

Le processus entrepreneurial féminin en Algérie The entrepreneurial processus among women in Algeria

Sekkal Houria¹

¹Université Oran 2 Mohamed Ben Ahmed, houriasekkal61@gmail.com

Reçu le : 15-09-2020

Accepté le : 21-12-2020

Résumé :

Notre recherche portant sur le processus entrepreneurial féminin en Algérie, se propose de contribuer à la connaissance de l'entrepreneuriat féminin, de ses caractéristiques et ce, par la compréhension de la manière dont les femmes créent et développent leurs entreprises.

Notre travail met en œuvre une étude empirique, sur la base d'une double enquête qualitative et quantitative, afin d'explorer le rôle, les motivations, les caractéristiques et la diversité de ces entrepreneures.

Du fait de la spécificité du phénomène étudié, les femmes chefs d'entreprises, nous accorderons un intérêt particulier au milieu dans lequel elles évoluent. En effet, nous considérons que leur formation, le poids de l'histoire, la culture, les traditions et l'ordre établi, peuvent agir de manière contingente pour favoriser ou inhiber l'événement entrepreneurial

Mots clés : *entrepreneuriat, processus entrepreneurial, entrepreneuriat féminin, projet entrepreneurial, motivations entrepreneuriales.*

Codes Jel Classification: M13, L26,

Abstract:

Our research, entitled "the entrepreneurial process among women in Algeria", aims to spread women's entrepreneurship and its characteristics by understanding how women create and develop their businesses in Algeria.

The research implements an empirical study that makes it possible to explore the role, the characteristics and the diversity of women entrepreneurs in Algeria.

For a better understanding of the entrepreneurial phenomenon, especially when the research focuses on women entrepreneurs, it is essential to take into account the environment in which

¹ **Auteure correspondant :** SEKKAL Houria, houriasekkal61@gmail.com

they operate. Indeed, the weight of history, culture, tradition as well as the established order can have such an impact that they can either promote or inhibit entrepreneurial activity.

Key words : entrepreneurship, entrepreneurial process, female entrepreneurship, determinants of entrepreneurship, entrepreneurial project, entrepreneurial motivations

Codes Jel Classification : M13, L26

1. Introduction :

« Femme et entrepreneure », l'histoire nous confirme qu'au début du siècle dernier, ce vocable aurait relevé du non-sens ; et entrepreneure avec (e) n'aurait été qu'une faute de frappe.

Le travail féminin ne prend réellement son sens que lorsqu'il devient rémunéré. (Le travail domestique est exclu du champ de notre recherche).

Ce n'est qu'au cours des années 70 que les femmes sont plus présentes sur le marché du travail.

De nos jours, les entreprises dirigées par des femmes constituent une part importante du monde des affaires dans un nombre considérable de pays, notamment ceux membres de l'OCDE².

Notons cependant, que les économies de la région MENA³ enregistrent la plus faible proportion au monde de femmes employées. Elles ne représentent en 2015, selon l'OIT⁴, que 13% des travailleurs à leur compte.

La transition économique de l'Algérie vers l'économie de marché a permis l'émergence de nouveaux acteurs dans la sphère économique et sociale, dont les femmes, de plus en plus présentes dans le monde des affaires, les professions libérales et le secteur artisanal. Elles représentent un réservoir de croissance important, ce qui explique l'intérêt grandissant que leur accordent les pouvoirs publics.

Les efforts consentis par l'Etat en matière de formation (rappelons que 75% des diplômés universitaires sont des femmes), la mise en place de dispositifs d'appui au développement des PME (création des pépinières d'entreprises et dispositifs d'aides et d'accompagnement à la création d'entreprise tel que l'ANDP⁵, l'ANSEJ⁶, la CNAC⁷ et l'ANGEM⁸; ainsi que

² Organisation de coopération de développement économique

³ Middle East and North Africa

⁴ Organisation internationale du travail

⁵ Agence Nationale de Développement de l'Investissement

⁶ Agence nationale de soutien de l'emploi des jeunes

⁷ Caisse nationale d'assurance chômage

⁸ Agence national de gestion du micro crédit

l'encouragement adressé plus spécifiquement aux femmes a permis à plusieurs d'entre elles de disposer des fonds nécessaires au financement de leur projets.

Malgré ces mesures, les statistiques rendent compte de la persistante mais timide participation des femmes à l'activité économique. En effet, en Algérie le taux d'activité économique des femmes n'est que de 16,6%.

Elles ne représentent que 7,7% des entrepreneurs (ONS, Avril 2018), taux légèrement inférieur aux pays voisins puisqu'il se situe entre 10 et 11% au Maroc et en Tunisie (MIWE, 20 11 2019). Précisons cependant que ce taux oscille autour de 33% en Europe et de 50% aux Etats unis et au Canada selon les statistiques de la banque mondiale, (Halim, 5 Mars 2020).

On se demande alors qu'elles en sont les causes ? Existe-t-il des freins spécifiques à l'entrepreneuriat féminin ? S'agit-il de contraintes sociodémographiques liées au nombre d'enfants ou à un manque de formation ou sont-elles liées à des causes plus contextuelles. Le fait d'être femmes est-il un frein à l'entrepreneuriat ? Ou les raisons sont toutes autres ?

S'interroger sur le processus entrepreneurial féminin en Algérie, permet une meilleure compréhension de la manière dont les femmes perçoivent, créent et développent leurs entreprises en Algérie.

Ainsi, dans le cadre de cette recherche nous tentons de déterminer les causes et les raisons qui conduisent de plus en plus de femmes, seules ou en équipe à créer leur propre entreprise malgré les difficultés de cette profession et un environnement qui, a priori, ne semble pas toujours propice. On se demande alors, qui sont ces femmes et quel a été leur parcours ?

Notre travail s'intéresse au processus entrepreneurial de femmes en Algérie, et à la compréhension des principaux éléments ou facteurs encourageant ou inhibant cet acte. Nous cherchons à saisir les perceptions qu'elles en ont ainsi que de leur écosystème. Leurs perceptions évoluent et se construisent tout au long de leurs expériences et de leur parcours. Notre recherche s'inscrit dans une perspective à finalité exploratoire, approche descriptive et compréhensive du phénomène. Afin d'être au plus près de la réalité de ces femmes entrepreneures, nous choisissons d'effectuer une double enquête qualitative et quantitative qui permettra d'une part d'explorer les motivations, les caractéristiques et la diversité des femmes entrepreneures, et d'autre part de mieux saisir, à travers l'analyse du processus de création d'entreprise initié par celles-ci, leurs atouts et leurs contraintes..

Notre démarche méthodologique emprunte donc la triangulation des méthodes entendue, ici, comme une approche « multi méthodologique » dans la mesure où elle cherche à appréhender l'objet de la recherche, le processus entrepreneurial des femmes dans notre contexte national, par le biais de deux méthodes différentes et que nous jugeons complémentaires.

Dans le cadre de l'enquête qualitative, nous avons opté pour l'entretiens individuel semi directif, (appelé également grille ou canevas) car selon nous, il convient mieux à notre objet de recherche qui consiste à comprendre en profondeur les réalités des femmes entrepreneures. L'auteure Gavard- Perret (Gavard-Perret, 2012, p. 109) précise que ce type d'entretien est bien adapté pour l'exploration de processus individuels complexe (compréhension, évaluation, décision, appropriation, immersion, imagerie mentale, etc.).

L'une des principales difficultés lorsque l'on entreprend une recherche qualitative est l'utilisation de l'information recueillie qui peut être sous forme de texte écrit audio ou vidéo.

Précisons l'ensemble de nos entretiens sont transcrits et constitue le matériau sur lequel repose notre analyse. Pour le traitement des données recueillies, nous avons utilisé le logiciel NVivo 10, qui facilite le traitement des données qualitatives et nous fournit un moyen de gérer cette étape de manière à pouvoir accéder à chaque moment aux données sélectionnées et de les modifier si nécessaire. Il fait partie des logiciels ADQAO (Analyse de Données Qualitatives assistée par Ordinateur). Chaque texte, écrit, audio, ou vidéos exportés de nos fichiers vers ce logiciel constituera la source dans laquelle seront répertoriés et encodés par thèmes et par cas tous les documents nécessaires à notre analyse.

En complément de la recherche qualitative qui tend à privilégier les questions de type "comment" et "pourquoi", la démarche quantitative s'orientera d'avantage vers un questionnement de type "combien" et "à quelle fréquence". Ce type d'enquête permet de façon aisée de recueillir des informations liées à des attributs démographiques et permet d'interroger simultanément un grand nombre d'acteurs. L'enquête est mise en œuvre grâce à un questionnaire, qui sert d'instrument de recueil des données. Certaines questions sont ouvertes (pour lesquelles nous ne proposons pas de modalité de réponse) et d'autres fermées dont les modalités de réponses sont précodées. Elles consistent à répondre par un chiffre (Age, effectif, nombre d'enfants, etc.) ou à cocher une échelle de valeurs qu'elle soit ordinal ou d'intervalle. Ces dernières représentent l'essentiel de notre questionnaire.

Nous précisons que pour les deux types d'enquêtes, nous conservons une même logique de réflexion et de questionnement. Nous débutons nos interrogations par une introduction. Cela permet de préciser le thème et le but de notre recherche qui comporte deux parties. La première portera sur les caractéristiques de ces femmes (âge, situation familiale, formation, appartenance ou non à un milieu d'entrepreneur, leur motivation, etc.). Dans la seconde, les questions portent sur les caractéristiques des entreprises, (les sources de financement, le mode de gestion, la description des difficultés et contraintes inhérentes à cette activité etc.). En

conclusion, nous leur demandons de décrire, selon elles, les qualités que doivent avoir les entrepreneures et de faire des propositions qui pourraient améliorer la réussite de ces femmes.

