



## Les motivations et freins à l'entrepreneuriat féminin Motivation and obstacles to women's Entrepreneurship.

### *The Motivations and Barriers to Female Entrepreneurship Motivation and Obstacles to Women's Entrepreneurship.*

**Phd. Ahlem BOUHADJEB**

Laboratoire LARMHO  
Université Abou Bakr Belkaid,  
Tlemcen, Algérie  
*ahlembouhadjeb@gmail.com*

**Pr. Wassila LACHACHI TABET**

Laboratoire LARMHO  
Université Abou Bakr Belkaid,  
Tlemcen, Algérie  
*tabet-wassila@yahoo.fr*

*Received: 05/01/2022*

*Accepted: 06/03/2022*

*Published: 22/04/2022*

#### **Résumé :**

Au cours des dernières années on assiste à une croissance du nombre des entreprises créées par les femmes dans le monde. A ce niveau on trouve que la promotion de l'entrepreneuriat féminin constitue l'un des aspects de la maîtrise de la femme des axes liés à l'économie, que sont la création des unités génératrices de valeurs ajoutées et son intégration aux sphères politiques et autres.

L'entrepreneuriat féminin est devenu un vrai sujet d'étude ces trente dernières années (Adria Gabret, 2016) et d'analyse académique avec des problématiques qui lui sont propres notamment celles relatives aux freins, et obstacles que rencontrent les femmes vu leurs particularités (personnelles) et leurs motivations entrepreneuriales.

**Mots clés :** Entrepreneuriat, Femmes entrepreneures, Obstacles, Motivations, Facteurs.

#### **Abstract :**

In recent years there has been an increase in the number of women-created businesses in the world. At this level we find that the promotion of female entrepreneurship is one of the aspects of women's mastery of the economic axes, that is, the creation of units generating added value and its integration into the political and other spheres.

Female entrepreneurship has become a real subject of study in the last thirty years (Adria Gabret, 2016) and of academic analysis with issues that are specific to her, particularly those related to the obstacles, and obstacles that women encounter given their particular characteristics (personal) and their entrepreneurial motivations.

**Key words :** Entrepreneurship, Women entrepreneurs, Obstacles, Motivations, Factors.

**JEL Classification :** L26, L20

\* Auteur correspondant : BOUHADJEB Ahlem (*ahlembouhadjeb@gmail.com*).

#### **Introduction :**

Pendant longtemps, la femme s'est occupée de la sphère privée et familiale : ménage, éducation des enfants, cuisine. Peu à peu, ces fonctions sont devenues de véritables métiers : agents d'entretien, institutrice, infirmière, sage-femme, et ont donc commencé à être rémunérés mais peu. Ce lourd passé culturel du travail gratuit des femmes, explique pourquoi les femmes sont le plus en plus présentes dans des métiers d'éducation, soignante ou de communication. La femme tend à



affirmer son identité dans la population active. Son rôle est passé d'un rôle de femme « épouse mère » à une femme associée, autonome et désireuse de carrière professionnelle.

Depuis plusieurs années, l'homme est devenu de plus en plus incapables de subvenir seul au besoin de sa famille à cause du chômage structurel et de la faible croissance des salaires, ce qui a amené la femme à investir de plus en plus dans le marché de l'emploi. Cette situation a contribué au changement de la structure familiale et à améliorer la position de la femme dans la société.

La femme entrepreneure est désormais reconnue l'une des sources de la croissance, de la création d'emploi, de l'innovation et de la richesse (ARASTI, 2008). De ce fait, l'entrepreneuriat féminin est devenu un champ d'étude qui attire de plus en plus de chercheurs dans les pays développés et ceux en voie de développement.

Plus souvent, ces femmes rencontrent plusieurs contraintes économiques, juridiques et socioculturelles qui les entravent de se lancer dans la carrière entrepreneuriale, les micro-entreprises notamment féminines permettent ainsi d'amortir les effets de la crise et de lutter contre la pauvreté.

### **I- Définition de l'entrepreneuriat féminin :**

Quand on parle d'entrepreneuriat, cela implique aussi bien les femmes que les hommes, ils ont tous les deux la même importance pour l'économie et pour la société. Plusieurs auteurs se sont penchés sur ce terme et ont développés, chacun une définition propre à leur point de vue.

