

REPUBLIQUE ALGERIENNE DEMOCRATIQUE ET POPULAIRE  
Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche Scientifique  
UNIVERSITE MOULOUD MAMMARI DE TIZI-OUZOU  
FACULTE DES SCIENCES ECONOMIQUES, DE GESTION ET DES  
SCIENCES COMMERCIALES



DEPARTEMENT SCIENCES ECONOMIQUES



*Mémoire de Master*

En vue de l'obtention du diplôme de master en Sciences Economiques  
Spécialité : Economie des affaires

Thème

**L'entrepreneuriat  
féminin en Algérie**

**Réalisé par :**

Melle ALI AHMED Lynda

Melle HADJ ALI Dina

**Dirigé par :**

Mme KISSOUM- SI SALAH Karima

**Membres de jurys :**

Présidente	Mme OUAMAR- BIRKAL Sabriya MCA
Rapporteur	Mme KISSOUM-SI SALAH Karima MCB
Examineur	Mr GUELMINE Hichem MCA

Promotion : 2024/2025

# Remerciements

# Remerciements

Avant tout, nous remercions Dieu qui nous a donné la force, le courage et la patience pour mener à bien ce mémoire. Sans Sa volonté, rien n'aurait été possible. Nous tenons à exprimer toute notre reconnaissance à notre encadrante, Madame Si Salah, pour sa disponibilité, ses conseils précieux et sa grande gentillesse. Son accompagnement nous a beaucoup aidées tout au long de ce travail.

Un grand merci également à Madame Bossafeur Massissilia, pour ses encouragements, son soutien et sa bienveillance à notre égard.

Nous remercions aussi nos familles, pour leur amour, leur patience, leur soutien moral et leur présence à nos côtés dans les moments difficiles comme dans les moments de joie.

Merci à tous ceux qui ont cru en nous, de près ou de loin.

Lynda e Dina

# Dédicaces

# Dédicace

*Je dédie ce travail, fruit de plusieurs mois d'efforts et de persévérance, à toutes les personnes qui ont marqué mon parcours et soutenu mon chemin.*

*À mes parents bien-aimés, qui m'ont donné la vie, l'amour et le courage de persévérer. Merci pour votre patience infinie, vos sacrifices silencieux, et votre foi en moi à chaque étape de ce parcours.*

*À mes frères, Lyes et Bayzid, pour votre présence discrète mais si essentielle, votre soutien constant et votre tendresse fraternelle.*

*À mes chères cousines, dont l'affection et les encouragements m'ont toujours portée.*

*À ma binôme Dina, partenaire de route fidèle, avec qui j'ai partagé les efforts, les doutes, mais aussi les réussites et les sourires.*

*À madame Si Salah Karima, mon encadreuse, pour son encadrement bienveillant, sa rigueur et ses conseils toujours justes.*

*Et à tous mes amis, pour leur amitié, leurs mots de soutien, et tous les moments de joie partagés pendant cette aventure.*

*ALI AHMED Lynda*

# Dédicace

*À mes parents,*

*Les mots me manquent pour exprimer toute ma gratitude. Vous êtes ma source de force, de courage et de valeurs. Merci pour vos sacrifices, votre amour inépuisable et vos prières silencieuses. Si aujourd'hui je franchis cette étape, c'est avant tout grâce à vous.*

*À mes sœurs adorées,*

*Sara, Lycia, Lydia, Cerine,*

*Vous êtes ma lumière dans les jours sombres, mes éclats de rire dans les moments durs, mon refuge et ma fierté. Chacune de vous m'inspire à sa façon, et je vous porte dans tout ce que j'accomplis.*

*À Lynda,*

*Ma binôme de cœur et d'esprit. Merci pour ta sincérité, ton soutien constant et cette belle complicité qui a illuminé ce parcours. Ce mémoire porte aussi ton empreinte.*

*À Madame Si Salah,*

*Votre bienveillance, vos conseils éclairés et votre patience ont marqué mon parcours universitaire. Merci d'avoir cru en moi, de m'avoir guidée avec exigence et douceur. Votre accompagnement a été une source précieuse d'encouragement.*

*À Lila,*

*Pour ton amitié sincère, ton énergie lumineuse et ta présence réconfortante à chaque étape. Merci d'avoir été là, toujours avec le mot juste et le sourire qui apaise.*

*À vous tous,*

*Ce mémoire est bien plus qu'un travail académique. C'est un témoignage d'amour, de gratitude et de reconnaissance profonde.*

*HADJ ALI Dina*

**Listes des  
tableaux et  
figures**

## Listes des tableaux et des figures

---

### Liste des tableaux

Tableau 01 : Un tableau montrant les avantages et les inconvénients des incitations fiscales.

Tableau 02 : Statistiques détaillées de l'entrepreneuriat féminin en Algérie (2024-2025)

Tableau 03 : Principaux secteurs d'activité des femmes entrepreneures à Alger

### Liste des figures

Figure N°1: L'âge de l'entrepreneure féminin/Masculin

# **Liste d'observation**

## Liste des abréviations

<b><i>Abréviations</i></b>	<b><i>Significations</i></b>
<b>ROI</b>	Le retour sur investissement
<b>L'ANSEJ</b>	L'Agence Nationale de Soutien à l'Emploi des jeunes
<b>CNAC</b>	La Caisse Nationale d'Assurance Chômage
<b>PAS</b>	Plan d'Ajustement Structurel
<b>PSCE</b>	Plan de soutien à la croissance économique
<b>ANADE</b>	Agence nationale d'appui de développement entrepreneurial
<b>PME</b>	Les petites et moyennes entreprises
<b>BPI</b>	Banque publique d'investissement
<b>SARL</b>	Société à Responsabilité Limitée
<b>SAS</b>	Société par Action Simplifiée
<b>SIRET</b>	Système d'identification du Répertoire des établissements
<b>ANGEM</b>	Agence Nationale de Gestion du Microcrédit
<b>ONG</b>	Organisation Non Gouvernementale
<b>L'ENTV</b>	Entreprise Nationale de Télévision
<b>HD</b>	Haute Définition
<b>L'ANEP</b>	Agence nationale d'édition et de publicité
<b>AAPI</b>	Agence Algérien de promotion de l'Investissement
<b>MLM</b>	Multi-Level Marketing
<b>C2C</b>	Consomer to Consomer
<b>C2B</b>	Consomer to business

<b>B2B</b>	Business to business
<b>La SAA</b>	Société Nationale d'Assurance
<b>CREAD</b>	Centre de Recherche en Economie Appliquée pour le Développement
<b>WIA</b>	Women In Africa

# Sommaire

<b><u>Sommaire</u></b>	
<b>Introduction générale</b>	01
<b>Chapitre I : L'entrepreneuriat: concepts et évolution</b>	03
Introduction	03
<b>Section 1 : Aperçu général sur l'entrepreneuriat</b>	03
<b>Section 2 : Fondement de l'entrepreneuriat : « formes, piliers, objectifs »</b>	09
<b>Section 3 : Politique de soutien et initiatives pour encourager l'entrepreneuriat en Algérie</b>	16
Conclusion	31
<b>Chapitre II : L'entrepreneuriat féminin en Algérie</b>	32
Introduction	32
<b>Section 1 : Cadrage théorique</b>	32
<b>Section 2 : Démarche et tendance de l'entrepreneuriat féminin</b>	39
<b>Section 3 : Analyse des motivations, des opportunités et des défis rencontrés par les femmes entrepreneures</b>	48
Conclusion	55
<b>Chapitre III : Femmes entrepreneures en Algérie : leadership, innovation et créativité »</b>	57
Introduction	57
<b>Section 1 : Etude de terrain : parcours et témoignages de femmes entrepreneurs</b>	58
<b>Section 2 : Diversité des initiatives féminines : de la cuisine médiatisée à l'innovation digitale</b>	65
<b>Section 3 : Portraits d'autres femmes entrepreneur en Algérie</b>	79
Conclusion	95
<b>Conclusion général</b>	96
Bibliographié	97
Listes des tableaux et des figures	103
Table des matières	104

# **Introduction général**

## Introduction générale

---

Depuis le début de la vie humaine, la femme a toujours participé à la création de la richesse, elle a cultivé les champs de blé, fabriqué les produits traditionnels (poterie, bois, etc.), fabriqué les vêtements et d'autres produits pour les vendre sur le marché. Sa participation dans la création de la richesse ne se limite pas à la contribution physique. Ses qualifications et compétences lui ont permis de travailler au sein des entreprises; d'occuper des postes de responsabilités hiérarchiques et de diriger des entreprises.

La question qui se pose n'est pas celui de la femme en tant qu'individu, ni de ses préoccupations sociales et culturelles. Il s'agit de la femme qui participe au développement économique, et ou droit de la femme à créer son propre projet d'entreprise et enfin, de son implication dans le milieu des affaires économiques.

Les femmes ont toujours joué un rôle important dans l'économie, mais leur participation à l'entrepreneuriat a été souvent limitée par des facteurs tels que la discrimination, les stéréotypes sexistes et l'accès limité au financement. Cependant, au cours des dernières décennies, les femmes ont fait des progrès importants dans le domaine de l'entrepreneuriat, et leur participation à la création d'entreprises a augmenté de manière significative.

En Algérie, l'entrepreneuriat féminin est un phénomène qui gagne de plus en plus d'importance. Les femmes algériennes sont de plus en plus nombreuses à créer leurs propres entreprises, contribuant ainsi à la diversification de l'économie algérienne et à la création d'emplois.

A cet effet, les pouvoirs publics ont mis en place des stratégies de soutien et de promotion aux personnes désireuses de créer leurs entreprises ou d'améliorer leur revenu par l'auto emploi ou le travail à domicile. Ces dispositifs sont les suivant : l'ANSEJ, la CNAC, l'ANGEM, l'ANADE.

### **Problématique :**

L'entrepreneuriat féminin connaît une progression significative à travers le monde, y compris en Algérie, où de plus en plus de femmes s'engagent dans la création et la gestion d'entreprises. Toutefois, la réussite de ces entrepreneures demeure influencée par divers facteurs, qu'ils soient économiques, sociaux, culturels ou institutionnels. Alors que certaines

## Introduction générale

---

parviennent à surmonter les obstacles et à prospérer, d'autre rencontrent des difficultés freinant leur développement.

Dans ce travail de recherche, nous chercherons à comprendre quels sont les facteurs clés qui influencent le parcours des femmes entrepreneurs, et les éléments qui impactent la pérennité et la croissance de leurs entreprises ? Cette question peut être décomposée en trois sous-questions à savoir :

Quels sont les facteurs sociaux, économiques et culturels qui influencent le choix entrepreneurial des femmes en Algérie ?

Quels obstacles et contraintes rencontrent les femmes dans la gestion et le développement de leurs entreprises ?

Quels sont les éléments internes et externes qui favorisent ou freinent la pérennité et la croissance des entreprises dirigées par des femmes ?

Cette réflexion permet d'identifier les leviers à actionner pour favoriser un environnement plus propice à l'entrepreneuriat féminin et encourager davantage de femmes à se lancer dans cette aventure.

Pour le traitement de sujet et afin de répondre aux questionnements, nous avons opté pour une méthodologie basée sur une démarche descriptive et empirique :

**La démarche descriptive :** basée sur la collecte d'informations à partir d'ouvrages, de sites internet et des textes réglementaires.

De ce fait ce travail est scindé en deux parties. La première est axée sur l'entrepreneuriat ; concepts et évolution. La deuxième porte sur l'entrepreneuriat féminin en Algérie.

**La démarche empirique :** Dans notre démarche empirique, nous avons abordé cinq cas représentatifs de l'entrepreneuriat féminin en Algérie, illustrant des parcours variés et innovants en l'occurrence, **Samira TV, Khaliha 3lina, Maison Khazana, Lydia Marouche et Fella Bouti.**

# Chapitre I

## Introduction

L'entrepreneuriat occupe une place importante dans le développement économique, en contribuant à la création d'emplois, à l'innovation et à la croissance. Il repose sur la capacité des individus à transformer des idées en projet concrets, en mobilisant les ressources nécessaires et en prenant des risques.

Les bases de l'entrepreneuriat s'articulent autour de plusieurs piliers : l'esprit d'initiative, la créativité, la recherche de performance et l'autonomie. Ses objectifs ne se limitent pas à la création d'entreprises, mais visent aussi à renforcer l'économie, à moderniser les secteurs d'activité et à encourager l'innovation.

En Algérie, plusieurs politiques et dispositifs ont été mis en place pour soutenir les porteurs de projets, tels que les aides à l'emploi, les mécanismes de financement et les programmes de formation. Ces initiatives visent à encourager une culture entrepreneuriale, en particulier chez les jeunes, et à stimuler la diversification économique du pays.

## Section 1 : Aperçu général sur l'entrepreneuriat

Pour introduire l'étude de l'entrepreneuriat, il est utile d'examiner les définitions de base, les caractéristiques d'un entrepreneur à succès ainsi que l'esprit qui guide toute démarche entrepreneuriale.

### 1-1 Définition des concepts clés de l'entrepreneuriat

Ces éléments clés nous permettront d'approfondir notre compréhension de ce qu'est réellement l'entrepreneuriat.

#### 1-1-1 Définition de l'entrepreneuriat

Il existe plusieurs définitions de l'entrepreneuriat, parmi ces définitions :

« L'entrepreneuriat désigne l'action d'entreprendre, de mener à bien un projet. Souvent utilisé dans le secteur des affaires, le terme entreprendre signifie créer une activité (économique) pour atteindre un objectif, répondre à un besoin. Le créateur représente l'entrepreneur, doit le porteur du projet ».<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> [www.iciinformation.com](http://www.iciinformation.com) consulté le 22/02/2025

D'après A. Fayolle et A-J. Fillion « *L'entrepreneuriat c'est le processus par lequel des personnes prennent conscience que le fait de posséder leur propre entreprise constitue une option ou une solution viable c'est personnes pensent des entreprises qu'elle pourrait créer prennent connaissances de la marche à suivre pour devenir un entrepreneur et se lance dans la création et le démarrage d'une entreprise*». <sup>1</sup>

R.Hisrich et P.Michael définissent le concept d'entrepreneuriat du point de vue de création de la richesse. Ils envisagent 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 en instillé par entrepreneur dans la mesure où il rassemble et alloue les compétences et ressources nécessaires*». <sup>2</sup>

### 1-1-2 Définition de l'entreprise

Elle peut se définir comme :

«L'entreprise est une unité économique autonome disposant de moyens humains et matériels qu'elle combine en vue de produire des biens et services destinés à la vente.» <sup>3</sup>

En peut définir aussi comme une organisation qui fournit des biens et des services à la communauté en échange d'agent, dans le but de devenir rentable. <sup>4</sup>

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

L'entrepreneur définir comme :

« *L'entrepreneur est celui transfère des ressources économiques d'un secteur de faible productivité vers un secteur de haute productivité et de rendement supérieur*». <sup>5</sup>

*Joseph Schumpeter considère l'entrepreneur comme « un agent de changement économique, capable de bouleverser l'équilibre existant par un processus qu'il nomme la destruction*

---

<sup>1</sup> (A. Berreziga , A. Meziane , « La culture de l'entrepreneuriat chez les entrepreneurs algériens»,2012. Colloque National sur les stratégies d'organisation et d'accompagnement des PME en Algérie, p, 2.)

<sup>2</sup> (R Hisrich et M Peters, « Entrepreneurship, lancer élaborer et gérer une entreprise» ,1991 éd, économique paris p 11.)

<sup>3</sup> (G.BRESSY et C.KONKUYT, management et économie des entreprises, Paris, Foucher, 2013 p 11.

<sup>4</sup> [www.study.com](http://www.study.com) consulté le 06/03/2025

<sup>5</sup> Say, Jean-Baptiste « traité économique politique » Calmann-Lévy, Paris 1803 page 112

*créatrice. L'entrepreneur innove en introduisant de nouveaux produits, de nouvelles méthodes de production, de nouvelles sources d'approvisionnement, en ouvrant de nouveaux marchés ou en créant de nouvelles organisations industrielles. Son action est moteur de développement économique, en rompant avec les routines établies ».*<sup>1</sup>

Une personne qui agit en toute indépendance et qui est responsable de ses actes. Il n'est pas placé sous la subordination juridique d'une autre personne. C'est ce qui le distingue du salarié. Il est donc libre d'organiser son travail à sa convenance, choisir ses clients, fournisseurs et sous-traitants, fixer ses prix, etc.<sup>2</sup>

### **1-2 Les caractéristiques de l'entrepreneur à succès**

Il existe de nombreuses qualités qui distinguent un entrepreneur à succès, qui sont :

#### **1-2-1 Construire des bases solides pour le futur**

La plupart des entrepreneurs qui réussissent ont pour but initial de se créer un emploi et des revenus sûrs, ainsi qu'une subsistance et de la richesse pour leurs familles en reposant sur leurs propres capacités. A partir de cette idée, un entrepreneur conçoit tout à fait qu'il faille plusieurs années avant de voir les revenus de l'entreprise atteindre un niveau convenable.<sup>3</sup>

#### **1-2-2 Avancer avec une vision claire**

Le succès, dans les affaires, dépend de la capacité à se fixer des objectifs réalistes et la détermination à travailler pour les réaliser. Cette capacité à fixer des buts (pour des choses que l'on considère dignes d'intérêt) et le travail que l'on effectue pour les atteindre sont deux éléments fondamentaux pour devenir entrepreneur.<sup>4</sup>

#### **1-2-3 Transforme les échecs en opportunités**

Toutes les activités entrepreneuriales peuvent générer des déceptions et des échecs mais également des réussites. Surmonter les échecs signifie que l'on est capable de les reconnaître,

---

<sup>1</sup> Schumpeter, Joseph Alois « Théorie de l'évolution économique » Dalloz, Paris 1935, p.74

<sup>2</sup> <https://bpifrance-creation.fr/moment-de-vie/quest-ce-quun-entrepreneur> consulté le 06/03/2025

<sup>3</sup> Fayolle, Alain. Entrepreneuriat-Théories et pratiques : Applications pour apprendre à entreprendre, 3<sup>e</sup> édition, Dunod, Paris, 2017, p 45.

<sup>4</sup> Fayolle, Alain . Entrepreneuriat-Théories et pratiques : Applications pour apprendre à entreprendre, 3<sup>e</sup> édition, Dunod, Paris, 2017, p 60.

d'en tirer des leçons et de chercher de nouvelles opportunités. Sans cette faculté, les premiers échecs inciteront à abandonner toute tentative pour travailler à son compte.<sup>1</sup>

### 1-2-4 Créer ses propres opportunités

Des recherches ont montré que les patrons dont les entreprises ont atteint un succès durable font preuve d'initiative et se placent dans des situations où ils sont personnellement responsables d'un succès ou d'un échec.<sup>2</sup>

### 1-2-5 Accueillir les recommandations avec intelligence

L'entrepreneur performant n'est pas une personne introvertie, ne faisant jamais appel aux autres. La confiance en soi n'exclut pas l'aptitude à demander des informations et des conseils auprès, notamment, des banques, des conseillers financiers, fiscaux ou juridiques, des consommateurs, des cabinets de conseil en gestion, etc. Etre capable d'écouter les conseils des autres est une caractéristique fondamentale de l'entrepreneur.<sup>3</sup>

### 1-2-6 Définir sa propre vision de succès

Se fixer des niveaux de performance et œuvrer à leur réalisation est une autre caractéristique de l'entrepreneur qui réussit. Il peut s'agir du chiffre d'affaires, de la production de produits ou services de qualité, l'amélioration des conditions de travail ou des méthodes de production, la hausse des ventes ou des bénéfices. La plupart des entrepreneurs cherchent par ce moyen à améliorer d'année en année leurs Performances.<sup>4</sup>

## 1-3 L'esprit entrepreneurial

Dans un monde en constante évolution, marqué par l'innovation et la compétition, certaines personnes se distinguent par leur capacité à transformer des idées en projets concrets et à saisir les opportunités là où d'autres voient des obstacles. Cette dynamique particulière trouve son origine dans ce que l'on appelle « l'esprit entrepreneurial ».

---

<sup>1</sup> Sarasvathy, Saras D. *Effectuation : Elements of Entrepreneuriat Expertise*, 2<sup>e</sup> édition, Edwards Elgar publishing, Cheltenham, 2022, p 112.

<sup>2</sup> Sarasvathy, Saras D. *Effectuation : Elements of Entrepreneuriat Expertise*, 2<sup>e</sup> édition, Edwards Elgar publishing, Cheltenham, 2022, p 89.

<sup>3</sup> Fayolle, Alain. *Entrepreneuriat-Théories et pratiques : Applications pour apprendre à entreprendre*, 3<sup>e</sup> édition, Dunod, Paris, 2017, p 78.

<sup>4</sup> Fayolle, Alain. *Entrepreneuriat-Théories et pratiques : Applications pour apprendre à entreprendre*, 3<sup>e</sup> édition, Dunod, Paris, 2017, p 95.

## 1-3-1 Définition de l'esprit entrepreneurial

Un état d'esprit entrepreneurial est une attitude qui privilégie la planification à long terme, vous permettent de surmonter les obstacles et les défis liés au démarrage d'une entreprise. Cela implique d'avoir l'esprit ouvert, de faire preuve de pensée critique et être résilient lorsque les temps sont durs.<sup>1</sup>

## 1-3-2 Clé essentielles pour cultiver l'esprit entrepreneurial

Voici des conseils pratiques pour développer son esprit entrepreneurial et atteindre le succès dans le monde des affaires :<sup>2</sup>

### A. Dynamisme intellectuel et estime de soi

Les entrepreneurs qui réussissent sont souvent ceux qui ont une grande curiosité et qui cherchent constamment à apprendre. Ils cherchent à comprendre comment fonctionnent les choses, à poser des questions et à écouter attentivement les réponses. La curiosité peut vous aider à découvrir de nouvelles idées, de nouveaux marchés ou de nouvelles façons de résoudre les problèmes.

Les entrepreneurs qui réussissent ont souvent une grande confiance en eux et en leur capacité à réussir. Cultivez une attitude positive envers vous-même et vos capacités, et n'ayez pas peur de vous lancer dans des projets ambitieux. La confiance en soi peut vous aider à surmonter les obstacles et à atteindre vos objectifs.

### B. L'innovation eu service de l'esprit entrepreneurial

Les entrepreneurs doivent souvent être innovants pour réussir. Ils cherchent des moyens de résoudre les problèmes de manière nouvelle et créative, et sont prêts à prendre des risques. L'innovation peut vous aider à vous démarquer de la concurrence et à trouver des solutions uniques à des problèmes complexes.

---

<sup>1</sup> [www.shopify.com](http://www.shopify.com) consulté le 12/03/2025

<sup>2</sup>Fayolle, Alain. Entrepreneuriat-Théories et pratiques : Applications pour apprendre à entreprendre. Paris : Dunod, 3<sup>e</sup> édition, 2017, p 45-110.

### **C. La communication et l'esprit d'équipe au cœur de l'entrepreneuriat**

Les entrepreneurs doivent souvent être des communicateurs efficaces pour réussir. Pratiquez vos compétences en communication en parlant en public, en écrivant des e-mails professionnels et en développant des présentations percutantes. Les compétences en communication peuvent vous aider à vendre votre entreprise, à collaborer avec des partenaires et à convaincre des investisseurs.

Les entrepreneurs ont souvent besoin de collaborer avec d'autres personnes pour réussir. Apprenez à travailler en équipe en développant des compétences en leadership, en communication et en résolution de conflits. La capacité à travailler en équipe peut vous aider à bâtir une entreprise solide et à faire face aux défis avec succès.

### **D. Adaptabilité et encadrement structurant**

Les entrepreneurs doivent souvent être capables de s'adapter rapidement aux changements et aux circonstances imprévues. Cultivez votre capacité à être flexible et adaptable, et apprenez à trouver des solutions créatives aux problèmes qui se présentent. L'adaptabilité peut vous aider à réagir rapidement aux changements du marché et à rester pertinent dans un environnement en constante évolution.

Enfin, les entrepreneurs réussissent souvent parce qu'ils sont passionnés par ce qu'ils font. Trouvez une activité ou un projet qui vous passionne vraiment, et cherchez à développer cette passion en une entreprise florissante.

### **E. La maîtrise des finances**

Les entrepreneurs doivent souvent être des gestionnaires financiers compétents pour réussir. Apprenez les bases de la comptabilité et de la gestion financière, et cherchez à comprendre comment les entreprises gèrent leurs finances. La gestion financière peut vous aider à éviter les problèmes financiers et à maintenir la santé financière de votre entreprise.

### **F. L'accompagnement par des monitors**

Les entrepreneurs qui réussissent ont souvent bénéficié des conseils et de l'inspiration de personnes ayant plus d'expérience ou de succès dans leur domaine. Voici quelques raisons

pour lesquelles il est important de chercher des mentors et des modèles. Lorsque vous cherchez des mentors et des modèles, il est important de trouver des personnes qui ont réussi dans votre domaine spécifique ou dans des domaines connexes. Vous pouvez chercher des mentors dans des groupes de réseautage, des associations professionnelles ou des événements de l'industrie. Vous pouvez également chercher des mentors en ligne, par exemple en suivant des entrepreneurs influents sur les réseaux sociaux ou en rejoignant des groupes d'entrepreneurs en ligne.

### Section 2 : Fondement de l'entrepreneuriat : forme, piliers, objectifs

L'entrepreneuriat est un domaine riche et varié. Pour mieux comprendre ce monde, nous allons explorer les différentes formes d'entrepreneuriat, en analysant leurs fondements à travers leurs piliers et leurs objectifs distincts.

#### 2-1 Entrepreneuriat : Les formes à connaître

Il existe, plusieurs formes de création d'entreprise et chaque modèle d'entrepreneuriat à ses particularités : <sup>1</sup>

- L'entrepreneuriat ex-nihilo ;
- La reprise d'entreprise ;
- L'intrapreneuriat et l'extrapreneuriat ;
- L'entrepreneuriat par franchise ;
- L'auto-entrepreneuriat ;
- L'entreprise par essaimage ;
- L'entrepreneuriat public et social.

##### 2-1-1 L'entrepreneuriat ex-nihilo

On parle ici de la création pure d'une nouvelle entreprise, la façon la plus classique d'entreprendre. On part de rien, ce qui n'est pas chose facile, il faudra faire des études de marché, faire face aux barrières à l'entrée, acquérir des clients, trouver des partenaires, etc. Dans ce cas, l'innovation sera d'une grande aide afin de se démarquer.

---

<sup>1</sup> <https://www.esam-ecoles.com/entrepreneuriat> consulté le 17/03/2025

### 2-1-2 La reprise d'entreprise

Le principe ici est de racheter une société déjà existante. Les avantages sont qu'avec ce procédé, l'entreprise n'est pas nouvelle et elle possède donc déjà des fondations et des données qui seront très utiles à l'entrepreneur. Il y a moins d'incertitudes et donc de risques. On peut reprendre des entreprises en bonne santé ou en difficulté, un des cas est plus cher et rare que l'autre.

### 2-1-3 L'intrapreneuriat et l'extrapreneuriat

Dans le contexte de l'innovation et de la dynamique entrepreneuriale, deux formes spécifiques de création d'activité émergent au sein ou à partir d'entreprises existantes : l'intrapreneuriat et l'extrapreneuriat. Ces deux approches permettent d'encourager l'initiative et la création de valeur tout en s'appuyant sur des structures déjà établies.

#### A- L'intrapreneuriat

L'intrapreneuriat désigne une démarche d'innovation interne à l'entreprise, qui consiste à développer une nouvelle activité économique ou un projet novateur tout en restant intégré à la structure existante. Cette approche permet à certains salariés, appelés "intrapreneurs", de faire émerger des idées originales et de les concrétiser comme s'ils étaient eux-mêmes des entrepreneurs, mais en bénéficiant de l'appui organisationnel, financier et humain de leur entreprise.

Contrairement à la création d'une filiale indépendante, l'intrapreneuriat s'inscrit dans la continuité directe de l'organisation, tout en laissant une certaine autonomie aux porteurs de projet. L'objectif est d'encourager la prise d'initiatives, de stimuler la créativité interne et d'explorer de nouveaux marchés ou modèles économiques, sans sortir du cadre de l'entreprise mère. Ce modèle est souvent adopté par les grandes entreprises pour maintenir leur capacité d'innovation, fidéliser leurs talents et répondre rapidement à l'évolution des besoins du marché.