Notre recherche vise essentiellement quatre objectifs :



Avant de présenter les résultats de notre enquête, rappelons la définition de l'entrepreneuriat féminin la plus usité dans la littérature économique et à laquelle nous adhérons :

«L'entrepreneure, c'est la femme qui, seule ou avec un ou des partenaires, a fondé, acheté ou accepté en héritage une entreprise, qui assume les risques et les responsabilités financières, administratives et sociales et qui participe quotidiennement à sa gestion courante. » Dina Lavoie, 1988, P 3

2. Présentation des deux enquêtes

Aujourd'hui, de nombreuses femmes sont dirigeantes d'entreprise et gèrent seules ou en association et en assumant les risques, des unités de différentes tailles, allant de la très petite à la moyenne entreprises et ce, dans divers secteurs d'activité.

Quel que soit les causes et les raisons qui conduisent ces femmes à créer leur entreprise, cela induira des changements considérables au sein de leur vie personnelle et familiale. C'est un véritable challenge sachant le poids des responsabilités domestiques et familiales de la femme en général.

La double enquête, adoptée pour la collecte de données auprès d'entrepreneures se trouvant dans différents secteurs d'activité et différentes phases de développement, nous permettra de mieux saisir pourquoi et comment les femmes se lancent en affaire.

Pour une meilleure compréhension du phénomène entrepreneurial, à fortiori lorsque la recherche porte sur les femmes entrepreneures, événement relativement récent dans de nombreuses sociétés non occidentales, il est fondamental de tenir compte du milieu dans lequel elles évoluent. En effet, le poids de l'histoire, la culture, les traditions et l'ordre établi, peut agir de manière contingente pour favoriser ou inhiber l'événement entrepreneurial. Leur influence sur le comportement et la place de l'homme et de la femme au sein des sociétés peu contribue à expliquer le fait que certaines femmes créent leur entreprise alors que d'autres ne s'y aventurent pas.

Comme l'écrivent Demazière et Dubar (Strauss, 2009-2012, p. 30). « L'explication du comportement ne peut être donnée d'avance et doit se construire au fur et à mesure des observations. Il s'agit d'une conception du social définie comme un ensemble de processus et d'interactions, en opposition à des faits constitués dont on recherche les causes ». D'une manière assez proche, Becker, Geer, Hughes et Strauss expliquent l'intérêt de travailler avec une théorie basée sur le concept d'interaction symbolique : « La théorie basée sur le comportement symbolique, met l'accent sur les aspects plus conscients de la conduite humaine, et les met en relation avec la participation des individus dans un groupe. Elle part du principe que la conduite humaine doit être comprise comme un processus au sein duquel l'individu façonne et contrôle sa conduite en prenant en compte (...) les attentes des autres avec lesquels il entre en interaction (Strauss, 2009-2012).

En référence à cela, nous pouvons prendre comme exemple le comportement d'autocensure de nombreuses femmes. En effet, nombreuses sont celles, essentiellement dans les sociétés dites traditionnelles ou conservatrices, connaissant la position réfractaire de la famille face à ce type d'activité par exemple, ou par simple peur de choisir cette voie, peur inculquée par l'éducation et les préjugés, renoncent à créer leur entreprise, malgré leur niveau de formation, comme l'atteste la proportion des femmes bachelières et celles diplômées de l'université dans de nombreux pays et notamment le nôtre.

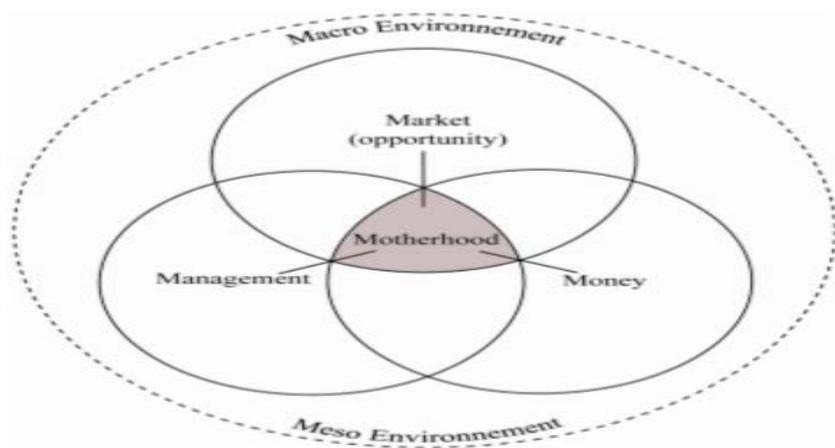
Cela nous renvoie également à un second constat : dans de nombreux cas, lorsque la femme crée son entreprise, elle ne dissocie pas sa sphère professionnelle de sa sphère familiale. Sa préoccupation première reste sa famille et elle ne cesse de « jongler » entre les deux espaces.

Désormais les instruments masculins ne suffisent plus lorsqu'il s'agit de suivre le parcours des femmes entrepreneures. Ce qui justifie que dans le cadre de notre recherche, du fait de la spécificité de notre objet de recherche : la « femme entrepreneure », c'est impérativement une **théorie féminine de l'entrepreneuriat, notamment « le modèle des « 5M » de Candida Brush** (Brush & Wemter, 2009, p. 13) que nous mobilisons pour la compréhension de ce phénomène.

Le facteur « **femme** » est désormais reconnu comme ayant un impact sur le processus entrepreneurial. Prenant, conscience de cela, les recherches s'intéressant aux femmes entrepreneures, intègrent désormais cette dimension.

Ainsi, Brush et al. , proposent dans le prolongement du modèle des « 3M » (Money, Market, Management [l'argent, le marché et le management]), le modèle des « 5M » qui intègre les normes socio-culturelles, le contexte familiale de l'entrepreneure ainsi que les méso et macro-environnement ; sachant que le « genre » est désormais le prisme au travers duquel est étudié l'entrepreneuriat féminin.

Graphique N° 1 : Le cadre des « 5Ms » de l'entrepreneuriat féminin



Source : Brush & Wemter, 2009, p. 13

« Le contexte familiale est capturé par la notion de » maternité » (Matherhood) et se situe désormais au cœur de l'interaction des « 3M », et met ainsi l'accent sur le fait que ce dernier peut avoir un impact plus important pour les femmes que pour les hommes » (Lebègue, 2011, p. 234) Selon l'auteur, le macro-environnement comprend les politiques nationales, les stratégies culturelles et économiques, tandis que le méso-environnement revêt les politiques régionales de soutien, les services et les initiatives locales.

La dimension « Matherhood » symbolise donc l'influence du contexte familiale impactant de manière plus prononcée les femmes que les hommes.

«Si l'on admet que la représentation de la réalité des femmes est différente, eu égard au processus de socialisation, il paraît logique de dire que la perception qu'ont les femmes de leur entreprise diffère sensiblement de celles que les hommes ont de la leur. (Lebegue, 2011, p 118). Cela nous conduit donc en abordant le processus entrepreneurial féminin à nous intéresser à l'articulation entre les trois éléments suivants :

Individu – Organisation -- Environnement

Dans un premier temps, la préférence du terme "individu" à celui "d'entrepreneure" nous amène à penser et analyser l'ensemble du processus entrepreneurial conduit par ces femmes. Nous notons un changement qui s'exprime par **le passage d'une variable d'état (*être femme*) à une variable comportementale (*devenir entrepreneure*)** (Sekkal, 2019, p. 30), dirigeant sa propre organisation dans un environnement donné.

Nous tenterons donc, par le biais de l'étude empirique, de découvrir les trajectoires de chacune de ces femmes, pour tenter de comprendre comment a émergé l'idée de devenir entrepreneure et ce qui, à un moment donné les a conduites à faire le choix d'une carrière entrepreneuriale. Quel est le véritable élément "déclencheur". Qu'elle perception ont-elle à ce moment précis d'elles-mêmes, de leurs motivations et de la faisabilité de leur projet. Ont-elles évalué, à sa juste valeur, sa complexité, les risques les tâches et le temps nécessaires à sa réalisation ?

Nous essaierons, d'autre part, de découvrir des similitudes et/ou des différences qui existent entre ces femmes, de déceler leur force et/ou leurs faiblesses, voir si elles se regroupent au sein d'association etc... .