« Une femme entrepreneure se définit comme une femme personne physique, venant d'une situation d'inactivité, de chômage ou de salariée dépendant d'un employeur, qui seule ou en équipe, crée une nouvelle entreprise indépendante en assumant les responsabilités managériales et les risques qui sont liés à la production de richesse envisagé » (Marie-Thérèse Um, Ahmadou Aly, & Félix, 2017)

Ainsi, dans cette définition, la femme entrepreneure renvoie à celle qui s'engage dans un projet de création d'entreprise après une période d'inactivité, ou pour un besoin de changement de statut, en prenant des risques et en assumant de nouvelle responsabilité pour arriver un objectif précis.

Diana LAVOIE décrit la femme entrepreneure, qu'elle a aussi appelée, propriétaire-chef d'entreprise/ ouvrier-firme, propriétaire-dirigeante d'entreprise/ ouvrier firme manager ou encore femme chef d'entreprise/ Business women : « La femme qui, seule ou avec un ou des partenaires, a fondé, acheté ou accepté en héritage une entreprise, qui en participe quotidiennement à sa gestion courante » (LAVOIE, 1988).

L'observatoire de l'entrepreneuriat féminin FUDICIAL la définit comme la « Personne (la femme qui possède et dirige une entreprise) qui l'on peut désigner comme femme entrepreneure » (Christian, 2006). Cet observatoire est créé par le groupe FUDICIAL pour rendre compte l'évolutions des créatrices et pour dégager les bonnes pratiques mises en place à l'international.



Selon Fillion (1997), « Une personne qui prend des risques financiers pour créer ou acquérir une entreprise, et qui dirige de manière innovante et créatrice en développant de nouveaux produits et en conquérant de nouveaux marchés » (Collège condition féminine CLD Longueuil, 2004, p. 10).

« Des femmes passionnées et déterminées qui ont choisi de créer leur entreprise ou travailler à leur compte pour avoir le contrôle sur les décisions, et gérer leur temps avec un sentiment de flexibilité, exploiter au maximum leurs capacités et les compétences avec un objectif personnel de sa réaliser à travers ce projet de vie » (Collège condition féminine CLD Longueuil, 2004, p. 33).

En général, ce qu'on peut retenir de ces différentes définitions, c'est qu'il existe plusieurs notions de femme entrepreneure qui signifie à la fin (Christian, 2006) :

- Une femme créatrice d'une entreprise.
- Une femme innovante.
- Une femme indépendante et responsable.
- Une femme qui aime le goût des risques.

## **II-L'entrepreneuriat féminin dans les pays du Maghreb :**

Tous les pays du Maghreb ont mis en place des réformes et des programmes d'aide à la création des entreprises permettant aux femmes de créer des entreprises au même titre que les hommes.

A titre d'exemple, en Algérie, les jeunes femmes bénéficient de ressources financières considérables dans le cadre des différents dispositifs (ANSEJ, CNAC et ANGEM) sans aucune discrimination.

Probablement, la situation des femmes entrepreneures au Maghreb est relativement plus favorable que celle de la majorité des pays de la région MENA, et elles semblent souffrir de moins de discrimination formelle et légale pour la création des entreprises. Bien que le cadre juridique soit non discriminant et les niveaux d'éducation des jeunes filles soient élevés, les taux d'activité entrepreneuriale des femmes au Maroc, en Tunisie, et en Algérie sont toujours très bas.

En effet, les femmes possèdent et gèrent entre 31 % et 38 % des entreprises au niveau mondial, cependant, une enquête réalisée par la banque mondiale entre la période 2003-2010 montre qu'elles ne représentent que 15 % des entreprises dans la région MENA (Cawtar, 2015). À noter aussi que le plus bas niveau de TEA féminins dans le monde peut être vu dans les pays de la région MENA (Kelly, 2013) dont la participation des femmes demeure plus faible que celle des pays à faibles revenus de l'Asie, de l'Amérique latine et des Caraïbes (Reynolds, 2010). Suivant les chiffres des structures d'immatriculation d'entreprises, les femmes marocaines ont créé moins de 12 % des entreprises à la fin de l'année 2009, et les algériennes ont enregistré moins de 6 % des sociétés à la fin de l'année 2014.

