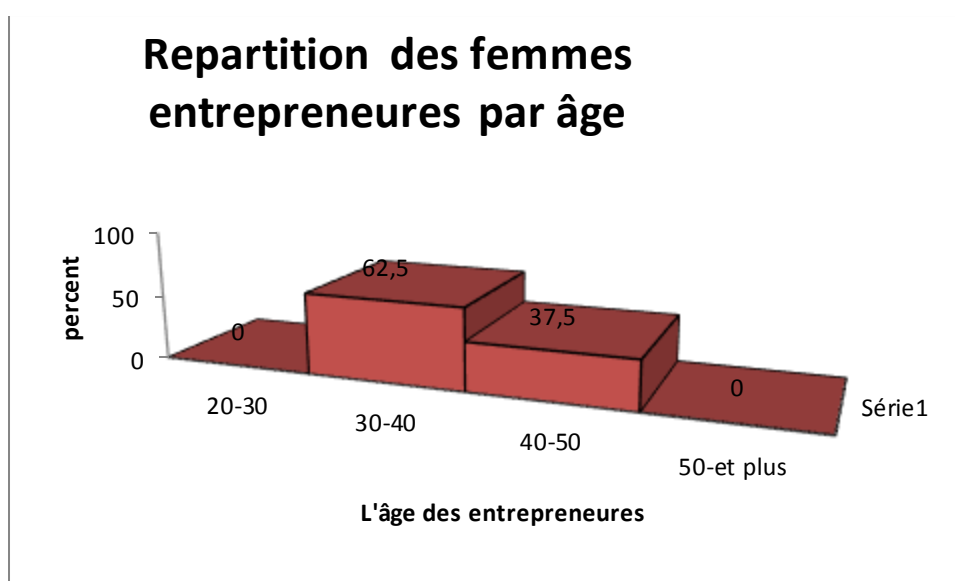
#### 1. Caractéristiques de l'entrepreneure et de l'entreprise créée

A travers notre enquête nous avons essayé d'élaborer le profil des femmes entrepreneures ce contexte fait référence à la situation de la femme entrepreneure en tenant compte de l'âge, de son état civil, son niveau de scolarisation, etc.

##### 1.1 L'âge

L'étude de l'âge de la femme nous permet de nous situer à un niveau, de constater des responsabilités de celle-ci et les différents parcours auxquelles elles sont passées pour en arriver dans leur cadre entrepreneuriales. On remarque qu'avec l'âge cela nous permet de savoir combien d'entrepreneures sont jeune adulte et surtout connaître les informations essentielles concernant ses femmes.

Figure N°2: Tranche d'âge



Source : résultat de l'enquête

## Chapitre III: Résultats de l'enquête

---

Cette figure indique la tranche d'âge des femmes entrepreneures concernées par notre enquête. L'objectif est d'analyser leur parcours professionnel.

Plus que la moitié des femmes entrepreneures se trouve dans la tranche d'âge de 30 à 40 ans. Avec une estimation de 62,5%, cette classe d'âge renvoi à l'âge où la femme est prête à prendre ses responsabilités. En effet, à cette période la femme prend conscience de ses atouts et n'hésite pas à mettre en pratique son savoir-faire. De plus, cette prédominance des femmes entrepreneures dans cette tranche d'âge est en lien directe avec la durée de formation nécessaire pour l'acquisition d'un diplôme leur permettant de mener leur projet.

La modernisation de la société et la réduction des inégalités sociales vis-à-vis de la femme avec la nouvelle génération et la présence de nombreux dispositifs mis en œuvre par les pouvoirs publics facilitent et améliorent la pratique de l'entrepreneuriat par les femmes.

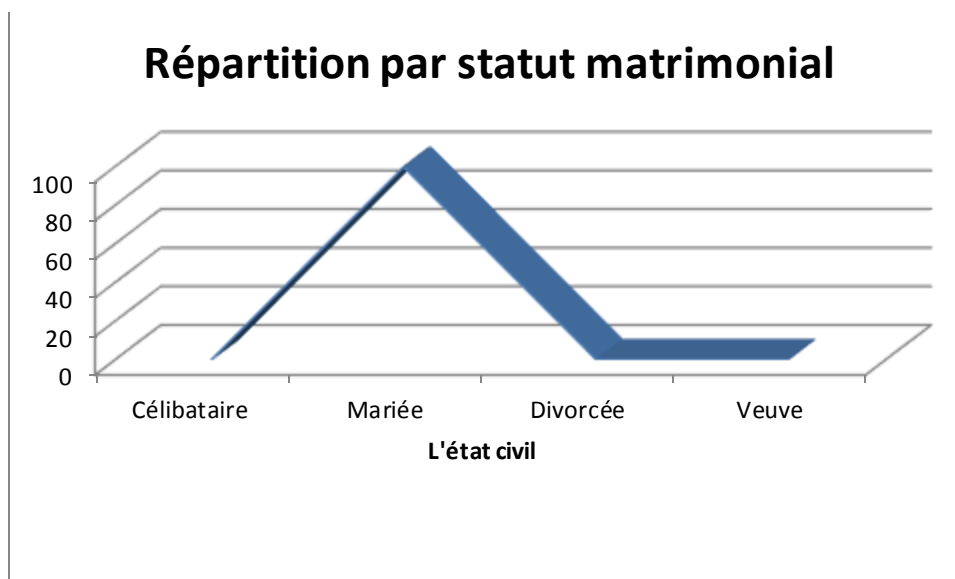
D'ailleurs, cette catégorie de femmes entrepreneures répondant à cet âge l'affirme qu'elles font face à des difficultés d'ordre familiales. La difficulté de concilier leur vie conjugale et familiale avec leur vie professionnelle.

Une deuxième catégorie de femmes entrepreneures vient en deuxième position se situant entre 40 et 50 ans avec 37,5%. A cet âge, les femmes sont plus matures et ont amplement le temps de s'occuper de leurs activités.

### 1.2 Situation matrimoniale de la femme entrepreneure

D'après l'enquête effectuée, nous avons constaté une prédominance des femmes mariées avec des enfants à leur charge. Cela correspond parfaitement avec le résultat précédent. De même, nos résultats dévoilent une autre réalité de l'entrepreneuriat féminin lien à la présente du conjoint dans l'exercice et dans la gestion de ces entreprises sensées être créées seulement par des femmes. Nous remarquons que la majorité travaille avec leur mari ce qui leur facilite la conciliation entre la vie quotidienne et celle professionnelle. D'ailleurs, selon leurs propos, même dans le cas de besoin de financements, celles-ci peuvent s'appuyer sur leurs conjoints afin de pouvoir recourir à un emprunt (le soutien moral et parfois même financier).

Figure N°3 : l'état civil



Source : résultat de l'enquête

Ce statut de femme mariée joue un rôle négatif sur leur activité, la présence d'enfants à charge ne facilite pas la tâche pour ces femmes là.

De plus, nous nous sommes questionné sur le degré de participation de ces femmes mariées que nous avons enquêté aux dépenses de la famille. Cette contribution des femmes entrepreneures aux dépenses familiales a permis à celles-ci, d'après les résultats de l'enquête, de participer à la prise décision au sein de la famille.

Néanmoins, la charge liée à la gestion de leur projet entrepreneurial est lourde en étant une femme mariée. Celle-ci doit fournir plus d'efforts pour l'amélioration de la productivité et de maintenir et/ou d'acquérir une nouvelle part sur le marché vue la concurrence qui existe notamment vis-à-vis de leurs homologues hommes. Malgré quelles s'occupent des enfants, pour ces enquêtées le fait d'être mariée les incite d'avantage à réussir leur activité étant donné qu'elles ont des responsabilités pour parvenir à leur objectifs. Elles sont plus déterminées que jamais et voient leur place dans le milieu entrepreneurial. Cela est un signe de confiance pour ces femmes en leurs compétences entrepreneuriales.

### 1.3 Domaine d'activité

**Tableau N°6 : les secteurs d'activités des femmes**

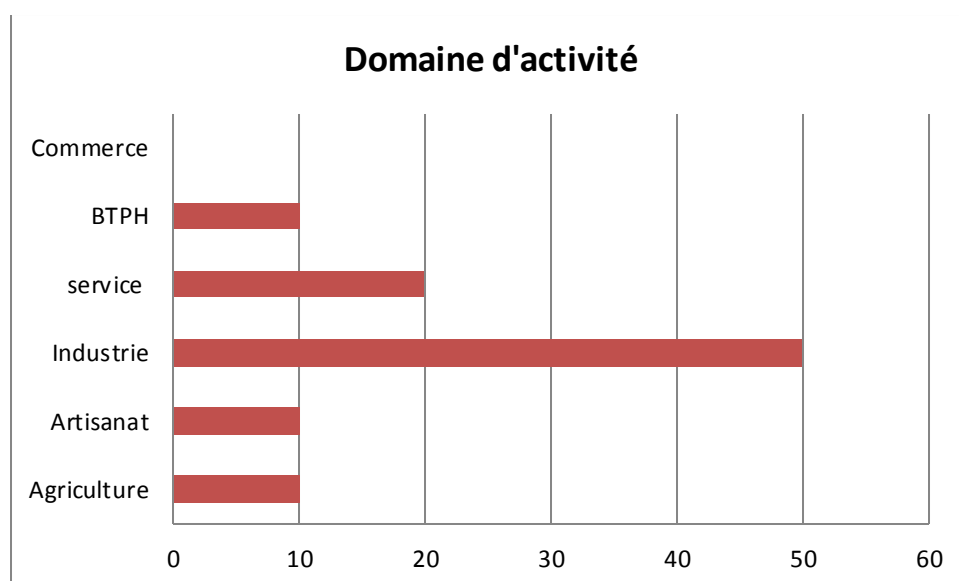
Durée	Entre 1 à 5 ans	5 ans et plus	Total
Secteur d'activité			
Fabrication de réactifs de laboratoires	1	2	3
Fromagerie	1		1
Agence de voyage		1	1
Confection de vêtement		1	1
Travaux bâtiment		1	1
Fabrication de chocolaterie		1	1
Total	2	6	8

Source : résultats de l'enquête

Nos répondantes sont nombreuses et chacune à son activité différemment les unes des autres. De nos jours, le savoir faire présente un atout pour les femmes chacune étant qualifiée à un domaine bien précis ceci renvoi souvent à un développement du local.