L'ensemble de ces éléments ainsi que l'approche processuelle (Hernandez.E.M., 1999) et holiste de l'entrepreneuriat à laquelle nous adhérons et nous référons, ont influencé le choix des **hypothèses ainsi que les axes de réflexion qui ont orienté notre recherche.**

En effet, tout au long de ce travail nous accordons une place centrale à l'entrepreneur (e), cet acteur social doté d'une rationalité limitée qui ne peut être étudié hors de son univers. Cela nous amène à poser les hypothèses suivantes :

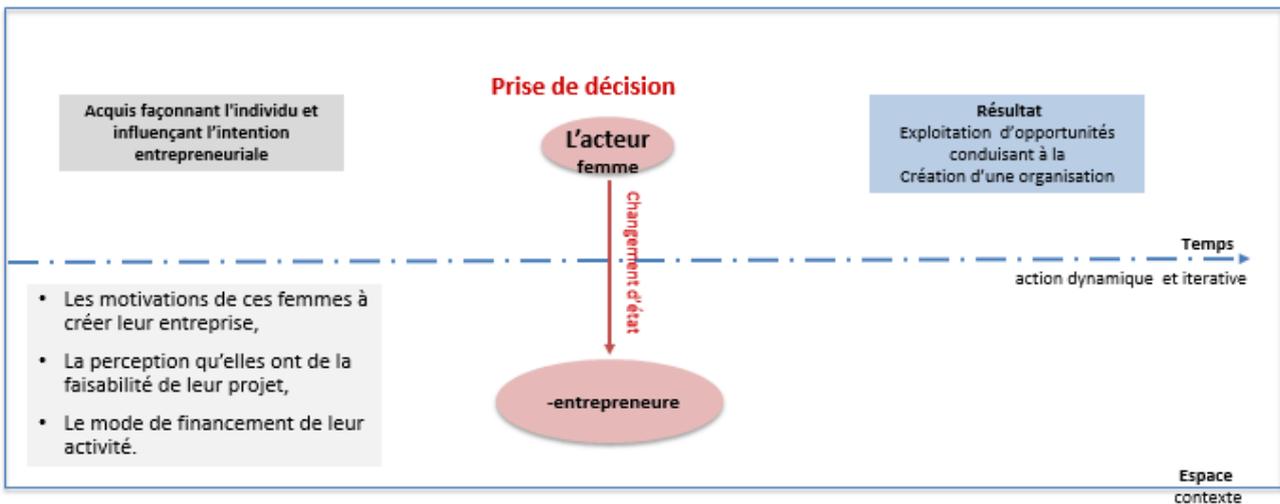
- Les ressources dont dispose l'entrepreneur (e) conditionnent la faisabilité du projet.
- Avoir autour de soi des modèles d'entrepreneurs (es) influence positivement l'acte entrepreneurial.
- L'option entrepreneuriale est perçue chez les jeunes femmes diplômées comme un choix de carrière possible et délibéré.

Sur la base de ces hypothèses et du soubassement théorique mobilisé, nous organiserons notre réflexion autour de trois axes principaux :

- **Les motivations de femmes à se lancer en affaire,**
- **La perception qu'elles ont de la faisabilité du projet**
- **Le mode de financement du projet**

Le schéma suivant décrit de quelle manière nous analysons la trajectoire entrepreneuriale de chacune des femmes enquêtées, trajectoire que nous baliserons à l'aide de deux éléments complémentaires indissociables : l'espace et le temps qui nous permettent ainsi une meilleure analyse de l'ensemble des situations entrepreneuriales observées.

Graphique N°2 : Description d'une trajectoire entrepreneuriale



Source : établie par l'auteure en référence aux approches théoriques de l'entrepreneuriat mobilisées.

L'espace et le temps permettent une meilleure appréhension du contexte économique, social, culturel, familial et institutionnel et sont des éléments explicatifs, à la fois, des comportements individuels et collectifs, chaque société ayant ses traditions, ses normes, ses valeurs et ses croyances. La place des hommes et des femmes dans celle-ci ne sont pas indépendantes des règles et des conventions qui la régissent, que ce soit dans la sphère privée ou professionnelle. Faire le choix de devenir entrepreneur, le désir d'indépendance ou le comportement face à la prise de risque par exemple, que l'on soit femme ou homme, n'est pas simplement lié à une question de volonté, d'opportunité, de compétences et de moyens financier, même s'il est vrai qu'ils y contribuent largement.

2.1 Présentation des deux échantillons investigués

Sélectionner des femmes chefs d'entreprises pour effectuer nos enquêtes n'a pas été chose aisée. Seules les femmes que nous avons suivies ont accepté de nous accorder de leur temps afin de nous aider à finaliser notre recherche. De ce fait nous n'avons pas pu constituer un échantillon selon les méthodes conventionnelles.

Le choix des entreprises s'est donc basé sur leur accessibilité et la disponibilité des dirigeants. En raison de ce choix, il est probable que la qualité des entrepreneures et de leurs performances soit supérieure à la moyenne nationale.

Toutefois, notre population est constituée d'entreprises des secteurs secondaires et tertiaires qui reflètent la réalité de l'entrepreneuriat féminin. Depuis 2008, conformément à la législation, sont regroupées sous l'appellation Petites et Moyennes Entreprises (PME) toutes les entreprises de production de biens et services ainsi que les professions libérales.

2.1.1 Population retenue pour l'enquête qualitative

L'enquête qualitative nous a permis d'échanger à plusieurs reprises et ce, durant près de trois heures, à chaque rencontre, avec chacune des femmes interviewées. Les 15 entrepreneures retenues reflètent l'hétérogénéité de cette population.

Nous synthétisons dans le tableau suivant quelques attributs démographiques de l'entrepreneur et de son entreprise. Par souci de discrétion, nous nommons les entrepreneures que nous enquêtons E1, E2,... E15.

L'ensemble des entreprises ont été créées à partir de 1990. Une seule a été reçue en héritage, les autres sont toutes de nouvelles créations. Deux d'entre elles ont été créées en association entre membres d'une même famille.

L'ensemble des entreprises sont enregistrées ou agréées, une seule active de façon informelle.

Le tableau suivant nous en donne la description.

Tableau N°1 : Echantillon de l'enquête qualitative

Année de création	Activités	Activité avant la création de l'entreprise	Diplôme ou niveau d'étude	Effectif
	Production de biens			
2015	E3 : gâteaux traditionnels (Tlemcen)	Informel*	Terminale	25
2017	E5 : production de feuilles de briques (Oran)	Informel*	Terminale	4
2017	E6 : Conditionnement d'huile d'olive (Oran)	Entrepreneure	M2 gestion	4
1990-2010	E8 : pharmacienne et apicultrice (Miel et dérivés, crèmes cosmétiques, bougies) (Oran)	entrepreneure	Pharmacienne	1
2012	E10 : conditionnement de produits cosmétiques (Alger)		Pharmacienne	10
Production de services				
2002	E1 : agence de voyage (Oran)	Inactive	Ingénieure	5
1992	E2 : architecte (Oran)	Salariée	Architecte	10
2018	E4 : distribution mobilier de bureau (Oran)	Salariée**	Terminale	4
2012	E7 : Réalisatrice (audiovisuelle) (Oran)	En formation	TS informatique	0
2015	E9 : administratrice de biens (Oran)	Salariée	CMTC*	4
1995	E11 : gestion de projet en BTP (Oran)	Salariée		30
2013	E12 : restauratrice (Oran)	Salariée	Ingénieure	7
1997	E13 : école cycle primaire et secondaire	Salariée	ingénieure	28
1992	E14 : école de gestion	Salariée	BAC+ 7	32
2009	E15 : communication-événementiel-publicité	salariée	BAC+4	32
			BAC+2	6

*Entrepreneure avec la même activité mais de façon informelle.

**salariée dans l'entreprise familiale, puis entrepreneure par héritage et en dernier lieu entrepreneure par création, en association avec un membre de la famille.

▪ Situation géographique

Les entrepreneures de notre échantillon, résident toutes en zone urbaine.

13 à Oran, 2 à Alger et une à Tlemcen.

2.1.2 Population retenue pour l'enquête quantitative

Cinquante (50) chefs d'entreprises ont accepté de répondre au questionnaire qui leur a été proposé. Se sont, pour la plupart, des personnes proches de notre entourage. Cependant l'étude s'étend à des secteurs d'activités où les femmes entrepreneures sont très présentes.

Le tableau N°2 nous en donne la description.

Tableau N°2 : Echantillon de l'enquête quantitative

Activité du secteur tertiaire	Nombre d'entreprises	Activité des entreprises de production	Nombre d'entreprises
Médecine (cabinet médical)	5	Consommable médical	2
Clinique médicale	2	Conditionnement produits cosmétiques	1
Pharmacie	2	Production et exportation de miel "bio"	1
Optique	1	Production de fromage "bio"	1
Evènementiel-communication- publicité	3	Production de Feuilles de briques	1
Ecole de gestion	1	Production de gâteaux traditionnels	1
Avocate	1	Confection	2
Distribution	4	Production de mobilier de cuisine	1
Importation et distribution	2	TOTAL	10
Commerce de détail	3		
Architectes ingénieurs en BTP	3		
Maintenance et entretien de piscines	1		
Décoration d'intérieur	1		
Agence immobilière	1		
Hôtellerie restauration	2		
Agence de voyage	2		
Coiffure et esthétique	3		
Cabinet de recrutement	1		
TOTAL	40		

Source : établie par l'auteure à partir des résultats l'enquête.

▪ Situation géographique

Les entrepreneures de notre échantillon, résident toutes en zone urbaine. 58% résident à Oran, 32% à Alger, 8% (4 entrepreneures) se répartissent entre Bordj El Kifan, Jijel, Sidi Belabess et Tlemcen.

▪ Nature juridique de l'entreprise

- 48 % Personnes physiques : (artisans, commerçants, professions libérales),
- 50 % sont des personnes morales dont 8 EURL⁹ et 17 SARL¹⁰ et une SPA¹¹.
- 2% ont une activité non déclarée.

⁹ EURL : Entreprise Unipersonnelle à Responsabilité Limitée

¹⁰ SARL : Société à Responsabilité Limité

¹¹ SPA : Société Par Actions

3. Caractéristiques des deux populations investiguées

Les résultats des deux enquêtes indiquent une diversité des activités recensées et décrit l'éventail de plus en plus large des domaines d'activités investis par les femmes entrepreneures. Elles s'orientent désormais vers des secteurs traditionnellement réservés aux hommes. La qualité et la diversité de leur formation en est la principale explication.

La majorité des entreprises ont été créées après 1990, précisons toute fois que plus 60% créées à partir des années 2000, dans des secteurs traditionnellement peu réservés aux femmes : Bâtiment, tourisme, audiovisuel, apiculture, publicité.