En outre, selon l'enquête de General Entrepreneurship Monitor (GEM) 2009, le taux de prévalence TEA féminin est de 13.4, 11.7, 5.1 pour l'Algérie, le Maroc, et la Tunisie respectivement (GEM, 2010). Récemment, une étude réalisée en Tunisie montre que des facteurs contextuels tels que la pauvreté, la corruption, et les



guerres à l'intérieur de pays voisins, peuvent significativement affecter la décision de créer des entreprises tunisiennes par des étudiantes et des étudiants (Touzani, 2015).

Une autre étude réalisée sur un échantillon de 1228 femmes chefs d'entreprise dans cinq pays de la région MENA révèle que la majorité des femmes tunisiennes sont mariées (72 %) avec en moyenne 1.8 enfants.

Elles possèdent des entreprises individuelles et sont les plus créatrices de postes d'emploi dans cette région (Cawtar, 2007). Dans les pays de la zone MENA, L'Algérie se distingue comme ayant les attitudes les moins favorables à l'entrepreneuriat, seuls 57 % des adultes algériens perçoivent l'entrepreneuriat comme un bon choix de carrière (GEM, 2010).

Sur un autre plan, les normes culturelles traditionnelles qui attribuent des rôles et des responsabilités aux femmes dans cette région façonnent manifestement le mode de pensée et influencent les perceptions et les attitudes vis-à-vis de la création des entreprises. Force est de constater que les normes et les valeurs culturelles sont très dominantes dans les pays arabo-musulmans, et le phénomène de l'entrepreneuriat féminin se trouve ainsi influencé (Jamali et al, 2005).

### **III- Les motivations entrepreneuriales Push/ Pull :**

#### **1-Définition de la motivation :**

Selon le dictionnaire Larousse : la motivation est : « l'ensemble des motifs qui expliquent un acte d'un individu », le dictionnaire le petit Robert, définit la motivation comme : « ce que motive un acte, un comportement, ce que pousse quelqu'un à agir ».

Historiquement, la recherche sur la motivation remonte aux travaux de Freud, cités par Carsrud et Brännback, sur les « instincts » qui conduisent ou « motivent » les comportements humains à réaliser des objectifs de survie, de succès ou d'évitement de l'échec.

Pintrich et Schunk soutiennent que la motivation est « le processus par lequel une activité visant un objectif est initiée et maintenue » (Pintrich, Schunk, 2003).

Selon Capo-Chihi et al (2012, 2013), la motivation des débuts laisse place à la lassitude et à l'exaspération. Ainsi, on ne peut jamais être sûr d'une chute ou d'une baisse de l'activité.

« Qu'est – ce qui pousse une femme à prendre des risques et à lancer une entreprise nouvelles, à vouloir faire carrière dans l'entrepreneuriat en dépit des terribles aléas de la réussite ? ».

Comme s'interrogeaient Machado, Gimenez, Gomes, Pellisson et Aligeleri dans leurs recherches sur le comportement managérial des femmes et des hommes entrepreneurs : cas de Brésil (2002) (Robert, 2003).

Contrairement aux hommes qui sont le plus souvent attirés par des facteurs positifs (gains matériels, promotion sociale, etc ...), les femmes sont incitées à construire leurs propres entreprises pour plusieurs raisons qui sont d'ordre personnelles ou



dues aux circonstances extérieures, positives ou négatives (Shane, Kovereid et Wewthead).

Selon les termes de Duchéneant, on peut faire la différence entre des facteurs « Push » qui poussent les femmes vers le travail indépendant sans qu'il y ait réelle volonté mais plutôt nécessité, et des facteurs « Pull » qui les attirent positivement et débouchent sur une véritable volonté de création (Vier Machado, et al., 2002).

### **2-Les facteurs de poussée « Push » :**

Ils se caractérisent plus précisément par l'insuffisance du revenu familial soit du conjoint, qui est dû nécessairement à l'augmentation du niveau des ménages, soit les cas des femmes célibataires, veuves, ou divorcées qui sont plus contraintes d'agir face à leurs situations familiales.