En ce qui concerne la durée, la majorité des femmes entrepreneures ont commencé leur activité il y'a plus de 5ans, ce sont des femmes dotés d'une expérience professionnelle disposant d'un savoir-faire dans leur domaine. Ceci leurs a permis de mieux préserver la pérennité de leur activité. Celles ayant commencé leurs activités entre 1à 5 ans représentent celles ayant pris le soin de se lancer sur le marché de travail pour fuir le chômage. Elles se sont donc investies dans les domaines qui pourraient leur apporter une bonne situation en vue d'assurer leur stabilité. Moins d'une année, l'entrepreneure ne dispose pas d'assez d'expérience pour s'insérer sur le marché. Pendant cette période, l'entrepreneure fait une analyse des mouvements sur le marché pour se positionner et faire évoluer son activité. D'ailleurs, selon nos résultats, aucune femme des entrepreneures enquêtées n'a commencé ses activités récemment.

**Figure N°4 : Domaine d'activité**



Source : résultat de l'enquête

A travers cette figure, et selon les femmes questionnées, l'industrie occupe une place prépondérante dans les activités créées par ces femmes avec une fréquence de 50%. L'industrie assure un rôle de pôle de développement, un secteur indispensable à la croissance économique au niveau national et local. En effet, l'industrie englobe non seulement la transformation des produits et la fabrication d'équipements. Elle permet également une valorisation de produits agricoles d'où une forte présence des femmes dans ce secteur d'activité. En second lieu, vient le secteur des services dans lequel les femmes occupent une proportion de 20% parmi nos enquêtées. L'une des singularités du service est la participation des agents aux différents processus de production, il y'a une implication des femmes sur le marché.

Enfin, nous avons une proportion de 10% pour l'artisanat, l'agriculture et le BTPH. Toutes ces activités diversifiées montrent la participation de la femme dans le monde économique.

### **1.4 Poste occupé avant la création de son entreprise**

Nous nous sommes interrogés sur cette question de la nature du poste occupé ou de son statut avant la création de l'entreprise proprement dite pour analyser leurs parcours professionnel et voir par conséquent le lien avec l'activité créée. L'expérience professionnelle compte fortement tout au long du processus entrepreneurial. Avant la création de leurs entreprises, certaines femmes ont exercé d'autres métiers. En effet, cela leur permet

## Chapitre III: Résultats de l'enquête

---

d'acquérir des expériences et des compétences qui les aideront à mettre en place leurs propres projets.

**Tableau N°7 : expérience professionnelle**

Les professions	Le nombre de femmes
Etudiante	2
Stagiaire	2
Chômage	1
Enseignante	1
Fonctionnaire	1
Femme au foyer	1

Source : résultats de nos enquêtes

Toutefois, le tableau ci-dessus montre que ces femmes enquêtées relèvent de professions loin de leurs projets créés et ne possèdent guère une expérience professionnelle. Malgré cela, les femmes enquêtées déclarent avoir un intérêt et une volonté pour réussir dans le monde entrepreneurial.

### **2. Profil des entreprises créent par les femmes :**

A travers l'analyse du profil de l'entreprise créée par la femme entrepreneure, nous visons de mettre l'accent sur les points suivants : l'origine de l'idée d'entreprendre, les sources de financement, le milieu d'implantation et le statut juridique de celle-ci.

#### **2.1 La répartition des entreprises selon la forme juridique**

La plupart d'entrepreneures que nous avons interrogées ont choisie en première position le statut de personne physique avec une fréquence de 75%. L'utilité de cette forme peut s'expliquer par la facilité d'entrer dans le monde des affaires en s'appuyant sur leurs propres moyens. En créant des micro-entreprises à responsabilité limitée, la femme entrepreneure dispose de toutes ses capacités juridiques pour agir ou répondre à ses actes. En deuxième position, nous retrouvons la forme d'EURL avec un taux de 12,5%. Cette forme envisage de faire entrer ultérieurement d'autres associés ou partenaires sans que l'entreprise subisse des modifications. Et enfin, en dernière position la SPA est choisit par une proportion de 12,5% des enquêtées. Dans cette forme, l'actionnaire dispose des pécuniaires et de droits

## **Chapitre III: Résultats de l'enquête**

---

sociaux. En effet, le choix du statut juridique pour l'entreprise créé se fait par la femme en fonction de la nature du projet et des différentes conditions réunies pour sa création.

### **2.2 Les entrepreneures enquêtées selon le nombre d'employés**

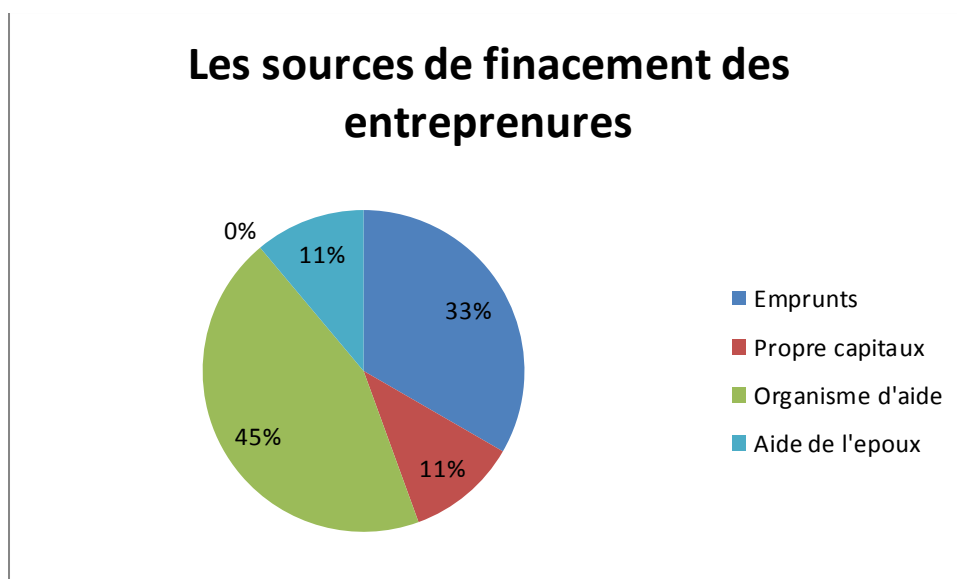
Les résultats de notre enquête divulguent une prédominance de la catégorie de micro-entreprise comprenant des effectifs allant de 1 à 9 pour une proportion représentant 75% des enquêtées. En effet, ce statut de micro-entreprise permet aux femmes de se lancer facilement et d'avoir un accès facile à la gestion de l'entreprise. Celle-ci est suivie de la catégorie de la petite entreprise ayant entre 10 et 49 employés. Et enfin, la moyenne entreprise avec 50 à 499 effectifs avec un taux ne dépassant pas les 12,5%. A partir de là, nous déduisons que la quasi-totalité des entreprises créées participent dans la création d'emplois.

### **2.3 Sources de financement**

L'existence de plusieurs sources de financement, mises à la disposition des entrepreneurs par les différents organismes d'aide et d'accompagnement aux jeunes, a facilité la tâche pour les femmes enquêtées. En effet, la plupart de nos enquêtées ont fait recours à ces dispositifs pour le financement de leurs projets.

Ces dispositifs occupent une place importante dans le financement de leur activité, ceci peut s'exprimer souvent par un accès beaucoup plus rapide sans difficultés avec des délais de remboursement acceptables.

**Figure N°5: source de financement**



Source : résultat de l'enquête

La figure ci-dessus exprime une proportion de 45% des femmes enquêtées ayant obtenu un financement à leurs activités grâce à des emprunts bancaires. Par contre, nous retrouvons une part de 33% des enquêtées ayant fait appel aux dispositifs d'aides. Et seulement 11% des femmes ont décidé de financer leurs projets en s'appuyant seulement sur leurs propres capitaux voire même à l'aide de l'époux pour la même proportion.

### **3. Les facteurs incitateurs de la femme entrepreneure**

D'après les réponses obtenues lors de notre enquête, nous allons présenter les facteurs ayant incité les entrepreneures à créer leurs projets.

#### **3.1 Echapper au chômage et être valorisée socialement**

Une proportion de 12,5 % des enquêtées déclare que leur principale motivation est de fuir le chômage pour se faire respecter dans la société. En effet, avoir un statut dans la société à travers l'occupation d'un poste d'emploi représente une reconnaissance systématique selon ces femmes enquêtées.