La lecture des résultats des deux enquêtes effectuées nous retrouvons de grandes similitudes.

3.1 Age, situation familiale et formation des entrepreneures

La lecture des deux enquêtes effectuées indique une grande similitude des résultats obtenus ; nous présenterons donc simultanément les conclusions des deux enquêtes en précisant, toutefois, les particularités de chacune d'elles quand cela est nécessaire.

3.1.1 Age des entrepreneures

La moyenne d'âge des deux échantillons réunis indique que la moyenne d'âge des entrepreneures de 49 ans. La moyenne d'âge à la création de leur entreprise est de 34ans. Précisons toute fois que :

- 78% des femmes enquêtées ont créé leur entreprise avant d'avoir 40ans :
- 17 femmes ont créé leur entreprise entre 20 et 30ans
- 22 entre 30 et moins de 40ans.

78%, sont devenues entrepreneures alors qu'elles avaient moins de 40 ans, avec une moyenne d'âge de 30ans.

La prise en compte de l'âge nous permet de distinguer deux catégories d'entrepreneures :

- Celles ayant moins de 40 ans en date de la création de leur entreprise, sont diplômées de l'université (minimum BAC+4) et ont dans leur majorité créé leur entreprise seule ou en association.
- Les entreprises reçues en héritages sont le fait d'entrepreneures, qui aujourd'hui ont 50 ans et plus ; Elles ont été créées pour trois d'entre elles avant 1990, en association avec leur conjoint. Les caractéristiques de leurs entreprises se distinguent par le nombre important de leur effectif lorsqu'elles appartiennent au secteur industriel.

3.1.2 Situation familiale

Nous constatons que près de 65% des entrepreneures sont mariées et ont, en moyenne, 2 enfants. 17% sont célibataires, 12.5% veuves et 6 % divorcés (ce dernier taux ne concerne que l'enquête quantitative). Ces données permettent de constater un changement des mentalités. De nos jours, être en charge d'une famille n'est plus un frein à l'entrepreneuriat

3.1.3 Formation des entrepreneures

Un élément important à considérer, est la formation des entrepreneures ; en effet **plus de 75% des chefs d'entreprises de notre échantillon ont un diplôme universitaire (niveau mastère au minimum)** elles sont ingénieures, médecin, restauratrices, agents immobiliers, dans la communication et l'évènementiel...etc.

Les efforts de scolarisation consentis par l'Etat pour améliorer le niveau d'instruction de la population a permis aux filles de poursuivre des études supérieures et d'être plus présente sur le marché du travail ; sachant que leur participation à l'activité économique reste très insuffisante. Rappelons que le taux d'activité économique des femmes est inférieur à 15% selon l'ONS.

En effet, le taux de scolarisation est passé de 47,2% en 1966, (36,9% pour les femmes) à 93,6% en 2002, (92,1% pour les femmes). Le taux d'analphabétisme de 74,6% en 1966, (85,4% pour les femmes) à 26,5% en 2002, (35,0% pour les femmes). (Hassen Souaber, 2004) . En 2019 il n'est plus que de 8.7%

3.1.4 Taille des entreprises

Sans grande surprise, nous constatons une caractéristique commune aux deux échantillons enquêtés : la petite dimension des entreprises.

En effet, en regroupant les données des deux échantillons, nous obtenons les résultats suivants : **68% sont de très petites entreprises (TPE), 31% sont des petites entreprises et 6% sont des moyennes entreprises** (ce dernier taux correspond uniquement à l'enquête quantitative).

Ces chiffres reflètent la réalité au niveau national, puisque selon le ministère de l'industrie (2018), le tissu industriel algérien, hors grandes entreprises, se répartit comme suit :

- 97% sont de très petites entreprises (TPE), 3% sont des petites entreprises (PE), 0,4% sont des moyennes entreprises (ME).

3.2 Secteurs d'activité

Les résultats des deux enquêtes montrent également des similitudes quant à la répartition des entreprises par secteur d'activité, en effet, toutes deux indiquent que **plus des deux tiers des entrepreneures œuvrent dans le secteur tertiaire.**

- 67% des entreprises recensées dans le cadre de l'enquête qualitative
- 80% pour celles recensées dans le cadre de l'enquête quantitative.

Au niveau national, les statistiques révélées par le centre national du registre de commerce (CNRC) (djazair, Mars 2017) pour l'année 2017 confortent nos conclusions, puisqu'ils indiquent que 90% des gérantes d'entreprises, personnes physiques, et 73.6% des gérantes de sociétés (personnes morales) œuvrent dans le secteur tertiaire.

Les données du ministère de l'industrie précise que 54.8% agissent majoritairement dans le secteur des services suivies par le BTPH (28.54%). L'industrie manufacturière ne représente que 15.48% des entreprises (Ministère de l'industrie et des mines, novembre 2019).

3.3 Activité des entrepreneures avant la création de leur entreprise.

Cet indicateur est un élément important pour cerner en partie les motivations des femmes à se lancer en affaire. Il nous a permis de découvrir la situation professionnelle antérieure de celles-ci et de commencer à entrevoir si ce choix est fait par volonté et nécessité.

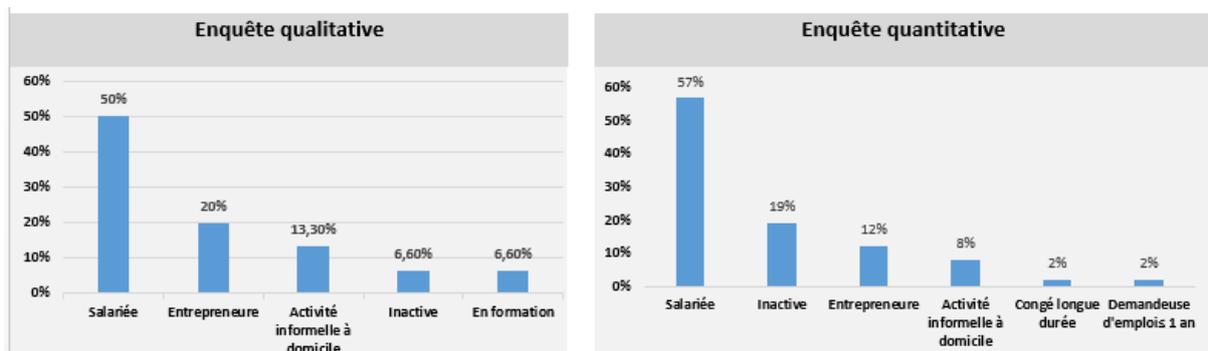
En effet, les femmes aujourd'hui entrepreneures étaient salariées, mère au foyer ou travaillaient à domicile de manière informelle.

Nous constatons que 60% d'entre elle étaient salariées avant la création de leur entreprise.

L'expérience professionnelle en tant que salariée a été vécue différemment par ces femmes ; certaines se lancent en affaire suite à une rupture professionnelle, alors que pour d'autres, cette étape, du fait de leur formation, leur a permis d'acquérir l'assurance nécessaire pour entrevoir la possibilité de travailler à leur propre compte.

Un second constat important est que 10% de ces entrepreneures, en saisissant l'opportunité de financer la création de leur entreprise par le biais des organismes publics dédiés au développement de l'entrepreneuriat, ont cessé de travailler de manière informelle (à domicile).

Graphique N°3 : Activité des entrepreneures avant la création de leur entreprise



Source : établi par l'auteure sur la base des résultats de l'enquête

Après avoir étudié les caractéristiques de ces femmes et de leur entreprises, les résultats des deux enquêtes, du fait de leur complémentarité, nous ont permis de mieux saisir ce qui a conduit ces femmes, toutes différentes par leur situation familiale, leur formation, leur parcours professionnel, à se mettre à leur compte. Prendre en compte leurs motivations, la façon dont elles ont perçu la faisabilité de leur projet, la nature du financement mobilisé ainsi que les difficultés ou les facilités rencontrées lors de sa réalisation, nous permettra de mieux saisir le processus entrepreneurial initié par ces femmes.

4. L'entrepreneuriat féminin : *Entre volonté et nécessité*

Opter pour l'entrepreneuriat est un choix que font de plus en plus de femmes, chacune pour un motif qui lui est propre. Comme déjà mentionné, près de 60 % d'entre elles étaient salariées avant la création de leur entreprise. On se demande alors ce qui a motivé ce nouveau choix de carrière, sachant qu'il impactera fortement leur vie familiale et professionnelle

4.1 Motivations de ces femmes à se lancer en affaire

Les deux enquêtes bien que différentes dans leur approche, obtiennent des résultats similaires en ce qui concerne les motivations de ces femmes à créer leur entreprise.