#### B- L'extrapreneuriat

Aussi connu sous le terme "Essaimage". C'est le terme utilisé lorsqu'un groupe de salariés d'une entreprise partent et créent leur propre activité, ceux-ci seront guidés et aidés par

l'entreprise de départ. C'est une chose assez commune dans le secteur des nouvelles technologies.

### **2-1-4 L'entrepreneuriat par franchise**

Le but de créer une entreprise par franchise est la création d'une entreprise sous une entreprise mère, on (les franchisés) vend donc des produits ou services d'une maison-mère (le franchiseur) moyennant compensation.

Les avantages sont, que de ce fait, on profite de la notoriété et de la visibilité de la société mère. Par contre il faut payer des droits et des redevances à celle-ci, ce qui peut être un gros investissement, ça dépend de l'entreprise mère en question.

### **2-1-5 L'auto-entrepreneuriat**

On parle ici d'auto-entrepreneurs (ou de micro-entrepreneurs), ce type d'entrepreneuriat a pour cause la démocratisation du travail indépendant comme premier ou second cadre d'activité économique. L'avantage ici est que les démarches administratives sont fortement simplifiées.

### **2-1-6 L'entreprise par essaimage :**

C'est un processus par lequel une entreprise mère aide un de ses salariés à créer sa propre entreprise, souvent dans un secteur d'activité complémentaire ou connexe.

C'est une démarche volontaire et accompagnée qui permet à l'ancien salarié de devenir entrepreneur tout en maintenant des liens avec l'entreprise d'origine.

### **2-1-7 L'entrepreneuriat public et social**

Dans le paysage entrepreneurial contemporain, certaines formes d'initiatives se distinguent par leurs finalités spécifiques : l'entrepreneuriat public et l'entrepreneuriat social. Ces deux approches visent à répondre à des enjeux collectifs, qu'ils soient d'ordre économique, social ou environnemental.

#### **A- L'entrepreneuriat public**

Ce terme représente la création d'entreprises publiques, il regroupe tous les établissements gouvernementaux nécessaires au développement économique national.

### **B- L'entrepreneuriat social**

C'est un type d'entrepreneuriat dont le but est de créer des entreprises aux activités économiques conçues pour créer de la valeur sociale. C'est-à-dire mettre en œuvre des solutions innovantes contre des problèmes sociaux. Ceci peut être dans des domaines tels que le développement durable, la santé, l'environnement, la création d'emplois, etc.

### **2-2 Les piliers de l'entrepreneuriat**

Les piliers de l'entrepreneuriat sont les éléments fondamentaux qui assurent la stabilité et la réussite d'une entreprise. On a 4 piliers indispensables :<sup>1</sup>

- Vision
- Motivation
- Résilience
- Connexion

#### **2-2-1 Le pilier Vision : la base de l'entrepreneuriat**

L'entrepreneuriat social se caractérise par la création d'entreprises dont l'objectif principal n'est pas le profit, mais la résolution de problématiques sociales ou environnementales. Ces structures adoptent des modèles économiques viables, mais réinvestissent leurs bénéfices dans leur mission d'intérêt général.

La vision constitue l'un des fondements essentiels de toute démarche entrepreneuriale. Elle permet à l'entrepreneur de définir un objectif clair, de tracer une direction cohérente et de guider ses choix ainsi que ses actions vers un but précis. Au-delà d'un simple cap stratégique, la vision stimule également la créativité, en encourageant la recherche de nouvelles approches et la mise en place de solutions innovantes. Ce pilier ne relève pas seulement de l'intuition naturelle : il s'agit d'un véritable "muscle mental" qui peut être développé et renforcé avec le temps. Les grands entrepreneurs visionnaires sont souvent ceux qui ont su exercer leur esprit à voir au-delà de ce qui était immédiatement perceptible sur leur marché. Là où les clients peuvent exprimer des envies, mais ne formulent pas toujours leurs besoins profonds, c'est à

---

<sup>1</sup> <https://www.pourquoi-entreprendre.fr/piliers-esprit-entreprendre> consulté le 17/03/2025

l'entrepreneur de faire preuve de clairvoyance. Être visionnaire, c'est savoir anticiper les attentes latentes, comprendre ce qui fait réellement sens pour son public, et imaginer des solutions pertinentes avant même que la demande ne se manifeste pleinement. C'est cette capacité à voir loin et à penser autrement qui fait de la vision un levier stratégique puissant dans le parcours entrepreneurial.

### **2-2-2 Le pilier Motivation : l'essence même de l'action**

Vous l'avez sûrement remarqué, mais les entrepreneurs sont généralement des personnes très motivées. Même si elles font face à de grands problèmes ou défis, elles ont toujours l'enthousiasme et l'énergie nécessaires pour avancer. C'est cette motivation qui leur permet d'agir.

La motivation est un véritable carburant de l'action : en comprenant le sens de ce que l'on fait et l'intérêt de l'objectif à atteindre, même si la tâche est pénible on va la réaliser. A contrario, lorsque l'on n'est pas motivé, il devient alors bien plus difficile d'agir.

### **2-2-3 Le pilier Résilience : continuer d'avancer malgré les difficultés**

Quand on est entrepreneur, on passe souvent plus de temps à gérer des imprévus et des problèmes qu'à rédiger des business plans. C'est là que la résilience entre en jeu.

Travailler sa capacité à encaisser les coups durs et à rebondir est essentiel. L'entrepreneur avance, s'adapte, et trouve des solutions. C'est cette agilité face aux difficultés qui forge sa véritable force.

### **2-2-4 Le pilier Connexion : savoir s'entourer pour mieux avancer**

Un des réflexes des entrepreneurs est de toujours voir quelles connexions il peut créer, soit pour son projet, soit pour aider les autres. Un entrepreneur est un connecteur, il met les gens en relation ce qui aura un impact positif sur lui et sur son entreprise.

A travers sa capacité à communiquer, sa pensée systémique et son empathie, il arrivera à créer des synergies. Ce pilier est également une compétence qui se développe et qui est indispensable pour les entrepreneurs.

## 2-3 Les objectifs essentiels de l'entrepreneuriat : réussir en affaires

L'entrepreneuriat est un parcours guidé par des objectifs. On distingue deux types principaux : les objectifs financiers, qui visent la rentabilité et la croissance de l'entreprise, et les objectifs non financiers, qui se focalisent sur des aspects comme l'impact économique, et l'innovation.

### 2-3-1 Les objectifs financiers dans l'entrepreneuriat

Dans le cadre de l'entrepreneuriat, les objectifs financiers jouent un rôle central. Ils ne se limitent pas seulement à la recherche de profits, mais englobent également une compréhension plus profonde des divers aspects qui influencent la santé financière d'une entreprise.

#### A- Différentes motivation financières

Certaines entrepreneurs veulent gagner un maximum de profits pour améliorer leur vie personnelle. Ils cherchent à faire grandir leur entreprise rapidement et prennent des risques pour gagner plus. D'autres entrepreneurs préfèrent une croissance plus lente et responsable. Ils veulent que leur entreprise respecte l'environnement et les gens. Ils cherchent à être rentable, mais ce n'est pas leur seul objectif.<sup>1</sup>

Et certaines veulent surtout avoir un impact positif sur la société ou l'environnement. Ils créent des produits ou services utiles tout en gardant leur entreprise rentable.

#### B- Stratégies pour atteindre les objectifs financiers

Peu importe leur but, tous les entrepreneurs doivent bien gérer leurs finances. Ils doivent :<sup>2</sup>

- Etablir un plan financier avec des prévisions budgétaires (recettes, dépenses, bénéfices) ;
- Suivre des indicateurs importants (comme le chiffre d'affaire, les ventes, les coûts, etc.) ;
- S'adapter leur stratégie selon l'évolution de marché.

---

<sup>1</sup> Verstraete, Thierry, & Saporta, Benoit. Création d'entreprise : une approche par les modèles. De Boeck Supérieur, Bruxelles, 2011, p 85-90.

<sup>2</sup> Bécuwe, Stéphanie, et al. Gestion financière de l'entreprise. Dunod, Paris, 2017, p 22-39.

Une bonne gestion du capital est aussi essentielle : il faut optimiser leur ressource financière, choisir leur mode de financement adapté, et maîtriser la gestion de la dette.

Pour financer leur développement, les entrepreneurs peuvent faire appel à des investisseurs, à des établissements bancaires ou à des organismes publics. Ils doivent alors présenter un business plan convaincant.

### **C- Mesurer le succès financier**

Dans le domaine de l'entrepreneuriat, le succès financier ne se résume pas uniquement à la réalisation de profits. Il s'apprécie à travers une combinaison d'indicateurs économiques permettant d'évaluer la performance globale de l'entreprise. Parmi ces indicateurs figurent le chiffre d'affaires, qui reflète le volume des ventes, la marge bénéficiaire, qui mesure la rentabilité, le retour sur investissement (ROI), indicateur clé pour les investisseurs, ainsi que la valorisation de l'entreprise, qui estime sa valeur sur le marché. De plus en plus, l'impact social ou écologique généré par l'activité est également pris en compte, soulignant une vision plus responsable et durable du succès entrepreneurial.<sup>1</sup>

### **2-3-2 Les objectifs non financiers dans l'entrepreneuriat**

Même si la recherche du profit reste importante, de nombreux entrepreneurs poursuivent des objectifs plus humains et sociétaux. Ces objectifs traduisent leurs valeurs personnelles et leur engagement envers le bien commun.<sup>2</sup>

### **A- Innovation et résolution de problèmes**

Les entreprises entrepreneuriales se distinguent par leur capacité à identifier des besoins non satisfaits ou des problèmes pressants au sein de la société. Elles répondent à ces défis en proposant des idées et des solutions novatrices. La motivation profonde de ces entrepreneurs réside dans la volonté d'engendrer un changement positif et significatif. Pour ce faire, ils s'attaquent à des enjeux cruciaux tels que la pauvreté, la faim, les maladies, le manque d'accès à l'éducation et la dégradation de l'environnement. Ainsi, l'innovation dans le contexte entrepreneurial dépasse la simple ambition de succès commercial ; elle est intrinsèquement

---

<sup>1</sup> Hisrich, Robert D, et al. Entrepreneurship. McGraw-Hill Education, 10<sup>e</sup> édition, 2017, p 241-255

<sup>2</sup> Fayolle, Alain. Entrepreneuriat-Théories et pratiques. Dunod, Paris, 3<sup>e</sup> édition, 2017, p 65-95.

liée à une quête d'utilité sociale, écologique et économique, visant à améliorer le bien-être collectif.

### **B- Création d'emploi et impact économique**

Les entrepreneurs jouent un rôle important dans le développement économique par la création d'entreprises. En lançant leur activité, ils génèrent des emplois et participent à la croissance de leur pays. Ils contribuent à la prospérité de leur communauté, en créant des opportunités professionnelles. Beaucoup s'engagent à soutenir les populations marginalisées, en leur offrant un accès à l'emploi, et ils favorisent aussi l'achat local et s'impliquent dans des projets communautaires, renforçant l'économie locale.<sup>1</sup>

### **C- Épanouissement personnel et réalisation de soi**

Pour certains entrepreneurs, l'entrepreneuriat est un moyen de suivre leur passion et de réaliser leur potentiel, ils trouvent du sens et de la satisfaction à créer et développer leur propre entreprise. Ce parcours leur permet de mettre en œuvre leurs idées créatives et de construire un projet à leur image.<sup>2</sup>

L'entrepreneuriat est aussi un chemin d'apprentissage, rempli de défis et d'opportunités qui les font évoluer sur les plans personnel et professionnel.

## **Section 3 : Politique de soutien et initiatives pour encourager l'entrepreneuriat en Algérie.**

L'Algérie met en place des politiques pour soutenir l'entrepreneuriat, en offrant un accompagnement institutionnel, des avantages fiscaux et facilités financières, tout encourageant l'innovation et l'entrepreneuriat chez les jeunes.

### **3-1 Accompagnement institutionnel structuré**

L'écosystème entrepreneurial algérien s'appuie sur un ensemble d'institutions publiques mises en place pour soutenir la création d'entreprises, en particulier auprès des jeunes et des demandeurs d'emploi. Trois acteurs majeurs œuvrent dans ce cadre : l'ANSEJ, la CNAC et

---

<sup>1</sup> OECD. Entrepreneurship et a Glance 2017. OECD publishing, Paris, 2017, p 16-30 .

<sup>2</sup> Deci, Edward L, & Ryan, Richard M. intrinsic Motivation and Self-Determination in Human Behavior. Springer, Boston, 1985, p 145-163.

l'ANGEM, chacun avec des missions spécifiques, des dispositifs adaptés et une vision complémentaire du développement économique local.

### 3-1-1 L'ANADE

L'Agence Nationale de développement de l'entrepreneuriat (ANADE).

#### A- Présentation de l'agence

L'ANADE c'est un organisme public algérien qui joue un rôle clé dans l'accompagnement des porteurs de projets pour la création et l'extension de micro-entreprises de production de biens et de services, notamment pour encourager l'entrepreneuriat des jeunes. Elle est fondée sur une approche économique, de création de richesse et d'emploi.<sup>1</sup>

#### B- Objectifs principaux de l'ANADE

L'Agence Nationale de développement de l'entrepreneuriat (ANADE) vise à stimuler l'esprit entrepreneurial chez les jeunes à travers deux objectifs essentiels :<sup>2</sup>

- **Encourager la création d'activités économiques** : L'ANADE accompagne les jeunes porteurs de projets dans la mise en place d'activités de production de biens ou de services, en facilitant leur accès à l'entrepreneuriat.
- **Soutenir toute initiative en faveur de l'entrepreneuriat** : L'agence met en œuvre diverses actions et mesures visant à promouvoir l'initiative individuelle et collective, et à instaurer un environnement favorable à l'émergence d'un tissu entrepreneurial jeune et dynamique.

#### C- Condition d'éligibilité

Pour bénéficier des dispositifs de l'ANADE, le candidat doit :<sup>3</sup>

- Le candidat doit être âgé entre 18 et 55 ans. Dans des cas exceptionnels, lorsque l'investissement génère au moins trois (3) emplois permanents (y compris les jeunes

---

<sup>1</sup> [www.ansej.org.dz](http://www.ansej.org.dz) consulté le 20/03/2025

<sup>2</sup> <https://consulat-lyon-algerie.fr/wp-content/uploads/2018/12/ANSEJ.pdf> consulté le 20/03/2025

<sup>3</sup> [www.ansej.org.dz](http://www.ansej.org.dz) consulté le 20/03/2025

promoteurs associés dans l'entreprise) l'âge limite de l'entreprise créée pourra être porté à quarante (40) ans ;

- Etre titulaire d'un diplôme, d'une qualification professionnelle et ou posséder un savoir faire reconnu ;
- Mobiliser un apport personnel sous forme de fonds propres qui varie selon le type de financement et le niveau de l'investissement ;
- Ne pas occuper un emploi rémunéré au moment de l'introduction du formulaire d'inscription pour bénéficier de l'aide ;
- Etre inscrit auprès des services de l'agence nationale de développement de l'entrepreneuriat comme chômeur demandeur d'emploi ;
- Ne pas être inscrit au niveau d'un centre de formation, institut ou université au moment de l'introduction de la demande d'aide, sauf s'il s'agit d'un perfectionnement dans son activité ;
- Ne pas avoir bénéficié d'une mesure d'aide au titre de la création d'activité.

### **D- Montant maximum de l'investissement**

Le montant maximum de l'investissement est de dix millions (10.000.000) de dinars, pour chacune des phases : création ou extension. Les prêts non rémunérés supplémentaires sont octroyés en sus du montant de l'investissement.<sup>1</sup>

### **3-1-2 La CNAC**

La Caisse Nationale d'Assurance Chômage (CNAC).

#### **A- Présentation de la CNAC**

Depuis sa création en 1994, la Caisse Nationale d'Assurance Chômage (CNAC), établissement public relevant de la tutelle du Ministère du Travail, de l'Emploi et de la Sécurité Sociale, s'est vue confier une mission sociale majeure : atténuer les conséquences des licenciements massifs de travailleurs salariés du secteur économique, opérés dans le cadre de la mise en œuvre du Plan d'Ajustement Structurel (PAS).<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> <https://consulat-lyon-algerie.fr/wp-content/uploads/2018/12/ANSEJ.pdf> consulté le 20/03/2025

<sup>2</sup> [https://www.cnac.dz/site\\_cnac\\_new/web%20pages/fr/FR\\_PresentationCNAC.aspx](https://www.cnac.dz/site_cnac_new/web%20pages/fr/FR_PresentationCNAC.aspx) consulté le 20/03/2025

Initialement chargée de "l'amortissement social" de ces restructurations économiques, la CNAC a connu, au fil des années, plusieurs phases d'évolution. À chaque étape de son développement, de nouvelles missions lui ont été attribuées par les pouvoirs publics, élargissant progressivement son champ d'intervention au service de la cohésion sociale et de l'accompagnement des populations affectées par le chômage.

### **B- Les missions de la CNAC**

Il existe différentes missions au sein de la CNAC :<sup>1</sup>

#### **a- L'indemnisation du chômage**

La CNAC met en application le régime juridique d'indemnisation du chômage au profit des travailleurs salariés ayant perdu involontairement leur emploi pour des motifs économiques. Premier métier de la CNAC dès sa création, l'indemnisation du chômage, a effectivement bénéficié à la fin 2006, à 189.830 chômeurs allocataires sur un total de 201.505 travailleurs licenciés dont les dossiers d'inscription ont été réceptionnés. Parmi les 189.830 allocataires pris en charge, 176.769 – soit 94% du total des allocataires admis - ont épuisé leurs droits à la fin 2006.

Actuellement, 5 275 allocataires se trouvent en situation de suspension de leurs droits, soit parce qu'ils ont temporairement repris un emploi sous contrat à durée déterminée (CDD), soit parce qu'ils sont encore employés dans des entreprises en cours de liquidation.

La période allant de 1996 à 1999 a enregistré la majorité des inscriptions à l'assurance chômage auprès de la CNAC, en lien direct avec l'application intensive des mesures du Plan d'Ajustement Structurel (PAS). Depuis, une diminution progressive du nombre de chômeurs inscrits est observée, traduisant une baisse continue des nouvelles admissions au dispositif.

#### **b- Les mesures actives**

A partir de 1998 et jusqu'en 2004, la CNAC met en œuvre, les mesures actives destinées à la réinsertion des chômeurs allocataires que sont l'aide à la recherche d'emploi et l'aide au travail indépendant par un personnel spécialement recruté et formé (les conseillers

---

<sup>1</sup> [https://www.cnac.dz/site\\_cnac\\_new/web%20pages/fr/fr\\_presentationcnac.aspx](https://www.cnac.dz/site_cnac_new/web%20pages/fr/fr_presentationcnac.aspx) consulté le 21/03/2025

animateurs) et dans des centres dotés d'infrastructures et d'équipements également destinés à cette fin. C'est ainsi que les réalisations suivantes ont été enregistrées :

- 11.583 chômeurs ont été formés par les conseillers animateurs aux techniques de recherche d'emploi ;
- 2.311 chômeurs ont été accompagnés dans la création de leur micro-entreprise ;
- 12.780 chômeurs ont suivi, à partir de 1998, des formations destinées à leur permettre d'acquérir de nouvelles qualifications en vue d'accroître leurs chances de réinsertion dans la vie professionnelle ;
- Depuis 2004, en présence des faibles entrées à l'assurance chômage, l'activité de formation reconversion est en voie d'être réorientée vers les besoins des chômeurs promoteurs ainsi que des entreprises qui s'inscriront dans les mesures de promotion de l'emploi.

### **c- L'aide à la création d'activités pour les chômeurs promoteurs âgés de 35 à 50 ans**

Dans le cadre du Plan de soutien à la croissance économique (*PSCE*) et de l'application du programme de son excellence Monsieur le Président de la République consacré à la lutte contre le chômage et la précarité, la CNAC s'est employée, à partir de 2004, en priorité à la mise en œuvre du dispositif de soutien à la création d'activité pour les chômeurs promoteurs âgés de 35 à 50 ans et ce jusqu'à juin 2010.

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

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

### **e- Dispositif portant mesures d'encouragement et d'appui à la promotion de l'emploi**

- Différents niveaux d'allègement de la part patronale ;
- Exonération de la cotisation globale de la sécurité sociale à la charge de l'employeur ;

- Subvention mensuelle à l'emploi.

### 3-1-3 L'ANGEM

L'agence nationale de gestion du microcrédit (ANGEM).<sup>1</sup>

#### A- Aperçu historique

Le microcrédit a été développé dans les années 70 à l'initiative du professeur Muhammad Yunus, un économiste et entrepreneur, originaire du Bangladesh, qui a fondé la première institution de micro crédit, nommée la « Grameen Bank », ce qui l'a consacré Prix Nobel de la Paix en 2006. Il est surnommé le « banquier des pauvres ». Outil de lutte contre la précarité, le microcrédit a permis à des démunis d'accéder à des conditions de vie améliorées en créant leur propre activité génératrice de revenus.

Il n'a pas connu, dans sa formule initiale, le succès souhaité par les pouvoirs publics en raison d'un manque d'accompagnement dans les phases de maturation et de suivi dans la réalisation des projets.

Ce constat a été relevé lors du séminaire international organisé en décembre 2002 sur *«l'expérience du micro crédit en Algérie»*.

Les recommandations faites lors de ce regroupement d'experts de la micro-finance ont conduit à la création d'une institution spécialisée dénommée «Agence Nationale de Gestion du Microcrédit», créée par le décret exécutif N° 04-14 du 22 janvier 2004.

#### B- Context économique et social de naissance

L'Agence Nationale de développement de l'entrepreneuriat (ANADE) fonctionne dans le cadre juridique défini par le décret exécutif n° 11-133 du 22 mars 2011, qui modifie et complète le décret n° 04-14 du 22 janvier 2004. Ce texte fixe les conditions de création d'organisation et de fonctionnement de l'ANGEM. Il précise également les modalités de financement, les catégories de bénéficiaires, ainsi que les missions d'accompagnement, de suivi et d'évaluation des microprojets.

---

<sup>1</sup> <https://www.angem.dz/fr/presentation/> consulté le 21/03/2025

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

## **3-2 Avantages fiscaux et facilités financières**

Les impôts constituent donc l'un des outils économiques les plus importants dans le domaine de l'investissement. Actuel, quel était son rôle sur Collecter des ressources financières, Journée fiscale pour contrôler l'économie et corriger les évolutions économiques, Là où les visiteurs s'engagent dans des interactions économiques.

### **3-2-1 Exonération fiscales**

L'efficacité des incitations fiscales pour encourager l'investissement en Algérie (étude de cas de l'Autorité) ANADE Pour la période 2010-2019.

#### **A- Le concept d'incitations fiscales**

Les incitations fiscales sont des allègements qui affectent les critères fiscaux standard ou de base ou Normatif, dont le but est d'influencer certains comportements ou activités ou d'aider certaines catégories de bailleurs de fonds Ceux qui se trouvent dans des situations particulières, car les gouvernements utilisent les dépenses fiscales pour soutenir le développement Eau Economique, encourageant l'épargne, favorisant la recherche et le développement, encourageant les appels d'offres.<sup>1</sup>

#### **B- Des raisons pour accorder des incitations et des exonérations fiscales**

Les raisons les plus importants pour accorder des incitations et des exonérations fiscales sont :<sup>2</sup>

- Créer des opportunités d'emploi ;
- Encourager les investissements dans Projets industriels ;
- Encourager les projets d'exportation ;
- Encourager les projets de technologie avancée ;
- Développement des zones sous-développées ;
- Politique de substitution de certaines industries par des importations ;

<sup>1</sup> OCDE (2020). Tax Incentive for Investment-A Global Perspective.

<sup>2</sup> Ministère des Finances – Direction Générale des Impôts (2021). Guide des mesures fiscales incitatives.

- Encourager les industries extractives et celles basées sur l'exploitation des ressources naturelles ;
- Encourager l'activité touristique.

**Tableau 01 : Un tableau montrant les avantages et les inconvénients des incitations fiscales.**

Les avantages	Les inconvénients
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Les incitations fiscales impliquent une intervention. Moins présent sur le marché que d'autres mécanismes, Donner aux bénéficiaires du secteur privé la possibilité pour maintenir l'indépendance par rapport à Utiliser des incitations ;</li> <li>• Les incitations fiscales nécessitent des transactions. Moins de papier que les autres programmes ;</li> <li>• Les incitations fiscales éliminent le besoin de Ciblage direct d'entreprises individuelles qui ont besoin d'aide ;</li> <li>• Incitations fiscales Il a l'avantage d'Obtenir une réponse positive de l'industrie ;</li> <li>• Les incitations fiscales peuvent être permanentes, et il ne nécessite donc pas de révision annuelle Pour le budget ;</li> <li>• Les incitations fiscales sont très gratifiantes. De la faisabilité politique.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Les incitations fiscales peuvent créer une volatilité involontaire en raison des réactions des entreprises à ce qu'elles auraient fait en l'absence de l'incitation ;</li> <li>• Les incitations fiscales conduisent souvent à des inégalités indésirables ;</li> <li>• Les incitations fiscales peuvent avoir un impact négatif sur le trésor public.</li> </ul>

**Source :** Albert N. Link, Public/Private Partnerships, Springer, Boston, 2006, p71-72

Les incitations fiscales représentent un mécanisme d'intervention publique indirecte visant à encourager l'investissement privé et à stimuler la croissance économique. Elles offrent plusieurs avantages significatifs : elles permettent à l'État de soutenir les entreprises sans s'ingérer directement dans leur gestion, réduisent les lourdeurs administratives par rapport aux aides traditionnelles, et présentent une forte faisabilité politique grâce à leur nature

discrète sur le plan budgétaire. En outre, elles ne nécessitent pas un ciblage individuel complexe des bénéficiaires, ce qui simplifie leur mise en œuvre, et leur caractère souvent permanent permet d'assurer une visibilité à long terme pour les acteurs économiques. De plus, ces mesures suscitent généralement une réponse positive du secteur privé, renforçant ainsi leur efficacité perçue.

Cependant, les incitations fiscales comportent également des inconvénients notables. Elles peuvent entraîner une instabilité économique en provoquant des comportements stratégiques de la part des entreprises, qui modifient leurs décisions uniquement pour bénéficier de ces avantages. Elles risquent aussi d'amplifier les inégalités entre entreprises selon leur taille ou leur secteur, et peuvent nuire aux finances publiques en réduisant les recettes fiscales sans garantie de retour économique équivalent. Ainsi, bien qu'utiles, ces dispositifs doivent être conçus avec prudence, intégrés dans une stratégie globale, et accompagnés de mécanismes rigoureux d'évaluation pour éviter les effets pervers.

### **3-2-2 Incitations fiscales accordées par l'Agence nationale de soutien et de développement de l'entrepreneuriat ANADE (anciennement ANSEJ)**

Les investissements réalisés par les jeunes chômeurs, les personnes professionnellement qualifiées et les investisseurs qualifiés en bénéficient. Pour le système de soutien aux activités de production de biens et de services dans le cadre de l'Agence nationale de soutien à l'emploi des jeunes Avantages fiscaux Suivant :<sup>1</sup>

#### **A- Avantages accordés pendant la phase d'achèvement**

Durant la phase de mise en place de l'investissement, les porteurs de projets bénéficient des exonérations suivantes :<sup>2</sup>

- Exonération des droits de mutation immobilière prévus à l'article 252 de la loi sur l'enregistrement, pour les acquisitions immobilières réalisées par des investisseurs bénéficiant de la subvention du « Fonds national de soutien à l'emploi des jeunes » pour la création d'activités industrielles ;
- L'exonération de tous droits d'enregistrement s'applique aux statuts des sociétés constituées par des investisseurs éligibles au bénéfice de la subvention du « Fonds national de soutien à l'emploi des jeunes » ;

---

<sup>1</sup> Journal d'études fiscales, dossier 12/ numéro 22 (2023), page 96/108.

<sup>2</sup> ANADE, Guide des avantages fiscaux pour jeunes promoteurs, édition 2021.