#### **3.2 Recherche de l'autonomie et de l'indépendance financière**

Avec l'incapacité de pouvoir subvenir aux différents besoins la plupart de femmes se voit dans l'obligation de débiter un projet pour un taux de 12,5 % des enquêtées. Celles-ci se lancent dans l'entrepreneuriat juste dans le but d'améliorer leur situation financière, devenir

## Chapitre III: Résultats de l'enquête

autonomes et ne pas dépendre de leur conjoint mais aussi de participer aux dépenses de la famille. Toutefois, nous retrouvons une autre catégorie de femmes (environ 4%) qui réclament avoir choisi l'entrepreneuriat pour leur faible revenu ne pouvant satisfaire leurs besoins.

### 3.3 Mettre en pratique les compétences et les connaissances

Pour ses femmes interrogées, l'entrepreneuriat est une solution pour mettre en valeur son savoir-faire et les connaissances acquies pendant leur cursus universitaire. Le goût de prendre des risques encouragent les femmes à entreprendre et une proportion de 29,16% l'affirme.

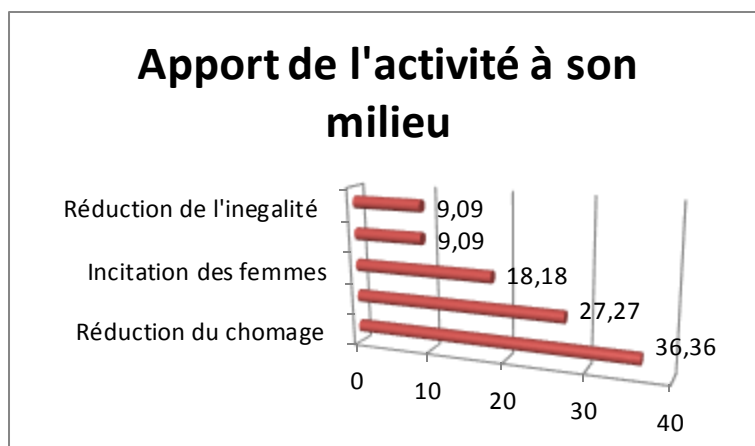
### 3.4 Une intention d'enfance avec un encouragement de la famille

Depuis l'enfance, certaines femmes affirment avoir des envies d'entreprendre pour réaliser leurs rêves et leurs passions dans un sens de relever des défis pour environ 8,33%. Celles-ci affirment que ce désir a joué un rôle important dans leur engagement dans l'aventure entrepreneuriale. De même, elles affirment d'avoir reçu un encouragement de la part de leur entourage pour 16,66% d'entre elles. Celles-ci ne provenant pas forcément d'une famille d'entrepreneurs dont les parents exercent un rôle d'amélioration de la personnalité de l'entrepreneure.

### 3.5 Choix du milieu d'implantation

En général, les femmes décident d'entreprendre pour avoir un accomplissement et assurer leur évolution personnelle et professionnelle.

Figure N°6 : présentation des apports au milieu environnante



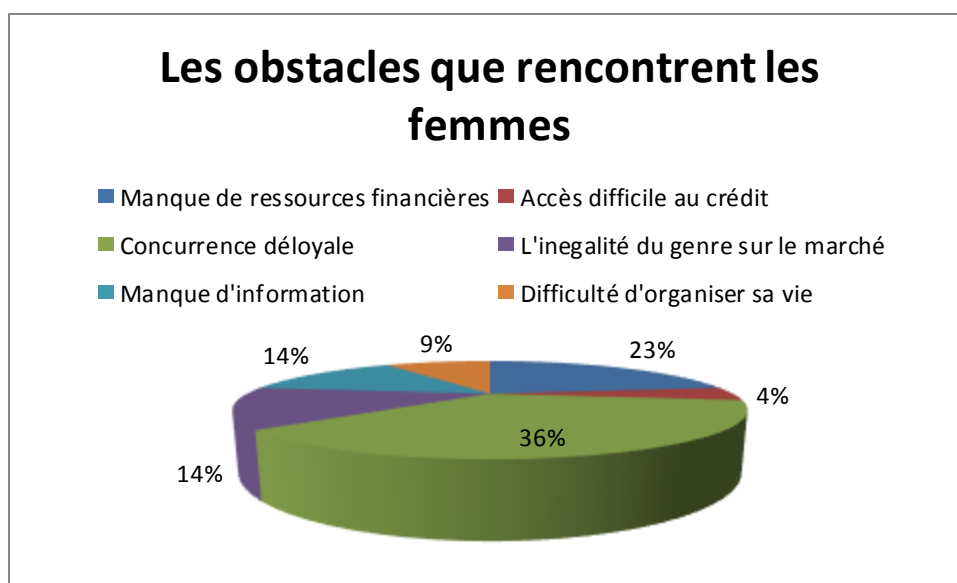
Sources : résultat de l'enquête

## Chapitre III: Résultats de l'enquête

D'après la figure ci-dessous, cette initiative de création d'entreprise apporte des avantages à la femme entrepreneure ainsi qu'à son milieu environnant. Elles contribuent dans la réduction du chômage au niveau local selon une proportion représentant 36,36% des enquêtées. Elles permettent d'amoindrir la discrimination faite vis-à-vis des femmes qui subissent de la ségrégation de la part de leurs homologues masculins. Avec la motivation et le dévouement de ses femmes pour l'entrepreneuriat, celles-ci arrivent à réduire explicitement cette marginalisation pour plus de 27% des répondantes. L'entrepreneuriat pour d'autres femmes soit 18,18% d'entre elles représente un moyen d'inciter d'autres femmes à entreprendre. Enfin, il permet de réduire les inégalités hommes/femmes et améliorer les conditions de vie des femmes dans la société avec 9,09% selon les résultats de notre enquête.

### 4. Les contraintes que les femmes racontent lors de leurs parcours professionnel :

Figure N°7: les obstacles que rencontrent les femmes entrepreneures



Source : résultats de l'enquête

Notre enquête montre que les femmes font face à des difficultés qui découragent réellement leur intention entrepreneuriale. Certaines contraintes sont vraiment démotivantes pour leurs initiatives entrepreneuriales en générale. Près de 23 % déclarent avoir un manque de ressources financières, cela est dû au manque de collaboration et à l'absence de participation des institutions financières. Parmi ces femmes, il y'a celles qui souffrent de l'inaccessibilité au crédit, soit environ 4%. Cette difficulté d'accéder aux crédits relève selon

## Chapitre III: Résultats de l'enquête

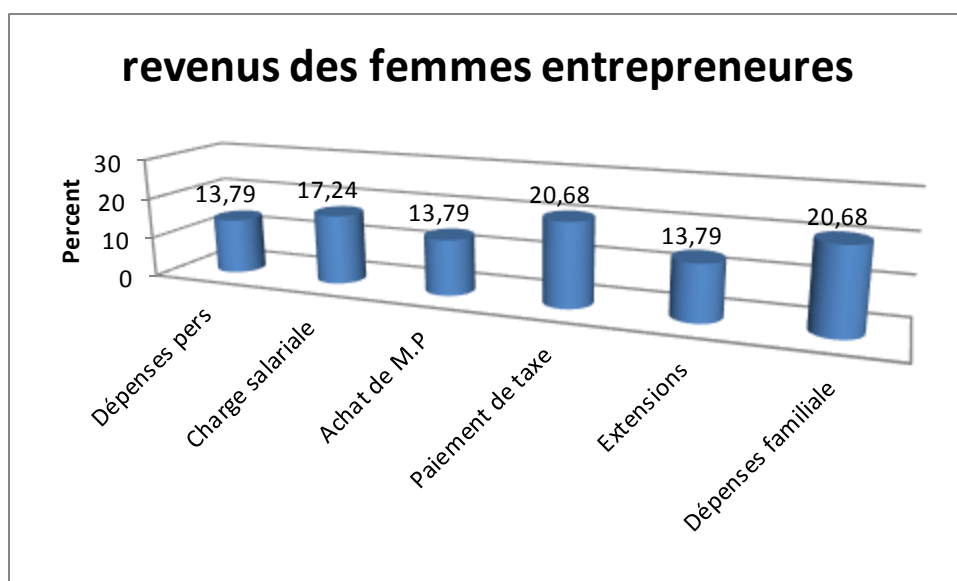
ces femmes du faite d'être une femme lui donnant une autre image contrairement à l'homme. Alors que dans les textes juridiques, il n'existe aucune discrimination selon les sexes dans l'octroi de crédits. En plus, les entrepreneures subissent des formes de concurrence déloyale, selon 36% des femmes interrogées. Certaines femmes déclarent avoir rencontré des difficultés liées à leur statut de femme subordonnée dans la société. Sur ce, elles ont des difficultés à trouver des clients et des fournisseurs. En plus de la forte concurrence, une proportion de 14% signale l'existence d'inégalités de genre sur le marché de travail. En plus de la méconnaissance du circuit de commercialisation et les règles du marché, un bon nombre de femmes entrepreneures ignorent leurs droits.

La figure manifeste une proportion de 9% de femmes qui n'arrivent pas à concilier leur statut d'entrepreneure avec les responsabilités du ménage.

### 5. Contribution sur le plan social et économique des emplois

La plupart des entrepreneures que nous avons sollicitées déclarent avoir reçue une réaction positive encourageante de la part de leur entourage. Ce motif devient une source de motivation pour elles en leur procurant une possibilité à apporter leur contribution dans la société. Par ailleurs, elles évoquent que leur métier court des risques ; néanmoins elles arrivent à mieux gérer leurs activités et les revenus générés, en faisant le mieux possible aux dépenses.