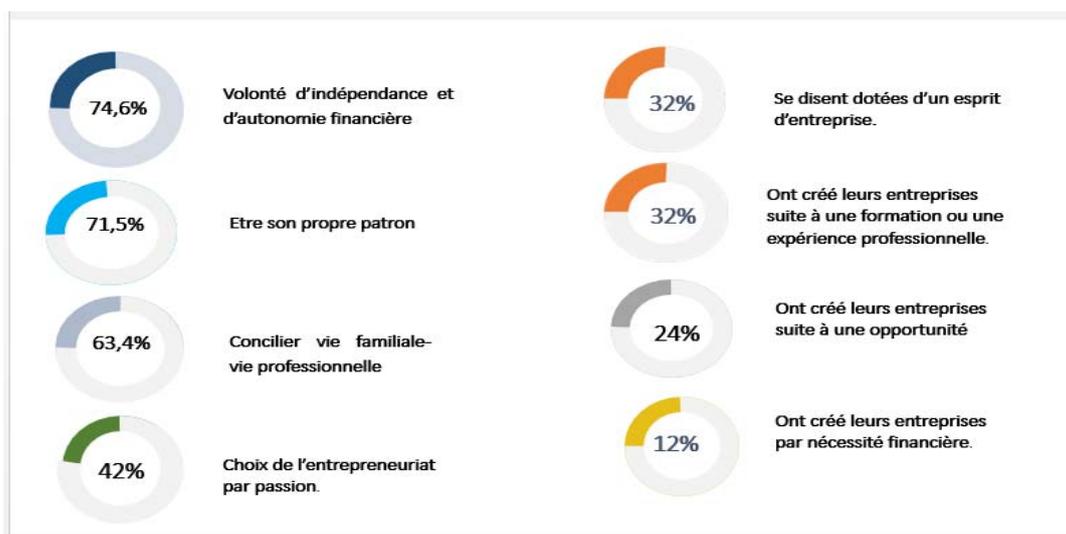
Etre son propre patron, refuser d'être salariée, devenir autonome et indépendante, rechercher un équilibre entre vie familiale et vie professionnelle, pouvoir réaliser ses rêves et sa passion, créer une activité avec sa famille et bien entendu gagner de l'argent sont les raisons qui ont mené ces femmes à l'entrepreneuriat.

Bien souvent ces femmes recherchent également une rémunération qui corresponde au travail dispensé. Certaines femmes de notre entourage ou celles rencontrées lors de forums dédiés aux femmes entrepreneures précisent qu'elles ont quitté le salariat parce qu'elles étaient sous payées.

Rappelons que même si ce choix émane d'une décision volontaire, pour de très nombreuses femmes, l'entrepreneuriat sera la seule alternative pour **se sortir d'une situation précaire.**

Les principales motivations à la création d'entreprises recensées au cours de notre enquête sont synthétisées dans le tableau suivant :

Graphique N°4 : motivation des femmes à se lancer en affaire



Source : établie par l'auteure à partir des résultats l'enquête.

L'entrepreneuriat a également permis à plusieurs d'entre **de quitter le secteur informelle** en légalisant leur activité, et cela, grâce à l'opportunité offerte par le dispositif d'aides et d'accompagnement à la création d'entreprise institué par l'Etat et essentiellement l'aide octroyée par la CNAC aux femmes qui ont moins de 50 ans et qui sont sans emploi.

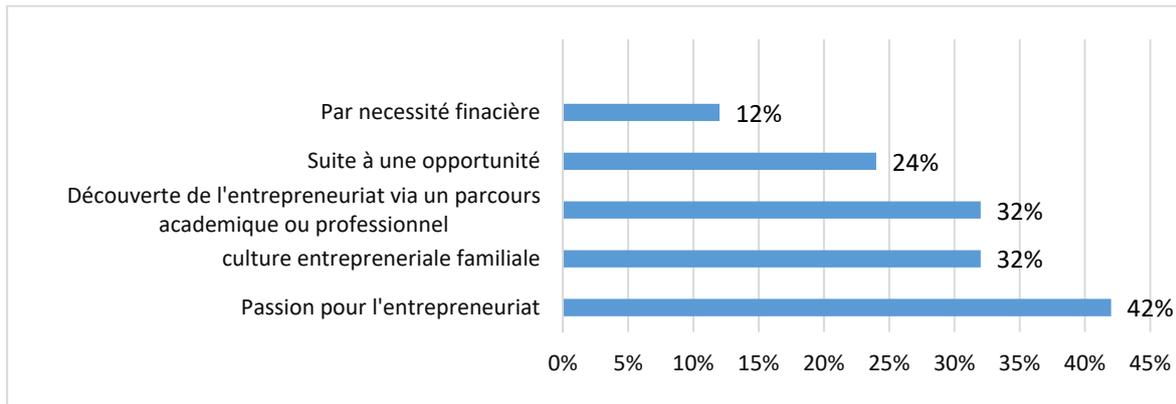
Qu'elles aient été salariées inactives ou indépendantes avant d'intégrer l'entrepreneuriat, deux catégories de femmes se dessinent : celles ayant créé leur entreprise par volonté et celles qui l'ont créé par nécessité.

Afin d'identifier, au sein de nos échantillon les entrepreneurs de chacune des catégories, nous leur avons posé la question suivante :

« Comment qualifiez-vous ce qui vous a conduit à créer votre propre entreprise ?

Les principaux facteurs qui ont mené ces femmes au monde de l'entrepreneuriat sont synthétisés dans le graphe suivant :

Graphique N°5 : Nature de l'acte entrepreneuriale



Source : établie par l'auteur sur la base des résultats de l'enquête.

Il est clair, qu'aux côtés des institutions formelles, l'existence de normes et de règles sociales régissant de manière informelle le comportement de l'ensemble des acteurs, détermineront le choix de la formation et de l'activité professionnelle des femmes. La famille étant le premier cercle d'influence de la femme entrepreneur, ou tout se joue dès l'enfance.

Les entrepreneures interrogées ont toutes insisté sur l'influence et le soutien des parents au moment de décider de créer leur entreprise. **La famille est un atout certain** lorsque celle-ci à capitalisée une longue expérience entrepreneuriale. Elle permet aux porteuses de projet de se lancer en affaire tout ayant la protection des siens.

Les enfants d'entrepreneurs ont un réel avantage en matière de création d'entreprise puisqu'ils bénéficient de l'expérience et du réseau professionnel de leur parents ce qui lèvera un grand nombre de contraintes, notamment le financement bancaire, l'accès aux fournisseurs et la recherche de clientèle.

Lorsque la mère est entrepreneure, l'impact est bien plus fort sur les filles, car non seulement elles baignent dans un environnement entrepreneurial, mais en plus, cela leur permet de constater qu'**être mère et entrepreneures c'est possible !**

Les femmes diplômées auxquelles s'ajoutent celles qui ont découvert l'entrepreneuriat via un parcours professionnel se disent également avoir des prédispositions à l'entrepreneuriat et constituent avec les enfants d'entrepreneurs la catégorie de celles qui ont volontairement et par passion créées leur entreprise. Ces femmes représentent près de la moitié des entrepreneures de notre échantillon.

Précisons toutefois, que la majorité des femmes avouent que sans le soutien des parents et du conjoint et pour certaine, celui des amis, elles ne seraient certainement pas arrivées à créer leur entreprise. Les statistiques recueillis indiquent que :

- 64 % des entrepreneures interrogées ont reçu le soutien de leur famille,
- 48 % ont reçu le soutien de leur conjoint,
- 26 % de leurs amis,
- et 10 % des formateurs.

Ce soutien est à la fois moral et financier (comme nous le verrons lorsque nous aborderons les sources de financement des entreprises créées pas ces femmes).

46 % des femmes avouent prendre les décisions concernant leur entreprise avec leur famille que ce soit le conjoint ou les parents, et en fonction de leur famille, notamment les enfants.

Ces décisions peuvent porter sur le choix du produit, le lieu de l'activité ou même sur la gestion quotidienne de l'entreprise. La famille possède un droit de regard et de décision quand l'investissement est financé par la famille.

L'âge des enfants est un facteur important à prendre en compte, car il définit deux périodes bien distinctes dan de la vie de l'entrepreneure. L'autonomie des enfants signifie pour la maman plus de temps à accorder à son entreprise. En effet, être mère et entrepreneures est une décision qui impose à la femme, d'anticiper sur le mode de gestion de la famille avant même de créer son entreprise.

Rares sont les entrepreneures qui ont fait une d'étude de marché ou une étude financière, mais toutes savaient relativement à l'avance comment elles allaient gérer leur quotidien et savaient en cas d'extrême urgence qui solliciter pour s'occuper des enfants.

La majorité des femmes voient leur entreprise comme un réseau de relation et non une unité économique séparée de la sphère familiale. Les sphères familiale et professionnelle ne sont pas deux entités indépendantes, mais intégrées (Brush 1992).

Il important de préciser que 12% des entrepreneures avouent avoir créé leur entreprise parce que se mettre à leur comte était le seul moyen de générer un revenu, ou pour certaine un complément de revenu nécessaire à la famille ; celui du conjoint étant insuffisant ou inconstant. Ces femmes choisissent souvent des secteurs dans le prolongement de leur rôle traditionnel dans le contexte familial (gâteaux traditionnelles, confection...etc.).

Il y a également celles qui ont perdu leur emploi et celles qui se retrouvent seules et sans aucun revenu pour s'assumer et prendre en charge leur famille.

Goffee et Scase (1985) présentés par Duchénaut et Ohrant (2001, p141) proposent de définir une typologie des femmes entrepreneures en juxtaposant des éléments spécifique de motivations et des éléments d'identité ou traits de caractères de l'entrepreneure. Partant de cela, il est possible de distinguer quatre catégories d'entrepreneures.

Tableau N°4 : typologie des femmes entrepreneures selon leurs motivations

Attachement	Attachement au rôle traditionnel des femmes		
	Fort	Faible	
Aux idées	Fort	Les « conventionnelles »	Les « innovatrices »
Entrepreneuriales	Faible	Les « domestiques »	Les « radicales »

Source : (R.Scase, 1985)

En se référant à cette typologie, nous pouvons, sur la base des résultats des deux enquêtes effectuées, conclure que les femmes que nous avons questionnées correspondent essentiellement à trois types d'entrepreneures :

Nous les synthétisons dans le tableau suivant :

Tableau N°5 : typologie des entrepreneures selon la nature des motivations

Catégorie d'entrepreneures	Enquête qualitative		Enquête quantitative	
	nombre	%	nombre	%
Les innovatrices	5	33%	16	32%
les conventionnelles	4	27%	10	20%
Les domestiques	6	40%	24	48%
TOTAL	15	100%	50	100%

Source : tableau établie par l'auteure sur la base des résultats de l'enquête.