- Exonération de la taxe sur la valeur ajoutée pour l'achat de biens et de services produits localement et directement impliqués dans la réalisation d'un investissement visant à créer ou à étendre une activité lorsqu'ils sont réalisés par des investisseurs qualifiés pour bénéficier de la subvention du « Fonds national de soutien à l'emploi des jeunes ». Les voitures particulières peuvent bénéficier de cette exonération lorsqu'elles constituent le moyen principal d'activité ;
- Application d'un droit de douane de 5 % sur les équipements importés qui participent directement à la mise en œuvre d'un investissement visant à créer ou à développer l'entreprise lorsqu'ils sont réalisés par des investisseurs bénéficiant du « Fonds national de soutien à l'emploi des jeunes ».

Les véhicules de tourisme ne peuvent bénéficier de cette exonération que s'ils constituent un moyen de transport nécessaire à l'activité.

### **B- Avantages accordés pendant la phase d'exploitation**

Une fois l'activité lancée, les bénéficiaires peuvent profiter d'importantes exonérations fiscales pendant les premières années d'exploitation :

- Exonération totale de l'impôt sur le revenu brut ou de l'impôt sur les bénéfices des sociétés pendant une période de trois (03) ans à compter de la date de début de l'activité, lorsque ces activités sont situées dans des zones devant être aménagées et figurant sur une liste déterminée par voie réglementaire. La période d'exonération est fixée à six (06) ans à compter de la date d'exploitation et pour une durée de dix (10) ans pour celles situées dans les zones bénéficiant de la subvention du « Fonds Spécial de Développement des Régions du Sud ». Cette période sera prolongée de deux (02) ans lorsque les investisseurs s'engageront à créer au moins trois (03) emplois pour une durée indéterminée ;
- Exonération de la taxe d'activité professionnelle pendant une durée de trois (03) ans à compter du début de l'activité. Lorsque ces activités sont réalisées dans des zones devant être aménagées, la période d'exonération est portée à six (06) ans et à dix (10) ans pour celles réalisées dans des zones bénéficiant de la subvention du « Fonds spécial de développement des régions du Sud ».
- Exonération de la taxe foncière sur les propriétés bâties et les immeubles dans lesquels des activités sont exercées par des investisseurs qualifiés pour bénéficier du Fonds National de Soutien à l'Emploi des Jeunes. Pour une durée de trois (03) ans, à compter de la date d'achèvement. Ce délai est porté à six (06) ans lorsque les bâtiments et

extensions de bâtiments sont situés dans des zones devant être mises à niveau ainsi que pour ceux situés dans des zones bénéficiant de la subvention du « Fonds Spécial de Développement des Hauts Plateaux » et à dix (10) ans lorsque les bâtiments et extensions de bâtiments sont situés dans des zones bénéficiant de la subvention du « Fonds Spécial de Développement des Régions du Sud ». <sup>1</sup>

### C- Après la fin de la période d'exemption

Les activités menées par les jeunes porteurs de projets éligibles à la subvention du « Fonds national de soutien à l'emploi des jeunes » bénéficient d'une réduction de l'impôt sur le revenu global ou de l'impôt sur les bénéfices des sociétés, selon le cas, ainsi que de l'impôt sur l'activité professionnelle dû à l'issue de la période d'exonération prévue par la législation fiscale applicable, pendant les trois (30) premières années d'imposition, et cette réduction est la suivante : <sup>2</sup>

- Première année d'imposition : réduction de 70 % ;
- Deuxième année d'imposition : réduction de 50 % ;
- Troisième année d'imposition : réduction de 25 %.

Les activités susmentionnées qui ont bénéficié de l'exonération et dont la période de bénéfice de la réduction est toujours valable bénéficieront également de ces réductions pour la phase restante, sans possibilité de réclamer le remboursement de ce qui a été payé.

Note: Des avantages fiscaux sont accordés aux jeunes investisseurs dans le cadre du Système de Soutien à l'Investissement en fonction du pourcentage d'intégration de matériaux fabriqués localement.

### 3-2-3 Modification fiscales pour stimuler l'innovation et soutenir les startups dans la loi de finances 2025

La loi de finances 2025 consacre une attention particulière à l'innovation et à l'entrepreneuriat technologique à travers un ensemble de réformes fiscales ciblées. Ces mesures visent à stimuler la création de valeur ajoutée, à renforcer la compétitivité des

---

<sup>1</sup> Loi de finances complémentaire 2010- Décrets exécutifs relatifs à l'ANADE.

<sup>2</sup> ANADE-Dispositif d'aide après exonération, circulaire interne 2018.

entreprises émergentes et à favoriser l'émergence d'un environnement économique propice à la croissance des startups.<sup>1</sup>

### **A- Incitation fiscales pour l'investissement en recherche et développement**

Afin de stimuler la recherche appliquée et l'innovation technologique, la loi de finances introduit un mécanisme d'allègement fiscal spécifique :

- L'article 10 de la loi de finances accorde une déduction fiscale allant jusqu'à 30% des bénéfices imposables ;
- Le plafond annuel de cette déduction est fixé à 200 millions de dinars algériens ;
- Ces avantages sont destinés aux entreprises investissant dans la recherche et développement ou participation à des programmes d'innovation ouverte ;
- L'objectif est d'encourager les activités innovantes contribuant au développement de l'économie nationale.

### **B- Exonérations pour encourager les startups et l'entrepreneuriat**

Dans l'optique de stimuler la dynamique entrepreneuriale, la loi de finances 2025 prévoit des exonérations fiscales ciblées :

- L'article 39 prévoit des exonérations des droits de mutation pour les startups et les incubateurs qui acquièrent des biens ou des actifs à usage industriel ;
- Cette mesure vise à créer un environnement favorable à l'expansion des activités économiques locales ;
- Elle met l'accent sur le soutien aux PME et à l'esprit entrepreneurial.

### **C- Renforcement de l'écosystème d'innovation par le soutien aux incubateurs et au financement**

La loi de finances 2025 reconnaît également l'importance des structures de soutien à l'innovation, telles que les incubateurs, en leur accordant un traitement fiscal favorable :

---

<sup>1</sup> République Algérienne Démocratique et Populaire. Cadre législatif et réglementaire relatif aux dispositifs de soutien à l'entrepreneuriat et aux incitations fiscales (ANADE, CNAC, loi de finances 2025, DGI). Ministère du Travail, de l'Emploi et de Sécurité Sociale-Direction Générale des Impôts-Journal Officiel de la République Algérienne, 2025

- L'article 41 introduit des exonérations fiscales pour les contrats de création d'entreprises innovantes financées par des organismes publics ;
- Ces exonérations incluent droits d'enregistrement, afin de promouvoir l'innovation et l'entrepreneuriat ;
- L'exonération fiscale pour les entreprises labellisées « incubateurs d'affaires » est prolongée à 4 ans au lieu de 2 ;
- Cette mesure vise à renforcer la capacité des incubateurs à accompagner les startups dans l'écosystème de l'innovation.

### 3-3 Promotion de l'innovation et de l'entrepreneuriat jeune

Dans un contexte économique en mutation, l'innovation et l'entrepreneuriat apparaissent comme des leviers clés de développement, notamment chez les jeunes. Ces derniers, porteurs de nouvelles idées et de solutions créatives, jouent un rôle stratégique dans la transformation des sociétés. Promouvoir l'entrepreneuriat chez les jeunes, en particulier les jeunes femmes, représente un enjeu crucial pour une croissance inclusive et durable.

#### 3-3-1 Définition de l'innovation et de l'entrepreneuriat jeune

Pour bien comprendre les enjeux liés à la promotion de l'entrepreneuriat chez les jeunes, il est essentiel de commencer par définir deux notions fondamentales :

##### A- Définition de l'innovation

Il existe plusieurs définitions de l'innovation, parmi ces définitions :

L'innovation désigne l'introduction sur le marché d'un produit ou d'un procédé nouveau ou significativement amélioré par rapport à ceux précédemment élaborés par l'unité légale.<sup>1</sup>

Est définie aussi comme :

« L'innovation est la recherche constante d'améliorations de l'existant, par contraste avec l'invention, qui vise à créer du nouveau. Dans le domaine économique, l'innovation se traduit par la conception d'un nouveau produit, service, processus de fabrication ou d'organisation pouvant être directement mis en œuvre dans l'appareil productif et répondant aux besoins du consommateur. Elle se distingue ainsi de l'invention ou de la découverte par le fait qu'elle peut

---

<sup>1</sup> [www.insee.fr](http://www.insee.fr) consulté le 28/03/2025

être immédiatement mise en œuvre par les entreprises, dans le but d'obtenir un avantage compétitif ».<sup>1</sup>

Selon Rothwell et Roy (1992) l'innovation est définie comme suit :

« L'innovation est une combinaison d'activités qui mènent à un nouveau produit /services destiné au marché et /ou à un nouveau système de production /distribution ».<sup>2</sup>

### **B- L'entrepreneuriat jeune**

L'entrepreneuriat jeune désigne l'ensemble des activités entrepreneuriales initiées et dirigées par des individus généralement âgés de 15 à 35ans. Cette tranche d'âge peut varier selon les contextes culturels et institutionnels. Il n'existe pas de définition universellement acceptée de l'entrepreneuriat des jeunes, en raison de la complexité du concept et des différences dans les critères d'âge.

#### **3-3-2 L'importance de l'innovation portée par les jeunes**

- L'entrepreneuriat des jeunes est important pour plusieurs raisons. Tout d'abord, il permet de créer des emplois. Les jeunes entrepreneurs sont souvent les créateurs de nouvelles entreprises, qui sont génératrices d'emplois. En effet, les jeunes entrepreneurs sont souvent plus innovants et plus à l'aise avec les nouvelles technologies, ce qui leur permet de créer des entreprises qui répondent aux besoins des consommateurs.
- L'entrepreneuriat des jeunes stimule la croissance économique. Les nouvelles entreprises créées par les jeunes entrepreneurs contribuent à la création de richesse et de valeur ajoutée. Elles contribuent également à la diversification de l'économie et à l'émergence de nouveaux secteurs d'activité.
- L'entrepreneuriat des jeunes est un facteur d'innovation. Les jeunes entrepreneurs sont souvent plus ouverts aux changements et plus audacieux que les entrepreneurs plus

---

<sup>1</sup> Jean-Pierre Leac, « [Innovation : histoire d'un concept à succès](#) », sur Les Cahiers de l'innovation, 9 novembre 2020

<sup>2</sup> Rothwell, R. (1992). Successful industrial innovation : Critical factors for the 1990s. R&D Management ,22(3),22-239

âgés. Ils sont donc plus susceptibles de développer de nouvelles idées et de créer de nouveaux produits et services.<sup>1</sup>

### 3-3-3 Obstacle rencontrés par les jeunes entrepreneurs

Derrière chaque réussite, il y a des obstacles. Voici des obstacles vus par ceux qui osent entreprendre :

#### A- Comprendre le paysage entrepreneurial de la région

Comprendre le paysage entrepreneurial régional est crucial pour les jeunes entrepreneurs. Cela implique d'identifier les secteurs porteurs, de connaître les réglementations locales, de s'adapter à la culture et aux préférences des clients, et d'analyser la concurrence. Cette connaissance permet de mieux orienter son projet et d'augmenter ses chances de réussite.<sup>2</sup>

#### B- Les obstacles financiers

Difficulté d'accès au financement, manque de connaissances en gestion financière, coûts élevés de création d'entreprise, et complexité des aides publiques. Pour y faire face, ils doivent renforcer leurs compétences en finance, explorer des sources de financement alternatives et bien planifier leur budget.<sup>3</sup>

#### C- Les difficultés liées à la mise en réseau et à la visibilité :

Les jeunes entrepreneurs rencontrent des difficultés à élargir leur réseau professionnel au-delà de leur cercle personnel, ce qui limite les opportunités de croissance. De plus, le manque de visibilité freine leur développement dans un marché concurrentiel. Ces défis sont accentués dans les régions où l'écosystème entrepreneurial est peu développé. Pour y remédier, ils doivent faire preuve de pro activité, de créativité et renforcer leurs compétences en communication et en réseautage.<sup>4</sup>

#### D- Le défi de l'innovation et de la compétitivité pour les jeunes entrepreneurs

---

<sup>1</sup> <https://blovua.mondoblog.org> consulté le 02/04/2025

<sup>2</sup> Denieuil, Pierre-Noël. *Entrepreneurs maghrébins : Terrains en développement*, Éditions Karthala, Paris, 2010.

<sup>3</sup> Agri, Hassiba. *Les obstacles au financement de l'entrepreneuriat*, Mémoire de Master, Université Abderrahmane Mira – Béjaïa, Béjaïa, 2013.

<sup>4</sup> <https://www.morebooks.de/store/fr/book/conseils-pratiques-pour-jeunes-entrepreneurs-camerounais/isbn.com> consulté le 02/04/2025

Les jeunes entrepreneurs font face à un double défi : rester innovants et compétitifs. L'innovation nécessite une veille constante, l'amélioration continue des processus et la capacité à s'adapter aux évolutions rapides. La concurrence, elle, impose une stratégie de différenciation. Ces deux aspects sont interdépendants, et une entreprise qui ne s'adapte pas perdra sa compétitivité. Pour réussir, les indépendants doivent faire preuve d'agilité et d'une vision stratégique à long terme.<sup>1</sup>

### Conclusion

L'entrepreneuriat est un moteur essentiel du développement économique, de l'innovation et de la création d'emplois. Il permet aux individus de concrétiser leurs idées tout en répondant aux défis contemporains. Malgré les obstacles comme l'accès au financement ou le manque de soutien, il reste un levier puissant de transformation. Encourager l'entrepreneuriat, c'est promouvoir l'audace, la créativité et l'action pour un avenir plus dynamique et inclusif.

---

<sup>1</sup> <https://www.odilejacob.fr/catalogue/sciences-humaines/economie/pouvoir-destruction-creatrice.com>  
Consulté le 02/04/2025

# Chapitre II

## Introduction

Pendant longtemps, l'image de l'entrepreneur était largement dominée par une vision masculine. Cependant, la montée en puissance des femmes dans le monde des affaires a permis de redéfinir les contours du succès entrepreneurial en apportant de nouvelles compétences. Selon les données de 2019, 7.3% du total des entreprises en Algérie étaient détenues par des femmes. Des données plus récentes indiquent une évolution notable, avec plus de 71% des projets enregistrés en janvier 2025 étant féminins, et un taux d'activité féminine atteignant 19.2% en 2024.

L'entrepreneuriat féminin attire de plus en plus d'attention aujourd'hui. Autrefois, les femmes étaient souvent exclues du monde affaires ou limitées à des petits métiers informels. Mais avec les progrès pour l'égalité entre les sexes et les aides mises en place, elles prennent désormais une place plus importante et visible dans l'entrepreneuriat.

Ce chapitre se propose d'explorer les notions fondamentales liées à l'entrepreneuriat en définissant l'entrepreneuriat féminin et l'évolution historique de l'entrepreneuriat féminin, ainsi que les étapes de devenir une femme entrepreneur. Une attention particulière sera portée sur les secteurs privilégiés par les femmes en affaires.

## Section 1 : Cadrage théorique

Cette partie vise à retracer l'évolution de l'entrepreneuriat féminin, à en proposer une définition claire et à mettre en évidence les différences majeures avec l'entrepreneuriat masculin.

### 1-1 Notion sur l'entrepreneuriat féminin

L'entrepreneuriat féminin prend de plus en plus d'ampleur à travers le monde, reflétant la volonté des femmes de s'impliquer activement dans la vie économique. Malgré certains obstacles, ce phénomène joue un rôle important dans le développement et l'innovation. Avant d'en approfondir l'analyse, il est essentiel d'en comprendre la définition et l'évolution historique.

#### 1-1-1 Définition de l'entrepreneuriat féminin

L'entrepreneuriat féminin joue un rôle important dans la société moderne en s'imposant de plus en plus. Selon D. Lavoie « *La femme qui seul ou avec des partenariats fondés, achetés*

*ou accepté en une entreprise, qui assume les responsabilités financières, administratives et sociale et qui participe activement à sa gestion courante».<sup>1</sup>*

Selon Belcourt, Burkcet Lee Gosselin l'entrepreneur c'est : « cette femmes qui recherche l'épanouissement personnel, l'autonomie financière et la maîtrise dans son existence grâce au lancement et a la gestion de sa propre entreprises ».<sup>2</sup>

On peut définir aussi :

L'entrepreneuriat féminin désigne les initiatives économiques individuelles ou collectives conduites par des femmes, en tant que créatrices, gestionnaires et responsables d'activités génératrices de revenus, dans des environnements souvent caractérisés par des contraintes d'accès aux ressources, de reconnaissance sociale et de conciliation entre vie professionnelle et responsabilités familiales. Il s'agit d'un révélateur des inégalités de genre dans le monde du travail.<sup>3</sup>

### **1-1-2 L'évolution historique de l'entrepreneuriat féminin en Algérie**

L'entrepreneuriat féminin en Algérie a évolué au fil du temps, porté par des changements sociaux et économiques.

#### **A- Avant l'indépendance (avant 1962)**

L'activité économique des femmes était principalement confinée à des activités traditionnelles, souvent informelles, comme l'artisanat et le petit commerce local.

Les contraintes sociales, culturelles et juridiques limitaient considérablement l'accès des femmes à l'éducation, à la formation et aux ressources nécessaires pour entreprendre des activités formelles.<sup>4</sup>

#### **B- Les premières décennies après l'indépendance (1962-1980)**

L'Algérie nouvellement indépendante a connu une forte expansion de l'emploi féminin dans le secteur public, notamment dans l'éducation et la santé.

---

<sup>1</sup> (D. Lavoie, « Etude des besoins des entrepreneuses propriétaire de micro entreprise privées ou travailleuses autonomes de la ville de Longueuil », (1998), P3)

<sup>2</sup> S.A. KOUNTA, « Caractéristiques de l'entrepreneuriat féminin au Mali ».1997, p 19.

<sup>3</sup> Yousfi, H. (2015). Femmes et entrepreneuriat en Afrique du Nord : entre résistances et innovations. Revue Tiers Monde, n° 224, 2015/4, pp. 57-75.

<sup>4</sup>Article de ASJP « Perspective, femme algérienne 1830-1962 »

L'entrepreneuriat formel restait un domaine majoritairement masculin en raison des normes sociales persistantes et de la manque de politiques spécifiques pour encourager l'entrepreneuriat féminin.<sup>1</sup>

Cependant les femmes continuaient à jouer un rôle économique important dans le secteur informel, notamment dans le commerce de proximité et l'artisanat.

### **C- L'émergence progressive (1990-2000)**

La fin des années 1990 a marqué une prise de conscience progressive du potentiel économique des femmes et une évolution des mentalités.

L'accès croissant des femmes à l'éducation et la diversification de leurs compétences ont contribué à leur intérêt pour l'entrepreneuriat. Des initiatives gouvernementales et des programmes visant à promouvoir l'emploi des jeunes ont indirectement bénéficié à certaines femmes souhaitant créer leur propre activité.<sup>2</sup>

L'entrepreneuriat féminin a commencé à émerger timidement dans des secteurs tels que les services, l'artisanat et le commerce.

### **D- La consolidation et la croissance (2010- aujourd'hui)**

Au cours des deux dernières décennies, l'entrepreneuriat féminin a connu une croissance notable en Algérie. Des politiques et des dispositifs spécifiques de soutien à l'entrepreneuriat féminin ont été mis en place par le gouvernement, tels que des programmes de financement d'accompagnement et de formation. La part des femmes dans le registre du commerce a significativement augmenté, passant de 28% en 2017 à 41% en 2023, témoignant d'une émancipation économique croissante.<sup>3</sup>

## **1-2 Le rôle de la femme entrepreneure en tant qu'agent économique**

La contribution des femmes entrepreneures dépasse leur propre réussite individuelle, les positionnant comme des actrices clés du développement économique à plusieurs niveaux.

---

<sup>1</sup> Article de ASJP « Les femmes au foyer en Algérie : une réalité ou une représentation nostalgique »

<sup>2</sup> Article de ASJP « Emploi des jeunes en Algérie : une vision nouvelles »

<sup>3</sup> Rapport de l'OIT « Evolution nationale du développement de l'entrepreneuriat féminin en Algérie »

### 1-2-1 Moteur de croissance économique

Daniela Gressani, vice-présidente de la Banque mondiale pour la Région Moyen-Orient et Afrique du Nord affirme que «Les entreprises sous le contrôle des femmes sont aussi bien établies et aussi avancées que celles de leurs homologues masculins ».<sup>1</sup>

A cet effet, il est évident que les femmes chefs d'entreprises peuvent jouer un rôle beaucoup plus important dans la croissance économique de la région. D'un point de vue strictement économique.

### 1-2-2 L'investissement et diversification

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

### 1-2-3 Facteurs de développement

L'entrepreneuriat féminin permet d'améliorer le statut social, la formation et l'état de santé des femmes et de leurs familles. La femme peut participer au développement économique et social de son pays.<sup>2</sup>

### 1-2-4 Compétition et concurrence

Les entrepreneures féminines ont relancé la compétition au sein de nombreux secteurs d'activité en proposant des services plus personnalisés ou plus centrés sur les besoins du client que ceux proposés par leurs collègues masculins.

### 1-2-5 Innovation

Les femmes jouent un rôle crucial dans l'innovation économique, en apportant des idées nouvelles, des approches créatives et une perspective différente dans le développement de produits, service, et modèles commerciaux. De plus en plus de femmes se lancent dans des domaines technologiques, scientifiques et entrepreneuriaux, ou elles créent des solutions novatrices répondant à des besoins sociaux, environnementaux et économiques.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> [www.worldbank.org/mena](http://www.worldbank.org/mena) consulté le 15/04/2025

<sup>2</sup> Un manuel pour les praticiens «promotion de l'entrepreneuriat féminin -les stratégies et outils du cycle de projet» Page 1, 2003.

<sup>3</sup> <https://www.oecd.org/publication/the-missing-entrepreneurs-2021> consulté le 15/04/2025

### 1-2-6 Création d'emploi

L'entrepreneuriat féminin joue un rôle crucial dans la stimulation de l'emploi et le dynamisme économique. La capacité des femmes à fonder et à développer des petites et moyennes entreprises (PME) se traduit directement par la création de postes de travail, contribuant ainsi significativement à la réduction du chômage et à la prospérité économique.<sup>1</sup>

### 1-2-7 Management et organisation

« L'entrepreneuriat féminin apporte à la société des solutions différentes et souvent innovantes aux problèmes de management et d'organisation, ainsi que l'exploitation d'opportunités nouvelles».<sup>2</sup>

### 1-2-8 Intérêt mondial

L'entrepreneuriat féminin est devenu une préoccupation mondiale : « L'OIE reconnaît l'importance de la promotion de l'entrepreneuriat féminin dans les pays développés et en développement».<sup>3</sup>

## 1-3 Profile et dynamique de l'entrepreneuriat féminin en Algérie

L'entrepreneuriat féminin joue un rôle croissant dans l'économie mondiale. Pour mieux comprendre ce phénomène, il est essentiel d'en examiner d'abord les principales statistiques, puis d'en analyser les caractéristiques spécifiques.

### 1-3-1 Les statistiques sur l'entrepreneuriat féminin en Algérie

Cette section présente un aperçu des indicateurs clés de l'entrepreneuriat féminin en Algérie, basés sur des données récentes de diverses sources nationales et internationales.

---

<sup>1</sup> KAMEL BEHIDJI « L'entrepreneuriat féminin comme facteur de réduction d'inégalité des genres en Algérie : enjeux & perspectives» Colloque international sur l'Emergence des femmes dans le monde de l'entrepreneuriat en Algérie : Opportunités contraintes et perspectives, Hôtel Hilton, Alger le 31/03/2008.

<sup>2</sup> OCDE «Promouvoir l'entrepreneuriat et les PME innovantes dans une économie mondialisée : Vers une mondialisation plus responsable et mieux partagée» Istanbul, Turquie, 3-5 juin 2004, page 04.

<sup>3</sup> <http://www.ioe-emp.org> consulté le 19/04/2025

**Tableau 02 : Statistiques Détaillées de l'Entrepreneuriat Féminin en Algérie (2024-2025)**

Indicateur	Chiffres
Part des femmes chefs d'entreprise	17 %
Nombre total d'entreprises en Algérie	1 060 000 entreprises
Nombre d'entreprise dirigée par des femmes	+ 180 000
Taux de croissance annuelle des entreprises féminines	+ 4.5 % entre 2022 et 2024
Niveau d'études des entrepreneures	62 % ont un diplôme universitaire
Accès au crédit bancaire	Seulement de 28 % des femmes chefs d'entreprise y accèdent
Participation régionale	Forte concentration dans le nord du pays (70 %)
Taux de survie des entreprises féminines à 5 ans	48 % (vs 57 % pour hommes)

**Source :** Compilation basée sur les données de l'Office National des statistiques (ONS, mars 2025), Ministère de l'Industrie et de la PME (janvier 2025), ONU Femmes Algérie (2024), Banque d'Algérie (2024).

Les statistiques de 2024-2025 mettent en lumière une progression notable de l'entrepreneuriat féminin en Algérie, avec un nombre croissant de femmes à la tête d'entreprises et un taux de croissance annuel positif. Le niveau d'éducation élevé des entrepreneures est un atout significatif. Cependant, des défis majeurs persistent, notamment en ce qui concerne l'accès au crédit bancaire et le taux de survie des entreprises à long terme, qui est inférieur à celui des hommes. La concentration géographique de l'activité entrepreneuriale féminine dans le nord du pays souligne également la nécessité d'adopter des politiques plus inclusives et territorialement équilibrées pour soutenir l'entrepreneuriat féminin à travers toute l'Algérie. Ces données soulignent l'importance de mettre en œuvre des mesures ciblées pour lever les obstacles et exploiter pleinement le potentiel des femmes comme actrices clés du développement économique algérien.

### 1-3-2 Les caractéristiques des femmes entrepreneurs

Les femmes entrepreneures possèdent des caractéristiques distinctes, telles que l'âge, l'éducation, la situation familiale et les motivations personnelles, qui influencent leur parcours. Ces facteurs façonnent leurs défis et opportunités dans le monde de l'entrepreneuriat.

#### A- L'âge de la femme entrepreneure

Les études montrent que la maturité nécessaire pour entreprendre chez les femmes se situe généralement entre 25 et 45 ans. Cette période est souvent qualifiée de "période du libre choix", où les femmes ont plus de confiance en elles, une situation financière plus stable, et des responsabilités familiales moins lourdes. Cela leur permet de se lancer dans l'entrepreneuriat avec une meilleure base financière et un esprit plus serein pour prendre des décisions importantes.<sup>1</sup>

#### B- Le niveau d'éducation et de formation

L'éducation joue un rôle majeur dans le parcours entrepreneurial des femmes. Les études montrent qu'un niveau d'éducation élevé est souvent corrélé à des créations d'entreprises par opportunité (c'est-à-dire motivées par des chances d'affaires ou des idées nouvelles), alors qu'un niveau de formation moins élevé pousse souvent à entreprendre par nécessité (par exemple, en raison de difficultés à trouver un emploi ou à cause de contraintes économiques).

Les femmes ayant un diplôme plus élevé se lancent davantage dans des secteurs à plus forte valeur ajoutée, où elles peuvent saisir des opportunités d'innovation. À l'inverse, celles avec un niveau de formation plus bas tendent à créer des entreprises pour répondre à un besoin immédiat de subsistance.<sup>2</sup>

#### C- La situation familiale

Contrairement aux hommes, pour qui la situation familiale peut être vue comme une stabilité, la situation familiale des femmes a un impact plus direct sur leurs parcours entrepreneuriaux. Le statut matrimonial (célibataire, mariée, divorcée) et le nombre d'enfants

---

<sup>1</sup> Ouyahia, Zoubida et Touil, Rachid-Sofiane, « L'entrepreneuriat féminin en quête de défis et d'opportunités : Profils, motivations et freins dévoilés », *Revue algérienne d'économie et gestion*, vol. 17, n° 1, 2023, pp. 163-182

<sup>2</sup> Ghiat, Boufeldja, « Motivation des femmes à l'entrepreneuriat en Algérie : Nécessité, auto-confirimation ou désir d'émancipation », *Revue de l'entrepreneuriat et du développement durable*, vol. 2, n° 1, 2020, pp. 124-143.