Figure N°8: La répartition des revenus sur les charges



Source : résultat de l'enquête

## Chapitre III: Résultats de l'enquête

Selon l'analyse des réponses obtenues, les femmes consacrent à leurs dépenses personnelles 13,79% du revenu global généré. Par contre, une proportion de 20,68% est dédiée aux dépenses familiales. A ces charges, s'ajoute le paiement des salariés avec 17,24% et des impôts et taxes avec 20,68%. Néanmoins, la part réservée à l'extension de leur activité se trouve importante avec 13,79%.

Dans ces conditions, ces femmes reçoivent une satisfaction personnelle car elles se voient responsables. Cela assure leur épanouissement et les incite à s'impliquer davantage et de se donner à fond pour réaliser leur but tracé d'avance. Pour des situations inattendues ; elles attestent avoir le soutien de leur conjoint et de leur famille.

### 6. Inscription des femmes entrepreneures à la CCI

A travers notre enquête, nous avons fait ressortir quelques conclusions sur le choix des femmes d'adhérer à la chambre. Tout d'abord la chambre représente un organisme protecteur et une fenêtre importante pour l'orientation des investisseurs. Elle vise à assurer la promotion et le développement des différents secteurs et favorise l'assistance aux entrepreneures afin d'avoir des opportunités et des partenaires pour faire connaître leurs projets.

#### 6.1 Les avantages qu'apporte la CCI

Les répondantes de notre échantillon expriment leur attachement à la CCI. Parmi les raisons principales, elles évoquent l'invitation à bénéficier des avantages des informations liées à l'organisation des investissements et des foires.

**Tableau N°8: les prérogatives offertes par la chambre**

Les avantages	Nombre d'observation
Faire la promotion et le développement de vos activités	2
Organisation des mises en contact de partenariat entre les opérateurs nationaux et internationaux	4
Mettre en place un système d'information économique et commercial	1
Apporter le soutien et l'assistance à l'entreprise dans le développement de performances	1
Avoir des conseils de formations et de suivie l'assistance-soutien	4
Attribution d'avantages fiscaux	2
Diminution du risque lié à l'activité de création d'entreprise	1
Assurer l'évolution de son activité	5

Source : résultats de l'enquête

## Chapitre III: Résultats de l'enquête

---

Avoir des conseils de formations et de suivie l'assistance-soutien

L'élément qui revient le plus pour ces femmes entrepreneures reflète le rôle de la CCI en tant qu'organisme capable d'assurer une meilleure évolution de l'entreprise et de l'activité créée. En deuxième position se trouve d'autres femmes qui déclarent que pour elles cet organisme est l'élément déclencheur de leur petite activité puisqu'elle influence certaines juste en assistant à des manifestations et d'autres ont bénéficié d'orientations pour finir par intégrer celle-ci. En effet, celles-ci sollicitent la CCI pour avoir des conseils des formations et suivie l'assistance soutien. De la même tendance, se manifeste le poids de l'organisation des mises en contact de partenariat entre les operateurs nationaux et internationaux. Et enfin, arrive l'ampleur de la promotion et le développement des activités qu'accorde la CCI aux jeunes entrepreneures adhérentes.

### 6.2 Accompagnement accordé par la CCI

La CCI est souvent sollicitée pour avoir des conseils et des informations de suivie. Elle représente, ainsi, un guide qui peut les assister tout au long de leur démarche entrepreneuriale. Ceci sur plusieurs plans : recevoir des avantages fiscaux, assurer l'évolution de leur activité en les aidant à trouver des partenaires nationaux et internationaux comme nous l'avons déjà souligné plus haut.

Cette institution de part son statut aide les femmes entrepreneures, c'est un conseiller, surtout elle les accompagne au cours de leur parcours puisque certaine l'intègre au début de la création de leur entreprise et d'autres après quelque années d'ouverture. Certaine femmes ont signalé avoir des expériences avec la chambre de commerce étrangère dans le cadre de leur activité mais suite à la crise sanitaire certains projets n'ont pas abouti. Durant cette période de pandémie, nos répondantes affirment avoir reçues un soutien de la part de la CCI à travers l'information et la procédure. Avec la CCI les femmes ont l'occasion de côtoyer d'autres dispositifs tels que le CNAC, ANSEJ et ANDI. Ces femmes confirment qu'elles sont accompagnées par ses dispositifs.

En effet, cette section nous a permis d'identifier les principales actions que la CCI prend en compte qui consistent notamment à organiser des foires, des journées d'information tout en expliquant les avantages inhérents à l'investissement.

## Chapitre III: Résultats de l'enquête

---

### Conclusion

D'après les données recueillies lors de notre enquête, nous avons constaté que les femmes entrepreneures possèdent cette volonté de mettre en pratique leurs compétences en vue de réaliser un projet concret en apportant un plus à la société. Elles décident de se lancer dans le processus entrepreneurial afin de subvenir à leurs besoins élémentaires et d'assurer leur indépendance. Cette implication de leur part a des effets sur les conditions économiques car ceci permet de réduire le taux de chômage, restreindre l'inégalité de genre et surtout les discriminations faites aux femmes.

L'adhésion à la chambre de commerce est un atout supplémentaire pour elles étant donné que cette institution joue un rôle non négligeable dans leurs vies professionnelles même si la majorité ignore les informations et les avantages que cette chambre peut leur apporter. En effet, la chambre de commerce accompagne et assiste les femmes entrepreneures dans leurs parcours en leur offrant des opportunités au-delà de leur territoire de localisation notamment par l'offre d'opportunités à l'étranger, cela permet de retrouver des partenaires disposant de compétences et technologies innovantes.

**Conclusion  
générale**

### Conclusion générale

Notre étude a pour objectif d'établir une explication du phénomène de l'entrepreneuriat féminin, de présenter les difficultés auxquelles elles font face, de faire ressortir les différentes motivations ayant poussé celles-ci à s'inscrire dans la CCI et d'analyser le rôle de cette dernière dans la création d'entreprises par les femmes adhérentes. Ce présent travail a pour vocation de mieux cerner le concept de l'entrepreneuriat et de celui d'entrepreneuriat féminin en tant que réalité sociale et économique en Algérie.

Tout au long de notre travail, nous avons essayé de fournir des réponses à notre questionnement sur la contribution ou de l'apport de la CCI, d'une part, à la promotion et au renforcement de l'entrepreneuriat féminin, et d'autre part, au développement territorial de la wilaya de Tizi-Ouzou.

Pour se faire, nous avons commencé par une présentation de l'entrepreneuriat féminin comme un outil d'autodétermination des femmes et un facteur de développement socioéconomique. Dans ce chapitre, nous avons eu à rappeler les différents concepts liés à l'entrepreneuriat et à l'entrepreneur tout en mettant l'accent sur la femme entrepreneure.

De plus, nous avons concentré le second chapitre à l'étude de l'entrepreneuriat féminin en tant qu'acteur de développement par son processus de création d'entreprises. Ce chapitre vise à mettre l'accent sur la spécificité des femmes entrepreneures en matière de profil, de motivations, de contraintes et de contribution au développement territorial.

Enfin, dans le dernier chapitre nous sommes revenus sur l'élaboration d'une présentation de la CCI afin de voir ses missions et son fonctionnement sur le plan juridique dans un objectif de vérifier, à travers l'enquête de terrain, l'application de ces derniers sur le terrain pour pouvoir répondre à notre problématique. Par la suite, ce même chapitre s'est consacré à la présentation du cadre méthodologique, au déroulement de l'enquête et à l'interprétation des principaux résultats vue les multiples contraintes rencontrées.

Parmi les résultats que ressorte notre enquête, nous avons en premier lieu le profil de la femme entrepreneure représenté succinctement par des tranches d'âge en moyenne de 35 ans (pour environ 62%) correspondant à des femmes relativement plus mûres, mariées et ayant un niveau universitaire pour la plupart en plus d'autres femmes ayant suivies des formations professionnelles exploitées pour créant des projets.

Ces femmes enquêtées s'inscrivent dans la catégorie d'entreprises relativement jeunes pour la plupart allant de 5 à 10 ans d'existence. Durant cette période a fait profiter à l'évolution de femmes contrairement à d'autres où celles-ci ont pu intégrer le marché et marquer une part importante loin de toute ségrégation liée au genre homme-femme. De même, le début de leur activité été accompagné par un niveau recrutement relativement faible (entre 1 à 5 employés) le temps d'obtenir une expérience sur le terrain et de se lancer sur le marché.

Les formes juridiques dominant sont les entreprises individuelles (personne physique pour 72% des enquêtées). Les enquêtées investissent dans des activités entrepreneuriales à la fois diversifiées et spécifiques leurs permettant d'assurer une évolution sur le plan personnel et professionnel conformément à leurs compétences. Parmi ces activités nous avons entre autres la fabrication de réactifs de laboratoires, unité de fromagerie, confection de vêtements, travaux de bâtiment, chocolaterie, etc.

Nous avons constaté aussi que l'idée d'entreprendre est souvent assimilé à l'encouragement de la famille et à l'amour du métier. Il en ressort de notre enquête que les femmes sont motivées d'entamer l'activité entrepreneuriale soit pour échapper au chômage, être valorisées socialement, avoir leur propre autonomie, assurer une certaine stabilité mais aussi mettre en pratique leurs compétences.