L'insatisfaction dans le travail salarié à cause des conditions du travail inacceptables, horaires trop rigides, une trop grande différence des salaires entre hommes et femmes, une ségrégation dans l'attribution des postes, les frustrations d'un avancement bloqué, la désillusion quant aux relations traditionnelles des employés et des employeurs (B.Ducheneaut, 1997).

Les femmes sont souvent affectées à des postes subalternes qui n'est pas acceptables par elles vu l'amélioration de leur niveau d'instruction (Aisrish et Brush, 1986 ; Brush, 1992).

Dans certains pays, le haut niveau de chômage est un facteur de poussée. Ce cas de figure a été dénommé par Duchéneant comme un facteur à part, centré sur une partie accomplissement personnel/ nécessité contextuelles qui permettrait de moduler les motivations des femmes entrepreneurs (D.C. Sarcher, 2005).

A titre d'exemple, avant la chute du mur de Berlin, 94 % des femmes de la République Démocratique travaillaient : aujourd'hui, le taux de chômage de 20 % a encouragé les femmes entrepreneurs : depuis 1990, c'est 150000 entreprises dirigées par les femmes qui ont été créés.

### **3-Les facteurs positifs « Pull ».**

Qui attirent les femmes vers la carrière d'entrepreneurs sont multiples. Les femmes comme les hommes entreprennent par besoin d'indépendance et d'accomplissement et par refus de travailler pour une tierce personne. De ce fait, les femmes entrepreneurs sont prêtes à assumer les risques sociaux, psychologique et financiers afin d'assouvir leur besoin d'indépendance (B.Ducheneaut, 1997). Ce facteur de motivation est presque le seul facteur qui rassemble autant les femmes que les hommes entrepreneurs d'après les études réalisées sur la motivation dans différents pays.

Toutefois, pour ces femmes, le désir d'indépendance domine largement sur les autres motivations de création d'entreprise.

Ceci est expliqué dans la littérature, essentiellement, par le statut social de la femme. En d'autres termes, être dirigeantes de sa propre entreprise leurs permet d'être flexible quand à la gestion de temps, afin de trouver l'équilibre entre le travail et la famille.



Quand, aux hommes entrepreneurs, la principale motivation à vouloir entreprendre réside dans le désir de détenir plus d'argent, cette raison n'est plus primordiale chez les femmes.

Dans une étude Allemande, les femmes ne placent le profit qu'à la quatrième ou la cinquième place, derrière leur désir autonome de développer leurs idées propres.

D'autres facteurs ont intéressé les chercheurs et qui reflètent des différences quant aux motivations des hommes et des femmes.

Ces facteurs sont énumérés par les femmes interrogées comme des facteurs secondaires qui ont des influences moindres que la première dans leur choix entrepreneurial ;

Toutefois, ces motivations ne peuvent pas être négligeables pour les femmes. On cite à titre non exhaustif, l'épanouissement personnel, le goût d'entreprendre, le statut social, pouvoir, revenu, besoin de flexibilité et le désir de gérer son propre temps.

Certaines femmes se disent qu'elles intègrent la famille et ses besoins aux besoins de l'entreprise (Etude Canadienne en 2003).

En Algérie, la motivation principale des femmes à devenir entrepreneure est de se sortir de la pauvreté, en effet, certaines femmes sont contraintes de développer une activité pour subvenir aux besoins de la famille qui vit dans des conditions précaires pour survivre malgré tout les obstacles.

D'autres facteurs aussi peuvent motiver la femme entrepreneure algérienne dans son idée d'entreprendre, comme la recherche de sa propre estime et à imposer l'estime des autres.