à charge sont des éléments qui influencent la manière dont une femme envisage son parcours entrepreneurial. Les femmes mariées ou celles avec enfants doivent souvent jongler entre les exigences de leur entreprise et les responsabilités familiales.<sup>1</sup>

Certaines études montrent que les femmes entrepreneures ayant un mari ou un partenaire de soutien peuvent bénéficier d'une stabilité émotionnelle et financière qui facilite leur parcours entrepreneurial. Cependant, pour certaines, le mari peut constituer un frein si ce dernier ne soutient pas pleinement leur projet ou si les tâches familiales restent déséquilibrées. De plus, certaines recherches ont observé qu'un environnement familial entrepreneurial (avoir des parents ou des proches dans les affaires) influence positivement la décision d'entreprendre, car les femmes grandissant dans ces environnements voient l'entrepreneuriat comme une voie normale à suivre.

#### **D- L'expérience antérieure**

Un autre aspect distinctif des femmes entrepreneures est le manque d'expérience antérieure dans les secteurs d'activité où elles se lancent, comparativement aux hommes. Elles ont souvent moins de compétences en gestion ou d'expérience professionnelle, en particulier dans les domaines financiers et managériaux. Cette situation peut créer des obstacles au démarrage et à la gestion d'une entreprise, notamment dans des secteurs plus complexes ou techniques.

Ce manque d'expérience peut être compensé par une forte motivation et une capacité à apprendre rapidement, mais cela reste un défi majeur pour de nombreuses femmes entrepreneures.<sup>2</sup>

### **Section 2 : Démarche et tendance de l'entrepreneuriat féminin**

Le parcours pour devenir une femme entrepreneur, les secteurs d'activité où leur présence est particulièrement marquée en Algérie, et les caractéristiques distinctives qui façonnent leurs entreprises et contribuent à la diversité du paysage économique sont autant d'aspects essentiels à explorer. Cette section offre un éclairage sur ces dynamiques et tendances clés.

---

<sup>1</sup> Ait Sidhoum H., « La dynamique et les déterminants de la création des PME : cas de la

wilaya de Bejaia », Colloque International (Création d'entreprises et territoires), Tamanrasset, Décembre 2006

<sup>2</sup> Assala K., Tounés A., « Influences culturelles sur les comportements managériaux d'entrepreneurs algériens », 5ème congrès de l'Académie de l'Entrepreneuriat - Sherbrooke - Canada - Octobre 2007

## 2-1 Les étapes pour devenir une femme entrepreneur

Devenir une femme d'affaires est un chemin exigeant qui repose sur une bonne préparation, une forte volonté et une stratégie bien définie. Chaque étape est déterminante pour transformer une idée en entreprise prospère.

### 2-1-1 Valider son idée et se préparer

S'assurer que l'idée est viable et acquérir les compétences nécessaires pour démarrer.

#### A- Identifier et valider son idée entrepreneuriale

La première étape pour se lancer en tant que femme d'affaire consiste à définir et valider une idée d'entreprise. Cela commence par une introspection : il faut identifier ses centres d'intérêt, ses compétences et repérer les besoins du marché. L'idée retenue doit à la fois vous passionner et répondre à une demande concrète.<sup>1</sup>

En suite, sa validation passe par une étude de marché rigoureuse. Cela inclut l'analyse des concurrents, l'écoute des attentes des consommateurs, et le test de votre concept à travers des sondages, des prototypes ou des entretiens ciblés. Cette démarche permet de s'assurer de la pertinence de la faisabilité du projet avant de consacrer des ressources importantes, limitant ainsi les risques et favorisant la réussite.

#### B- Acquérir les compétences nécessaires

Réussir des les affaires requiert un ensemble de compétences dans des domaines clés tels que :<sup>2</sup>

- **Maitriser le management et la gestion d'équipe :** pour apprendre à diriger une équipe, gérer les conflits, prendre des décisions et organiser le travail efficacement.
- **Améliorer sa communication professionnelle :** qu'elle soit interne ou externe, elle est essentielle pour créer un climat de confiance et promouvoir son entreprise.

---

<sup>1</sup> Ouyahia, Zoubida et Touil, Rachid-Sofiane, « L'entrepreneuriat féminin en quête de défis et d'opportunités : Profils, motivations et freins dévoilés », *Revue algérienne d'économie et gestion*, vol. 17, n° 1, 2023, pp. 163-182.

<sup>2</sup> Ghiat, Boufeldja, « Motivation des femmes à l'entrepreneuriat en Algérie : Nécessité, auto-confirimation ou désir d'émancipation », *Revue de l'entrepreneuriat et du développement durable*, vol. 2, n° 1, 2020, pp. 124-143.

- **La gestion financière** : indispensable pour suivre les flux de trésorerie, établir des budgets, réduire les coûts et assurer une bonne rentabilité.

Il est recommandé de suivre des formations, ateliers ou master class afin de renforcer ses savoirs et échanger avec d'autres entrepreneurs. Ces rencontres favorisent le partage d'expérience, la création de réseaux et la montée en compétences. Ses former régulièrement permet aussi de rester en phase avec les évolutions du marché.

### **C- Construire un projet solide**

Structurer son projet avec un business plan clair et trouver les financements adaptés.

### **D- Construire un business plan solide**

La rédaction d'un business plan constitue une phase cruciale pour toute future femme d'affaire. Ce document structurant présente les ambitions du projet, la stratégie choisie et les perspectives financières.

Il commence par une description de l'entreprise, ses missions, ses valeurs et ses objectifs. Il détaille ensuite le modèle économique, les sources de revenus, les dépenses prévues et la stratégie tarifaire.

La partie opérationnelle explique l'organisation quotidienne : ressources humaines, production, logistique, etc. Un volet financier rigoureux, incluant les prévisions de trésorerie et de rentabilité, est essentiel pour attirer investisseurs et partenaires.

En fin, un plan marketing doit exposer les actions prévues pour toucher votre cible, construire votre notoriété et fidéliser la clientèle. Un business plan bien conçu rassure les parties prenantes et sert de feuille de route pour le développement.<sup>1</sup>

### **E- Rechercher des financements**

Trouver les ressources financières nécessaires permet de concrétiser son projet et de lui donner les moyens de se développer. Pour les femmes entrepreneures, il existe plusieurs

---

<sup>1</sup> Bouchareb, Nacéra, *Le business plan : outil de planification et de gestion*, Éditions ENAG, Alger, 2019, pp. 45-67.

dispositifs spécifiques qui facilitent l'accès aux financements et encouragent l'égalité des chances dans le monde des affaires : <sup>1</sup>

- **Garantie Égalité Femmes** : soutenu par la BPI (Banque publique d'investissement), offre une garantie de prêt pour aider les femmes à accéder plus facilement à des crédits bancaires pour financer leur entreprise. Il réduit le risque pour les banques et facilite l'obtention de prêts.
- **Sista Founders** : Sista est un réseau qui soutient les femmes fondatrices d'entreprises en l'accompagnant dans leur recherche de financements. Ce programme permet de mettre en relation des entrepreneures avec des investisseurs, de bénéficier de mentorat et d'accéder à des opportunités de financement participatif.
- **Leia Capital** : C'est un fonds d'investissement qui soutient les startups dirigées par des femmes. Ce fonds met un accent particulier sur l'égalité des genres et soutient les entrepreneures dans la levée de fonds pour leurs projets.

### 2-1-2 Lancer officiellement son entreprise

Une fois votre projet abouti, il est temps de passer à la création officielle de votre entreprise. Cela implique trois éléments essentiels :

#### A- Choisir un statut juridique adapté

Le choix du statut juridique selon vos besoins et votre projet, vous pouvez opter pour un statut d'auto-entrepreneur (simple et rapide), une SARL (sécurisée et flexible) ou une SAS (idéale pour accueillir des investisseurs).<sup>2</sup>

#### B- Effectuer les démarches administratives et fiscales

Réaliser les démarches administratives est une étape clé pour officialiser son entreprise. Cela inclut l'immatriculation pour obtenir un numéro SIRET, le choix du régime fiscal adapté, la déclaration auprès des organismes sociaux en cas d'embauche, ainsi que la souscription aux assurances professionnelles obligatoires pour sécuriser son activité.<sup>3</sup>

<sup>1</sup>BPI France, *Guide de la Garantie Égalité Femmes*, BPI Éditions, Paris, 2022, pp. 12-25.

<sup>2</sup> Benhamou, Faïza, *Droit des sociétés commerciales en Algérie*, Éditions Casbah, Alger, 2021, pp. 89-112.

<sup>3</sup> Centre National du Registre du Commerce (CNRC), *Guide pratique de création d'entreprise*, CNRC Éditions, Alger, 2023, pp. 15-30.

### C- Rédiger les statuts de l'entreprise

Les statuts sont un document fondamental pour définir les règles de fonctionnement de l'entreprise, en particulier pour les sociétés comme la SARL ou la SAS. Ce document précise les apports des associés, la répartition du capital, la gestion de l'entreprise, les règles de distribution des bénéfices, etc. Il est conseillé de la rédiger avec un professionnel pour éviter les erreurs et protéger vos intérêts.<sup>1</sup>

#### 2-2 Secteur d'activités des femmes en Algérie

En 2024, l'entrepreneuriat féminin à Alger connaît une dynamique encourageante, bien que des défis subsistent. Les femmes entrepreneures investissent divers secteurs, reflétant à la fois des tendances traditionnelles et des évolutions vers des domaines innovants.

**Tableau 03 : Principaux secteurs d'activité des femmes entrepreneures à Alger**

Secteur d'activité	Part des femmes entrepreneurs	Description
<b>Education</b>	30%	Enseignantes ; Administration ; Chercheuses ...etc
<b>Santé</b>	26%	Médecins ; Infirmier ; Pharmaciennes ; Techniciennes de laboratoire...etc
<b>Administrative public</b>	25%	Employées ; Administratives ; Juristes...etc
<b>Service privée</b>	12%	Restauration ; Activités culturelles et artistiques...etc
<b>Commerce</b>	8%	Alimentation ;

<sup>1</sup> Khelil, Samir, *La rédaction des statuts des sociétés commerciales*, Éditions L'Harmattan, Paris, 2020, pp. 55-78.

		Habillement ; Cosmétique...etc
<b>Industrie</b>	5%	Des activités innovantes telles que l'élevage d'escargots ; Agroalimentaire ; Textile ; Electronique légère...etc
<b>Agriculture et agroalimentaire</b>	3%	Production d'engrais naturel ;  Culture hors sol...etc
<b>Secteur informel</b>	18%	Vendeuses ambulantes ; Travail à domicile ; Petits services ; Artisanat...etc

**Source du tableau :** compilation basée sur les données de l'Office National des Statistiques (ONS, mars 2025), Ministère de l'industrie et de la PME (janvier 2025), ONU Femmes Algérie (2024), Banque d'Algérie (2024) et World Economic Forum (2024).

En 2024, la participation des femmes algériennes au marché du travail reste concentrée dans quelques secteurs clés, malgré quelques évolutions positives. Le domaine de l'éducation continue de représenter la part la plus importante avec environ 30 % des femmes actives, bien que l'on observe une légère baisse par rapport aux années précédentes. Le secteur de la santé suit avec 26 %, confirmant une progression grâce à l'augmentation du nombre de femmes dans les professions médicales et paramédicales. L'administration publique, quant à elle, regroupe 25 % des femmes actives, mais connaît un ralentissement dû à la baisse des recrutements étatiques. Une évolution notable concerne les services privés, notamment les technologies de l'information, qui attirent désormais 12 % des femmes, en hausse grâce à l'essor du digital et de l'auto-entrepreneuriat. Le commerce représente 8 %, reflétant un développement progressif du micro-entrepreneuriat féminin. Bien que modestes, les secteurs de l'industrie (5 %) et de l'agriculture (3 %) montrent une timide amélioration, encouragée par les coopératives locales et les initiatives de formation. Enfin, la part des femmes dans le secteur informel est estimée à 18 %, en légère diminution, ce qui peut traduire une meilleure

orientation vers des activités encadrées et déclarées. Ces chiffres témoignent d'une dynamique lente mais réelle vers une diversification de l'emploi féminin en Algérie.

### **2-3 Caractéristiques des entreprises privilégiées par les femmes en affaires**

Les femmes entrepreneures apportent une approche unique au monde des affaires. Leurs choix révèlent des préférences particulières en termes de secteur, de taille d'entreprise et de style de management, dessinant ainsi un modèle entrepreneurial qui leur est propre.

#### **2-3-1 Secteur d'activité**

Même qu'à partir de cette dernière décennie 1990-2000 que le phénomène entrepreneurial féminin prend une place importante dans les recherches dans l'entrepreneuriat et le management des entreprises ; il est toutefois erroné de dire qu'il s'agit d'une nouveauté.

L'entrepreneuriat féminin est traditionnellement enraciné dans nos sociétés. Le rôle qui ont joué les femmes dans l'administration de l'économie domestique, leur participation importante à la production agricole, à l'élevage, à la transformation des aliments, au tissage, à la fabrication des vêtements, des tapis et autres teintures, à la fabrication des parfums, à la production artisanale, etc.

Les femmes faisaient toujours l'objet de commercialisation et de production sans toutefois qu'elles soient visibles sur le marché. Elles se présentaient toujours dans le secteur informel. Toutefois, cette existence leur conférait certaines responsabilités et un pouvoir d'initiatives et de décision. Les récentes recherches menées sur l'entrepreneuriat féminin se sont intéressées à dresser l'état d'évolution des secteurs choisis par les femmes.

Dans cette perspective, les chercheurs pensent que la reconnaissance et la capacité d'émergence de la femme entrepreneure sont liées au secteur d'activité : la femme chef d'entreprise entrepreneure en confection, tissage, pâtisserie aurait apparemment moins de difficultés d'intégration dans le milieu des entrepreneures du secteur et concurrents, que la femme chef d'entreprise des industries mécaniques, du bâtiment ou du transport. En effet, l'emploi des femmes est très polarisé. Diverses études faites sur les femmes entrepreneures ont montré que les femmes en affaires sont davantage concentrées dans le secteur des services que dans tout autre secteur. En ce sens, il est indéniable que le développement d'une économie de services a permis aux femmes de prendre une place plus grande dans le monde des

entrepreneures. C'est probablement chose plus difficile dans une économie axée sur les industries manufacturières et le secteur primaire.<sup>1</sup>

De plus, certains chercheurs avancent que face à cette ère d'ouverture et de libéralisation, la nouvelle économie de savoir sied particulièrement bien aux femmes entrepreneures qui, plus jeunes et très scolarisées, peuvent y saisir de belles occasions d'affaires.

### 2-3-2 Taille de leurs entreprises créées

Les femmes entrepreneures sont majoritairement actives dans les secteurs tertiaires tels que le commerce, le textile ou l'artisanat. Ces secteurs, peu intensifs en main-d'œuvre, les orientent naturellement vers la création de micro-entreprises, c'est-à-dire des structures employant moins de dix personnes.<sup>2</sup>

Les recherches récentes confirment cette tendance : la majorité des entreprises créées et dirigées par des femmes relèvent de la micro-entreprise. Toutefois, une proportion non négligeable d'entre elles évolue également dans le segment des petites et moyennes entreprises (PME), bien que les grandes entreprises restent majoritairement dirigées par des hommes ces dernières comptant généralement plus de 100 salariés. Cette différence marquée dans la taille des entreprises selon le genre a été largement expliquée dans la littérature. Deux raisons principales sont régulièrement mises en avant :<sup>3</sup>

- **Des ressources financières limitées au démarrage** : Les femmes disposent souvent d'un capital initial restreint pour lancer leur projet. Elles rencontrent également plus de difficultés que les hommes pour accéder aux financements bancaires ou aux investisseurs, ce qui restreint la possibilité de développer des entreprises de plus grande taille.
- **La conciliation entre vie professionnelle et responsabilités familiales** : Les femmes entrepreneures doivent fréquemment jongler entre leur activité professionnelle et leurs obligations domestiques, notamment les soins aux enfants. Cette situation les pousse à

---

<sup>1</sup> S. Ratté (1999), « Les femmes entrepreneurs au Québec : qu'en est-il », Fédération de l'Entreprise Indépendante, Montréal, mars, p.4-5

<sup>2</sup> <https://www.egalite-femmes-hommes.gouv.fr/sites/efh/files/migration/2021/11/DGE-DGCS-femmes-et-entrepreneuriat> consulté le 22/04/2025

<sup>3</sup> Constantinidis, Cécile. *Entreprendre au féminin : enjeux et réalités*. De Boeck Supérieur, Bruxelles, 2010, pp. 85-102.

privilégier des formes d'entrepreneuriat plus flexibles, avec une charge de gestion réduite et un effectif limité.

À l'échelle mondiale, les femmes manifestent une préférence plus marquée que les hommes pour les structures légères, souvent individuelles, adaptées à leurs contraintes sociales et économiques. Cette orientation n'est pas un signe d'ambition moindre, mais plutôt une réponse pragmatique à un environnement moins favorable et à une charge sociale plus importante.

### 2-3-3 Style du management spécifique

Nul ne peut nier l'apparition des femmes à un cadre d'analyse totalement différent du reste de la population présentant des comportements et des styles de management spécifiques à elles. Auparavant, les premières femmes cadrent, au début, et parce qu'elles n'avaient pas d'autres modèles, ont adhéré aux « règles de conduite » qui avaient façonné la réussite des hommes, basé sur l'autorité et la hiérarchie.

Toutefois, ces femmes d'affaires de la seconde génération ont tiré partie de ce qui est unique en elles et ouvrent de nouvelles voies pour accéder au sommet des entreprises. Et les entreprises fassent bien d'adopter un style de management plus « féminin ». Les résultats de recherches établies sur ce sujet montrent que les femmes réussissent grâce, et non pas en dépit, de certains traits de caractère « typiquement féminin », généralement considérés comme négatifs chez un entrepreneur.

La structure typique qu'adoptaient les femmes dans leurs entreprises est telle d'un réseau dans lequel chacun est en contact avec chacun, chaque personne étant une ressource potentielle pour chacun des autres. Les dirigeants se sentent plus à l'aise au centre des choses qu'au sommet d'une pyramide. Le succès de ces femmes montre que ce nouveau style convient tout à fait à certains environnements de travail et favorise les chances de survie d'une entreprise.

Les hommes ont davantage tendance à se décrire en des termes qui caractérisent ce que les experts appellent le « leadership transactionnel » et leurs relations avec leurs subordonnés se présentent comme la récompense et la punition. Les hommes utilisent également plus facilement le pouvoir que leurs confèrent plus facilement leurs positions et l'autorité hiérarchique. La structure de leurs entreprises est hiérarchique et pyramidale où l'information est amassée plutôt que partagée. Les femmes, elles seraient plutôt adeptes d'un leadership de type « transformationnel ». En effet, elles incitent leurs subordonnés à assimiler leurs intérêts

personnels à celui du groupe. Par ailleurs, leurs charismes, leurs compétences, leurs ardeurs au travail et un dialogue constant sont les sources de leurs pouvoirs, plutôt que leurs positions hiérarchiques.

Selon l'expression du HEIN, les femmes ont tendances à transférer leurs « expériences maternelles » dans leurs travaux.<sup>1</sup>

Dans ce sens, les auteurs affirment que l'atmosphère de travail dans l'entreprise gérée par une femme reflète les valeurs et les caractéristiques féminines : sens de relation, l'indépendance et de la coopération.<sup>2</sup>

### **Section 3 : Analyse des motivations, des opportunités et des défis rencontrés par les femmes entrepreneur**

L'analyse des motivations, des opportunités et des défis rencontrés par les femmes entrepreneurs est essentielle pour comprendre et détenir leur rôle croissant dans l'économie. Leurs motivations sont diverses, les opportunités peuvent être saisies ou créées ; mais elles font face à des défis spécifiques qui nécessitent une attention particulière pour favoriser un écosystème entrepreneurial plus équitable et performant.

#### **3-1 Les facteurs de motivation des femmes à entreprendre**

De nombreuses femmes se tournent vers l'entrepreneuriat, motivées par des ambitions personnelles, économiques et sociales.<sup>3</sup>

##### **3-1-1 Le désir d'indépendance**

Le besoin d'indépendance est l'une des principales motivations pour les femmes qui choisissent de créer leur propre entreprise. Elles aspirent à acquérir une autonomie financière et professionnelle, en s'affranchissant des contraintes imposées par des structures hiérarchiques souvent rigides. Être entrepreneure leur permet de devenir décisionnaires de leur parcours, de choisir leur propre orientation, et de gérer leur activité selon leurs propres

---

<sup>1</sup> F. K. HIEN (2002), « L'Entrepreneuriat féminin au Burkina Faso : une étude exploratoire », Septembre, p.14.

<sup>2</sup> T.LEVY TADJINE, J. ZOUITEN (2005), « Les femmes et les immigrés ont-ils besoins d'un accompagnement entrepreneurial spécifique ? », IVème Congrès de l'Académie de l'Entrepreneuriat, Paris, 24-25 Novembre, p.3-4.

<sup>3</sup> [www.admissions.fr](http://www.admissions.fr) consulté le 28/04/2025

valeurs et ambitions, sans être freinées par des plafonds de verre ou des inégalités structurelles.

### **3-1-2 Le développement personnel**

L'entrepreneuriat représente également un formidable levier d'épanouissement personnel. Créer et diriger son entreprise offre aux femmes la possibilité de réaliser pleinement leur potentiel, de mettre en valeur leurs compétences et leurs idées. C'est une façon pour elles de concrétiser leurs aspirations profondes, de relever des défis stimulants et de se construire une identité professionnelle forte. En devenant cheffes d'entreprise, elles gagnent en estime de soi, en confiance et en reconnaissance.

### **3-1-3 La conciliation entre vie professionnelle et vie familiale**

La création d'entreprise est souvent perçue comme une solution pour mieux articuler vie professionnelle et vie familiale. En étant à la tête de leur propre activité, les femmes peuvent organiser plus librement leur emploi du temps, définir leurs priorités et trouver un meilleur équilibre entre obligations professionnelles et responsabilités familiales. Cette flexibilité est particulièrement précieuse dans une société où les femmes continuent majoritairement d'assumer une part importante des tâches domestiques et parentales.

## **3-2 Les nouvelles opportunités dans l'entrepreneuriat féminin**

L'entrepreneuriat féminin connaît une forte croissance grâce aux évolutions sociales, économiques et technologiques. De nouvelles opportunités permettent aux femmes d'innover, de se démarquer et de jouer un rôle clé dans l'économie mondiale.<sup>1</sup>

### **3-2-1 Les aides financières spécifiques**

Plusieurs dispositifs ont été mis en place afin de soutenir financièrement les femmes souhaitant créer ou développer leur entreprise. Ces aides prennent différentes formes, telles que les garanties d'emprunt, les prêts d'honneur sans intérêts ni garanties personnelles, ou encore les subventions directes. L'objectif principal de ces mécanismes est de compenser les difficultés d'accès au financement, qui touchent plus particulièrement les femmes entrepreneures, notamment en raison des biais de genre persistants dans le secteur bancaire. En bénéficiant de ces soutiens, les femmes peuvent surmonter les obstacles financiers initiaux et renforcer la viabilité de leurs projets entrepreneuriaux.

---

<sup>1</sup> [www.lemlist.com](http://www.lemlist.com) consulté le 28/04/2025

### 3-2-2 Les réseaux de femmes entrepreneurs

En parallèle des aides financières, il existe de nombreux réseaux spécifiquement dédiés à l'accompagnement des femmes entrepreneurs. Ces réseaux jouent un rôle crucial en leur offrant un environnement propice à l'échange d'expériences, au partage de bonnes pratiques et au développement de compétences entrepreneuriales. Ils proposent généralement des services variés tels que des conseils personnalisés, des sessions de formation, du mentorat, ainsi que des opportunités de mise en relation professionnelle. En intégrant ces réseaux, les femmes bénéficient d'un appui solide pour consolider leur projet, renforcer leur visibilité sur le marché et s'insérer dans des écosystèmes entrepreneuriaux souvent dominés par les hommes.

### 3-2-3 Le développement de politiques inclusives

Afin de promouvoir l'égalité entre les sexes dans le monde professionnel et de favoriser l'accès des femmes aux fonctions entrepreneuriales et managériales, de nombreuses institutions publiques et privées adoptent des politiques inclusives. Parmi ces mesures, la discrimination positive occupe une place centrale : elle consiste à privilégier les candidatures féminines lors des recrutements, des promotions ou des attributions de marchés, afin de corriger les déséquilibres historiques. Ces politiques ont pour but de lever certaines barrières structurelles, de stimuler la diversité dans les sphères économiques, et d'encourager les femmes à investir pleinement l'espace entrepreneurial.

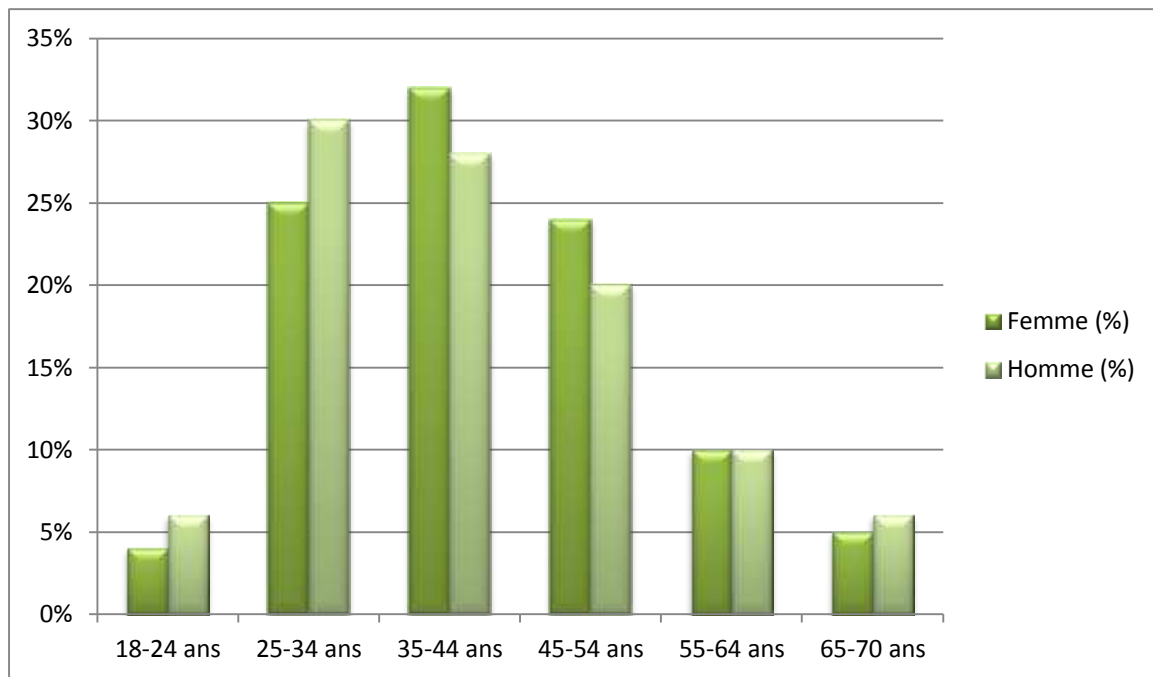
## 3-3 Entre freins et défis : une étude des dynamiques de l'entrepreneuriat féminin en Algérie

De plus en plus de femmes se lancent dans l'entrepreneuriat, apportant innovation et dynamisme. Toutefois, elles rencontrent encore des obstacles spécifiques qu'il est important de comprendre avant d'aborder les défis qu'elles doivent surmonter.

### 3-3-1 Age et genre face aux obstacles de l'entrepreneuriat

Le tableau comparatif entre hommes et femmes chefs d'entreprise en Algérie par tranche d'âge met en lumière des disparités significatives. Ces chiffres, au-delà de leur valeur statistique, révèlent les défis structurels, sociaux et économiques que rencontrent les femmes à chaque étape de leur parcours entrepreneurial.