Lors de notre enquête, les interrogées affirment avoir rencontré des difficultés lors de leur parcours entrepreneurial. D'après celles-ci la plupart ont un manque de ressources financières, souffrent de la concurrence déloyale et de celle de leurs homologues masculins juste parce qu'elles sont des femmes. Enfin, l'inégalité du genre sur le marché et en plus de la difficulté de concilier leur vie professionnelle de leur vie privée.

**H2 :** à travers son rôle de représentant des entrepreneurs auprès des pouvoirs publics au niveau local, la CCI joue un rôle d'intermédiaire permettant de transmettre et de résoudre les problèmes rencontrés par l'entrepreneuriat féminin et participe, ainsi, au développement territorial de la wilaya de Tizi-Ouzou.

La CCI est perçue par les enquêtées comme étant un organisme capable d'assurer une meilleure évolution de l'entreprise créée et donc un moyen sur lequel les femmes peuvent s'appuyer pour se lancer dans l'entrepreneuriat. Cela relève du fait qu'elle représente un facteur déclencheur des activités créées par beaucoup de femmes membres. En effet, l'ensemble de manifestations organisées par la CCI permet à certaines femmes de bénéficier

d'orientations, de conseils et même à des formations et à un suivie par la suite. Cela sans négliger le rôle d'intermédiaire dans l'élaboration de partenariat entre les operateurs nationaux et internationaux. L'ensemble de ces éléments confirmés par nos enquêtées permettent de confirmer notre première hypothèse portant sur le fait que la CCI facilite et accompagne la création d'entreprises pour les femmes entrepreneures adhérentes tout au long du processus entrepreneurial (la CCI est un guide pour ces femmes tout au long de leur démarche entrepreneuriale).

L'ensemble des problèmes rencontrés par les femmes entrepreneures trouvent une réponse plus ou moins importante auprès de la CCI y compris celui de son statut social. Ce dernier est pris en considération lors des organisations visant la promotion et la sensibilisation à l'entrepreneuriat féminin. De même, les conseils et orientations touchent à tous les aspects du projet et du comportement de l'entrepreneur face à toute forme de problèmes. D'ailleurs, même pendant cette période de pandémie, nos répondantes affirment avoir reçues un soutient de la part de la CCI à travers l'information et la procédure. Ces femmes confirment avoir être bien suivies et accompagnées par ses dispositifs surtout au niveau administratif (crédits, impôts, etc.). Cela permet de dire que finalement la CCI est une opportunité pour ces femmes entrepreneures du fait de son rôle d'intermédiaire capable de transmettre et de résoudre les problèmes rencontrés par les entreprises créées porteurs de développement territorial au niveau de la wilaya de Tizi-Ouzou confirmant, ainsi, notre deuxième hypothèse.

Enfin, nous pouvons dire que le phénomène entrepreneurial constitue une réalité sociale qui vise à améliorer la performance des femmes dans leur milieu professionnel et privé avec des effets d'entraînement faisant l'objet de développement et de croissance économique.

## Références bibliographies

### OUVRAGES

- Messeghem K., 2011, « l'entrepreneuriat », édition EMS, France.
- Fayolle A., 2005, « Introduction à l'entrepreneuriat », édition DUNOD, PARIS
- Fayolle A., 2011 « l'entrepreneuriat apprendre à entreprendre », édition DUNOD, France.
- Verstraet T., 2000, « Histoire d'entreprendre : les réalités de l'entrepreneur » ; édition EMS
- Hernandez E-M., 1991, « Le processus entrepreneurial, vers un modèle stratégique d'entrepreneuriat », édition Harmattan.
- Hirsrich R., et Michael P., 1991 « Entrepreneurs shep, lancer, élaborer, et gérer une entreprise », édition Economica.
- Casson M., 1991, « L'entrepreneur », édition Economica, Paris, France.
- Hernandez E-M., et Luc M., 1967, « Entrepreneur et décision de l'intention à l'acte », édition ESKA.
- Julien P-A., et Marchesnay M., 1996, « l'entrepreneuriat », édition Economica.
- Donckels R., 1989, Innovative entrepreneurship, the case of Belgium. UFSAL Brussel.
- Janssen F., 2016, «Entreprendre: Une introduction à l'entrepreneuriat», DeBoeck Supérieurs.
- Dali C., 2014, « Entrepreneuriat féminin et développement local en milieu rural : le cas de la sous-préfecture de Gadouane en Cote d'Ivoire.».
- Abrous D., 1979, « l'honneur face au travail des femmes en Algérie », édition Harmattan, paris.
- Gillet A., 2007, « Emploi et entrepreneuriat des femmes en Algérie : des dynamiques entre traditions et innovations », pme, emploi et relations sociales France – Maghreb ; L'Harmattan, Paris.
- Paquette G., 2005, “Modélisation des Connaissances et des Compétences: Un langage Graphique pour Concevoir et Apprendre”, Presse de L'université du Québec

- Guérin I. et al. 2011, Femmes, économie et développement de la résistance à la justice sociale, Editions ères, Paris Toulouse.

## REVUES :

- Filion L-J., 1997, « Le champ de l'entrepreneuriat : historique, évolution, tendance », Revue internationale des PME, vol .10, n°.2 <https://doi.org/10.7202/1009026ar>. consulté le 11 Décembre 2021.

- Diamane M., 2016 « Les approches dominantes de la recherche en entrepreneuriat » [www.researchgate.net/publication/311738962\\_Les\\_approches\\_dominantes\\_de\\_la\\_recherche\\_en\\_entrepreneuriat](http://www.researchgate.net/publication/311738962_Les_approches_dominantes_de_la_recherche_en_entrepreneuriat). consulté le 11 Décembre 2021.

- Van Caillie D., Lambrecht C., 1995, « Entrepreneur, ses motivations, sa vision stratégique ses objectifs » ; <https://orbi.uliege.be/bitstream/2268/36031/1/1995%20-L%27entrepreneur.PDF> consulté le 11 Décembre 2011.

- St- Cry. L et Audet .J et Carrier et Legare. M.H, 2002, « L'entrepreneuriat féminin du secteur manufacturier Québécois : Caractéristique et accès au financement » 6° CIFPME, Montréal.

- Charmes J., 2014, Les origines du concept de secteur informel et la récente définition de l'emploi informel, Revue MECAS N°12 <https://www.researchgate.net/publication/255633920>.

- Tahir metaiche F., Bendiabdellah A., 2016 « Femmes entrepreneures en Algérie : savoir, vouloir et pouvoir », Harmattan, 2 n° 26, P.219 à 240.

- Barroca B., et al., 2013, « De la vulnérabilité à la résilience : mutation ou bouleversement ? », *EchoGéo* [En ligne], 24 | 2013, mis en ligne le 10 juillet 2013, consulté le 11 Décembre 2021. URL : <http://echogeo.revues.org/13439> ; DOI : 10.4000/echogeo.13439.

- Povitilo D., 2009, Vulnérabilité et résilience: géométrie variable des deux concepts, Séminaire résilience, ENS Paris, <http://129.199.13.25/IMG/file/resilience/SeminaireProvitoloVulnerabiliteResilience>

- Habib B., et al 2014, « les déterminants de l'intention entrepreneuriale Féminin en Algérie, cas des diplômées de l'enseignement supérieur », Vol. 110 <https://www.ajol.info/index.php/cread/issue/view/13049>

- Berrah. M., 2019 « Activité, Emploi & Chômage en mai 2019 ». N° 879.  
[https://www.ons.dz/IMG/pdf/emploi\\_chom\\_mai\\_2019.pdf](https://www.ons.dz/IMG/pdf/emploi_chom_mai_2019.pdf)
- Belmihoub M-C., 2016, « Etude exploratoire sur l'accès des femmes au marché en Algérie », <https://library.fes.de/pdf-files/bueros/algerien/13438.pdf>.
- Talahite F., 2008 « Algérie. L'emploi féminin en transition », <https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-00203648>
- Constantinidis C., et al, 2017, « L'entrepreneuriat féminin dans une société en transitions : analyse de trois profils de femmes entrepreneures au Maroc », édition EMS, Volume 30, Number 3-4.
- Sammut S., 2008, Variétés des formes d'accompagnement du créateur d'entreprises : quand la dimension interpersonnelle devient prégnante, <https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-01244223> consulté le 11 Décembre 2021.
- Cuzin R., Fayolle A., 2004, La mutation de l'accompagnement à la création d'entreprises : regard croisé d'une déclinaison locale de la politique nationale. AIREPME, Congrès de Montpellier.
- Lee-Gosselin H., et al. 2010, Réalités, besoins et défis des femmes entrepreneures de la région de la capitale-nationale.  
[http://www.fss.ulaval.ca/cms\\_recherche/upload/claire\\_bon/fichiers/etudeentrepreneuriatfeminin1.pdf](http://www.fss.ulaval.ca/cms_recherche/upload/claire_bon/fichiers/etudeentrepreneuriatfeminin1.pdf)
- Paturel R., et Arasti Z., 2006, LES principaux déterminants de l'entrepreneuriat féminin en Iran. 8EME CIFEPME, L'internationalisation des PME et ses conséquences sur les stratégies entrepreneuriales 25, 26,27 Octobre2006, HEG Fribourg, Suisse.
- Aknine R ., Ferfera M-Y., 2014, « L'entrepreneuriat et création d'entreprise en ALGERIE », revue °14(2014),
- Dif A. et Adel F-Z., 2014, la diversité facteur d'émergence de la femme entrepreneure Algérienne, communication in actes de la Journée AEI – AIREPME, Kedge Business School Marseille, Entrepreneuriat et PME : enjeux et perspectives, p477-494.