#### IV- Les principales motivations repérées par les auteurs en entrepreneuriat féminin (Aude & Gabarret, 2016) :

**Tableau 1 : principaux facteurs de motivation entrepreneuriale féminine.**

Auteurs	principaux facteurs motivationnels des femmes
Hisrich (1986)	Désir d'indépendance, de réalisation de satisfaction au travail, d'accomplissement de soi, d'indépendance financière, combler l'ennui d'être une femme au foyer, réponse à une nécessité économique.
Buttner et Maare (1997)	Désir de relever un défi, d'autodétermination, de conciliation travail-famille, réponse à une frustration face aux possibilités d'avancement de carrière à la discrimination.
Tzemah (2000)	Développement personnel, nécessité économique, désir de réalisation, sur les conseils d'amis ou de la famille, haut degré d'estime, besoin de créativité.
Hughes (2006)	Désir d'indépendance, de liberté, d'être son propre patron, de relever un défi, d'opportunité financière, d'équilibre travail-famille, d'horaires flexibles, réponse au chômage, possibilité de travailler à domicile, possibilité de gagner plus d'argent, reconnaissance d'un travail rémunéré.
Simonin (2006)	Désir d'indépendance, d'accomplissement de soi, passion pour l'initiative, envie de générer des revenus, d'un statut social, d'exercer un pouvoir, pour palier un faible revenu familial, en réponse à une insatisfaction de salaire, à des difficultés à trouver un emploi, meilleure conciliation travail- famille.
Humbert, Drew (2010)	Désir d'indépendance, recherche de satisfaction, désir de relever un défi, opportunité de marché, envie de gagner plus d'argent, conciliation travail- famille, rêve d'être entrepreneur
Davis, Abdiyeva (2012)	(En contexte d'économie en développement) Se créer son propre emploi, besoin de trouver des revenus pour échapper à la pauvreté, besoin de subsistance.
Mc Gowan et al (2012)	Désir de relever un défi, de s'accomplir, d'être son propre patron, d'avoir une meilleure conciliation entre vie professionnelle et personnelle, insatisfaction au travail.

Source : Aude D'Andria, Inès Gabarret. Femme et entrepreneurs : trente ans de recherches en motivation entrepreneuriale féminine, Revue de l'entrepreneuriat, De Boeck Supérieur 2016.

#### V- Les freins (obstacles) rencontrés par les femmes en affaires :

L'apport de l'entrepreneuriat féminin est important pour la création des emplois et le développement économique (Safarik, 2003 ; Huarng, Mas-Tur et Hui – kwang, 2012).

Cependant, malgré son importance, la littérature souligne plusieurs obstacles auxquels doivent faire face les femmes entrepreneurs (Bardasi, Sabarwal et Terrell, 2011 ; Datta et Gailey, 2012 ; Estrin et Mickiewicz, 2011 ; Rutashobya, Allan et



Nilsson, 2009 ; Spring, 2009 ; St-Pierre, Pilaeva et Julien, 2001, Zeidan et Bahrami, 2011).

### **1- Obstacles individuels :**

Parmi les obstacles individuels, on trouve à la fois des facteurs sociodémographiques (age, localisation), des facteurs psychologiques (liés à l'attitude entrepreneuriale) et des facteurs rattachés aux compétences (formation, expérience managériale, expériences professionnelles), **Ronsen (2014)** souligne la difficulté pour les femmes de satisfaire pleinement leur potentiel professionnelle.

#### **1.1-La psychologie des femmes : un facteur de blocage :**

Les structures auxquelles obéissant les femmes font qu'elles se montrent soumises et s'en remettent souvent à leurs parents et plus tard à leur mari. En outre, la notion d'individualité est quasi inexistante. De ce fait, les femmes ont des vertus socioculturelles qui vont souvent à l'encontre de la vie sociale extérieurs, et en particulier à l'entrepreneuriat.

Les femmes africaines, en générale, reprogramment à heurter les traditions, et depuis quelques années, un qualificatif péjoratif a été attribué à celles qui voulaient se lancer dans le commerce ou l'industrie. La notion des femmes faiseuses d'affaires est apparentée à celle de femmes peu scrupuleuses et malhonnêtes,