Figure N°1: L'âge de l'entrepreneure féminin/Masculin



Source : Centre National du Registre du commerce (CNRC), Rapport annuel 2023-2024

#### A- Tranche d'âge 18 – 24 ans

Chez les très jeunes femmes, on observe une certaine volonté d'entreprendre, parfois plus marquée que chez leurs homologues masculins. Cela s'explique en partie par un engouement pour des secteurs accessibles (comme la mode, le digital ou les services à domicile) et le recours aux dispositifs d'aide comme l'ANGEM. Toutefois, ces jeunes entrepreneures font face à un manque de formation ciblée, à des difficultés d'accès au financement bancaire (car sans garanties ou antécédents de crédit), et à une absence de mentorat. Le manque de soutien familial ou social peut également décourager les initiatives dans un âge déjà fragile sur le plan économique et émotionnel.

#### B- Tranche d'âge 25 – 34 ans

Cette tranche représente le pic d'activité chez les femmes entrepreneures en Algérie. C'est une période où beaucoup de femmes, diplômées et en quête d'indépendance, se lancent dans la création de projets. Les programmes étatiques, incubateurs, et ONG encouragent l'entrepreneuriat féminin, mais les défis restent nombreux : pression sociale liée au mariage ou à la maternité, absence de réseaux professionnels solides, et difficulté à trouver des partenaires ou des financements sérieux. Malgré leur dynamisme, beaucoup de projets restent

de petite taille ou informels, car les femmes peinent à passer à une phase de croissance durable.

### **C- Tranche d'âge 35 – 44 ans**

C'est à cet âge que l'on observe une baisse progressive de la participation des femmes entrepreneures, tandis que les hommes deviennent dominants. Beaucoup de femmes abandonnent ou stagnent dans leur activité à cause d'un cumul de responsabilités : gestion du foyer, prise en charge des enfants, pression sociétale. Les femmes qui persistent dans l'entrepreneuriat à ce stade doivent souvent faire preuve de plus de résilience que les hommes pour maintenir leur entreprise, surtout dans un environnement où les soutiens financiers, juridiques ou techniques sont souvent pensés pour des profils masculins. Le manque de reconnaissance professionnelle est également un frein à leur épanouissement entrepreneurial.

### **D- Tranche d'âge 45 – 54 ans**

Dans cette tranche, beaucoup de femmes se tournent vers l'entrepreneuriat par reconversion, après une carrière dans l'enseignement, la santé ou l'administration. Cependant, leur nombre reste inférieur à celui des hommes. Les défis majeurs sont liés à l'accès à la technologie, au capital, et à un environnement économique souvent rigide. Le manque d'accompagnement pour les projets portés par des femmes âgées rend difficile la pérennité de leurs entreprises. Ces femmes manquent aussi de visibilité dans les chambres de commerce, les salons professionnels ou les réseaux d'affaires, ce qui accentue leur isolement.

### **E- Tranche d'âge 55 – 64 ans**

À cet âge, les femmes entrepreneures encore actives sont très minoritaires. Celles qui continuent le font souvent par passion ou par nécessité (revenus complémentaires), et sont rarement soutenues par des dispositifs publics. La difficulté de transmettre leurs entreprises à une génération plus jeune, en particulier à des filles ou collaboratrices, souligne un problème de durabilité du leadership féminin. Contrairement aux hommes du même âge, elles sont peu visibles dans les grandes entreprises ou les réseaux d'influence, ce qui limite leur impact dans le tissu économique national.

### **F- Tranche d'âge 65 – 70 ans**

Dans cette tranche d'âge, la femme entrepreneure est une figure rare en Algérie. Les femmes qui dirigent encore une activité sont souvent à la tête de commerces familiaux,

ateliers artisanaux ou structures informelles. Elles ont rarement accès à la retraite entrepreneuriale et doivent parfois continuer à travailler pour subvenir à leurs besoins. Leur invisibilité dans les politiques publiques ou les sphères décisionnelles reflète l'absence de stratégie nationale d'inclusion durable de la femme dans l'écosystème entrepreneurial.

### 3-3-2 L'accès au financement

Les études empiriques, qu'elles soient internationales ou algériennes, ont mis en évidence l'importance du financement dans le développement des PME, tant au moment de leur création qu'au cours de la consolidation ou de l'expansion de leurs activités. Cette observation a été confirmée par notre propre investigation, révélant que ce besoin en financement est crucial à chaque étape du cycle de vie d'une entreprise.

Toutes les femmes interrogées soulignent la nécessité de faciliter l'accès aux ressources financières, sachant qu'une large majorité d'entre elles (85,10 %) a recours aux mécanismes traditionnels de financement. Plus précisément, lors de la phase de création de l'entreprise, le capital initial provient souvent de l'épargne personnelle ou du soutien du réseau familial et amical (l'apport d'un membre de la famille, tel qu'un conjoint ou un frère, est fréquemment mentionné). Concernant le financement destiné au développement de l'activité, l'épargne personnelle représente 33,6 % des ressources mobilisées par les femmes entrepreneures, tandis que les recettes de l'entreprise en constituent 61,4 %.

En ce qui concerne le niveau de satisfaction générale à l'égard de l'accès au financement, les résultats révèlent que la majorité des femmes entrepreneures se déclarent insatisfaites (41,7 %), tandis qu'une part importante se montre moyennement satisfaite (33,3 %). Seule une minorité (2,8 %) se dit totalement satisfaite.<sup>1</sup>

### 3-3-3 Le besoin d'une formation spécifique

Il apparaît que 50 % des femmes interrogées expriment un besoin déterminant en matière de formation. Cette perspective permet de mieux cerner, de manière diversifiée et nuancée, les problématiques de gestion quotidienne auxquelles elles font face dans l'entreprise. Notre étude révèle que l'accès à la formation constitue une préoccupation majeure pour les femmes entrepreneures : elles estiment que ce besoin entrave la gestion quotidienne de leurs activités. Ce constat se reflète également dans la charge de travail, puisque plus de 96 % des femmes

---

<sup>1</sup> *Ministère de la Solidarité nationale, de la Famille et de la Condition de la femme*, "Étude exploratoire sur l'accès des femmes au financement en Algérie", Friedrich-Ebert-Stiftung, 2016, p. 15

déclarent travailler plus de 50 heures par semaine, certaines dépassant même les 60 heures. Cela met en évidence une insuffisance de ressources humaines qualifiées pour appuyer leur activité.

Une entrepreneure témoigne qu'elle gère seule l'ensemble de ses projets en s'appuyant sur ses perceptions personnelles, sans réelle délégation. Cette situation est aggravée par la difficulté à concilier vie privée et vie professionnelle. Elle rapporte devoir travailler de nuit pour combler le déficit de compétences managériales dans son entreprise, constatant que les diplômés universitaires ou issus des instituts de formation professionnelle embauchés manquent de compétences pratiques, ne disposant que de connaissances théoriques. Lorsqu'interrogée sur la possibilité de former son staff, elle a répondu négativement, évoquant le coût élevé de la formation comme principal frein.<sup>1</sup>

### 3-3-4 Intégration aux réseaux professionnels

Les recherches montrent clairement le rôle que peuvent jouer les réseaux d'affaires dans l'apprentissage entrepreneurial, en tant que moyens de communication et de développement de compétences. De nombreux travaux.

Notre enquête révèle que 95 % des entrepreneures reconnaissent l'importance d'adhérer à des réseaux relationnels, qui favorisent notamment la circulation de l'information et le partage d'expériences. Toutefois, 2 % des répondantes indiquent participer uniquement à des forums ou conférences pour promouvoir leur activité. Malgré cet intérêt, 5 % des femmes déclarent ne pas adhérer à des réseaux, principalement par manque de temps ou par absence d'intérêt.

Sur la question de la discrimination, 72 % des entrepreneures interrogées estiment avoir subi des discriminations de la part d'administrations, de banques ou de fournisseurs. Cela souligne l'importance pour elles de développer des relations professionnelles solides pour renforcer leur présence économique.<sup>2</sup>

Enfin, un défi majeur reste la conciliation entre vie privée et vie professionnelle. En effet, 96 % des femmes affirment travailler plus de 60 heures par semaine pour compenser des lacunes organisationnelles et faire face aux nombreuses responsabilités liées à la création et à

---

<sup>1</sup> Centre de Recherche en Économie Appliquée pour le Développement (CREAD), "L'entrepreneuriat féminin en Algérie", 2025, p. 22

<sup>2</sup> Charif Mustapha, Tabet Oul Lachachi Wassila, Tahir Metaiche Fatima, "Le réseautage : un outil d'apprentissage entrepreneurial chez les femmes entrepreneures algériennes", Université Mohamed Khider, Biskra, 2014, p. 5

la gestion de leur entreprise. Cela démontre leur besoin constant d'améliorer leurs compétences pour assurer la compétitivité de leur activité dans un environnement difficile.

### 3-3-5 Accès au marché, et à l'information

Les femmes entrepreneures ont soulevé l'insuffisance de l'accompagnement dans l'accès au marché et les difficultés liés à recherche d'information. Il est facile de créer son entreprise mais l'analyse et l'accès aux marchés reste très difficile pour les femmes entrepreneures algériennes. L'absence des données, la méconnaissance du système administratif ou la difficulté d'obtenir des informations fiables supposent des contraintes majeures pour l'accès et le développement des entreprises des femmes. Certaines entrepreneures ont relevé l'existence de pratiques discriminatoires à l'égard des femmes, le sentiment d'être écarté des soumissions de marché par des pratiques déloyales, faites par les entrepreneurs de sexe masculin.<sup>1</sup>

### 3-3-6 La femme algérienne face aux normes culturelles

Les contraintes par rapport à la conciliation entre la vie professionnelle et les responsabilités familiales ainsi que la pression de la société traditionnelle freinent le développement de l'activité féminine. Les stéréotypes sociétaux et traditionnels exercent une pression sur les femmes malgré les progrès enregistrées dans le système juridique et institutionnel algérien. Aujourd'hui, tous les chercheurs qui ont traité de la question du développement de l'entrepreneuriat féminin en Algérie, sont unanimes pour indiquer que les facteurs de contingence (l'environnement socioculturel) jouent un rôle primordial dans le blocage à l'émergence de la femme dans la sphère publique.<sup>2</sup>

## Conclusion

L'entrepreneuriat féminin représente aujourd'hui un levier fondamental de transformation économique, sociale et culturelle. Il s'inscrit dans une dynamique mondiale où les femmes, de plus en plus nombreuses à initier et développer des projets d'entreprise, participent activement à la croissance inclusive et à la diversification des économies. En effet, la femme entrepreneure n'est plus uniquement perçue comme un acteur économique marginal, mais

---

<sup>1</sup> Centre de la Femme Arabe pour la Formation et la Recherche (CAWTAR), "Accès aux marchés : état des lieux et tendances", 2022, p. 18.

<sup>2</sup> Centre de la Femme Arabe pour la Formation et la Recherche (CAWTAR), "Les femmes entrepreneures en Algérie : contraintes culturelles et désir d'émancipation", 2018, p. 7.

comme une véritable force motrice de changement, d'innovation et de développement durable.

Devenir entrepreneure implique un processus structuré, jalonné d'étapes clés allant de l'identification de l'idée à la concrétisation du projet, en passant par l'élaboration d'un plan d'affaires, la mobilisation des ressources, la recherche de financement et la gestion de l'entreprise. Ce parcours exige non seulement des compétences techniques et managériales, mais aussi une capacité à surmonter des obstacles souvent accentués par des normes socioculturelles contraignantes.

Les secteurs d'activité investis par les femmes sont divers, bien que souvent concentrés dans les domaines dits "féminins" comme le commerce, l'artisanat, les services à la personne ou l'agroalimentaire. Toutefois, une tendance à la diversification s'observe avec l'émergence de femmes dans les domaines technologiques, l'innovation sociale et l'économie verte. Malgré ces contraintes, l'entrepreneuriat féminin ouvre d'importantes perspectives et opportunités. Il représente un levier de développement économique durable et inclusif, à condition que les politiques publiques, les dispositifs d'accompagnement, les cadres juridiques et les initiatives privées soient orientés vers une meilleure valorisation du potentiel entrepreneurial des femmes. Promouvoir l'entrepreneuriat féminin, c'est ainsi contribuer à construire une société plus équitable, innovante et résiliente.

# Chapitre III

## Chapitre III Femmes entrepreneurs en Algérie : «Exemple de leadership et de créativité ».

---

### Introduction

L'entrepreneuriat féminin en Algérie représente aujourd'hui une composante essentielle, mais encore insuffisamment mise en lumière, du paysage économique national. Bien que la participation des femmes à la vie économique ait longtemps été limitée par des barrières sociales, culturelles et institutionnelles, une dynamique nouvelle est en train de s'imposer. De plus en plus de femmes algériennes choisissent de prendre leur avenir en main en créant leur propre activité, que ce soit par nécessité ou par ambition personnelle et professionnelle. Ce phénomène, encore relativement récent, témoigne d'un changement progressif des mentalités, d'un accès élargi à l'éducation et à la formation, ainsi que de l'émergence de nouvelles opportunités économiques, notamment grâce aux technologies numériques.

Cependant, malgré les avancées constatées, les femmes entrepreneures restent confrontées à de nombreux défis : manque d'accès au financement, contraintes administratives, inégalités de genre persistantes, ou encore absence de réseaux de soutien adaptés. C'est dans ce contexte contrasté que certaines figures féminines parviennent à se démarquer, devenant des modèles de réussite et d'inspiration pour d'autres femmes souhaitant se lancer.

Ce chapitre se propose d'analyser le développement de l'entrepreneuriat féminin en Algérie en s'appuyant sur des exemples concrets de femmes ayant réussi à imposer leur vision dans des secteurs divers. Parmi elles, **Samira TV**, fondée par une femme visionnaire, est devenue une référence dans l'univers culinaire maghrébin et a su créer un véritable empire médiatique. De son côté, l'initiative **Kheliha 3lina**, lancée par de jeunes entrepreneures, symbolise l'esprit d'innovation et l'engagement social d'une nouvelle génération de femmes. Nous nous intéresserons également aux parcours de **Imane Markouk**, **Lydia Marrouch** et **Fella Bouti**, des femmes d'affaires dont les trajectoires incarnent à la fois la persévérance, la créativité et l'adaptabilité dans un environnement souvent complexe.

## Chapitre III Femmes entrepreneurs en Algérie : «Exemple de leadership et de créativité ».

---

### Section 1 : Enquête de terrain : Témoignages et parcours de femmes entrepreneurs

Dans le cadre de notre mémoire portant sur l'entrepreneuriat féminin en Algérie, nous avons adopté une approche qualitative, reposant sur une enquête de terrain visant à observer, comprendre et analyser les parcours concrets de femmes entrepreneurs dans des secteurs variés. Le choix des cas étudiés s'est effectué sur la base de plusieurs critères : la notoriété des structures dirigées par des femmes, leur accessibilité, ainsi que leur pertinence au regard de notre problématique de recherche.

#### 1-1 Étude de cas : Samira TV, une entreprise audiovisuelle fondée par une femme

Parmi les cas retenus figure **Samira TV**, une chaîne de télévision privée fondée et dirigée par une femme algérienne, figure emblématique dans le domaine audiovisuel. Ce choix s'explique par l'impact médiatique de la chaîne, la visibilité de sa fondatrice et la spécificité du secteur audiovisuel, encore majoritairement masculin. La collecte des données s'est appuyée sur plusieurs méthodes : tentatives de contact direct, visite sur le terrain, réception de documents internes, ainsi que l'exploitation de sources secondaires fiables. Malgré les contraintes d'accès rencontrées, cette démarche a permis de recueillir des éléments précieux pour enrichir notre analyse.

##### 1-1-1 Démarches de contact et visite du siège administratif à Bordj El Kiffan

Dans le cadre de notre enquête de terrain, nous avons entrepris plusieurs démarches pour établir un contact avec Mme **Samira** en vue d'un entretien. Après avoir effectué des recherches pour obtenir ses coordonnées, nous avons tenté de la joindre à plusieurs reprises via différents numéros de téléphone. Cependant, aucune de nos tentatives n'a abouti : tous nos appels sont restés sans réponse.

Face à l'absence de retour, nous avons ensuite pris l'initiative de la contacter via les réseaux sociaux professionnels de la chaîne, notamment Facebook et Instagram, en y adressant un message expliquant notre projet de recherche et notre volonté de convenir d'un rendez-vous. Là encore, aucune réponse ne nous est parvenue.

Constatant l'impossibilité d'obtenir un rendez-vous à distance, nous avons alors décidé de nous rendre en personne au siège administratif de **Samira TV**, situé à Bordj El Kiffan (Alger). Cette visite avait pour objectif d'obtenir un échange direct avec Mme **Samira** ou un

## Chapitre III Femmes entrepreneurs en Algérie : «Exemple de leadership et de créativité ».

---

membre de son équipe, et de collecter des données d'ordre organisationnel, structurel et stratégique.

### 1-1-2 Contraintes rencontrées lors de la collecte des données

Notre visite a eu lieu peu de temps avant le mois de Ramadan, période pendant laquelle la chaîne était particulièrement active dans la préparation de sa programmation spéciale. Cette période intense a considérablement restreint la disponibilité des équipes.

Mme **Samira**, sollicitée pour un entretien, était indisponible car engagée dans un tournage. Nous avons toutefois été brièvement reçues par Mme **Bouchra**, sa secrétaire, qui s'est montrée polie et accueillante, mais a décliné notre demande d'entretien, malgré nos explications quant à la finalité purement académique de notre démarche.

### 1-1-3 Exploitation des données reçues et recours à des sources secondaires

Dans un geste limité de coopération, Mme **Bouchra** nous a transmis un fichier numérique contenant des informations générales sur la chaîne : son historique, ses domaines d'intervention et sa structure organisationnelle. Ce document, bien qu'utile, était rédigé intégralement en langue arabe. Nous avons donc entrepris un travail de traduction et de reformulation, afin d'extraire les données les plus pertinentes et de les intégrer de manière cohérente dans notre analyse.

Ce fichier, à lui seul, ne répondait pas à l'ensemble de nos besoins d'information. Nous avons proposé de revenir après le mois de Ramadan pour solliciter un entretien plus approfondi avec Mme **Samira** ou un membre de son équipe de direction, mais cette demande a été expressément refusée.

Face à ces limitations, nous avons élargi notre recherche en mobilisant plusieurs sources secondaires fiables : articles de presse spécialisés, interviews et reportages disponibles sur des plateformes telles que YouTube, ainsi que des publications issues des réseaux sociaux professionnels de la chaîne. Cette stratégie a permis de combler partiellement le déficit d'information primaire, et d'approfondir notre compréhension du modèle entrepreneurial incarné par Mme **Samira**.

## Chapitre III Femmes entrepreneurs en Algérie : «Exemple de leadership et de créativité ».

---

### 1-1-4 Synthèse des apports de cette expérience de terrain

Bien que notre enquête de terrain à été marquée par plusieurs contraintes, notamment l'indisponibilité de la fondatrice et l'absence de réponse aux tentatives de contact, cette expérience s'est révélée riche d'enseignements. Elle nous a permis de nous confronter à la réalité de la recherche qualitative, et d'expérimenter les obstacles rencontrés par les chercheuses dans l'accès aux figures de leadership féminin, souvent absorbées par des charges professionnelles importantes.

L'analyse du cas **Samira TV**, enrichie par une exploitation rigoureuse des documents disponibles et des sources secondaires, illustre la capacité des femmes entrepreneures à s'imposer dans des secteurs complexes et stratégiques, tels que l'audiovisuel. Mme **Samira** incarne une figure d'inspiration pour l'entrepreneuriat féminin algérien, alliant innovation, résilience et promotion de la culture locale. Cette étude confirme également l'intérêt de combiner différentes méthodes de collecte de données pour contourner les limites d'accès et produire une analyse pertinente et complète.

### 1-2 L'entreprise « **Khalliha 3lina** » : une startup innovante dirigée par une femme

Dans le cadre de notre étude portant sur l'entrepreneuriat féminin en Algérie, notre attention s'est portée sur l'entreprise « **Khliha 3lina** », une startup innovante spécialisée dans les services de proximité et de gestion des tâches domestiques. Fondée par Mme **Boussafeur Massissilia**, cette initiative entrepreneuriale illustre parfaitement l'émergence de nouvelles formes de business model portées par des femmes dans un contexte socio-économique en pleine mutation. Le caractère innovant de « **Khalliha 3lina** » réside dans sa capacité à répondre à des besoins concrets de la vie quotidienne à travers une plateforme de mise en relation entre clients et prestataires, valorisant ainsi des activités souvent informelles tout en créant de l'emploi local.

Le choix de cette entreprise s'explique non seulement par la pertinence de son modèle économique, mais aussi par la personnalité de sa fondatrice, qui incarne un leadership féminin moderne, ancré dans les réalités locales mais ouvert sur les évolutions digitales. Après avoir identifié son profil à travers les réseaux sociaux professionnels et divers articles de presse, nous avons entrepris de la contacter. Dans notre message de prise de contact, nous avons précisé notre statut d'étudiantes en Master en économie des affaires et la nature académique

## Chapitre III Femmes entrepreneurs en Algérie : «Exemple de leadership et de créativité ».

---

de notre mémoire, axé sur la promotion de l'entrepreneuriat féminin en Algérie. Mme **Boussafeur** a répondu favorablement à notre sollicitation et a accepté de nous accorder un entretien.

### 1-2-1 Visite au siège de Tizi Ouzou et rencontre avec la fondatrice

L'entretien a eu lieu au siège principal de l'entreprise situé à Tizi Ouzou, ville où Mme **Boussafeur** concentre une grande partie de ses activités. Ce choix logistique s'est avéré stratégique, car bien que « **Khalliha 3lina** » dispose de plusieurs points d'activité, c'est à Tizi Ouzou que la fondatrice est la plus disponible et opérationnelle. Dès notre arrivée, nous avons été accueillies avec une grande courtoisie et professionnalisme. Mme **Boussafeur** nous a reçues personnellement dans son bureau, avec une réelle bienveillance et une volonté affirmée de soutenir la recherche académique portant sur les femmes entrepreneures.

L'entretien s'est déroulé dans un climat chaleureux et propice à l'échange. Nous avons commencé par lui soumettre un questionnaire structuré basé sur notre problématique de mémoire, couvrant des thématiques telles que la genèse du projet, les difficultés rencontrées, le financement, l'innovation, la gestion des ressources humaines, ainsi que sa perception du rôle des femmes dans le tissu économique algérien. À ces questions fermées s'ajoutaient des questions ouvertes permettant d'obtenir des précisions ou de mieux comprendre certains aspects de son expérience personnelle et professionnelle.

### 1-2-2 Collecte, traitement et valorisation des données recueillies

Conformément aux règles éthiques de la recherche, nous avons demandé l'autorisation d'enregistrer l'entretien, ce que Mme **Boussafeur** a accepté sans réserve. L'échange, d'une durée d'environ une heure, s'est déroulé dans un registre bilingue, mêlant le français et le kabyle, selon les nuances des sujets abordés. À la fin de la rencontre, elle a même proposé de faire une vidéo de témoignage, mais cette initiative ne nous a pas semblé nécessaire dans le cadre méthodologique de notre travail.

L'enregistrement a ensuite été transcrit intégralement, traduit et reformulé sous forme écrite pour être analysé. Ce traitement nous a permis d'extraire des données précieuses sur la trajectoire entrepreneuriale de Mme **Boussafeur**, sa vision de l'innovation, les leviers de résilience qu'elle a mobilisés, ainsi que sa capacité à bâtir un projet à impact social dans un environnement parfois peu favorable aux initiatives féminines. Son témoignage a non

## **Chapitre III Femmes entrepreneurs en Algérie : «Exemple de leadership et de créativité ».**

---

seulement enrichi la dimension qualitative de notre mémoire, mais il a aussi humanisé notre analyse en y intégrant un récit authentique et inspirant, représentatif d'un entrepreneuriat féminin audacieux, ancré dans le contexte local et tourné vers l'avenir.

### **1-3 D'autres exemples sur l'entrepreneuriat féminin en Algérie**

Dans cette partie, nous proposons une analyse complémentaire basée sur l'observation de profils publics de femmes entrepreneures algériennes. Cette démarche permet de diversifier les sources empiriques au-delà des enquêtes classiques.

#### **1-3-1 Analyse Empirique à Travers la Recherche Documentaire en Ligne sur l'Entrepreneuriat Féminin**

Cette sous-section expose la méthode adoptée pour l'analyse de profils publics d'entrepreneures. En l'absence d'interactions directes, cette démarche vise à mobiliser des sources numériques fiables pour construire un corpus empirique pertinent.

##### **A- Démarche méthodologique : Justification et cadre de l'étude documentaire**

L'approche empirique dans le cadre de notre recherche ne s'est pas limitée à l'enquête de terrain. Face à l'indisponibilité de certaines entrepreneures pour des entretiens directs, nous avons adopté une méthode complémentaire basée sur l'analyse documentaire en ligne. Cette démarche consiste à collecter et analyser des données concrètes issues de sources fiables telles que des articles de presse, des vidéos d'interview, des publications sur les réseaux sociaux et des sites web professionnels.

Notre objectif était d'observer les parcours réels de femmes entrepreneures algériennes, en tirant des enseignements à partir de leur visibilité publique, de leur discours entrepreneurial et de leurs réalisations. Ce type de données constitue une base empirique valable, car il repose sur l'observation de faits réels accessibles à tous.

##### **B- Sélection des profils étudiés**

Nous avons sélectionné trois femmes entrepreneures dont les projets se distinguent par leur impact et leur originalité :

- Lydia Merrouche, agricultrice engagée dans l'agriculture durable ;

## **Chapitre III Femmes entrepreneurs en Algérie : «Exemple de leadership et de créativité ».**

---

- Imane Harkouk, fondatrice de Maison Khazana spécialisée dans les fromages artisanaux ;
- Fella Bouti, pionnière de l'entrepreneuriat vert en Algérie.

Ces femmes, bien qu'évoluant dans des domaines différents, partagent une volonté commune de changement, d'innovation et de contribution au développement local.

### **1-3-2 Études de Cas de Femmes Entrepreneures Algériennes Issues de la Recherche en Ligne**

À travers ces études de cas, nous mettons en lumière des exemples concrets d'entrepreneuriat féminin, observés via les médias numériques. Ces récits témoignent de l'initiative, de la créativité et des défis que rencontrent les femmes dans l'écosystème entrepreneurial algérien.

#### **A- Lydia Merrouche : Une agricultrice engagée pour une agriculture durable**

Lydia Merrouche est une jeune agricultrice algérienne qui s'est imposée dans un secteur dominé par les hommes. Son exploitation agricole repose sur des principes de respect de l'environnement, d'autosuffisance et de valorisation des produits locaux. Elle cultive et vend des produits naturels, en mettant en avant l'importance de l'agriculture de proximité.

À travers des reportages, interviews vidéo et publications sur les réseaux sociaux, Lydia partage son quotidien, ses défis et ses réussites. Elle défend aussi la place des femmes dans le monde rural, trop souvent marginalisée. Son parcours illustre parfaitement un entrepreneuriat féminin ancré dans la terre, orienté vers la durabilité et la responsabilité sociale.

#### **B- Imane Harkouk : Réinventer l'art du fromage artisanal en Algérie**

Imane Harkouk est la fondatrice de Maison Khazana, une entreprise innovante dans le domaine de la production de fromages artisanaux en Algérie. Sa démarche repose sur l'alliance entre savoir-faire traditionnel et exigence de qualité. Elle a su créer une marque forte, reconnaissable, et très active sur les réseaux sociaux.

Ses interviews, reportages et publications en ligne révèlent une femme ambitieuse, passionnée par son métier, qui a osé investir un marché peu exploré. Maison Khazana incarne un entrepreneuriat créatif, orienté vers la transformation locale, et inspirant pour d'autres femmes souhaitant se lancer dans l'agroalimentaire.

## **Chapitre III Femmes entrepreneurs en Algérie : «Exemple de leadership et de créativité ».**

---

### **C- Fella Bouti : Entrepreneuriat vert et leadership environnemental féminin**

**Fella Bouti** est reconnue comme une pionnière de l'entrepreneuriat vert en Algérie. Elle s'est engagée dans la valorisation des déchets et l'éco conception, en créant des solutions locales pour répondre à des défis environnementaux. Elle intervient régulièrement dans des conférences et programmes de sensibilisation pour promouvoir l'économie circulaire.