- Tahir metaiche F., 2018, « profil de l'entrepreneuriat féminin en Algérie : une étude exploratoire », <http://www.femme-entrepreneur.bf/wp-content/uploads/2018/07/femmes-entrepreneures-alg%C3%A9rie.pdf>
- Himrane, M., Hassani H 2017, Une analyse multidimensionnelle de l'entrepreneuriat féminin en Algérie., 4(6) ,13-26;
- Hamoudi S., Abedou A., 2018, «Le Parcours Socioprofessionnel Des Femmes Entrepreneures En Algérie : Caractéristiques Et Motivations » Volume 7, N°2
- Djoher A., Imekhelaf R., 2020, « L'entrepreneuriat féminin en Algérie : entre défis et contrainte » Vol.6, n°1, Avril.
- Firlas M., « L'entrepreneuriat féminin en Algérie : des créations par nécessité » 6<sup>ème</sup> journée scientifique international sur l'entrepreneuriat. Les 6èmes Journées Scientifiques Internationales sur l'Entrepreneuriat [https://me.univ-biskra.dz/images/me\\_seminaire/2014/pdf\\_fr/smf1014.pdf](https://me.univ-biskra.dz/images/me_seminaire/2014/pdf_fr/smf1014.pdf)
- Zoutien J. et Levy Tadjine T., 2005, « Les femmes et les immigrée ont-ils besoin d'un accompagnement entrepreneurial spécifiques » IVème congrès de l'académie de l'entrepreneuriat, paris 24-25novembre
- D'Andria A., Gabarret I., 2017, Mères et entrepreneures: étude de la motivation entrepreneuriale des mampreneurs françaises, Revue internationale PME, 30(1) ,155-181
- Himrane M., 2018, « Les caractéristiques des femmes entrepreneurs », Vo 105- N° 01.
- Parker S., 2009, «The economics of entrepreneurship». Cambridge UK: Cambridge University Press  
[.https://assets.cambridge.org/97811071/70667/frontmatter/9781107170667\\_frontmatter.pdf](https://assets.cambridge.org/97811071/70667/frontmatter/9781107170667_frontmatter.pdf).
- Mungai, E. N., Ogot, M. 2012. "Gender, culture and entrepreneurship in Kenya". International Business Research,
- Estay C., 2011, « Motivation entrepreneuriale », Revue internationale P.M.E., vol. 24, no 1, 2011, P141-142
- Ghiat B., 2020, « Motivation des femmes à l'entrepreneuriat en Algérie : Nécessité, auto-confirmation ou désir d'émancipation » Volume02N°: 01.

- Slamani R., Mechtour R., Remini A., 2017. Développement de l'entrepreneuriat féminin en Algérie: identifications des facteurs de motivations. Revue des sciences commerciales, 16(2) ,71-86;
- D'Andria A., Gabarret I., 2016 « Femmes et entrepreneurs : Trente ans de motivation entrepreneuriale féminine », 2016/3 Vol. 15 | pages 87 à 107.
- Boufeldja G., 2018, « Les femmes entrepreneures en Algérie : Contraintes culturelles et désir d'émancipation ».
- Aouni Z., Surlemont B., « processus d'acquisition des compétences entrepreneurial : une approche cognitif »,   
[https://orbi.uliege.be/bitstream/2268/202039/1/Le\\_processus\\_d%27acquisition\\_des\\_competen ces\\_entrepr.pdf](https://orbi.uliege.be/bitstream/2268/202039/1/Le_processus_d%27acquisition_des_competen ces_entrepr.pdf)
- Tat keh H., et al. 2002, « Opportunity Evaluation Under Risky Condition: The Cognitive Processes of Entrepreneurs “, Entrepreneurship Theory and Praticce, vol.27(2), P.125.148.
- Newbert, Scott L., 2005, « New Firm Formation: A Dynamic Capability Perspective», journal of small Business Management vol.43, N°1, P.55-77.
- Ferroudja C., 2017, « L'entrepreneuriat féminin en Algérie, Entre les exigences du changement social et les stéréotypes du genre », 10-01, 5424/IJO/21547.
- Lassassi, M., et Hammouda, N., 2012, Le fonctionnement du marché du travail en Algérie: population active et emplois occupés. Région et développement, 35,   
<https://www.researchgate.net/publication/265164489>
- Omrane A., Fayolle A., et al « LES COMPÉTENCES ENTREPRENEURIALES ET LE PROCESSUS ENTREPRENEURIAL : UNE APPROCHE DYNAMIQUE » 2011/5 n° 251

### **Mémoires :**

- Kounta S., 1997 « Caractéristiques de l'entrepreneurship féminin au Mali » l'université du Québec à Chicoutimi.
- Bouzidi R., Nouri T., 2018, «L'apport de l'ANGEM au développement d'une activité agro-alimentaire illustrée par le couscous », Université de Mouloud Mammeri de Tizi-Ouzou.

- Ounas F., et Zaidin N, « Les déterminants à la création de l'entreprise », Université A-Mira de Bejaia.
- Dif A., 2009-2010 « L'entrepreneuriat féminin : cas de la wilaya de Oran », Université d'Oran Es-senia.
- Querrec F., 2017 /2018 « Économie sociale et solidaire », Parcours Finances solidaires et gestion des entreprises sociales. Université Rennes 2
- Boughanem F., 2008 « L'entrepreneuriat féminin et son accompagnement », Université de Mouloud Mammeri de Tizi-Ouzou

### **Thèses :**

- Bruyat C., 1993, « Création d'entreprise : Contributions épistémologiques et modélisation », Université Pierre Mendès France Grenoble II
- Smadi A., 2018, « Analyse de la contribution de l'entrepreneuriat féminin formel/informel au développement territoriale de la wilaya de Tizi-Ouzou », Université de Mouloud Mammeri de Tizi-Ouzou.
- Ben makhlof Y., 2019, « L'émergence de l'entrepreneuriat féminin dans la wilaya de Tizi-Ouzou : analyse de ses incidences socio-économiques et limite de son accompagnent », Université de Mouloud Mammeri de Tizi-Ouzou

### **Rapports et Documents :**

- OCDE. (2004). Promouvoir l'entrepreneuriat et les PME innovantes dans une économie mondialisée : vers une mondialisation plus responsable et mieux partagée. 2EME conférence de l'OCDE et des ministres en charge des petites et moyennes entreprises(PME), Istanbul, Turquie, 3-5 Juin.
- Rapport sur la situation dans le monde, 2003. vulnérabilité sociale : causes et effets, département des affaires économiques et sociales, Nations Unies, New York.
- Groupe d'études sur la division sociale et sexuelle du travail du CNRS et de l'Université de Paris VIII, Dictionnaire critique du féminisme, Paris : Presses universitaires de France, 2000.
- UNESCO. (2015). Éducation pour tous 2000-2015: progrès et enjeux, rapport mondial de suivi sur l'éducation pour tous 2015.

<http://unesdoc.unesco.org/images/0023/002324/232433f.pdf>

- Document fournis par la chambre de commerce et de l'industrie
- Articles, correspondant la Dénomination et la stratégie d'adhésion et d'affiliation dans la « chambre » ceux sous la tutelle du ministre de commerce.
- Article 4,5 correspondant à stratégie d'adhésion et d'affiliation dans la « chambre » ceux sous la tutelle du ministre de commerce
- Document fournis par la chambre de commerce et de l'industrie correspondant aux missions et attributions

**Sites WEB :**

- Himrane M.,2017 « Place de l'entrepreneuriat dans la sphère économique », <https://jilrc.com/la-place-de-lentrepreneuriat-feminin-dans-la-sphere-economique-himrane-mohammed/>
- [https://www.un.org/sites/un2.un.org/files/sg\\_policy\\_brief\\_world\\_of\\_work\\_and\\_covid\\_19\\_french.pdf](https://www.un.org/sites/un2.un.org/files/sg_policy_brief_world_of_work_and_covid_19_french.pdf)
- Global industrie « les femmes dans l'industrie : plus qu'un atout, une nécessité » 2020.08.28 <https://global-industrie.com/fr/actualites/179/les-femmes-dans-l-industrie-plus-qu-un-atout-une-necessite>
- <https://fr.db-city.com/Alg%C3%A9rie--Tizi-Ouzou>
- <http://www.ccidjurdjura.dz/tizi-ouzou/presentation-globale/>

## **Liste des Tableaux**

Tableau N°1 : Typologie des formes d'innovation

Tableau N°2 : Les phases de l'évolution du concept

Tableau N°3 : Les facteurs motivationnels des femmes entrepreneures

Tableau N°4 : Quelques motivations des femmes entrepreneures selon les auteurs

Tableau N°5 : La représentation de l'enquête

Tableau N°6 : Les secteurs d'activités des femmes

Tableau N°7: Expérience professionnelle

Tableau N°8 : Les prérogatives offertes par la chambre

## **Liste des figures**

Figure N°1 : La hiérarchie des motivations à l'entrepreneuriat des femmes algérienne

Figure N°2 : Tranche d'âge

Figure N°3 : L'état civil

Figure N°4 : Domaine d'activité

Figure N°5 : Source de financement

Figure N°6 : Présentation des apports au milieu environnante

Figure N°7: Les obstacles que rencontrent les femmes entrepreneures

Figure N°8 : La répartition des revenus sur les charges

## Annexes : questionnaire

Suite à la préparation d'un mémoire de fin d'études en master économie de développement, nous souhaitons réaliser une enquête pour recueillir des informations essentielles pour la réalisation de notre mémoire. Ce questionnaire anonyme vise à déceler les caractéristiques du processus entrepreneurial de ces femmes entrepreneures inscrites dans la chambre de commerce et de l'industrie et ce à travers l'analyse des avantages, des modalités d'accompagnement, mais aussi les insuffisances. De plus nous tenons à mettre l'accent sur les incidences socio-économique de cet entrepreneuriat féminin au niveau de la wilaya de Tizi-Ouzou. Merci de votre contribution

Date :

N° du questionnaire :

### Axe 1 : Profil de la femme et de l'entreprise créée par celle-ci (caractéristiques décrivant la personnalité de l'entrepreneure)

1- Pouvons-nous connaître votre âge ?