#### **1.2-Les difficultés d'accès au financement une difficulté commune à toutes les femmes entrepreneures :**

Pour (Birley, Moss, & Saundres, 1987), il n'existe pas de différence fondamentale quant au mode de financement des entreprises des femmes et celles des hommes. Mais dans la pratique le mode de financement des entreprises créés et dirigées par les femmes diffèrent de celui des hommes d'après L'OCDE (2000). Selon (Dina, 2004) lors de la création de leurs entreprises, les femmes sont obligées dans leur grande majorité, d'avoir recours à la famille et aux amis en priorité pour la constitution du capital. Pour (Aubry, 1988) les femmes préfèrent toujours des emprunts auprès du cercle familial et sollicitent très peu les institutions financières classiques. Selon (Cornet & Condantiniadis, 2004) lorsque des femmes font des emprunts en dehors du cercle familial, c'est toujours par nécessité et le plus souvent ce sont des petits montants, car elles essaient de faire des efforts pour réduire le d'endettement, pour (Lightstone, 1998) les femmes ne font pas très souvent recours aux institutions financières pour éviter l'humiliation d'être obligées de recourir au cautionnement du conjoint pour le prêt. Quant à (Hisrich & Brush, 1984), elles pensent que les femmes sont prudentes et évitent le surendettement pour mieux protéger leur famille, une prudence due à une prise de conscience des risques ou par peur que les institutions financières refusent les prêts. Selon (Mione, V-Korhomen, Still, L-ST-Cyr, & Machado, 2002), les entrepreneures françaises ou canadiennes financent leur création par les apports personnels issus de leurs économies ou auprès d'amis ou en faisant appel à des actionnaires qui sont constitués majoritairement des membres de la famille.

Selon les résultats d'une étude réalisée par le réseau entreprendre au féminin (1997). Les institutions financières ne disposent pas de services personnalisée qui



répondent aux besoins des femmes, puis le taux de rotation des gestionnaires de compte est élevé. En dépit de toutes ces difficultés que les femmes rencontrent pour accéder un financement lorsque les banques acceptent de les financer.

C'est le plus souvent à des conditions moins avantageuses que celles des hommes selon (Colman, 2000). Selon (La fortune & ST-Cyr, 2000) les entrepreneures qui rencontrent le plus souvent des difficultés d'accès au financement sont très souvent celles qui dirigent les entreprises les plus importantes en termes de chiffre d'affaires et de nombre d'employés. Ces pour ces raisons (Zouiten & Levy-Tadjine, 2005) pensent que les entrepreneures sont discriminées lors de l'octroi de crédit à la création. Même lorsqu'elles obtiennent un crédit les conditions sont très souvent moins favorables par rapport à celles des hommes (Riding & Swift, 1990). Selon (Carrington, 2006) il n'existe pas de différences d'accès au financement entre les entreprises détenues par les hommes et celles gérées par les femmes lorsqu'elles ont les mêmes caractéristiques en termes d'âge, de taille et de secteur d'activité.

## **2-Les obstacles socioculturels :**

Ce qui attire l'attention, en ce qui concerne les femmes entrepreneurs, leurs défis à un environnement socioculturel qui met la femme en arrière position dans les domaines socioéconomiques, cela est dû à l'élargissement de l'éducation, ce qui a permis l'accession des femmes à l'université et leur rentrée en masse au monde de travail. Ce qui leur a permis d'accéder aux postes de responsabilité et même de créer leurs propres entreprises. Ce n'est pas facile de défier un ordre social et culturel établi, et parfois même rentrer en conflit avec l'entourage familial et social, et participer comme facteur actif dans le changement socioculturel d'un ordre bien ancestral.

### **2.1-La culture et la société soutiennent rarement l'entrepreneuriat féminin :**

La participation économique et sociale des femmes au travail a beau avoir fortement augmenté au cours des dernières décennies des stéréotypes sexiste négatifs subsistent, lorsqu'elles s'engagent sur le marché du travail, que ce soit en tant que salariées ou indépendantes, les femmes sont en effet confrontées à une série d'obstacles subtils, liés au genre (et aux idées préconçues sur les rôles que chaque sexe doit jouer). Le concept selon lequel l'entrepreneuriat est un phénomène « masculin » a des origines historiques anciennes. Il est en outre entretenu par des processus culturels, sociaux et économiques, et est ancré dans les attitudes et les normes sociales et culturelles (Hamilton, 2013). Cela rend l'entrepreneuriat féminin moins légitime (Ogbor, 2000). Ce manque de légitimité a une incidence sur la position sur le marché des entreprises gérées par des femmes et sur leur image, entrave la mobilisation de ressources pourtant essentielles (Bursh, Carter, Gatwood, Green , & M Hart, 2004) et empêche la réalisation pleine et entière de leur potentiel entrepreneurial (Marlow & Patton, 2005).