Les informations recueillies via les médias, les vidéos et les réseaux professionnels montrent son engagement profond pour une société plus durable. Son parcours met en avant l'importance d'intégrer les femmes dans les secteurs liés à l'écologie, et de leur donner les moyens d'innover pour un futur plus responsable.

### **1-3-3 Analyse Transversale et Limites Méthodologiques de la Recherche Documentaire**

Cette dernière sous-section propose une synthèse des enseignements tirés de l'étude des trois profils, en mettant en lumière leurs convergences, tout en discutant les apports et limites de cette méthode.

#### **A- Points communs entre les profils étudiés**

Malgré la diversité des secteurs (agriculture, agroalimentaire, écologie), ces trois femmes partagent plusieurs caractéristiques :

- Une forte visibilité sur les réseaux numériques ;
- Un ancrage territorial fort et une vision durable du développement ;
- Un engagement social marqué, notamment envers les femmes et les jeunes.

Elles incarnent une nouvelle génération de femmes entrepreneures conscientes des enjeux contemporains et prêtes à transformer leur environnement à travers l'action.

#### **B- Apports de la recherche documentaire à l'approche empirique**

Cette méthode nous a permis d'observer des trajectoires entrepreneuriales réelles, à partir de contenus accessibles, riches en information, et souvent auto-produits. Bien que nous n'ayons pas pu interagir directement avec ces femmes, les données consultées offrent une lecture détaillée de leur vision, de leurs valeurs et de leurs méthodes de travail.

## Chapitre III Femmes entrepreneurs en Algérie : «Exemple de leadership et de créativité ».

---

### C- Limites et complémentarité avec l'enquête de terrain

La principale limite de cette approche est l'absence d'entretien personnalisé, ce qui empêche d'approfondir certaines dimensions subjectives comme la motivation personnelle ou les émotions vécues. Cependant, combinée à d'autres méthodes (comme les questionnaires et les visites d'entreprise), elle complète efficacement notre approche empirique globale.

### Section 2 : Voix féminines de l'entrepreneuriat : de la cuisine télévisée à l'innovation digitale

Deux figures emblématiques de l'entrepreneuriat féminin en Algérie incarnent aujourd'hui la capacité des femmes à allier héritage culturel et modernité technologique. D'une part, **Samira TV** donne une voix puissante à la cuisine traditionnelle, transformant recettes ancestrales et savoir-faire populaire en un véritable empire médiatique. D'autre part, **kheliha 3lina** l'émergence d'une génération d'entrepreneurs grâce au numérique, répondent aux besoins contemporains et repensent les relations entre consommateurs et producteurs.

#### 2-1 Samira TV : De la cuisine traditionnelle à l'empire médiatique féminin

**Samira TV** est devenue une référence incontournable dans les foyers algériens grâce à ses émissions conviviales qui valorisent la cuisine et le savoir-faire local.

##### 2-1-1 Présentation de Samira TV

**Samira TV** est la 4<sup>e</sup> chaîne de télévision la plus regardée d'Algérie. Elle incarne la première chaîne de TV culinaire du Maghreb. Les Algériens et leur diaspora sont attachés aux émissions de **Samira TV**, qui portent autant sur la cuisine traditionnelle algérienne que sur celle du reste du monde.

#### A- Présentation de la fondatrice

**Samira Bezaouia** est une femme algérienne, diplômée en économie financière de l'université des sciences économiques. Elle débute sa carrière à l'ENTV où elle anime pendant cinq ans une émission sur l'art et la création. Après avoir édité des livres de cuisine, et de haute couture, avec sa maison d'édition "la plume", **Samira Bezaouia** a eu l'idée de lancer une chaîne de télévision destinée à la femme algérienne.

## Chapitre III Femmes entrepreneurs en Algérie : «Exemple de leadership et de créativité ».

---

### B- Création et évolution de la chaîne Samira TV

Depuis son lancement audacieux en 2013, **Samira TV** a tracé un parcours unique dans le paysage audiovisuel algérien et au-delà. D'une idée novatrice centrée sur l'art culinaire, la chaîne a su évoluer et s'adapter pour devenir un acteur incontournable dans les foyers.

#### a- Les Premiers Pas de Samira TV

Lors de son lancement le 1er juillet 2013, Samira TV s'est positionnée comme la première chaîne de télévision dans le monde arabe entièrement dédiée à l'art culinaire. L'initiative de sa fondatrice, **Samira Bezaouia**, et de son mari, **Yacine Sadek**, s'appuyait sur le succès du magazine "**Samira Magazine**". L'objectif initial était de proposer une programmation riche en recettes variées, allant des plats traditionnels algériens aux saveurs internationales, ciblant principalement le public féminin algérien. Cette concentration sur un créneau spécifique a permis à la chaîne de gagner rapidement en popularité et de s'établir comme une référence en matière de cuisine à la télévision.

#### b- Samira TV Grandit : Diversification et Innovation

**Samira TV** a progressivement élargi son contenu au-delà de la cuisine pour intégrer d'autres aspects de la gestion du foyer. Des émissions dédiées à la couture, au bricolage et à la décoration intérieure ont fait leur apparition, attirant un public plus large intéressé par l'amélioration de leur quotidien à la maison. La chaîne a également mis l'accent sur une programmation innovante avec le lancement de concours culinaires populaires, qui ont contribué à renforcer son audience et sa visibilité. Une étape marquante de cette période a été le lancement de "**Hanout.com**" en janvier 2016, le premier programme de téléachat en Algérie, diversifiant ainsi ses activités.

#### c- Une Présence Établie et une Diffusion Élargie

Aujourd'hui, **Samira TV** est une chaîne bien établie avec une forte présence non seulement en Algérie, mais aussi au Maroc et en Tunisie, et une disponibilité en France via IPTV. Elle continue de proposer une programmation diversifiée et de haute qualité, avec une attention particulière portée à l'esthétique et à la production, comme en témoigne le passage à la diffusion en haute définition (HD) depuis Août 2022. **Samira TV** maintient une forte

## Chapitre III Femmes entrepreneurs en Algérie : «Exemple de leadership et de créativité ».

---

popularité auprès de son public cible et a su développer une présence en ligne significative, lui permettant de toucher une audience globale. Elle reste une figure influente dans le paysage médiatique algérien en matière de cuisine et de style de vie à la maison.

### C- Objectifs et vision de la chaîne

L'objectif principal de **Samira TV** est de :

- Répondre aux attentes du public féminin arabe, en leur proposant un contenu à la fois utile, culturel, éducatif et divertissant ;
- Valoriser les traditions culinaires, artisanales et culturelles de la région maghrébine, en particulier celles de l'Algérie ;
- Promouvoir les talents féminins dans les domaines de la cuisine, de la couture, de la décoration et de la création artisanale ;
- Samira TV vise à garder sa position face à Chourouk TV ;
- Fournir une plateforme audiovisuelle dédiée exclusivement aux activités domestiques, créatives et culturelles qui concernent le quotidien des femmes.

**Samira TV** aspire également à devenir une référence à l'échelle arabe dans le domaine des chaînes spécialisées en art de vivre, tout en créant un modèle de média qui combine tradition, modernité, innovation et qualité.

### 2-1-2 Les Fondations de Samira TV : Contenu, Leadership et Infrastructure

Les éléments fondamentaux qui ont permis à la chaîne de se distinguer dans le paysage audiovisuel :

#### A- Moyens techniques et ressources matérielles

Afin de garantir un contenu de qualité et une production professionnelle, **Samira TV** dispose d'une infrastructure moderne :

- Quatre studios de production audiovisuelle équipés aux normes internationales ;
- Équipements technologiques conformes aux standards internationaux : caméras HD, matériel de montage, infographie, etc.

## Chapitre III Femmes entrepreneurs en Algérie : «Exemple de leadership et de créativité ».

---

### a- Espaces spécialisés

- Salle de conférence ;
- Salle de préparation ;
- Salle de montage ;
- Studio d'infographie ;
- Salle de projection.

### b- Espaces annexes

- Cuisine de tournage ;
- Cafétéria ;
- Ateliers manuels ;
- Magasin de stockage ;
- 25 postes de travail pour les monteurs vidéo et infographistes ;
- 03 générateurs électriques pour assurer la continuité de la diffusion en cas de coupure.

Ces équipements permettent de produire l'ensemble des contenus en interne, avec une équipe technique complète.

### B- L'équipe dirigeante

La chaîne **Samira TV** s'appuie sur une équipe expérimentée, dirigée par :

- Directeur de production : Issa Balyach
- Plus de 150 personnes travaillent au sein de la chaîne, réparties entre techniciens, animateurs, cadres, rédacteurs, stylistes et responsables de contenu.

Tous les membres de l'équipe partagent un engagement commun : proposer une programmation respectueuse des valeurs culturelles, religieuses et sociales algériennes, tout en favorisant la créativité et l'expression libre dans les domaines choisis.

### C- Politique de contenu

La chaîne a mis en place une charte éditoriale stricte :

- Refus de diffuser tout contenu contraire à la morale, aux traditions ou aux valeurs culturelles algériennes ;

## Chapitre III Femmes entrepreneurs en Algérie : «Exemple de leadership et de créativité ».

---

- Engagement à proposer des émissions utiles, inspirantes et instructives, notamment pour les femmes au foyer, les jeunes créatrices ou les passionnées de culture domestique ;
- Chaque programme est soigneusement sélectionné pour garantir sa pertinence culturelle, sa qualité visuelle et son intérêt pratique.

### 2-1-3 Stratégies de monétisation de Samira TV

Les principales sources de revenus qui permettent à **Samira TV** de se développer et de rester active sont :

#### **A- Publicité télévisée : C'est la plus grande source d'argent**

Les annonceurs paient **Samira TV** pour diffuser des spots publicitaires avant, pendant ou après les émissions. C'est le modèle traditionnel de monétisation d'une chaîne de télévision. Par exemple, une entreprise algérienne d'huile alimentaire peut payer pour apparaître pendant l'émission « Chhiwat Samira ». Des spots de 10 à 30 secondes sont vendus à des tarifs variables selon l'horaire et l'audience. Les facteurs clés sont l'audience des émissions, les horaires de diffusion (le prime time coûte plus cher), et la fidélité du public féminin, qui constitue la cible principale de la chaîne. Pour une chaîne à succès, cela peut représenter plusieurs millions de dinars par mois, notamment pendant le Ramadan.

#### **B- L'ANEP :**

La source principale de financement de Samira TV est la publicité, dont une grande partie provient de l'ANEP (Agence nationale d'édition et de publicité). Cet organisme public joue un rôle central dans la répartition des annonces publicitaires institutionnelles en Algérie, ce qui confère à Samira TV, comme à d'autres chaînes privées, une certaine dépendance vis-à-vis du financement étatique.

#### **C- Partenariats et sponsoring**

Certaines émissions sont parrainées par des marques qui souhaitent associer leur image à un programme populaire. Ce sponsoring peut inclure le logo dans l'introduction de l'émission, la mention par un animateur (Cette émission vous est présentée par...), ou encore des produits

## **Chapitre III Femmes entrepreneurs en Algérie : «Exemple de leadership et de créativité ».**

---

visibles sur le plateau (placements de produit). Par exemple, une marque d'électroménagers peut équiper toute la cuisine d'un plateau TV, ou une société agroalimentaire peut sponsoriser un concours culinaire. Pour Samira TV, c'est une source stable et directe de revenus, avec peu d'intermédiaires.

### **D- Monétisation YouTube**

**Samira TV** met en ligne ses émissions et recettes sur YouTube, générant des revenus via AdSense (publicités automatiques), des contenus sponsorisés (par exemple, une recette mettant en avant une marque), et le programme YouTube Premium. Les revenus sont estimés entre 30 000 et 100 000 \$/mois, soit entre 4 et 13 millions de DA mensuels. En plus du revenu, cela permet de toucher une audience internationale, notamment la diaspora maghrébine, tout en renforçant l'engagement grâce aux commentaires et interactions.

### **E- Produits dérivés : e-commerce**

Samira TV et sa fondatrice commercialisent divers produits liés à l'univers culinaire : livres de recettes (très prisés par les ménagères), magazines, vaisselle, tabliers, ustensiles à l'effigie de la marque. Ces produits sont vendus en librairie, lors de salons, ou en ligne via le site de la chaîne, les réseaux sociaux ou des plateformes comme Jumia et Batolis. Ce segment représente une source de revenus diversifiée et fidélise davantage la communauté.

### **F- Événements et concours**

La chaîne organise ou participe à des concours de cuisine en direct comme "Chef de l'année", salons gastronomiques, ateliers ou formations culinaires. Ces événements peuvent être monétisés via la vente de billets, du sponsoring, des produits vendus sur place, ou des subventions publiques (notamment pour des initiatives liées à la culture ou à la promotion de l'entrepreneuriat féminin). Ils renforcent aussi la notoriété et la proximité avec le public.

### **G- Programmes éducatifs et incubateurs : startup Académie**

**Samira TV** produit des contenus à vocation éducative ou entrepreneuriale, tels que l'émission « Startup Académie », qui met en avant les startups locales. Ces initiatives peuvent être financées par des partenaires privés (banques, incubateurs), des institutions publiques

## Chapitre III Femmes entrepreneurs en Algérie : «Exemple de leadership et de créativité».

---

(comme l'ANSEJ ou l'ANDI), ou des sponsors attirés par la visibilité des jeunes entrepreneurs. Ce type de contenu apporte une dimension sociale à la chaîne et permet une diversification au-delà du monde culinaire.

### 2-2 *Kheliha 3lina* : Une startup au cœur de l'innovation économique en Algérie

Dans cette partie, nous nous intéressons à une initiative entrepreneuriale locale portée par une femme, qui a su allier vision, résilience et technologie. La startup « *Kheliha 3lina* » se positionne comme une réponse innovante aux défis du quotidien des Algériens, à travers une plateforme de services connectés.

#### 2-2-2 Le parcours de la fondatrice : *Massissilia Boussafeur*

**Massissilia Boussafeur**, épouse **Kaced**, est une femme de 34 ans, diplômée en médecine vétérinaire. Bien qu'ayant suivi une formation scientifique dans un domaine spécifique, elle a choisi d'emprunter la voie de l'entrepreneuriat, motivée par une forte envie de créer, d'innover et de répondre à des besoins concrets de la société algérienne. Elle est aujourd'hui fondatrice et co-gérante de la startup « *Kheliha 3lina* », une entreprise lancée en 2023, qui incarne sa vision d'un service de proximité moderne et digitalisé. Son parcours démontre sa capacité à se réinventer et à appliquer ses compétences au-delà de son domaine de formation initial.

#### A- Parcours entrepreneurial

L'aventure entrepreneuriale de **Massissilia** a commencé très tôt, à l'âge de 26 ans, lorsqu'elle s'est lancée dans le multi-level marketing (MLM). Cette première expérience lui a permis de développer des compétences essentielles en vente, en communication et en gestion d'équipe. Elle a ensuite accumulé des expériences dans diverses entreprises commerciales, enrichissant ainsi sa compréhension du fonctionnement du marché et des besoins des consommateurs. Après avoir traversé une période de chômage d'environ un an, elle entame des recherches personnelles pour identifier une idée de projet viable et originale. C'est à ce moment-là qu'elle tombe sur une vidéo d'un Marocain évoquant l'urgence de créer une application capable de mettre en relation des clients avec des prestataires de services comme des plombiers. Cette idée l'inspire profondément, d'autant plus qu'aucun service de ce type n'existait encore en Algérie. Elle décide alors de développer une plateforme numérique

## Chapitre III Femmes entrepreneurs en Algérie : «Exemple de leadership et de créativité ».

---

multiservices. Sa motivation est nourrie par le désir d'acquérir une indépendance financière, de soutenir sa famille et de servir de modèle à d'autres femmes souhaitant se lancer dans l'entrepreneuriat.

### B- Obstacles et résilience

Malgré les nombreux défis, Madame **Boussafeur** a pu compter sur un soutien familial solide. Ses parents, ses frères et sœurs ainsi que son mari l'ont toujours encouragée dans son ambition de créer son entreprise. Toutefois, elle admet que son principal obstacle reste la gestion de son rôle de mère parallèlement à ses responsabilités professionnelles. Trouver un équilibre entre vie familiale et vie entrepreneuriale est un défi constant. Par ailleurs, elle n'est pas étrangère aux critiques sociales souvent adressées aux femmes entrepreneurs. Cependant, elle refuse de se laisser abattre par ces jugements. Au contraire, elle transforme ces remarques en une énergie positive qui la pousse à aller de l'avant. Elle considère même que la jalousie, lorsqu'elle est bien interprétée, peut devenir un moteur puissant de réussite. Selon elle, c'est en canalisant les attaques et les échecs qu'on parvient à bâtir une véritable résilience et à s'imposer dans le monde des affaires. Sa vision repose sur la force mentale, la persévérance et la transformation des obstacles en opportunités.

### 2-2-3 Kheliha 3lina : La révolution digitale des services du quotidien

« **Kheliha 3lina** » est une réponse concrète aux besoins quotidiens des citoyens algériens. Portée par l'ambition de faciliter l'accès aux services de proximité grâce au digital, cette entreprise incarne l'innovation locale au service de la population. À travers une plateforme intuitive, elle propose une nouvelle manière de consommer, d'interagir et de se connecter. Les principaux aspects qui définissent cette initiative prometteuse :

#### A- À l'origine de Kheliha 3lina : un déclic, une vision

Le projet « **Kheliha 3lina** » trouve son origine dans une problématique concrète : l'absence en Algérie d'un outil numérique centralisé pour accéder rapidement aux services du quotidien. **Massissilia Boussafeur**, en quête d'une idée utile et innovante, découvre une vidéo dans laquelle un jeune Marocain évoque la nécessité d'une application permettant de contacter un plombier en urgence. Cette situation fait écho à une réalité algérienne, où les citoyens rencontrent souvent des difficultés à trouver rapidement des prestataires fiables. C'est ainsi

## Chapitre III Femmes entrepreneurs en Algérie : «Exemple de leadership et de créativité».

---

qu'est née l'idée d'une plateforme multiservices, pensée comme une solution pratique, rapide et accessible à tous. L'objectif principal est de centraliser l'accès à des dizaines de services à travers une application mobile simple d'utilisation. Le nom « **Kheliha 3lina** », qui signifie littéralement « laisse-nous nous en occuper », traduit parfaitement la philosophie du projet : simplifier la vie des utilisateurs en leur proposant une prise en charge directe de leurs besoins, sans perte de temps ni complexité.

### B- L'écosystème Kheliha 3lina : pour les clients et les prestataires

« **Kheliha 3lina** » se décline sous la forme de deux applications distinctes disponibles sur Play Store et App Store. L'application Orange est destinée aux clients, tandis que l'application Bleue est conçue pour les prestataires de services. Cette séparation permet une meilleure gestion des interactions entre les deux parties. L'offre proposée est vaste et couvre des domaines variés comme le bricolage (électriciens, plombiers, peintres), le nettoyage (agents d'entretien, entreprises spécialisées), les soins de beauté, les services automobiles (mécaniciens, lave-autos), les prestations freelances (designers, voix-off), ainsi que le secteur artisanal, l'éducation (écoles, crèches) ou encore l'événementiel et le transport. Les fonctionnalités intégrées renforcent l'expérience utilisateur : géo localisation pour trouver des prestataires proches, création de profils interactifs avec lien vers les réseaux sociaux, système de notation et de parrainage. Ainsi, l'utilisateur peut consulter les avis, suivre les publications du prestataire et choisir en toute transparence.

### C- Positionnement stratégique

Le positionnement stratégique de « **Kheliha 3lina** » repose avant tout sur l'innovation. Contrairement aux solutions traditionnelles, la plateforme met en avant une approche digitale complète, favorisant la rapidité, la fluidité et la transparence dans la relation client-prestataire. Le modèle économique proposé est accessible, avec un abonnement annuel fixé à 15 000 DA pour les entreprises souhaitant intégrer la plateforme. Ce tarif compétitif permet de démocratiser l'accès au numérique, tout en assurant un service de qualité. De plus, la startup adopte plusieurs types de relations commerciales : le modèle C2C (entre particuliers), C2B (du client vers les entreprises), et B2B (entre entreprises), ce qui ouvre de nombreuses opportunités d'échange et de partenariat. Grâce à cette approche globale, « **Kheliha 3lina** » se

## Chapitre III Femmes entrepreneurs en Algérie : «Exemple de leadership et de créativité».

---

démarque sur le marché algérien comme une solution moderne, efficace et en phase avec les attentes d'un public de plus en plus connecté.

### 2-2 -4 Ressources, soutien et développement

Dans un contexte où l'économie numérique prend de plus en plus d'importance en Algérie, certaines initiatives locales se démarquent par leur originalité et leur impact.

« **Kheliha 3lina** » est l'une de ces startups prometteuses, née de la volonté d'une femme entrepreneure de transformer une idée simple en une solution innovante pour les citoyens algériens. Ce document présente le parcours inspirant de sa fondatrice, l'offre et la stratégie de la startup, ainsi que les ressources mobilisées pour son développement.

#### A- Financement et accompagnement

Dès ses débuts, **Kheliha 3lina** s'est construite sans financement externe direct. Madame **Boussafeur** et ses associés ont mobilisé exclusivement des fonds propres pour lancer la startup, chacun contribuant selon ses capacités financières. Sans avoir suivi de formation officielle dans l'entrepreneuriat ou le numérique, Madame **Boussafeur** a su faire preuve d'une grande autonomie en se formant seule, par des recherches personnelles et un apprentissage autodidacte. Bien qu'aucun appui financier ne lui ait été accordé au départ, elle a pu compter sur un réseau solide de soutiens moraux et institutionnels qui ont joué un rôle déterminant dans la concrétisation de son projet. Des personnalités telles que :

- Mr **Madjen** le fondateur de Marrena soccer l'ont aidée à faire connaître l'initiative ;
- Des institutions comme la SAA ont cru en la valeur du projet dès ses premiers pas, allant jusqu'à signer des conventions de partenariat ;
- La BDL s'est illustrée par une démarche rare pour une jeune entreprise en accordant un crédit bancaire grâce à l'implication de sa directrice générale, Mme **Nait Tali** ;
- L'université Mouloud Mammeri de Tizi-Ouzou a également reconnu la pertinence du projet en signant un accord de collaboration ;
- Des structures comme le CREA et le Conseil Supérieur de la Jeunesse ont permis à « **Kheliha 3lina** » de bénéficier d'un espace dédié à l'innovation, renforçant sa visibilité et sa crédibilité

## Chapitre III Femmes entrepreneurs en Algérie : «Exemple de leadership et de créativité ».

---

### B- Équipe et organisation de « Kheliha 3lina »

L'entreprise repose aujourd'hui sur une équipe dynamique de 25 personnes, animées par un fort esprit d'innovation et de service. La gestion stratégique et opérationnelle est assurée par une cellule fondatrice composée de six membres, qui œuvrent chaque jour à la consolidation et au développement de la plateforme. Sur le plan géographique, **Kheliha 3lina** connaît une expansion progressive mais structurée, elle est aujourd'hui présente dans six wilayas :

- Tizi Ouzou ;
- Alger ;
- Béjaïa ;
- Bouira ;
- Jijel ;
- Constantine.

Elle vise, à long terme, une couverture nationale. Ce déploiement régional témoigne de l'ambition de la startup d'apporter une réponse concrète, locale et numérique aux besoins des citoyens algériens, où qu'ils se trouvent.

### C- Accompagner une transformation culturelle dans un marché en mutation

Un des défis majeurs auxquels **Kheliha 3lina** est confrontée réside dans la maturité numérique encore limitée du marché algérien. L'usage d'applications mobiles pour accéder à des services du quotidien n'est pas encore un réflexe pour une large partie de la population. Ce manque d'acculturation numérique constitue un frein à l'adoption massive de la solution. Consciente de cette réalité, l'équipe œuvre activement à sensibiliser les utilisateurs potentiels, en les accompagnants progressivement dans l'appropriation de ces nouveaux outils. L'objectif de long terme de la startup est ambitieux mais clair : devenir un acteur incontournable de l'économie numérique nationale, tout en contribuant à l'évolution des usages, à la modernisation des services, et à la démocratisation de l'accès aux solutions digitales dans tout le pays.

## Chapitre III Femmes entrepreneurs en Algérie : «Exemple de leadership et de créativité».

---

### Section 3 : D'autres femmes entrepreneur en Algérie

#### 3-1 Maison Khazana : l'ambassadrice du fromage en Algérie

Avant de devenir une figure emblématique du fromage artisanal en Algérie, **Imen Harkouk** a été façonnée par un environnement familial riche, une formation académique structurée et une première carrière qui l'a menée aux quatre coins du monde. Son parcours est le fruit d'un mélange entre enracinement local profond et ouverture à l'international, entre valeurs traditionnelles et ambitions modernes.

##### 3-1-1 Le Parcours d'Imen Harkouk : De la Vie de Famille à l'Entrepreneuriat

**Imen Harkouk** est une entrepreneure algérienne dont le parcours allie héritage familial et passion pour le patrimoine culinaire. De ses racines kabyles à la création de **Maison Khazana**, elle incarne un modèle de reconversion réussie et engagée.

##### A- Origines de Imen Harkouk

**Imen Harkouk** est née dans la région montagneuse de Toudja, dans la wilaya de Béjaïa, en Kabylie, un territoire connu pour la richesse de son patrimoine culinaire et ses traditions agricoles séculaires. Dès l'enfance, elle est immergée dans un univers où la terre, les saisons et les savoir-faire dictent le rythme de la vie. Sa mère, phytothérapeute autodidacte, utilisait les plantes locales pour concocter des remèdes naturels et préparait elle-même des conserves, des confitures et d'autres produits du quotidien.

À la maison, tout était fait main, avec un respect profond pour les méthodes artisanales. Son père de son côté, cultivait avec passion un potager abondant et soigné, transmettant à ses enfants l'amour du goût authentique et de la patience. Son frère inspiré par ce même héritage, a ouvert sa propre fromagerie artisanale à Bordj El Kiffan, renforçant davantage le lien familial avec la production fromagère. Cette atmosphère familiale, à la fois humble et riche de sens, a profondément ancré chez **Imen** le respect de la nature, le goût des produits bruts, et surtout la conviction que le patrimoine culinaire algérien méritait d'être célébré et partagé.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> <https://www.maisonkhazana.dz> consulté le 12/05/2025

## Chapitre III Femmes entrepreneurs en Algérie : «Exemple de leadership et de créativité ».

---

### B- Parcours Professionnel

Avant de devenir une ambassadrice du fromage, **Imen Harkouk** a suivi un parcours académique tourné vers les langues et la communication. Elle obtient une licence en langue et traduction, puis complète sa formation par des études en commerce, alliant ainsi compétences linguistiques et vision entrepreneuriale.

Très jeune, elle effectue divers petits emplois dans l'événementiel et la communication, des expériences qui lui permettent de développer son sens du contact, sa rigueur et son sens de l'organisation. Ces premières expériences lui ouvrent les portes d'une carrière plus structurée dans le marketing.

Elle est recrutée comme directrice marketing dans une société algéro-espagnole, un poste exigeant qui l'amène à voyager fréquemment entre Alger, l'Europe et d'autres capitales internationales. Ces déplacements réguliers l'exposent à différentes cultures culinaires, modèles économiques et pratiques commerciales. C'est durant ces voyages qu'elle commence à nourrir inconsciemment l'idée de créer un projet ancré dans l'art culinaire. Toutefois, après son mariage, elle décide de quitter ce poste, incapable de concilier les exigences professionnelles et la vie familiale. Ce choix, loin d'être un recul, deviendra un point d'inflexion décisif vers son avenir entrepreneurial.<sup>1</sup>

### C- Lancement de Maison Khazana

Après avoir mis en pause sa carrière pour se consacrer à sa famille elle donnera naissance à trois enfants en cinq ans **Imen** ressent très vite le besoin de retourner à la vie active, mais selon ses propres termes : elle veut travailler sans sacrifier sa présence auprès de ses enfants. C'est en aidant son frère dans sa fromagerie qu'elle découvre une réelle affinité pour l'univers du fromage : le contact avec les producteurs, la richesse des variétés locales, le potentiel de valorisation d'un savoir-faire souvent ignoré.