OUI	
NON	

Si oui veuillez situer votre âge en cochant la bonne réponse

Moins de 20ans	
Entre 20-30ans	
Entre 30-40ans	
Entre 40-50ans	
Entre 50et plus	

2- Quelle est votre état matrimonial ?

Célibataire	
Mariée	
Divorcée	
Veuve	

3- Quelle est votre activité ?

Fabrication de réactifs de laboratoire	
Fabrication chocolaterie et crèmes glacées	
Fromage	
Fabrication de camembert et fromage frais	
Agence de tourisme et voyages	
Ecole de formation	
Cyber café de Tizi-Ouzou	
Confection des vêtements et lingerie	
Entreprise de nettoyage	
Imprimerie	
Travaux bâtiment	
Import de produits cosmétiques	
Import export machine Agro- alimentaire	

4- A partir de quelle année avez-

vous commencé votre activité entrepreneuriale ?

Moins d'une année	
Entre 1 à 5ans	
Entre 5 et plus	

5- Combien d'effectif avez-vous au sein de votre entreprise ?

- Au début de la création ..... Maintenant.....

6- Quelle est la taille de votre entreprise selon les catégories suivantes ?

Micro-entreprise (1à 9 salariés)	
Petite entreprise (10 à49 salariés)	
Moyenne entreprise (50 à 499 salariés)	

Grande entreprise (500 à 999 salariés)	
--	--

7- Quel est le sexe de vos employés ?

Masculin	
Féminin	
Mixte	

8- Quelle place occupez-vous au sein de l'entreprise ?

.....

9- Quelle était votre position professionnelle avant la création de votre entreprise ?

Etudiante	
Chômage	
Stagiaire	
Autre	
Si autre précisez	

10- Quel est votre niveau d'étude ?

Primaire	
Secondaire	
Moyenne	
Universitaire	
Formation professionnelle	
Autre	
Si autre précisez	

11- Possédez-vous une expérience professionnelle dans la même activité créée ?

OUI	
NON	
Si oui précisez	

12- Avez-vous suivi une formation qualifiante dans la gestion d'entreprise pour mieux gérer votre activité ?

OUI	
NON	

13- Quel est votre parcours professionnel ?

.....

.....

14- Avez-vous fait une étude de marché avant d'entreprendre ?

OUI	
NON	

Si oui dites comment ?.....

15- Pouvons-nous connaître votre principale source de financement ?

Emprunts	
Propre capitaux	
Organisme d'aide	
L'aide de la famille	
L'aide de l'époux	
Autre	
Si autre précisez	

16- Quelle est votre situation juridique ?

EURL	
SPA	
SNC	
SARL	
Autre	
Si autre précisez	

17- Dans votre choix d'implantation considérez-vous que la région où vous avez choisie est adéquate pour bien mener son activité ?

OUI	
NON	

Si oui, sur quelle base vous vous êtes basé pour cette localisation ?.....

18- Quelle est votre domaine d'activité ?

Agriculture	
-------------	--

Artisanat	
Industrie	
Service	
BTPH	
Commerce	
Autre	
Si autre précisez	

19- Pourquoi vous avez choisie particulièrement cette activité ?

Expérimenter ses idées pour relever le défi	
Développer sa créativité	
Avoir le sens de l'affaire, des responsabilités	
De ne plus dépendre de quelqu'un, avoir une grande flexibilité	
Assurer son évolution personnelle et professionnelle	
Le fait de créer son propre emploi	
Le gout de prendre des risques	
Autre	
Si autre précisez	

20- Exercez vous un autre métier en dehors de celui-ci ?

OUI	
NON	

Si oui, votre entreprise est gérée par vous-même ?.....

Sinon dites elle est gérée par qui et pourquoi ? .....

21- Avez-vous une bonne situation sur le marché ?

OUI	
-----	--

NON	
Ou vous préférez une amélioration	

Sinon dites pourquoi ?.....

22- Comment assurez-vous la survie de votre activité ?

.....

23- Qui assure la commercialisation de vos produits ?

.....

**Axe 2 : Facteur incitateur de la femme entrepreneure**

24- Parmi les facteurs motivationnels, quelle est votre motivation de devenir entrepreneure ?

Améliorer mes conditions économiques	
Echapper au chômage être valoriser socialement « avoir un statut »	
S'épanouir	
Recherche de l'autonomie et de l'indépendance financière, l'accomplissement personnel	
Devenir son propre patron	
l'intention d'entreprendre depuis l'enfance	
Le gout d'entreprendre et de prise de risque	
Le désir de chercher la stabilité	
L'insatisfaction de l'emploi à cause du salaire faible	
Absence de source de revenu	
Mettre en pratique de compétences	
Autre	
Si autre précisez	

25- Qu'est ce qui vous pousse à vous lancer dans le monde des affaires ?

Encouragement de la famille	
Amour du métier	
Provenant d'une famille d'entrepreneure	
Autre	
Si autre précisez	

26- Qu'est ce que votre activité à apporter a son milieu d'implantation ?

Réduction de chômage dans la région	
Diminution de la discrimination faites aux femmes	
Incitation des femmes à vouloir entreprendre	
Améliorer les conditions des femmes dans la société	
Réduction de l'inégalité	
Autre	
Si autre précisez	

**Axe 3 Les difficultés rencontrées par la femme entrepreneure dans son parcours entrepreneurial.**

27- Quelles sont les obstacles que vous avez rencontrés lors de l'élaboration de votre entreprise ?

L'obtention du permis de construction	
Manque d'informations	
Manque de compétence pour gérer une entreprise	
Absence de soutien	
Manque ressources financière	
Accès difficile et limité au crédit	
Présence de la forte concurrence	
Problèmes propre au sexe lié à la ségrégation de la part des instituts	

Difficultés d'organiser sa vie familiale à la vie professionnelle	
Autre	
Si autre précisez	

28- Quelles sont les difficultés que vous avez rencontrées pour avoir accès au marché ?

Concurrence déloyale	
Manque d'information sur les programmes	
Difficultés de trouver des clients et fournisseur	
La méconnaissance des circuits de commercialisation et règles du marché	
Discrimination sur le marché de travail	
Autre	
Si autre précisez	

29- Quelles sont les contraintes auxquelles vous avez fait face en tant que femme entrepreneure ?

Harcèlement de la part des fournisseurs et clients	
Les préjugés sociaux	
Les conflits familiaux	
L'inégalité de genre sur le marché du travail	
Autre	
Si autre précisez	

**Axe 4 : contribution sur le plan social, économiques des emplois**

30- Quel est la réaction de votre entourage face à votre décision d'entreprendre ?

.....

31- Quelles sont les technologies dont vous avez besoin ou que vous avez du mal à obtenir ?

.....

32- Votre métier court-il un risque ?

.....

33- Comment arrivez-vous à gérer votre revenu ?

Dépenses personnel	
Charge salariales	
Achat de matière première	
Paiement de taxes	
Extension de l'activité	
Autre	
Si autre précisez	

34- Participez-vous aux dépenses familiales ?

OUI	
NON	

Si oui, précisez .....

35- Arrivez vous à vous équilibrer entre votre vie privé et professionnelle ?

OUI	
NON	

Dites pourquoi ?.....

36- Qu'est ce que ça fait pour vous le faites de devenir entrepreneure ?

.....

37- Votre activité a-t-elle des répercussions sur votre statut dans la famille ?

.....

38- En cas de situation inattendue vers qui vous vous adressez pour qu'il vous aide ?

.....

**Axe5 : Inscription des femmes entrepreneures à la chambre de commerce (CCI)**

39- Que représente la chambre de commerce et de l'industrie (CCI) pour vous ?

.....

40- Quelles sont les principales raisons qui vont inciter à solliciter la CCI ?

.....

41- Comment est-elle venue l'idée d'adhérer la CCI ?

.....  
42- L'existence de la CCI a t'elle influencé votre décision d'entreprendre ?

OUI	
NON	

Dites comment ?.....

43- Comment cette CCI vous aide dans votre processus entrepreneurial?

.....  
44- Avez-vous sollicitée cette institue pour ?

Avoir des conseils, formation et suivie, l'assistance, le soutien	
Recherches des avantages fiscaux	
Diminution du risque lié à l'activité de création d'entreprise	
Assurer l'évolution de votre activité	
Faire reconnaître son activité	
Autre	
Sinon précisez	

45- A quelle étapes avez intègre la CCI ?

.....  
46- Les dispositifs et institues mises en place pour la promotion de l'investissement lesquels vous aides ?

.....  
47- Comment jugez-vous l'accompagnement accordé par la CCI ?

Excellente	
Très bien	
Moyen	
Faible	
Très faible	

Insignifiant	
--------------	--

Si vous préférez une amélioration dites-le .....