Les rôles traditionnellement attribués à l'homme et à la femme peuvent également avoir pour conséquence que les femmes se restreignent elles-mêmes, dans leur entreprise et dans leurs activités, à des professions, des secteurs et des domaines



d'activité « féminisés » comme les services à la personne ou les professions liées à la santé. En outre, les normes qui décrivent le comportement attendu de chaque sexe peuvent restreindre l'accès des femmes à des ressources importantes, en termes humains, financiers ou de capital social. Le fait que peu de femmes ont réussi en tant que chef d'entreprise et peuvent servir d'exemple à d'autres constitue un élément hautement dissuasif pour les femmes lorsqu'il s'agit d'envisager une carrière de chef d'entreprise, surtout dans les domaines scientifiques et technologiques. L'idée selon laquelle le chef d'entreprise masculin est la norme est entretenue par les réseaux sociaux, l'éducation, et même par les politiques en place dans de nombreux pays. L'une des attitudes sociales les plus marquées en ce sens est l'attitude envers l'échec. En effet, les femmes sont plus enclines que les hommes à déclarer que c'est la peur de l'échec qui les retient de se lancer dans l'entrepreneuriat. Au niveau européen, 52 % des femmes ont déclaré que la peur de l'échec les empêcherait de créer une entreprise, contre 42 % des hommes. Et dans tous les pays, les femmes sont plus susceptibles que les hommes de mentionner l'existence de cet obstacle, particulièrement en Grèce (71 %) et en Pologne (65 %).

### **2.2-L'équilibre entre la famille et le travail :**

L'un des obstacles à l'entrepreneuriat féminin plus particulièrement, est la difficulté à gérer le travail extérieur et le travail domestique (Pellegrino et Reece, 1982 ; Hisrich et Brush, 1983 et 1987 ; Honig, Haftel et Martin, 1986 ; Neider, 1987 ; Brush, 1990 ; Ufuk et Ozgen, 2001). D'après les travaux de Robert Paturel et Zahra Arasti 36 % des entrepreneurs féminins diplômées ont mentionné un équilibre difficile entre la vie professionnelle et la vie familiale. Selon ces deux chercheurs, cette situation constitue l'une des difficultés les plus fortes lors du lancement de leur affaire. En entrepreneuriat féminin, l'articulation de la vie professionnelle et familiale apparaît comme un thème distinctif de la recherche sur les femmes entrepreneures, et dont l'impact est omniprésent, quasiment, dans tous les thèmes précités : par exemple la petite taille des entreprises féminines serait le résultat d'une stratégie délibérée de contrôle de croissance, en vue de réussir l'articulation travail et famille (Jennifer, Megan, & Mc Dougald, 2007). Aussi, un style de management participatif/ délégitif serait le résultat d'une volonté d'avoir du temps libre pour vaquer aux responsabilités domestiques (Richomme, 2013).

Globalement, les femmes pensent que l'équilibre entre la vie privée et en entreprise nécessite le sacrifice par rapport au temps qu'elles peuvent consacrer à leurs activités personnelles, particulièrement quand les enfants sont en bas âge (Powel & Mainero, 1992). Ainsi, d'autres facteurs conditionnent cette articulation vie privée, vie professionnelle nous notons : le statut matrimonial, le nombre d'enfant, l'harmonie du couple, la capacité à assurer une meilleure gestion de temps ... sans omettre l'impact, non négligeable, des facteurs liés à l'environnement socioculturel tels que la représentation genre (le rôle de la femme), l'importance des structures de garde des enfants. L'articulation travail – famille des femmes semble donc largement influencée par la représentation de leurs besoins, le type d'entreprise, ou elles exercent ainsi que le niveau de soutien de leur entourage (Bourgain &



Chaudat, 2015). En particulier, le soutien du conjoint qui requière une grande importance, dans la mesure où la femme le consulte avant toute décision entrepreneuriale (Brusch, 1992), (Kirkwood, 2009) affirme qu'aucune femme ne crée son entreprise sans le soutien et l'accord de son conjoint - contre 15 % des hommes. (Nikina, Séverine, & Shelton, 2012) ont défini quatre configurations de couple en fonction de deux axes : couple harmonieux, conflictuel et couple traditionnel/ nom traditionnel. Ainsi la nature de la relation influe fortement sur la décision d'entreprendre et vice versa. La maternité est événement déclencheur de l'expérience entrepreneuriale : « être mam entrepreneure peut être préalablement défini comme le fait, pour une femme, de devenir entrepreneure au cours de sa grossesse ou dans la période préscolaire de l'enfant » (D'Andria & Richomme-huet, 2011). En vue d'atteindre un équilibre entre la vie privée et professionnelle perçu comme un avantage qu'elle ne peut pas atteindre avec le salariat.