➤ **Les «domestiques »**

Les domestiques créent une entreprise dans le but de compléter un revenu familial insuffisant. Elle choisit souvent des secteurs dans le prolongement de leur rôle traditionnel dans le contexte familial. Elles créent des hôtels, des restaurants, des merceries, ou des sociétés de nettoyage, ou produisent gâteaux traditionnels etc.

➤ **Les « conventionnelles »**

Les « conventionnelles » sont des femmes dont la motivation principale est le besoin de flexibilité dans le travail, en cohérence avec l'exercice des responsabilités domestiques.

Après avoir tenté de saisir les principales motivations des femmes à travailler à leur compte, nous nous interrogeons sur la façon dont elles percevaient la faisabilité de leur projet.

➤ **Les innovatrices**

Sont des femmes ambitieuses qui saisissent des opportunités en dehors de leur domaine d'expérience, en considérant que l'entrepreneuriat est une voie pour atteindre des succès économiques et personnels face à des carrières classiques dans les grandes entreprises qu'elles ne peuvent supporter. Pour elles, le travail est un thème central, plus important que plus important que le fait d'assumer le rôle traditionnel des femmes.

➤ **Les « radicales »**

Elles ont pour motivation principale de développer le rôle des femmes dans les sociétés plutôt que de gagner de l'argent. Elles sont qualifiées de féministes. Aucune des femmes de notre échantillon ne se reconnaît dans cette catégorie, mais cela n'implique pas qu'en Algérie aucune entrepreneure n'appartient à cette catégorie.

5. La perception des entrepreneures de la faisabilité du projet : *quand intuition rime avec décision*

Les entrepreneures interrogées n'ont fait aucune étude pour juger de la faisabilité de leur projet. Elles se sont informées sur les concurrents et se sont comparées à des entreprises d'activités similaires. Ces entrepreneures se sont davantage fiées à leur expérience professionnelle et à leur intuition.

Nous avons pu constater que :

- 49% des entrepreneures interrogées se sentaient largement capables de réaliser leur projet.
- 31 % ne se sont pas attardées sur l'étude de faisabilité. Ces femmes ont décidé de créer leur entreprise et l'ont fait en se fiant à leur instinct.
- 25% ont jugé la réalisation moyennement difficile
- 14% l'ont estimé facilement réalisable.
- 8% ont jugé que c'est une épreuve difficile

En ce qui concerne les variables liées à l'activité de l'entreprise, nous avons constaté que :

- 44% ont affirmé connaître les principaux concurrents.

- 34% des entrepreneures affirmaient connaître la tendance du marché et les besoins en main-d'œuvre au moment de la création de leur entreprise (évalué à 4 sur une échelle de 1 à 5).
- 25% avaient une idée du volume futur de leur vente mais ignoraient la somme du travail que cela exigeait.
- Près de 10% des entrepreneures avaient conscience du volume de travail exigé pour la gestion de leur entreprise. Ce sont en général des personnes qui ont déjà travaillé, en tant que salariées, dans le même domaine d'activité avant la création de leur entreprise.

A la question « **avez-vous effectué une étude de marché et une étude financière ?** »

- 52% affirment n'avoir fait aucune des deux études.
- 32 % ont effectué une étude de marché,
- 30% ont effectué une étude financière

La plupart des entrepreneures investiguées se sont basées sur une comparaison avec des situations similaires, mais réitérent qu'en dernier ressort elles se sont fiées à leur intuition.

En nous référant à l'analyse ci-dessus, nous affinons d'avantage la typologie observée précédemment en la réduisant à seulement deux catégories d'entrepreneures :

- **Les entrepreneures par volonté** ou par passion, ce sont des femmes **diplômées et déterminées** dotées d'une bonne expérience professionnelle en tant que salariées, et qui se projetaient dans leur activité future en estimant avoir les compétences nécessaires et les fonds pour la créer et la gérer **leur entreprise**.
- **Les entrepreneures par nécessité**, ce sont des femmes non diplômées encouragées par leur famille. Elles n'avaient aucune économie personnelle, la perception de la faisabilité du projet dépend en dernier ressort des ressources qu'elles pourront mobiliser. Ces femmes solliciteront les dispositifs d'aide octroyés par l'Etat pour financer leur activité.

6. Le mode de financement du projet

Le mode de financement du projet est le troisième indicateur fondamental pour cerner l'activité entrepreneuriale de ces femmes. L'accès à la ressource financière constitue l'un des principaux obstacles rencontrés par les entrepreneurs (es) lors de la création de leur entreprise. Il n'est pas surprenant que la difficulté soit perçue différemment par chacune des femmes interrogées.

Pour les porteurs de projet la faisabilité est en premier lieu directement liée à l'aptitude de l'entrepreneur (e) à mener son activité et la possibilité ou non d'assurer son financement.

6.1 Les résultats de l'enquête qualitative

Nous constatons un lien entre la taille de l'entreprise et le mode de financement. Les entrepreneures interviewées ont toutes créé de très petites ou petites entreprises ce qui explique que le financement soit essentiellement réalisé à partir d'économies personnelles et /ou de fonds mis à leur disposition par la famille.

La nature du financement mobilisée par les femmes interrogées dans le cadre de l'enquête quantitative se répartie de la façon suivante :

- 74% des investissements proviennent d'économies personnelles,
- 54% des entrepreneures ont reçu une aide financière de leur famille,
- 22% ont bénéficiée de crédits bancaires. Dont une partie s'est fait par le biais des dispositifs d'aide ANSEJ et CNAC.
- 10% ont fait appel à des crédits fournisseurs.

Précisons toutefois, qu'après la création de leur entreprise,

- 52% des entrepreneures affirment pouvoir obtenir des crédits à moyens terme et long terme pour le développement de leur activité.

Les entrepreneures ne s'orientent pas systématiquement vers les banques pour financer la création de leur entreprise pour deux raisons essentielles :

- Les entreprises créées sont, comme nous l'avons vu, des petites ou de très petites entreprises,
- L'accès au crédit bancaire exige des frais et des garanties jugées excessives par les entrepreneures. Celles qui recourent au crédit bancaire le font généralement en sollicitant simultanément l'ANDI (Agence Nationale de Développement de l'Investissement) pour bénéficier des avantages et exonération fiscales que cet organisme octroi.

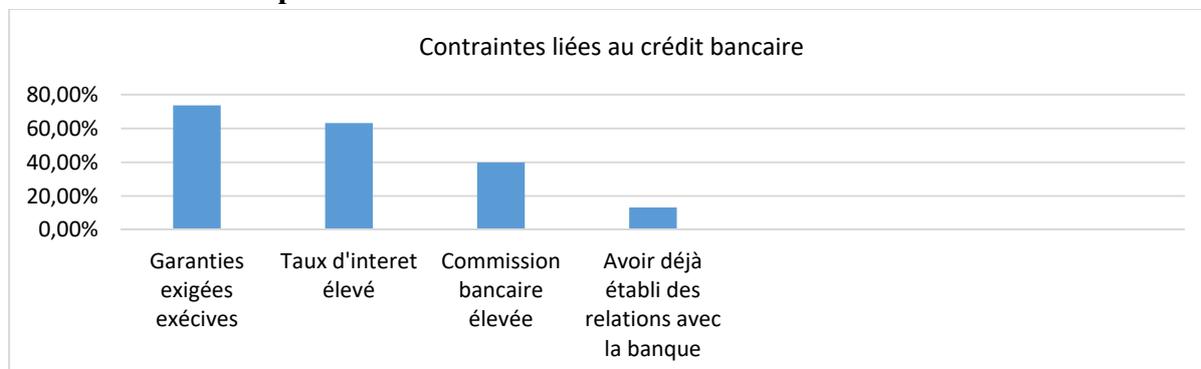
Les entrepreneurs interrogés attestent que **les garanties bancaires exigées** sont lourdes à réunir et à mettre en œuvre. Les plus fréquemment demandées sont :

- Nantissement du fonds de commerce,
- Gage de terrain ou de construction,
- parrainage d'un opérateur privé, client de la banque,
- Caution sous forme de dépôt représentant au minimum 40% du montant du crédit à l'investissement.

Certaines banques exigent de l'entreprise d'être son seul et unique partenaire en tant qu'établissement de crédit.

Le graphe suivant nous donne par ordre décroissant les contraintes liées à l'accès au crédit bancaire les plus citées par les entrepreneures interrogées :

Graphe N°6 : Contraintes liés à l'accès au crédit bancaire



Source : établie par l'auteure sur la base des résultats de l'enquête

6.2 Les résultats de l'enquête quantitative

Ils nous ont permis de constater que :

- 78% des investissements proviennent d'économies personnelles,
- 22 % des entrepreneures, ont sollicité l'aide de dispositifs publics :
 - o La CNAC a été sollicité par 3 entrepreneures (gâteaux traditionnels, traiteur)
 - o l'ANDI¹² par 7 entrepreneures (clinique médicale, hôtel, BTP)
 - o l'ANSEJ par 8 entrepreneures (cabinet médical, agence de voyage, centre de coiffure et d'esthétique).

Cette repartitions est intéressante dans la mesure où elle nous permet de faire le lien entre la nature de l'activité le dispositif sollicité et l'âge de l'entrepreneure.