En 2019, elle prend la décision audacieuse de lancer sa propre aventure entrepreneuriale. Ce projet, baptisé **Maison Khazana** du nom de famille de son mari prend véritablement

---

<sup>1</sup> <https://www.maisonkhazana.dz> consulté le 12/05/2025

## Chapitre III Femmes entrepreneurs en Algérie : «Exemple de leadership et de créativité ».

---

forme en février 2022, avec l'ouverture d'une boutique à Rouiba. Elle troque alors sa blouse de cadre dynamique contre celle, plus authentique, de fromagère.

En 2023, Maison Khazana a été récompensée au Mondial du Fromage de Tours en remportant une médaille d'or pour son fromage traditionnel "Djben El Kfas", originaire de Bou Saâda. Ce fromage à pâte molle, enrobé d'herbes, a séduit les juges par sa qualité et son authenticité.<sup>1</sup>

L'objectif est clair : proposer des produits artisanaux algériens d'exception, valoriser le patrimoine culinaire national et construire un pont entre les savoir-faire locaux et les consommateurs urbains. Elle commence à sillonner les routes de l'Algérie, enfants à l'arrière de sa voiture, à la recherche de fromagers passionnés, d'agriculteurs rigoureux, et de produits qui racontent une histoire.

### 3-1-2 Maison Khazana : Un Projet Entrepreneurial Authentique

**Maison Khazana** est une entreprise artisanale qui valorise les fromages algériens traditionnels à travers une approche moderne et engagée. Fondée par **Imen Harkouk**, elle allie savoir-faire local, qualité et innovation.<sup>2</sup>

#### A- Activité Principale et Produits

**Maison Khazana** est une épicerie fine et fromagerie spécialisée dans la promotion des produits artisanaux algériens. Le cœur du métier de l'entreprise repose sur une sélection rigoureuse de fromages produits localement, affinés de manière artisanale, souvent en collaboration directe avec les producteurs. Vous y trouverez des fromages traditionnels comme le fromage kvas, mais aussi des créations plus contemporaines comme le fromage au lait de chamelle ou le bishon à l'ail noir. Le magasin ne se limite pas aux seuls produits

---

<sup>1</sup> <https://maghrebactu.com/une-specialite-fromagere-algerienne-decroche-la-medaille-dor-au-mondial-du-fromage-de-tours> consulté le 12/05/2025

<sup>2</sup> <https://www.tsa-algerie.com/le-premier-fromage-presse-de-lait-de-chamelle-est-algerien> consulté le 15/05/2025

## Chapitre III Femmes entrepreneurs en Algérie : «Exemple de leadership et de créativité ».

---

laitiers, mais propose également une large gamme de produits locaux algériens rarement vendus dans les circuits traditionnels. Ces produits comprennent :

- Confiture de cerises de Tlemcen ;
- Tapenade d'olives noires ;
- vinaigre de figue de barbarie ;
- Chapelure levain faite à la main ;
- Produits de beauté naturels à base de plantes locales.

Tous ces produits sont sans conservateurs ni colorants et répondent aux exigences de qualité et d'authenticité qui attirent une clientèle consciente et fidèle. La **Maison Khazana** devient ainsi une vitrine du goût algérien, alliant tradition et innovation.

### B- Innovations et Offres Originales

Toujours soucieuse d'innover, **Imen Harkouk** ne se contente pas de proposer des produits classiques. Elle crée des formats ludiques et attractifs pour faire découvrir la richesse du terroir algérien au grand public.

Ses plateaux-découvertes, par exemple, permettent aux clients de goûter différentes variétés de fromages et de produits locaux en une seule dégustation. Les boxes thématiques, parfois élaborées autour de régions ou de saisons spécifiques, combinent fromages, confitures, herbes et condiments dans une mise en scène gourmande et éducative.

Son esprit d'innovation se manifeste également à l'international : lors du Salon Mondial du Fromage en 2023, elle présente pour la première fois une tomme au lait de chamelle, un produit révolutionnaire qui suscite l'intérêt des professionnels du secteur. En parallèle, elle travaille actuellement à la création de son propre atelier de production fromagère, avec l'ambition de développer une gamme de fromages 100 % algériens, conçus avec des produits du terroir, reflétant l'identité culinaire du pays.

### 3-1-3 Impact, Réussite et Perspectives

Depuis sa création, **Maison Khazana** n'a cessé de gagner en notoriété, tant au niveau national qu'international. Ce succès témoigne non seulement de la qualité des produits

## Chapitre III Femmes entrepreneurs en Algérie : «Exemple de leadership et de créativité ».

---

proposés, mais aussi de l'engagement d'**Imen Harkouk** à faire rayonner le savoir-faire algérien au-delà des frontières.<sup>1</sup>

### A- Reconnaissance et Rayonnement International

En seulement deux ans d'activité, **Maison Khazana** a su s'imposer comme un acteur incontournable du paysage gastronomique algérien, et même au-delà. En 2023, Imen est invitée à représenter l'Algérie lors du prestigieux Salon Mondial du Fromage à Tours, en France. Elle y présente pas moins de 80 fromages algériens, un exploit logistique et qualitatif. Parmi eux, le djben el kfas, affiné par ses soins et produit à Bou Saâda, se distingue parmi plus de 1 800 fromages du monde entier et remporte la médaille d'or. Ce succès est retentissant : il ne s'agit pas seulement d'une victoire personnelle, mais d'une reconnaissance mondiale du potentiel fromager algérien. Elle reçoit également un prix lors d'un concours organisé à l'ambassade de France à Alger, où son plateau de fromages est salué par les Meilleurs Ouvriers de France. Grâce à ces distinctions, **Imen Harkouk** devient une ambassadrice officieuse de la gastronomie algérienne sur la scène internationale.

### B- Rôle et Influence dans le Contexte Algérien

Dans un pays où l'entrepreneuriat féminin reste confronté à de nombreux défis, le parcours d'Imen Harkouk résonne comme un message d'espoir et de détermination. Elle incarne une génération de femmes audacieuses qui, sans attendre des conditions idéales, se lancent avec passion et pragmatisme dans l'aventure entrepreneuriale. Son surnom, L'Ambassadrice du fromage, n'est pas volé : à travers son travail, elle redonne de la valeur aux savoir-faire ancestraux souvent ignorés, en démontrant qu'ils peuvent rivaliser avec les standards internationaux. Elle inspire non seulement les jeunes femmes, mais aussi tous les artisans et producteurs qui aspirent à sortir de l'informel et à structurer leur activité. Par son engagement pour des produits artisanaux sans additifs chimiques, elle défend également une consommation responsable, en rupture avec l'industrialisation alimentaire massive.

---

<sup>1</sup> <https://www.beurfm.net/une-specialite-algerienne-remporte-la-medaille-d-or-au-mondial-des-fromages-de-tours> consulté le 15/05/2025

## Chapitre III Femmes entrepreneurs en Algérie : «Exemple de leadership et de créativité ».

---

### C- Ambitions Futures

**Imen** ne compte pas s'arrêter là. Forte de la demande croissante autour de ses produits et de son modèle, elle ambitionne de développer une franchise **Maison Khazana** à travers les principales villes d'Algérie. Ce projet pose de nombreux défis : comment conserver la qualité artisanale dans un modèle de croissance ? Comment former les franchisés à l'exigence et à la philosophie de la marque ? Elle y travaille avec rigueur. Par ailleurs, elle souhaite participer activement à la structuration du secteur fromager algérien, en développant une filière professionnelle, en formant des jeunes artisans et en créant des événements autour du fromage. Enfin, elle imagine un futur où le terroir algérien deviendra un moteur du tourisme culinaire : circuits de dégustation, ateliers de fabrication, séjours gourmands... autant de projets qui pourraient faire de **Maison Khazana** une vitrine vivante du patrimoine algérien.<sup>1</sup>

### 3-2 De Biskra à Londres : Fella Bouti sacrée pionnière de l'entrepreneuriat vert féminin

**Felle Bouti** est un exemple de femme courageuse qui avance avec détermination pour faire progresser son travail et réaliser son projet.

#### 3-2-1 De la Terre aux Idées : Le Parcours d'une Visionnaire Algérienne

À travers une trajectoire enracinée dans sa terre natale et portée par une vision écologique audacieuse, **Fella Bouti** incarne une nouvelle génération d'entrepreneures vertes en Algérie. Voici le récit structuré de son parcours, de ses origines à son projet entrepreneurial innovant.

#### A- Racines et Formation

Née à Biskra, au Sud-Est de l'Algérie, **Fella Bouti** est issue d'une région profondément agricole, où les palmiers dattiers règnent en maîtres et structurent à la fois le paysage et l'économie locale. Fille de cette terre, elle grandit au rythme des saisons agricoles et développe très tôt une sensibilité marquée pour la nature, l'écologie et le développement durable.

---

<sup>1</sup><https://www.maisonkhazana.dz> consulté le 16/05/2025

## Chapitre III Femmes entrepreneurs en Algérie : «Exemple de leadership et de créativité ».

---

Après des études brillantes dans le domaine agricole, elle obtient un doctorat en sciences agronomiques à Alger. Cette formation scientifique solide lui donne une compréhension fine des problématiques liées aux ressources naturelles, aux déchets organiques, à l'agriculture durable et à la gestion des territoires ruraux. Elle nourrit également une passion personnelle pour le jardinage, l'aménagement vert et les pratiques écologiques innovantes, qu'elle cherche à appliquer dans un contexte local. <sup>1</sup>

### B- Premiers Pas dans l'Entrepreneuriat Vert

C'est en 2023, animée par un esprit d'innovation et un besoin d'agir concrètement pour l'environnement, que **Fella** lance sa propre entreprise baptisée EcoTashira. Son objectif est de valoriser les résidus agricoles, souvent négligés ou brûlés, pour en faire une ressource précieuse. Elle décide alors de transformer ces déchets naturels – notamment les fibres issues des palmiers dattiers – en dalles écologiques multifonctionnelles, utilisées pour la création de murs végétaux, jardins verticaux, terrasses vertes ou encore espaces d'agriculture urbaine.<sup>2</sup>

### 3-2-2 Une Innovation Écologique au Service de l'Urbanisme Durable

Dans le cadre de l'innovation écologique au service de l'urbanisme durable, un concept novateur émerge, promettant un impact environnemental significatif.

#### A- Un Concept Écoresponsable à Fort Impact Environnemental

Au cœur de la démarche de **Fella Bouti** se trouve un concept innovant et profondément respectueux de l'environnement : la fabrication de dalles écologiques à partir de résidus agricoles recyclés, en particulier les fibres de palmiers dattiers, issues des palmeraies de sa région natale, Biskra. Ces résidus, généralement brûlés à ciel ouvert après les récoltes, constituent une source importante de pollution atmosphérique. En les valorisant, EcoTashira transforme un déchet problématique en matière première utile, créant ainsi une boucle

---

<sup>1</sup> <https://maghreb.unwomen.org/fr> consulté le 17/05/2025

<sup>2</sup> <https://raise.algerie-giz.org/> consulté le 17/05/2025

## Chapitre III Femmes entrepreneurs en Algérie : «Exemple de leadership et de créativité ».

---

d'économie circulaire locale. Ce choix d'upcycling agricole permet non seulement de réduire les émissions de CO<sub>2</sub>, mais aussi de réhabiliter des pratiques agricoles durables.<sup>1</sup>

Les dalles ainsi produites sont entièrement naturelles, sans additifs chimiques, biodégradables à long terme, et parfaitement adaptées à une intégration dans les milieux urbains.<sup>2</sup>

### **B- Technologie, Design et Fonctionnalité : Une Solution Clé-en-Main**

L'innovation d'EcoTashira ne réside pas uniquement dans le matériau, mais également dans la technologie intégrée et le design intelligent des dalles. Chaque pièce est conçue pour répondre à un triple objectif : performance technique, simplicité d'installation et adaptabilité esthétique.

- Les dalles sont équipées d'un système d'irrigation par tuyau microporeux, permettant un arrosage régulier et économe en eau, un critère essentiel dans les zones arides comme le sud algérien ou les villes côtières soumises au stress hydrique ;
- Une couche étanche intégrée permet d'éviter les fuites et les pertes d'eau, rendant les installations compatibles avec des balcons, toitures ou murs porteurs ;
- Le matériau est extrêmement léger et drainant, facilitant le transport, la pose, et réduisant les coûts d'infrastructure.

La structure modulaire des dalles autorise une grande diversité de créations : murs végétaux intérieurs et extérieurs, jardins verticaux pour espaces publics ou privés, terrasses urbaines, panneaux potagers aromatiques... Chaque modèle peut être adapté selon les préférences de végétation, les contraintes d'espace ou les objectifs décoratifs.<sup>3</sup>

---

<sup>1</sup> <https://www.switchmed/> consulté le 17/05/2025

<sup>2</sup> <https://www.circulareconomy.europa/> consulté le 17/05/2025

<sup>3</sup> <https://www.agrimaroc.ma/> consulté le 20/05/2025

## Chapitre III Femmes entrepreneurs en Algérie : «Exemple de leadership et de créativité ».

---

### C- Des Retombées Environnementales et Sociales Tangibles

Les impacts générés par l'adoption des produits EcoTashira sont multiples et s'inscrivent dans une logique de ville durable :

- **Réduction de l'effet d'îlot de chaleur urbain** : la végétalisation verticale améliore le microclimat local et atténue les températures en été ;
- **Amélioration de la qualité de l'air** : les plantes captent les particules fines et favorisent une meilleure oxygénation des espaces densément bâtis ;
- **Valorisation de la biomasse agricole** : les déchets organiques deviennent une ressource économique et écologique ;
- **Esthétisation du paysage urbain** : les murs verts réintroduisent la nature en ville, apportant bien-être psychologique et cohésion sociale dans les espaces collectifs.<sup>1</sup>

Un autre aspect remarquable est la durabilité du produit : après trois ans d'utilisation, les dalles peuvent être récupérées, replantées ou recyclées, sans avoir à démonter l'ensemble de la structure, ce qui prolonge la durée de vie du système et réduit les coûts de maintenance pour les clients.

### 3-2-3 Ambitions et Perspectives d'Avenir

Avec une approche audacieuse, une nouvelle production en pleine évolution se profile, cherchant à concilier respect de l'environnement et valeurs religieuses pour un impact régional.

#### A- Une Production Artisanale en Pleine Évolution

Actuellement, EcoTashira fonctionne avec un atelier de production artisanale, où les dalles sont fabriquées à la main et sur commande. Cette approche permet un contrôle qualité rigoureux, mais limite les capacités de production face à une demande croissante. Afin de passer à l'échelle supérieure, Fella prévoit une transition vers une chaîne de production semi-industrielle, avec des machines adaptées à la transformation des résidus végétaux et au moulage standardisé des dalles.

---

<sup>1</sup> <https://www.unhabitat.org> consulté le 20/05/2025

## Chapitre III Femmes entrepreneurs en Algérie : «Exemple de leadership et de créativité ».

---

Pour réussir ce passage stratégique, elle est en recherche active de financements, de partenaires industriels et d'investisseurs engagés dans l'innovation écologique. Cette montée en puissance permettra de réduire les délais de livraison, d'élargir la gamme de produits et de répondre aux appels d'offres publics pour l'aménagement urbain durable.<sup>1</sup>

### B- Une Gamme Élargie de Produits Verts

EcoTashira ne se limite pas aux murs végétaux. La startup travaille sur le développement de nouveaux produits écologiques en s'appuyant sur d'autres résidus agricoles disponibles localement, comme les tiges de céréales, les feuilles d'arbres fruitiers ou les coques de dattes. Parmi les projets en cours :

- Panneaux isolants biosourcés pour la construction écologique ;
- Supports modulaires pour potagers urbains ;
- Solutions mobiles de végétalisation temporaire pour les événements et festivals.

Cette diversification vise à créer un écosystème complet autour de la construction verte et de l'agriculture urbaine, tout en structurant une filière innovante au niveau national.<sup>2</sup>

### C- Un Rêve à Portée Régionale

**Fella** ne cache pas ses ambitions pour l'avenir. Elle veut faire d'EcoTashira un acteur majeur de l'économie verte en Algérie, mais aussi un exemple à suivre à l'échelle régionale. Sa vision inclut :

- L'installation d'unités de production dans d'autres Wilayas agricoles, pour favoriser l'emploi local et la proximité des matières premières ;
- La création de centres de formation pour jeunes artisans, techniciens en végétalisation et urbanistes écologiques ;
- La participation à des réseaux régionaux de startups vertes, pour encourager l'échange d'expertise et l'export de solutions.

---

<sup>1</sup> <https://www.raise.algerie-giz.org> consulté le 20/05/2025

<sup>2</sup> <https://www.switchmed.com> consulté le 20/05/2025

## Chapitre III Femmes entrepreneurs en Algérie : «Exemple de leadership et de créativité ».

---

Plus encore, **Fella** cible les marchés du Golfe (Émirats, Arabie Saoudite, Qatar), très demandeurs de solutions vertes adaptées à leur climat. Grâce à la légèreté et à la résistance thermique des dalles, EcoTashira dispose d'un produit parfaitement aligné avec les besoins de ces pays.<sup>1</sup>

### 3-3 Lydia Merrouche « agricultrice »

Née à Alger, n'a pas grandi dans le monde agricole. Pourtant, c'est bien dans ce secteur que cette femme, à la fois discrète et déterminée, a su bâtir un projet à fort impact social et environnemental. De la salle d'audience aux champs cultivés en agriculture biologique, elle a osé une reconversion radicale, portée par la volonté de servir sa communauté et son pays autrement. Son parcours nous invite à redéfinir les contours de l'engagement, de la réussite, et surtout, du rôle des femmes dans des domaines traditionnellement masculins.<sup>2</sup>

#### 3-3-1 De la Justice à la Terre : Une Transition Courageuse et Stratégique

**Lydia Merrouche** passe du droit à la terre avec détermination, guidée par des valeurs humaines et écologiques fortes.<sup>3</sup>

##### A- Une formation juridique solide, au service d'une vision sociale

**Lydia Merrouche** débute sa carrière en tant qu'avocate. Diplômée en droit, elle exerce dans le domaine juridique avec rigueur, mais ressent peu à peu le besoin d'avoir un impact plus direct et tangible sur sa société. Elle observe autour d'elle les défis liés à l'environnement, à l'alimentation et à l'autonomisation des femmes, ce qui éveille en elle une volonté de changement profond, autant personnel que professionnel.

##### B- Une décision de rupture motivée par l'utilité sociale

En 2016, **Lydia** opère un tournant radical. Elle choisit de quitter une carrière stable pour se reconverter dans un domaine à la fois inconnu et exigeant : l'agriculture biologique. Ce choix

---

<sup>1</sup> <https://www.unido.org> consulté le 20/05/2025

<sup>2</sup> <https://africe.womenintech.org/lydia-marrouche> consulté le 22/05/2025

<sup>3</sup> <https://www.impactyou.org/fr/entrepreneur/lydia-merrouche> consulté le 22/05/2025

## Chapitre III Femmes entrepreneurs en Algérie : «Exemple de leadership et de créativité ».

---

s'inscrit dans une dynamique de sens : elle souhaite contribuer à la santé publique, à la préservation des ressources naturelles et à la création d'emplois durables. Ce changement ne répond pas à une opportunité économique classique, mais bien à une vocation environnementale et sociétale.

### C- Une reconversion appuyée par la formation et l'expérimentation

Consciente de ne pas posséder les compétences techniques du métier, **Lydia** suit une formation spécialisée en agriculture biologique en Espagne, où elle apprend les fondements de la culture respectueuse des sols, la gestion durable de l'eau, les cycles de production bio, et les normes de certification. Ce bagage lui permet d'imaginer un modèle d'exploitation agricole fondé sur des principes écologiques rigoureux.

### D- Une implantation stratégique à Fossoul

Elle crée **Fossoul Agricole**, une ferme à Chéraga, localité à la fois accessible aux circuits urbains et proche de terres agricoles fertiles. Le site est pensé comme un espace pilote pour expérimenter des méthodes de culture bio, tout en répondant à une demande locale croissante en produits sains. Dès les débuts, **Lydia** adopte une approche complète : production, distribution, sensibilisation et transformation.

### 3-3-2 Fossoul Agricole

**Fossoul Agricole** est l'aboutissement du parcours de reconversion de **lydia Merrouche**. Cette ferme bio se distingue par son modèle responsable et ses pratiques durables.<sup>1</sup>

#### A- Une Ferme Innovante et Responsable

**Fossoul Agricole** est bien plus qu'une exploitation agricole. C'est une entreprise à mission. Elle produit des fruits et légumes biologiques certifiés, sans pesticides ni engrais chimiques. Les cultures sont menées selon des principes agro-écologiques : compostage, associations de plantes, rotation des cultures et irrigation raisonnée. L'exploitation se veut un modèle de durabilité locale.

---

<sup>1</sup> <https://fossoul.com> consulté le 22/05/2025

## Chapitre III Femmes entrepreneurs en Algérie : «Exemple de leadership et de créativité».

---

### B- La stevia bio : la première en Algérie

**Lydia** innove rapidement avec la culture de la stevia biologique, une plante encore méconnue en Algérie, mais recherchée pour ses propriétés sucrantes naturelles et sans calories. Elle devient ainsi la première femme dans le pays à introduire cette culture à usage nutritionnel, anticipant l'intérêt grandissant pour des alternatives naturelles au sucre.

### C- Le lancement des paniers bio livrés à domicile

En 2018, elle lance un service pionnier de livraison de paniers 'bio' à domicile. Cette initiative répond à un double besoin : celui de la consommation d'un côté, et celui de la santé d'un autre côté. Ce modèle permet aux familles, notamment dans les grandes villes, d'accéder facilement à des produits 'bio' locaux. Le service connaît un essor important, d'abord auprès de la diaspora, puis d'un public plus large.

### D- La transformation

En 2019, **Lydia** investit dans un atelier de transformation intégré. Ce lieu permet de prolonger la vie des produits frais (sous forme de confitures, sauces, bocaux) tout en créant une ligne de produits à forte valeur ajoutée. Cette étape stratégique permet de :

- Réduire les pertes agricoles ;
- Diversifier les revenus ;
- Créer des emplois permanents ;
- Maîtriser la qualité de bout en bout.

### E- L'approche intégrée "de la terre à la table"

L'un des aspects uniques du projet est la collaboration entre **Lydia** et son mari, chef cuisinier. Ensemble, ils développent un modèle où les produits 'bio' sont non seulement cultivés, mais aussi valorisés dans des recettes gastronomiques. Cela donne naissance à une vision complète de l'alimentation : production – transformation – consommation responsable. Le projet incarne une agriculture du XXIe siècle, locale, saine, connectée à la gastronomie et à la culture.

## Chapitre III Femmes entrepreneurs en Algérie : «Exemple de leadership et de créativité ».

---

### 3-3-3 Une Femme Leader Engagée : Impact Féminin, Écologique et Social

A travers son engagement, **Lydia Merrouche** incarne une nouvelle génération de femmes leaders qui transforment l'agriculture, valorisent l'environnement et soutiennent l'autonomisation sociale.<sup>1</sup>

#### A- Une femme cheffe dans un secteur d'hommes

**Lydia Merrouche** évolue dans un milieu agricole encore largement dominé par les hommes, surtout en Algérie. En créant et dirigeant sa propre exploitation, elle redéfinit les rôles sociaux associés au genre. Elle prouve que les femmes ont leur place dans l'agriculture, non pas comme main-d'œuvre secondaire, mais comme dirigeantes, innovatrices et visionnaires.

#### B- Créatrice d'emplois pour les femmes rurales

Dans son atelier de transformation, **Lydia** emploie majoritairement des femmes issues de la région. Elle leur offre des conditions de travail dignes, une formation professionnelle et une indépendance financière.

Son approche contribue directement à l'autonomisation des femmes rurales, et au développement économique local.

#### C- Une militante de l'agriculture biologique et de l'environnement

Au-delà de son entreprise, **Lydia** est une voix engagée pour l'agriculture durable. Elle participe à des conférences nationales et internationales (comme MedClimat, SIAL Africa), où elle partage son expérience et plaide pour un changement de modèle agricole en Afrique du Nord.

Son combat est aussi celui de la préservation de la biodiversité, de la protection des sols et de la sécurité alimentaire.

---

<sup>1</sup> <https://wia-initiative.com/wia-54/lydia-merrouche> consulté le 22/05/2025

## Chapitre III Femmes entrepreneurs en Algérie : «Exemple de leadership et de créativité ».

---

### D- Une figure de l'entrepreneuriat féminin africain

**Lydia Merrouche** est récompensée à plusieurs reprises pour son parcours exemplaire. En 2022, elle devient lauréate du prix Women In Africa (WIA), qui distingue les femmes africaines ayant un impact positif dans leurs communautés. Cette reconnaissance vient souligner l'importance de son rôle dans l'écosystème entrepreneurial et social algérien.

### E- Une inspiration pour la jeunesse

Enfin, Lydia incarne une source d'inspiration pour la jeunesse algérienne et africaine. Son histoire démontre que l'on peut changer de voie, entreprendre avec sens, réussir sans renier ses valeurs, et surtout, créer un impact réel à travers un projet enraciné dans la terre et porté par la passion.

### Conclusion

En conclusion, bien que l'entrepreneuriat féminin en Algérie connaisse un essor encourageant, il reste encore de nombreux défis à relever. Les femmes entrepreneures doivent naviguer dans un environnement souvent hostile, entre inégalités structurelles et obstacles administratifs. Toutefois, les succès emblématiques de femmes comme celles présentées dans ce chapitre offrent un souffle d'espoir et une preuve vivante que les mentalités évoluent. À travers leur résilience et leur ingéniosité, elles ouvrent la voie à une nouvelle génération d'entrepreneures, prêtes à prendre part au développement économique du pays.

# **Conclusion général**

## Conclusion général

---

L'entrepreneuriat féminin, longtemps relégué à la périphérie des dynamiques économiques en Algérie, s'impose aujourd'hui comme un levier de transformation sociale et de développement inclusif. Loin d'être une simple déclinaison genre de l'activité entrepreneuriale, il incarne un processus d'émancipation, de conquête de l'autonomie et de reconfiguration des rapports sociaux et économiques au sein de la société algérienne. À travers les différents axes explorés dans ce mémoire, il est apparu que l'acte d'entreprendre chez les femmes ne résulte ni d'un hasard ni d'un simple besoin de subsistance, mais bien souvent d'un élan porté par la volonté de créer, de s'affirmer et d'apporter une valeur ajoutée à leur environnement immédiat.

L'analyse des réalités du terrain a mis en lumière une double dynamique : d'une part, des femmes de plus en plus nombreuses et audacieuses, qui investissent des secteurs variés et parfois traditionnellement masculins ; d'autre part, un écosystème entrepreneurial encore fragile, traversé par des pesanteurs socioculturelles, des inégalités d'accès aux ressources, et des dispositifs de soutien souvent inadaptés à leurs spécificités. Les initiatives portées par les femmes témoignent pourtant d'une résilience remarquable, souvent nourrie par des parcours atypiques, des ressources informelles et un fort ancrage communautaire.

Dans cette perspective, promouvoir l'entrepreneuriat féminin ne saurait se limiter à des mesures ponctuelles ou à une simple intégration statistique dans les politiques publiques. Il s'agit d'envisager une approche structurelle, inclusive et contextualisée, capable de lever les freins systémiques et de valoriser les trajectoires féminines dans toute leur diversité. Cela implique une révision des normes sociales, une sensibilisation aux représentations du rôle économique de la femme, ainsi qu'une meilleure articulation entre les institutions, les mécanismes d'accompagnement, et les besoins spécifiques des entrepreneures.

Enfin, l'entrepreneuriat féminin en Algérie ne se définit pas seulement par des chiffres ou des dispositifs d'aide ; il incarne une vision renouvelée de l'économie, portée par des femmes qui, en bâtissant leurs projets, contribuent silencieusement mais sûrement à redessiner les contours d'une société plus égalitaire, plus créative et plus solidaire. Il appartient désormais aux acteurs publics, privés et à la société civile de reconnaître cette richesse, de l'encourager et de l'inscrire durablement dans les stratégies de développement national.