48- Quel est le degré d'influence de la CCI sur votre activité ?

.....

49- Quelle est l'activité la plus abondante que cet institue prend le plus en compte ?

.....

50- Quels sont les avantages que la CCI vous apporte ?

Faire une promotion et le développement de vos activités	
d'organiser les mises en contact de partenariat entre les autres operateurs nationale et internationale	
De mettre en place un système d'information économique et commerciale	
D'apporter le soutien et l'assistance à l'entreprise dans le développement de ses performances	
Autre	
Sinon précisez	

51- Avec cette période de pandémie Covid19 la CCI vous a-telle apporté un soutien ?

OUI	
NON	

Si oui, comment ?.....

52- Est-ce que la CCI accomlis ses tâches envers votre entreprise ?

OUI	
-----	--

NON	
-----	--

53- Est-ce que une femme entrepreneure adhérente à la CCI a-t-elle la possibilité de faire recours à d'autres dispositifs ?

OUI	
NON	

54- En tant que membre de la CCI arrivez-vous à capter opportunités au niveau international ?

.....

55- Quelle est le rôle spécifique de la CCI adressé aux femmes entrepreneures ?

.....

56- Quel est votre expérience entrepreneuriale en tant qu'adhérentes a la CCI ?

## Table des matières

Introduction générale .....	1
Chapitre I : L'entrepreneuriat féminin outil d'autodétermination des femmes .....	5
Introduction .....	5
Section 1 : l'entrepreneuriat au cœur du développement .....	5
I. L'entrepreneuriat .....	6
1.1. Définition de l'entrepreneuriat .....	6
1.2. Approches dominantes sur le concept de l'entrepreneuriat .....	8
1.2.1. Approche fonctionnelle .....	8
1.2.2. Approches descriptive (approches par les traits) .....	8
1.2.3. Approche processuelle .....	9
1.3. La naissance du concept d'entrepreneuriat .....	9
2. L'entrepreneur .....	10
2.1. Les typologies d'entrepreneurs .....	11
2.2. Objectifs de l'entrepreneur .....	13
2.3. L'esprit d'entreprise .....	14
2.4. La création d'entreprise .....	15
2.4.1. La création d'entreprise .....	15
2.4.2. La reprise d'entreprise .....	16
2.4.3. L'intrapreneurial .....	16
3. Le processus élaboré lors de la création d'entreprise .....	17
4. L'innovation .....	18
Section 2 : la conceptualisation de l'entrepreneuriat féminin et ses effets sur le développement .....	20
I. Définition, rôle et apport de l'entrepreneuriat féminin .....	20
1.1. Définition .....	20
1.2. Le rôle de l'entrepreneuriat féminin sur le plan social .....	21
1.2.1. L'apport spécifique de l'entrepreneuriat féminin au développement .....	22
1.3. Le rôle de l'entrepreneuriat féminin sur le plan économique .....	23
II. Contextualisation de l'entrepreneuriat féminin .....	24
2.1. L'état d'avancement du concept entrepreneuriat féminin .....	24
2.2. Les conditions explicatives de la faible participation de la femme aux activités économiques dans la société algérienne .....	26

2.2.1. Un contexte global vulnérable source de marginalisation .....	26
III. Accompagnement et aides accordées aux femmes entrepreneures .....	30
3.1. Définition de l'accompagnement.....	30
3.1.1. L'accueil .....	31
3.1.2. L'accompagnement proprement dit .....	31
3.1.3. Le suivi post-crétion .....	31
3.2 L'entrepreneuriat et son accompagnement en Algérie .....	32
Conclusion .....	34
Chapitre II : l'entrepreneuriat féminin acteur de développement par la création d'entreprise .....	35
Introduction .....	35
Section 1 : Approches et profil de l'entrepreneuriat féminin .....	35
I. Approches de l'entrepreneuriat féminin .....	36
1.1 L'approche fonctionnaliste .....	37
1.2 Approche féministe .....	38
1.3 Approche socioconstructiviste .....	39
II. Profil de la femme entrepreneure en Algérie .....	40
2.1. Classe d'âge des femmes entrepreneures .....	40
2.2. Statut des femmes entrepreneures .....	41
2.3. Les secteurs de présence des femmes entrepreneures .....	41
2.4. Répartition géographique des femmes entrepreneures en Algérie .....	42
3. Spécificités de la femme entrepreneure .....	42
4. L'intention entrepreneuriale chez les femmes .....	43
5. Les caractéristiques des femmes entrepreneures .....	44
Section 2 : Motivations et contraintes des femmes entrepreneures en Algérie .....	45
I. Motivations des femmes entrepreneures .....	45
1.1. Les différents facteurs motivationnels des femmes entrepreneures .....	46
1.2. Compétences entrepreneuriales .....	50
II. Les contraintes que les femmes racontent sur le marché de travail .....	52
2.1. Implication des femmes entrepreneures sur le marché .....	53
2.2 Les barrières que rencontrent les femmes entrepreneures .....	53
Conclusion .....	56
Chapitre III: Résultats de l'enquête .....	57
Introduction .....	57

Section 1 : Présentation de la chambre de commerce et de l'industrie .....	58
1. Description du milieu d'investigation .....	58
2. Présentation de la CCI .....	59
2.1. Les occupations attribuées à la CCI .....	60
3. Le fonctionnement de la CCI .....	61
3.1. L'assemblée générale .....	61
3.2. Le bureau de la chambre .....	62
3.3. Les commissions techniques de la chambre .....	63
4. Structure du plan d'action de la CCI .....	63
4.1. Département de l'animation, de la coopération et de l'information .....	64
4.2. Département de l'administration et des finances .....	64
Section 02 : Méthodologie de la recherche .....	66
1. Le but de l'enquête .....	66
2. Présentation du questionnaire .....	66
3. Déroulement et contraintes de l'enquête .....	67
4. L'échantillonnage .....	68
5. La répartition des questions .....	69
5.1. Les caractéristiques de l'entrepreneure et celles de son entreprise .....	69
5.2. Les motivations des femmes entrepreneures .....	70
5.3. Le contexte socioéconomique environnant .....	70
5.4. Inscription des femmes entrepreneures à la CCI .....	70
Section 03 : l'impact de l'adhésion à la CCI sur le développement socioéconomique .....	71
1. Caractéristiques de l'entrepreneure et de l'entreprise créée .....	71
1.1. L'âge .....	71
1.2. Situation matrimoniale de la femme entrepreneure .....	72
1.3. Domaine d'activité .....	74
1.4. Poste occupé avant la création de son entreprise .....	75
2. Profil des entreprises créent par les femmes .....	76
2.1. La répartition des entreprises selon la forme juridique.....	76
2.2. Les entrepreneures enquêtées selon le nombre d'employés .....	77
2.3. Sources de financement .....	77
3. Les facteurs incitateurs de la femme entrepreneure .....	78
3.1. Echapper au chômage et être valorisée socialement .....	78
3.2. Recherche de l'autonomie et de l'indépendance financière .....	78

3.3. Mettre en pratique les compétences et les connaissances.....	79
3.4. Une intention d'enfance avec un encouragement de la famille .....	79
3.5. Choix du milieu d'implantation .....	79
4. Les contraintes que les femmes racontent lors de leurs parcours professionnel .....	80
5. Contribution sur le plan social et économique des emplois .....	81
6. Inscription des femmes entrepreneures à la CCI .....	82
6.1. Les avantages qu'apporte la CCI .....	82
6.2. Accompagnement accordé par la CCI .....	83
Conclusion .....	84
Conclusion générale .....	85
Références bibliographies	
Liste des Tableaux	
Liste des figures	
Annexes : questionnaire	
Table des matières	
Résumé	

## **Résumé**

L'entrepreneuriat attribut un statut à la femme qui consiste en sa valorisation en la plaçant au cœur du développement. Les activités établies par les femmes entrepreneures constituent une alternative qui préconise l'émergence de l'entrepreneuriat féminin. Ceci contribue à l'évolution du statut de la femme dans la société à travers la création de l'emploi et l'amélioration des conditions de vie. L'objet de notre de notre travail consiste à éclaircir la question de l'entrepreneuriat féminin, d'établir les contraintes auxquelles elles font face. Notre problématique traite de l'apport de la CCI dans la promotion et le renforcement de l'entrepreneuriat féminin et sur le développement territorial de la wilaya de Tizi-Ouzou. Méthodologiquement, une enquête a été réalisée auprès de huit femmes entrepreneures adhérentes à la CCI de Tizi-Ouzou. Nos résultats montrent que celle-ci constitue un moyen d'accompagnement et de soutien aux femmes entrepreneures tout au long du processus entrepreneurial.

## **Abstract**

Entrepreneurship attributes a status to women which consists of valuing them by placing them at the heart of development. The activities established by women entrepreneurs constitute an alternative which advocates the emergence of female entrepreneurship. This contributes to the evolution of the status of women in society through the creation of employment and the improvement of living conditions. The purpose of our work is to clarify the issue of female entrepreneurship, to establish the constraints they face. Our issue deals with the contribution of the CCI in the promotion and strengthening of female entrepreneurship and on the territorial development of the wilaya of Tizi-Ouzou. Methodologically, a survey was carried out among eight women entrepreneurs who are members of the Tizi-Ouzou CCI. Our results show that this constitutes a means of accompaniment and support for women entrepreneurs throughout the entrepreneurial process.

**Mots clés :** l'entrepreneuriat féminin, développement territorial, la chambre de commerce et de l'industrie.