Si les banques ont joué un rôle marginal au moment de la création de l'entreprise, nous constatons que par la suite, près de 40% des entreprises enquêtées, ont bénéficié de crédits d'investissements et /ou d'exploitation.

En se référant aux deux catégories d'entrepreneures définies précédemment, nous présentons la **typologie des entrepreneures selon le mode de financement et leur niveau de formation.**

Tableau N°6 : Typologie des entrepreneures selon le mode de financement

Typologie des entrepreneures selon le mode de financement			
Entrepreneure par volonté		Entrepreneure par nécessité	
Fonds personnels /familiaux 78%	Fonds personnels + ANDI ou ANSEJ 12%	CNAC+ANSEJ (sans apport personnel)	
Total	90%	Total	10%

Source : établie par l'auteure à partir des résultats l'enquête.

Les entrepreneures par volonté (passion ou vocation) ont financé leur projet à partir de fonds personnels ou familiaux. Une partie d'entre elles, en complément de leur apport personnel, ont sollicité des crédits auprès de l'ANSEJ. Ce sont des femmes diplômées de l'université et ayant eu, pour la plupart, une expérience professionnelle en tant que salarié, certaines sont également enfants d'entrepreneurs.

Les entrepreneures qui sollicitent l'ANSEJ optent pour un financement mixte (économies personnelles et crédits accordés par cet organisme), ou un financement triangulaire (économie personnelles, financement accordé par l'ANSEJ et un crédit bancaire).

Ces jeunes femmes avaient en moyenne 25 ans quand elles ont créé leur entreprise. Elles sont pour la plupart diplômées de l'université.

Elles sont dans l'industrie (certaines exportent leurs produits), médecins, directrices d'agence de voyage, architectes, directrices de société de recrutement, d'hôtel.

- **Les entrepreneures par nécessité** ne disposent d'aucune économie personnelle. Le financement de leur entreprise se fait par les prêts accordés par les dispositifs d'aide.

Les entrepreneures qui ont sollicité la CNAC sont des femmes entre 45 et 49 ans, non bachelières et sans emploi. Ces femmes s'orientent vers l'entrepreneuriat par nécessité avec comme objectif non avoué de céder l'entreprise aux enfants. Dès la création de l'entreprise ces derniers gèrent l'affaire avec leur mère.

Ces dispositifs permettent à de nombreux porteurs de projets, sans discrimination de genre, qu'ils soient diplômés ou non, de bénéficier d'un capital de départ qu'aucune autre institution financière n'aurait accepté de leur accorder.

Nous avons constaté qu'après la création de leur entreprise 26% des entrepreneures enquêtées ont obtenues un crédit d'investissement supérieur à six mois. Cela nous a amené à nous poser la question suivante :

Est-ce que, pour ces futurs entrepreneures, la difficulté à obtenir un crédit bancaire est dû au fait d'être femme ou est-ce dû à la taille de leurs entreprises ou à la nature de leur projet ?

La censure se situe en fait aux deux niveaux :

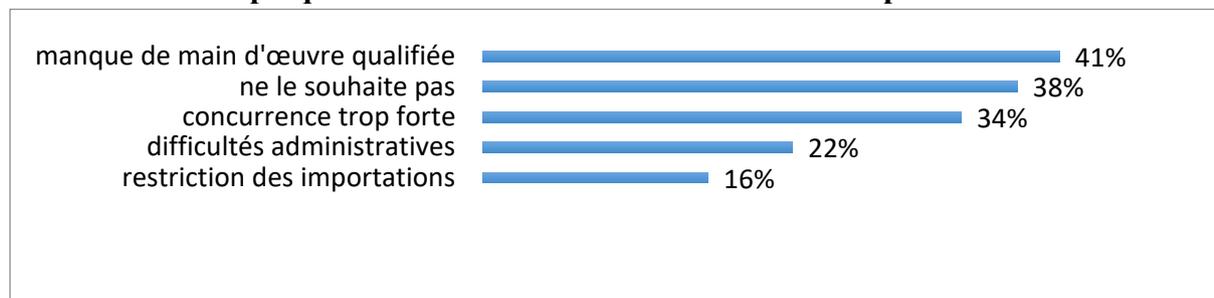
- **Les banques se méfient des entreprises du fait de leur très petite taille,**
- **les entrepreneures s'imposent une autocensurement par souci d'indépendance.**

En réalité, c'est volontairement que ces femmes optent pour un autofinancement. Très peu sollicitent un crédit bancaire. ; Elles préfèrent gérer leur entreprise à leur rythme sans stress ni contraintes imposées par un remboursement d'un crédit.

Nous constatons également que près de la moitié des entrepreneures affirment refuser de se développer. Les femmes sont moins que les hommes dans une perspective de croissance, l'approche de l'entrepreneuriat en termes de compétition n'apparaît chez ces entrepreneures. La taille de l'entreprise leur convient. Elles ne cherchent pas à gagner plus d'argent, et ne veulent pas passer plus de temps à gérer leur entreprise.

Elles expliquent leur comportement par l'existence de contraintes rencontrées dans la gestion de leur entreprise. Nous présentons les plus citées dans le graphe suivant :

Graphique N°7 : contraintes liées à l'activité entrepreneuriale



Source : établie par l'auteure à partir des résultats l'enquête.

Aussi plus de la moitié des femmes interrogées (**53,5 %**) affirment avoir besoin de formation dans le domaine du financement de l'entreprise

- **49%** aimeraient apprendre à mieux s'imposer sur le marché et à cibler leur clientèle,
- **39%** souhaitent apprendre à mieux gérer leur entreprise et 30.2% avouent ne pas savoir faire un business plan).

- **39%** mentionnent la nécessité d'améliorer leur communication, que ce soit par la diversification de canaux ou tout simplement pour apprendre à mieux communiquer avec l'ensemble des parties prenantes.
- **14%** avouent manquer d'assurance dans leur travail

7. Conclusion

Etre « maman et entrepreneure conduit de nombreuses femmes à intégrer leur vie professionnelle à leur vie familiale, car en devenant entrepreneure elles ne se libèrent pas de leur obligations familiales, bien au contraire.

L'analyse du processus entrepreneurial féminin, outre la présentation d'une typologie et des éléments déterminant ce choix d'activité, nous a permis de relever trois constats fondamentaux.

Premier constat

Ces femmes sont devenues entrepreneures « très simplement ». Elles sont dans une situation donnée, à un moment donné et veulent entreprendre quelque chose de nouveau.

*La plupart décident de créer leurs entreprises en se fiant à leur intuition, **leur formation justifiant leur choix**. Rares sont celles qui étudient de manière détaillée la faisabilité de leur projet. Ces entrepreneures sont dans une logique **effectuale** au sens de Sarasvathy (Sarasvathy, 2015, pp. 211-226). Elles créent, en majorité, leurs entreprises à partir de fonds personnels ou familiaux. En fonction des moyens à leur disposition, **de leurs expériences, et compétences, de leurs traits de personnalité, et de leurs réseaux, ces entrepreneures élaborent un projet et le font évoluer**. Ces femmes n'extrapolent pas sur le futur, et s'accordent à dire : **plus l'incertitude est élevée, plus il devient difficile de prédire l'avenir**. La notion de « **but ultime** » ou « **d'objectif** » s'évanouit donc au profit d'une série de « **mini-buts** » **plus accessibles et pouvant être revus plus facilement**.*

*Ces femmes **ne cherchent pas à développer** leur activité, mais désirent conserver un rythme qui répond à leurs attentes et leur assure une autonomie et un meilleur équilibre de leur temps entre vie familiale et vie professionnelle.*

Ceci nous conduit donc à opter pour un changement de paradigme lorsque nous appréhendons l'entrepreneuriat féminin. Cette observation nous encourage à davantage de réflexion à ce sujet. Cette logique d'action est bien différente de la logique causale et du mythe de l'entrepreneur rationnel et innovateur longtemps pris comme référence.

Deuxième constat

Les raisons pour lesquelles ces femmes optent pour l'entrepreneuriat sont multiples. Les résultats de l'enquête nous ont permis de définir une typologie de ces femmes entrepreneures en distinguant deux catégories principales :

- **les femmes qui volontairement se lancent en affaire** à partir de fonds personnels et/ou familiaux, qu'elles complètent parfois en sollicitant les dispositifs d'aide (plus fréquemment l'ANSEJ du fait de leur âge). Précisons que ces entrepreneures ont entre 27 et 35 ans au moment de la création de leur entreprise. Leur formation et leur expérience professionnelle les prédisposent à l'entrepreneuriat.

- **Celles qui deviennent entrepreneures par nécessité**, n'ayant pas d'autre alternative pour s'assumer financièrement. Elles n'ont aucune ressource personnelle et sollicitent obligatoirement l'aide du dispositif public pour créer leur entreprise, notamment la CNAC (dans le cas des entrepreneures que nous avons observées). Ces femmes sont moins jeunes que les premières, elles ont entre 45 et 50 ans quand elles créent leur entreprise.

Ce dispositif est un atout certain pour le développement de l'entrepreneuriat. En effet il permet à de nombreux porteurs de projets, sans discrimination de genre, qu'ils soient diplômés ou non de bénéficier d'un capital de départ qu'aucune autre institution financière n'aurait accepté d'avancer. Accéder à ce mode de financement est la seule opportunité pour ces femmes qui n'ont, comme garantie de remboursement de leur crédit, que la réussite futur de leur entreprise. De ce prêt dépendra la réalisation de leur projet et l'amélioration de leur condition financière et y compris celle de leur famille.