# **Bibliographie**

## Bibliographie

---

### Les ouvrages

- Berreziga , A. Meziane , « La culture de l'entrepreneuriat chez les entrepreneurs algériens»,2012. Colloque National sur les stratégies d'organisation et d'accompagnement des PME en Algérie, p, 2.
- R Hisrich et M Peters, « Entrepreneurship, lancer élaborer et gérer une entreprise» ,1991 éd, économique paris p 11.
- G.Bressy et C.Konkuyt, mangement et économie des entreprises, Paris, Foucher, 2013 p 11.
- G.B Say « traité conomique politique » Calmann-Lévy, Paris 1803 page 112
- J.A Schumpeter « Théorie de l'évolution économique » Dalloz, Paris 1935, p.74
- A. Fayolle, Entrepreneuriat-Théories et pratiques : Applications pour apprendre à entreprendre, 3<sup>e</sup> édition, Dunod, Paris, 2017, p 45, p 60
- S. Sarasvathy, D.Effectuation : Elements of Entrepreneuriat Expertise, 2<sup>e</sup> édition, Edwars Elgar publishing, Cheltenham, 2022, p 45-110.
- Th. Verstraete & B.Saporta,. Création d'estreprise : une approche par les modèles. De Boeck Supérieur, Bruxelles, 2011, p 85-90.
- S. Bécuwe, , et al. Gestion financière de l'entreprise. Dunod, Paris, 2017, p 22-39.
- Hisrich, Robert D, et al.Entrepreneurship.McGraw-Hill Education, 10<sup>e</sup> édition, 2017, p 241-255
- OECD. Entrepreneurship et a Glance 2017. OECD publishing, Paris, 2017, p 16-30.
- Deci, Edward L,& Ryan, Richard M.intrinsic Motivation and Self-Determination in Human Behavior. Sprinder, Boston, 1985, p 145-163.
- Ministère des Finances – Direction Générale des Impôts (2021). Guide des mesures fiscales incitatives.
- Journal d'études fiscales, dossier 12/ numéro 22 (2023), page 96/108.
- ANADE, Guide des avantages fiscaux pour jeunes promoteurs, édition 2021.
- ANADE-Dispositif d'aide après exonération, circulaire interne 2018.
- République Algérienne Démocratique et Populaire. Cadre législatif et réglementaire relatif aux dispositifs de soutien à l'entrepreneuriat et aux incitations fiscales (ANADE, CNAC, loi de finances 2025, DGI). Ministère du Travail, de l'Emploi et de

## Bibliographie

---

Sécurité Sociale-Direction Générale des Impôts-Journal Officiel de la République Algérienne, 2025

- Jean-Pierre Leac, « [\*Innovation : histoire d'un concept à succès\*](#) », sur Les Cahiers de l'innovation, 9 novembre 2020
- OCDE (2020). Tax Incentive for Investment-A Global Perspective.
- Rothwell, R. (1992). Successful industrial innovation : Critical factors for the 1992s. *R&D Management* ,22(3),22-239
- Denieuil, Pierre-Noël. *Entrepreneurs maghrébins : Terrains en développement*, Éditions Karthala, Paris, 2010.
- Agri, Hassiba. *Les obstacles au financement de l'entrepreneuriat*, Mémoire de Master, Université Abderrahmane Mira – Béjaïa, Béjaïa, 2013.
- Albert N. Link, *Public/Private Partnerships*, Springer, Boston, 2006, p71-72
- (D. Lavoie, « Etude des besoins des entrepreneuses propriétaire de micro entreprise privées ou travailleuses autonomes de la ville de Longueuil», (1998), P3)
- S.A. KOUNTA, « Caractéristiques de l'entrepreneuriat féminin au Mali».1997, p 19.
- Yousfi, H. (2015). Femmes et entrepreneuriat en Afrique du Nord : entre résistances et innovations. *Revue Tiers Monde*, n° 224, 2015/4, pp. 57-75.
- Un manuel pour les praticiens «promotion de l'entrepreneuriat féminin -les stratégies et outils du cycle de projet» Page 1, 2003.
- B. KAMEL « L'entrepreneuriat féminin comme facteur de réduction d'inégalité des genres en Algérie : enjeux & perspectives» Colloque international sur l'Emergence des femmes dans le monde de l'entrepreneuriat en Algérie : Opportunités contraintes et perspectives, Hôtel Hilton, Alger le 31/03/2008.
- OCDE «Promouvoir l'entrepreneuriat et les PME innovantes dans une économie mondialisée : Vers une mondialisation plus responsable et mieux partagée» Istanbul, Turquie, 3-5 juin 2004, page 04.
- O. Zoubida et T. Rachid-Sofiane, « L'entrepreneuriat féminin en quête de défis et d'opportunités : Profils, motivations et freins dévoilés », *Revue algérienne d'économie et gestion*, vol. 17, n° 1, 2023, pp. 163-182
- Gh. Boufeldja, « Motivation des femmes à l'entrepreneuriat en Algérie : Nécessité, auto-confirmation ou désir d'émancipation », *Revue de l'entrepreneuriat et du développement durable*, vol. 2, n° 1, 2020, pp. 124-143.

## Bibliographie

---

- Ait Sidhoum H., « La dynamique et les déterminants de la création des PME : cas de la wilaya de Bejaia », Colloque International (Création d'entreprises et territoires), Tamanrasset, Décembre 2006
- Assala K., Tounés A., « Influences culturelles sur les comportements managériaux d'entrepreneurs algériens», 5ème congrès de l'Académie de l'Entrepreneuriat - Sherbrooke - Canada - Octobre 2007
- B. Nacéra, *Le business plan : outil de planification et de gestion*, Éditions ENAG, Alger, 2019, pp. 45-67.
- BPI France, *Guide de la Garantie Égalité Femmes*, BPI Éditions, Paris, 2022, pp. 12-25.
- B. Faïza, *Droit des sociétés commerciales en Algérie*, Éditions Casbah, Alger, 2021, pp. 89-112.
- Centre National du Registre du Commerce (CNRC), *Guide pratique de création d'entreprise*, CNRC Éditions, Alger, 2023, pp. 15-30.
- Kh. Samir, *La rédaction des statuts des sociétés commerciales*, Éditions L'Harmattan, Paris, 2020, pp. 55-78.
- S. Ratté (1999), « Les femmes entrepreneurs au Québec : qu'en est-il », Fédération de l'Entreprise Indépendante, Montréal, mars, p.4-5
- **Constantinidis, Cécile.** *Entreprendre au féminin : enjeux et réalités.* De Boeck Supérieur, Bruxelles, 2010, pp. 85-102.
- F. K. HIEN (2002), « L'Entrepreneuriat féminin au Burkina Faso : une étude exploratoire», Septembre, p.14.
- T.LEVY TADJINE, J. ZOUITEN (2005), « Les femmes et les immigrés ont-ils besoins d'un accompagnement entrepreneurial spécifique ? », IVème Congrès de l'Académie de l'Entrepreneuriat, paris, 24-25 Novembre, p.3-4.
- *Ministère de la Solidarité nationale, de la Famille et de la Condition de la femme*, "Étude exploratoire sur l'accès des femmes au financement en Algérie", Friedrich-Ebert-Stiftung, 2016, p. 15
- *Centre de Recherche en Économie Appliquée pour le Développement (CREAD)*, "L'entrepreneuriat féminin en Algérie", 2025, p. 22
- Ch. Mustapha, T.O. L Wassila, T.M Fatima, "Le réseautage : un outil d'apprentissage entrepreneurial chez les femmes entrepreneures algériennes", Université Mohamed Khider, Biskra, 2014, p. 5

## Bibliographie

---

- *Centre de la Femme Arabe pour la Formation et la Recherche (CAWTAR)*, "Accès aux marchés : état des lieux et tendances", 2022, p. 18.
- *Centre de la Femme Arabe pour la Formation et la Recherche (CAWTAR)*, "Les femmes entrepreneures en Algérie : contraintes culturelles et désir d'émancipation", 2018, p. 7.
- Compilation basée sur les données de l'Office National des statistiques (ONS, mars 2025), Ministère de l'Industrie et de la PME (janvier 2025), ONU Femmes Algérie (2024), Banque d'Algérie (2024).
- compilation basée sur les données de l'Office National des Statistiques (ONS, mars 2025), Ministère de l'industrie et de la PME (janvier 2025), ONU Femmes Algérie (2024), Banque d'Algérie (2024) et World Economic Forum (2024).
- Centre National du Registre du commerce (CNRC), Rapport annuel 2023-2024

### Les sites internet

- <https://www.iciinformation.com>
- <https://bpifrance-creation.fr/moment-de-vie/quest-ce-quun-entrepreneur>
- <https://www.study.com>
- <https://www.shopify.com>
- <https://www.esam-ecoles.com/entrepreneuriat>
- <https://www.pourquoi-entreprendre.fr/piliers-esprit-entreprendre>
- <https://consulat-lyon-algerie.fr/wp-content/uploads/2018/12/ANSEJ.pdf>
- <https://www.ansej.org.dz>
- <https://consulat-lyon-algerie.fr/wp-content/uploads/2018/12/ANSEJ.pdf>
- [https://www.cnac.dz/site\\_cnac\\_new/web%20pages/fr/FR\\_PresentationCNAC.aspx](https://www.cnac.dz/site_cnac_new/web%20pages/fr/FR_PresentationCNAC.aspx)
- <https://www.angem.dz/fr/presentation/>
- <https://www.insee.fr>
- <https://www.morebooks.de/store/fr/book/conseils-pratiques-pour-jeunes-entrepreneurs-camerounais/isbn.com>
- <https://www.odilejacob.fr/catalogue/sciences-humaines/economie/pouvoir-destruction-creatrice.com>
- <https://blovua.mondoblog.org>
- <https://www.worldbank.org/mena>
- <https://www.oecd.org/publication/the-missing-entrepreneurs-2021>
- <http://www.ioe-emp.org>

## Bibliographie

---

- <https://www.egalite-femmes-hommes.gouv.fr/sites/efh/files/migration/2021/11/DGE-DGCS-femmes-et-entrepreneuriat>
- <https://www.admissions.fr>
- <https://www.lemlist.com>
- <https://www.maisonkhazana.dz>
- <https://maghrebactu.com/une-specialite-fromagere-algerienne-decroche-la-medaille-dor-au-mondial-du-fromage-de-tours>
- <https://www.tsa-algerie.com/le-premier-fromage-presse-de-lait-de-chamelle-est-algerien>
- <https://www.beurfm.net/une-specialite-algerienne-remporte-la-medaille-d-or-au-mondial-des-fromages-de-tours>
- <https://maghreb.unwomen.org/fr>
- <https://raise.algerie-giz.org/>
- <https://www.switchmed/>
- <https://www.circulareconomy.europa/>
- <https://www.agrimaroc.ma/>
- <https://www.unhabitat.org>
- <https://www.raise.algerie-giz.org>
- <https://www.unido.org>
- <https://africe.womenintech.org/lydia-marrouche>
- <https://www.impactyou.org/fr/entrepreneur/lydia-merrouche>
- <https://fossoul.com>
- <https://wia-initiative.com/wia-54/lydia-merrouche>

### Textes réglementaires

- Loi de finances complémentaire 2010- Décrets exécutifs relatifs à l'ANADE.
- Article de ASJP « Perspective, femme algérienne 1830-1962 »
- Article de ASJP « Les femmes au foyer en Algérie : une réalité ou une représentation nostalgique »
- Article de ASJP « Emploi des jeunes en Algérie : une vision nouvelles »
- Rapport de l'OIT « Evolution nationale du développement de l'entrepreneuriat féminin en Algérie »

# **Table des Matière**

# Table des matières

<b>Introduction générale</b>	01
<b>Chapitre I : L'entrepreneuriat: concepts et évolution</b>	03
<b>Introduction</b>	03
<b>Section 1 : Aperçu général sur l'entrepreneuriat</b>	03
1-1 Définition des concepts clé de l'entrepreneuriat	03
1-1-1 Définition de l'entrepreneuriat	03
1-1-2 Définition de l'entreprise	04
1-1-3 Définition de l'entrepreneur	04
1-2 Les caractéristiques de l'entrepreneur à succès	05
1-2-1 Construire des bases solides pour le futur	05
1-2-2 Avancer avec une vision claire	05
1-2-3 Transforme les échecs en opportunités	05
1-2-4 Créer ses propres opportunités	06
1-2-5 Accueillir les recommandations avec intelligence	06
1-2-6 Définir sa propre vision de succès	06
1-3 L'esprit entrepreneurial	06
1-3-1 Définition de l'esprit entrepreneurial	07
1-3-2 Clé essentielles pour cultiver l'esprit entrepreneurial	07
A. Dynamisme intellectuel et estime de soi	07
B. L'innovation eu service de l'esprit entrepreneurial	07
C. La communication et l'esprit d'équipe au cœur de l'entrepreneuriat	08
D. Adaptabilité et encadrement structurant	08
E. La maîtrise des finances	08
F. L'accompagnement par des monitors	08
<b>Section 2 : Fondement de l'entrepreneuriat : forme, piliers, objectifs</b>	09
2-1 Entrepreneuriat : Les formes à connaître	09
2-1-1 L'entrepreneuriat ex-nihilo	09
2-1-2 La reprise d'entreprise	10
2-1-3 L'intrapreneuriat et l'extrapreneuriat	10
A- L'intrapreneuriat	10

B- L'extrapreneuriat	10
2-1-4 L'entrepreneuriat par franchise	11
2-1-5 L'auto-entrepreneuriat	11
2-1-6 L'entreprise par essaimage	
2-1-7 L'entrepreneuriat public et social	11
A- L'entrepreneuriat public	11
B- L'entrepreneuriat social	11
2-2 Les piliers de l'entrepreneuriat	12
2-2-1 Le pilier Vision : la base de l'entrepreneuriat	12
2-2-2 Le pilier Motivation : l'essence même de l'action	13
2-2-3 Le pilier Résilience : continuer d'avancer malgré les difficultés	13
2-2-4 Le pilier Connexion : savoir s'entourer pour mieux avancer	13
2-3 Les objectifs essentiels de l'entrepreneuriat : réussir en affaires	13
2-3-1 Les objectifs financiers dans l'entrepreneuriat	14
A- Différentes motivation financières	14
B- Stratégies pour atteindre les objectifs financiers	14
C- Mesurer le succès financier	15
2-3-2 Les objectifs non financiers dans l'entrepreneuriat	15
A- Innovation et résolution de problèmes	15
B- Création d'emploi et impact économique	15
C- Épanouissement personnel et réalisation de soi	16
<b>Section 3 : Politique de soutien et initiatives pour encourager l'entrepreneuriat en Algérie</b>	16
3-1 Accompagnement institutionnel structuré	16
3-1-1 L'ANADE	16
A- Présentation de l'agence	17
B- Objectifs principaux de l'ANADE	17
C- Condition d'éligibilité	17
D- Montant maximum de l'investissement	18
3-1-2 La CNAC	18
A- Présentation de la CNAC	18
B- Les missions de la CNAC	19
a- L'indemnisation du chômage	19

b- Les mesures actives	19
c- L'aide à la création d'activités pour les chômeurs promoteurs âgés de 35 à 50 ans	20
d- Le dispositif de Soutien à la création et à l'extension d'activités pour les chômeurs promoteurs âgés de 30 à 50 ans	20
e- Dispositif portant mesures d'encouragement et d'appui à la promotion de l'emploi	20
3-1-3 L'ANGEM	21
A- Aperçu historique	21
B- Contexte économique et social de naissance	22
3-2 Avantages fiscaux et facilités financières	22
3-2-1 Exonération fiscales	22
A- Le concept d'incitations fiscales	22
B- Des raisons pour accorder des incitations et des exonérations fiscales	22
3-2-2 Incitations fiscales accordées par l'Agence nationale de soutien et de développement de l'entrepreneuriat ANADE (anciennement ANSEJ)	24
A- Avantages accordés pendant la phase d'achèvement	24
B- Avantages accordés pendant la phase d'exploitation	25
C- Après la fin de la période d'exemption	26
3-2-3 Modification fiscales pour stimuler l'innovation et soutenir les startups dans la loi de finances 2025	26
A- Incitation fiscales pour l'investissement en recherche et développement	27
B- Exonérations pour encourager les startups et l'entrepreneuriat	27
C- Renforcement de l'écosystème d'innovation par le soutien aux incubateurs et au financement	27
3-3 Promotion de l'innovation et de l'entrepreneuriat jeune	28
3-3-1 Définition de l'innovation et de l'entrepreneuriat jeune	28
A- Définition de l'innovation	28
B- L'entrepreneuriat jeune	29
3-3-2 L'importance de l'innovation portée par les jeunes	29
3-3-3 Obstacle rencontrés par les jeunes entrepreneurs	29
A- Comprendre le paysage entrepreneurial de la région	30
B- Les obstacles financiers	30
C- Les difficultés liées à la mise en réseau et à la visibilité	30
D- Le défi de l'innovation et de la compétitivité pour les jeunes entrepreneurs	30

<b>Conclusion</b>	31
<b>Chapitre II : L'entrepreneuriat féminin en Algérie</b>	32
<b>Introduction</b>	32
<b>Section 1 : Cadrage théorique</b>	32
1-1 Notion sur l'entrepreneuriat féminin	32
1-1-1 Définition de l'entrepreneuriat féminin	32
1-1-2 L'évolution historique de l'entrepreneuriat féminin en Algérie	33
A- Avant l'indépendance (avant 1962)	33
B- Les premières décennies après l'indépendance (1962-1980)	33
C- L'émergence progressive (1990-2000)	34
D- La consolidation et la croissance (2010- aujourd'hui)	34
1-2 Le rôle de la femme entrepreneure en tant qu'agent économique	34
1-2-1 Moteur de croissance économique	35
1-2-2 L'investissement et diversification	35
1-2-3 Facteurs de développement	35
1-2-4 Compétition et concurrence	35
1-2-5 Innovation	35
1-2-6 Création d'emploi	36
1-2-7 Management et organisation	36
1-2-8 Intérêt mondial	36
1-3 Profile et dynamique de l'entrepreneuriat féminin en Algérie	36
1-3-1 Les statistiques sur l'entrepreneuriat féminin en Algérie	36
1-3-2 Les caractéristiques des femmes entrepreneurs	38
A- L'âge de la femme entrepreneure	38
B- Le niveau d'éducation et de formation	38
C- La situation familiale	38
D- L'expérience antérieure	39
<b>Section 2 : Démarche et tendance de l'entrepreneuriat féminin</b>	39
2-1 Les étapes pour devenir une femme entrepreneur	40
2-1-1 Valider son idée et se préparer	40
A- Identifier et valider son idée entrepreneuriale	40
B- Acquérir les compétences nécessaires	40
C- Construire un projet solide	41

D- Construire un business plan solide	41
E- Rechercher des financements	41
2-1-2 Lancer officiellement son entreprise	42
A- Choisir un statut juridique adapté	42
B- Effectuer les démarches administratives et fiscales	42
C- Rédiger les statuts de l'entreprise	43
2-2 Secteur d'activités des femmes en Algérie	43
2-3 Caractéristiques des entreprises privilégiées par les femmes en affaires	45
2-3-1 Secteur d'activité	45
2-3-2 Taille de leurs entreprises créées	46
2-3-3 Style du management spécifique	47
<b>Section 3 : Analyse des motivations, des opportunités et des défis rencontrés par les femmes entrepreneur</b>	48
3-1 Les facteurs de motivation des femmes à entreprendre	48
3-1-1 Le désir d'indépendance	48
3-1-2 Le développement personnel	49
3-1-3 La conciliation entre vie professionnelle et vie familiale	49
3-2 Les nouvelles opportunités dans l'entrepreneuriat féminin	49
3-2-1 Les aides financières spécifiques	49
3-2-2 Les réseaux de femmes entrepreneurs	50
3-2-3 Le développement de politiques inclusives	50
3-3 Entre freins et défis : une étude des dynamiques de l'entrepreneuriat féminin en Algérie	50
3-3-1 Age et genre face aux obstacles de l'entrepreneuriat	50
A- Tranche d'âge 18 – 24 ans	51
B- Tranche d'âge 25 – 34 ans	51
C- Tranche d'âge 35 – 44 ans	52
D- Tranche d'âge 45 – 54 ans	52
E- Tranche d'âge 55 – 64 ans	52
F- Tranche d'âge 65 – 70 ans	52
3-3-2 L'accès au financement	53
3-3-3 Le besoin d'une formation spécifique	53
3-3-4 Intégration aux réseaux professionnels	54

3-3-5 Accès au marché, et à l'information	55
3-3-6 La femme algérienne face aux normes culturelles	55
<b>Conclusion</b>	55
<b>Chapitre III : Femmes entrepreneures en Algérie : «Exemple de leadership et de créativité ».</b>	57
<b>Introduction</b>	57
<b>Section 1 : Enquête de terrain : Témoignages et parcours de femmes entrepreneurs</b>	58
1-1 Étude de cas : Samira TV, une entreprise audiovisuelle fondée par une femme	58
1-1-1 Démarches de contact et visite du siège administratif à Bordj El Kiffan	58
1-1-2 Contraintes rencontrées lors de la collecte des données	59
1-1-3 Exploitation des données reçues et recours à des sources secondaires	59
1-1-4 Synthèse des apports de cette expérience de terrain	60
1-2 L'entreprise « Khalliha 3lina » : une startup innovante dirigée par une femme	60
1-2-1 Visite au siège de Tizi Ouzou et rencontre avec la fondatrice	61
1-2-2 Collecte, traitement et valorisation des données recueillies	61
1-3 D'autres exemples sur l'entrepreneuriat féminin en Algérie	62
1-3-1 Analyse Empirique à Travers la Recherche Documentaire en Ligne sur l'Entrepreneuriat Féminin.	62
A- Démarche méthodologique : Justification et cadre de l'étude documentaire	62
B- Sélection des profils étudiés	62
1-3-2 Études de Cas de Femmes Entrepreneures Algériennes Issues de la Recherche en Ligne	63
A- Lydia Merrouche : Une agricultrice engagée pour une agriculture durable	63
B- Imane Harkouk : Réinventer l'art du fromage artisanal en Algérie	63
C- Fella Bouti : Entrepreneuriat vert et leadership environnemental féminin	64
1-3-3 Analyse Transversale et Limites Méthodologiques de la Recherche Documentaire	64
A- Points communs entre les profils étudiés	64
B- Apports de la recherche documentaire à l'approche empirique	64
C- Limites et complémentarité avec l'enquête de terrain	65
<b>Section 2 : Voix féminines de l'entrepreneuriat : de la cuisine télévisée à l'innovation digitale</b>	65

2-1 Samira TV : De la cuisine traditionnelle à l'empire médiatique féminin	65
2-1-1 Présentation de Samira TV	65
A- Présentation de la fondatrice	65
B- Création et évolution de la chaîne Samira TV	66
a- Les Premiers Pas de Samira TV	66
b- Samira TV Grandit : Diversification et Innovation	66
c- Une Présence Établie et une Diffusion Élargie	66
C- Objectifs et vision de la chaîne	67
2-1-2 Les Fondations de Samira TV : Contenu, Leadership et Infrastructure	67
A- Moyens techniques et ressources matérielles	67
a- Espaces spécialisés	68
b- Espaces annexes	68
B- L'équipe dirigeante	68
C- Politique de contenu	68
2-1-3 Stratégies de monétisation de Samira TV	69
A- Publicité télévisée : C'est la plus grande source d'argent	69
B- L'ANEP	69
C- Partenariats et sponsoring	69
D- Monétisation YouTube	70
E- Produits dérivés : e-commerce	70
F- Événements et concours	70
G- Programmes éducatifs et incubateurs : startup Académie	70
2-2 Kheliha 3lina : Une startup au cœur de l'innovation économique en Algérie	71
2-2-2 Le parcours de la fondatrice : Massissilia Boussafeur	71
A- Parcours entrepreneurial	71
B- Obstacles et résilience	72
2-2-3 Kheliha 3lina : La révolution digitale des services du quotidien	72
A- À l'origine de Kheliha 3lina : un déclic, une vision	72
B- L'écosystème Kheliha 3lina : pour les clients et les prestataires	73
C- Positionnement stratégique	73
2-2-4 Ressources, soutien et développement	74
A- Financement et accompagnement	74
B- Équipe et organisation de « Kheliha 3lina »	75

C- Accompagner une transformation culturelle dans un marché en mutation	75
<b>Section 3 : D'autres femmes entrepreneur en Algérie</b>	76
3-1 Maison Khazana : l'ambassadrice du fromage en Algérie	76
3-1-1 Le Parcours d'Imen Harkouk : De la Vie de Famille à l'Entrepreneuriat	76
A- Origines de Imen Harkouk	76
B- Parcours Professionnel	77
C- Lancement de Maison Khazana	77
3-1-2 Maison Khazana : Un Projet Entrepreneurial Authentique	78
A- Activité Principale et Produits	78
B- Innovations et Offres Originales	79
3-1-3 Impact, Réussite et Perspectives	79
A- Reconnaissance et Rayonnement International	80
B- Rôle et Influence dans le Contexte Algérien	80
C- Ambitions Futures	81
3-2 De Biskra à Londres : Fella Bouti sacrée pionnière de l'entrepreneuriat vert féminin	81
3-2-1 De la Terre aux Idées : Le Parcours d'une Visionnaire Algérienne	81
A- Racines et Formation	81
B- Premiers Pas dans l'Entrepreneuriat Vert	82
3-2-2 Une Innovation Écologique au Service de l'Urbanisme Durable	82
A- Un Concept Écoresponsable à Fort Impact Environnemental	82
B- Technologie, Design et Fonctionnalité : Une Solution Clé-en-Main	83
C- Des Retombées Environnementales et Sociales Tangibles	84
3-2-3 Ambitions et Perspectives d'Avenir	84
A- Une Production Artisanale en Pleine Évolution	84
B- Une Gamme Élargie de Produits Verts	85
C- Un Rêve à Portée Régionale	85
3-3 Lydia Merrouche « agricultrice »	86
3-3-1 De la Justice à la Terre : Une Transition Courageuse et Stratégique	86
A- Une formation juridique solide, au service d'une vision sociale	86
B- Une décision de rupture motivée par l'utilité sociale	86
C- Une reconversion appuyée par la formation et l'expérimentation	87
D- Une implantation stratégique à Foussoul	87

3-3-2 Fossoul Agricole	87
A- Une Ferme Innovante et Responsable	87
B- La stevia bio : la première en Algérie	88
C- Le lancement des paniers bio livrés à domicile	88
D- La transformation	88
E- L'approche intégrée : de la terre à la table	88
3-3-3 Une Femme Leader Engagée : Impact Féminin, Écologique et Social	89
A- une femme cheffe dans un secteur d'hommes	89
B- Créatrice d'emplois pour les femmes rurales	89
C- Une militante de l'agriculture biologique et de l'environnement	89
D- Une figure de l'entrepreneuriat féminin africain	90
E- Une inspiration pour la jeunesse	90
<b>Conclusion</b>	90
<b>Conclusion général</b>	91
Liste bibliographie	92
Table des matières	97

### **Résumé :**

Ce mémoire étudie le parcours des femmes entrepreneures en Algérie, en analysant les facteurs sociaux, économiques et culturels qui influencent leur réussite. À travers des enquêtes et des témoignages, l'auteure cherche à comprendre les motivations, les difficultés rencontrées, ainsi que les éléments qui favorisent ou freinent la création et la pérennité des entreprises dirigées par des femmes.

L'étude montre que malgré les progrès réalisés, les femmes font encore face à plusieurs obstacles, comme le manque de financement, les préjugés sociaux et les responsabilités familiales. Cependant, de nombreuses femmes parviennent à s'imposer grâce à leur persévérance, leur esprit d'innovation et le soutien de certaines structures d'accompagnement.

Ce travail met en lumière le rôle important de l'entrepreneuriat féminin dans le développement économique et social du pays, et appelle à renforcer les politiques de soutien pour encourager davantage de femmes à entreprendre.

### **Les mots clés :**

Entrepreneuriat féminin

Femmes entrepreneures

Parcours entrepreneurial

Autonomisation économique

Défis et obstacles

Accès au financement

Insertion professionnelle

Développement économique