Notre travail nous a amené à nous interroger sur la situation de cette seconde catégorie d'entrepreneures et sur les difficultés liées à la création de leur entreprise ainsi qu'à sa gestion. Il nous a également permis d'étudier le mode de fonctionnement des dispositifs d'aide, notamment la CNAC et l'ANSEJ, qui ont permis à ces femmes d'obtenir les fonds nécessaires au financement de leur projet.

Nous avons relevé trois contraintes les plus fréquemment citées :

- **FI : le financement** : le dispositif lève cette contrainte, mais les délais d'attribution sont excessivement longs
- **AC : l'accompagnement** : technique uniquement, est prévu par le dispositif mais est inefficace. Une formation sensée durer une semaine ne dure que 02 jours.
- **RE : un réseau personnel inexistant** : en dehors de la famille, l'entrepreneure, au démarrage de l'activité, se sent isolée (elle n'appartient à aucun réseau) et a du mal à

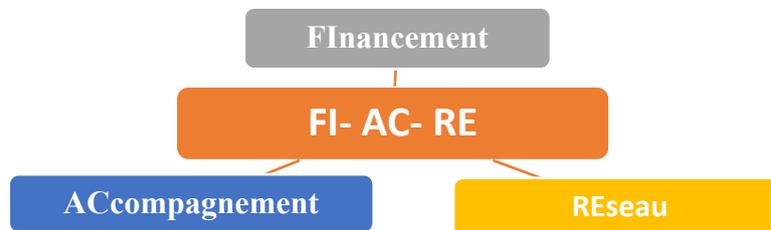
affronter le marché. Il leur est difficile de s'imposer auprès de fournisseurs et de fidéliser une clientèle. Le dispositif ne prévoit rien à ce sujet.

Disposer de ces trois facteurs permettrait à l'entrepreneure de lever plusieurs contraintes tout au long du processus entrepreneurial.

La réunion des premières syllabes des trois contraintes suscitées nous donne le mot :

FI-AC-RE.

Le hasard fait que ce mot existe « Fiacre, » et qu'il renvoi à la notion d'accompagnement puisqu'il est le nom d'un moyen de transport ancien. A juste titre, il peut donc symboliser l'accompagnement indispensable de ces femmes au démarrage de leur aventure entrepreneuriale et être appréhendé comme concept.



***Le concept « FI-AC-RE »** renverrait aux trois actions que pourrait entreprendre le dispositif d'aide pour conduire les bénéficiaires vers une plus grande efficacité dans la réalisation et la gestion de leur projet.*

*Le dispositif qui assure déjà le financement des projets, devrait **accompagner durant un temps précis les futures entrepreneures** et les aider à mieux gérer la création de leur entreprise et les conseiller, au démarrage, dans la gestion de cette nouvelle activité, telle que la recherche de la clientèle ou d'éventuels partenaires. La mise en contact des différentes bénéficiaires, leur permettrait de créer ou d'élargir leur réseau, de travailler ensemble si possible et d'échanger sur leurs expériences respectives.*

***Les bénéficiaires devraient également être suivis** par un accompagnateur afin de juger, sur la période du prêt, des résultats de l'entreprise nouvellement créée. Ce concept pourrait permettre des réflexions sur ces dispositifs, afin qu'ils soient plus efficaces et plus efficients. Il pourrait également servir d'indicateur des résultats et des impacts sur cette population d'entreprise concerné et sur le dispositif lui-même.*

Cela nous situe à la jonction de l'interaction public- privé qui s'exprime non pas uniquement à partir d'une distribution de capital, mais plutôt par une interaction en vue d'une action qui met en œuvre le concept proposé.

Troisième constat

Cette enquête nous a également permis de constater une évolution des caractéristiques des femmes entrepreneures ; en effet, les premières enquêtes sur les femmes entrepreneures en Algérie dont l'une effectuée par (Metaich, 2012) avait relevé les caractéristiques suivantes à ce moment :

- *Des femmes âgées entre 45 et 50 ans, en précisant que 89% d'entre elles avaient plus de 40 ans et seulement 17 % avaient entre 27 et 39 ans.*
- *80.6 % de ces femmes sont mariées, 8.3% sont divorcées et 5,6% sont veuves.*
- *78.1% (pour la plupart diplômées) étaient inactives avant la création de leur entreprise.*

En 2019, soit moins d'une décennie après, en comparant les résultats de notre enquête à ceux que nous venons de présenter, nous observons une évolution des caractéristiques sociodémographiques de la population observées.

Les femmes que nous avons investiguées ont entre 27 et 68 ans. Lorsque nous comparons les deux enquêtes, deux variables importantes sont à considérer : leur situation familiale et leur activité avant la création de leur entreprise

Nous avons constaté que la moyenne d'âge des entrepreneures en date de la création de leur entreprise est de 34 ans et qu'elles avaient en moyenne 2 enfants. Précisons que 78% des femmes de notre échantillon ont créé leur entreprise avant d'avoir 40 ans :

67.3% de femmes sont mariées, 16.2% sont célibataires, 10.2% sont veuves et 6.1% sont divorcées.

Lorsqu'elles ont créé leur entreprise, 60% étaient salariées et non pas inactives comme l'avait constaté Tahir-Metaiche en 2012

Rappelons que :

- *88% affirment que l'entrepreneuriat leur assure un meilleur équilibre entre leur vie familiale et leur vie professionnelle,*
- *80 % affirment qu'être mère n'est pas un frein à l'entrepreneuriat.*

Cette observation est importante, car constater une modification des caractéristiques sociodémographiques, indique une évolution du comportement de ces femmes ; évolution qui nous fait dire que désormais de nombreuses femmes, et essentiellement les diplômées, ont confiance en leurs capacités à entreprendre, et considèrent l'entrepreneuriat comme un choix de carrière possible et ne l'entrevoient pas comme la dernière alternative face à la difficulté à trouver un emploi.

Notons que celles qui avaient moins de 40 ans à la date de la création de leur entreprise, sont diplômées de l'université (minimum BAC+4) et ont, majoritairement, créé, sans association, leur entreprise.

Nous sommes convaincues que l'exploitation du potentiel des femmes et leur participation accrue en particulier en tant qu'entrepreneures pourrait contribuer au développement du secteur privé à la croissance économique et à la réduction de la pauvreté. En effet, de nombreuses études montrent que l'implication des femmes dans l'entrepreneuriat est un élément expliquant une proportion significative de l'écart de croissance entre les divers pays : « si le potentiel entrepreneurial n'est pas exploité au mieux, le potentiel de croissance ne l'est pas non plus » (Feminin, janvier 2005, p. 7) .

Bibliographie

- Brush, B., & Wemter. (2009). *A gender-aware framework for women's entrepreneurship*. international journal of gender and entrepreneurship, Vol.1 ,N° 1.
- Degeorge, A. F. (2012). *dynamique entrepreneuriale*. Bruxelles: De Boeck.
- djazair, R. e. (Mars 2017). *Quelle place pour la femme algérienne dans l'entrepreneuriat*. Revue el Djazair. Chiffres et statistiques.
- Entrepreneures, I. i. (20 11 2019). *MIWE*. MIWE.
- Feminin, e. (janvier 2005). Rapport de l'Observatoire Fiducial de l'entrepreneuriat féminin, janvier 2005.
- féminin, R. d. (2005).
- Gavard-Perret, G. H. (2012). *Methodologie de la recherche en sciences de gestion*. Montreuil: Pearson France.
- Halim, D. (5 Mars 2020). *L'état de l'entrepreneuriat féminin : les statistiques parlent d'elles-mêmes*. ANQUE MONDIAL. ORG.
- Hassen Souaber, .. (2004). *Activité féminine en Algérie, réalité et perspectives*.
- Hernandez.E.M. (1999). *Modèles d'entrepreneuriat: vers une approche contingente et processuelle*. Revue Sciences de Gestion, n° 26-27, .
- Lebegue, T. (2011). *Le processus entrepreneurial des femmes en france*. Univeristé de bretagne occidentale.
- Lebègue, T. (2011). *le processus entrepreneurial des femmes en france*. université de bretagne occidentale.
- Metaich, T. (2012). *Le profil de l'entrepreneuriat féminin en Algérie : une étude exploratoire*. Université de Ain Temouchent, Algérie.
- Ministère de l'industrie et des mines. (novembre 2019). Bulletin d'information statistique de la PME N°35.
- ONS. (Avril 2018). *ACTIVITE, EMPLOI & CHÔMAGE*. ONS.
- R.Scase, R. e. (1985). *Women in charge*. Londres: Allen and Unwin.
- (2005). *Rapport de l'Observatoire Fiducial de l'entrepreneuriat féminin*, .
- Sarasvathy, S. (2015). *Les grands auteurs en entrepreneuriat et PME*. Cormelles le royale: EMS Management & Société.
- Sekkal, H. (2019). *Analyse des principaux determinents de l'entrepreneuriat féminin en Algerie*. Oran: université Oran2.
- Strauss, B. G. (2009-2012). *La decouverte de la théorie ancrée: strategie pour la recherche qualitative*. paris: Armand colin.
- Tounes. A (2007), L'intention entrepreneuriale. Une recherche comparative entre des étudiants suivant des formations en entrepreneuriat. P.35.

Tounes, A (2002), L'entrepreneur : l'odyssée d'un concept, IAE de Rouen, CREGO, Faculté de Droit, de Sciences Économiques et de Gestion, no.03-73, 1-22.

Verstraete, T. (2000), Histoire d'entreprendre-les réalités de l'entrepreneuriat, Editions Management et société.