**Tableau 02 : Obstacles propres aux femmes entrepreneures.**

<b>Obstacles /facteurs individuels</b>		
<b>Facteurs sociodémographiques</b>	<b>Facteurs psychologiques</b>	<b>Facteurs liés aux compétences</b>
Jeune âge des femmes	Faible propension au risque	Manque d'expérience professionnelle en gestion
Problème d'isolement	Représentations psychologiques sexistes et représentations inégalitaires entre les femmes et les hommes	Manque de formation spécifique en gestion
Double responsabilité (travail-famille).	Ambivalence au sujet de la motivation ou aspiration entrepreneuriale	Minoritaires dans les filières scientifiques
<b>Obstacles /facteurs socioculturels</b>		
<b>Facteurs socioéconomiques</b>	<b>Facteurs culturels</b>	<b>Facteurs relationnels</b>
Sous-représentation des femmes dans des secteurs tradition masculine	Sexisme dans le marché du travail	Réseautage d'affaires Désavantageux pour les femmes
Difficultés liées à la conjoncture économique	Manque de modèles entrepreneuriaux.	Réseaux de développement d'affaires pas toujours accessibles aux femmes
<b>Obstacles/ facteurs structurels</b>		
<b>Facteurs financiers</b>		<b>Facteurs organisationnels</b>
Difficulté d'accès au financement		Manque de ressources liées au développement
Ressources financières propres limitées		Petits investissements pour le démarrage

**Source :** Francesca Croce, Sophie Brière, PHD, Maripier Tremblay, DBA, « Entrepreneuriat féminin autochtone », portrait des obstacles, des facteurs facilitants et des mesures de soutien spécifiques, chaire en entrepreneuriat et innovation de l'université Lval.



## **VI-Les obstacles à l'entrepreneuriat féminin en Algérie :**

### **1-L'accès au financement :**

La culture entrepreneuriale est nouvelle en Algérie en sa forme moderne, après l'ouverture de l'économie au marché, et avec le souffle du vent de la mondialisation qu'a connu la fin du 20 siècle, à partir des Etats Unis sur le reste du monde, y compris les pays en voie de développement comme l'Algérie.

Le fait que la création d'entreprises est une culture nouvelle dans la société algérienne, elle connaît plusieurs contraintes : financières, culturelles et obstacles bureaucratiques. Afin d'aider les jeunes à surmonter ces obstacles, des associations et des structures étatiques d'emploi de jeunes ont été créés.

Les obstacles environnementaux et les contraintes socioculturelles en Algérie, ont freiné les femmes entrepreneurs.

Les femmes entrepreneurs en Algérie relèvent les défis, dans un environnement masculin plein d'obstacles humains et matériels. Elles n'ont pas d'autre choix que de succéder à la réalisation de leurs objectifs, c'est pour cela qu'elles fournissent beaucoup d'efforts pour apprendre et s'adapter aux différentes situations managériales.

La culture arabo-musulmane et les traditions culturelles sont bien nichées dans les attitudes et comportements des citoyens algériens, comme dans tous les pays arabes et africains. Les comportements des entrepreneurs et les méthodes de gestion de ressources humaines ainsi que les employés sont influencés par la culture et traditions sociales. Parmi ces aspects culturels on trouve le travail des femmes hors de leurs foyers, le travail des hommes sous l'autorité des femmes managers ou entrepreneurs, les relations hommes/ femmes au travail, et les relations formelles/informelles entre genre... ce qui façonne les comportements des femmes entrepreneurs, ainsi que leurs pratiques de gestion. D'après Tahir Metaiche : « les femmes entrepreneurs éprouvent une discrimination dans les relations du genre et plus de difficultés dans la création ou le développement d'une entreprise par rapport à son homologue masculin » (Tahir Metaiche, 2013).

L'action entrepreneuriale ne peut se concevoir en dehors de la société à laquelle appartient l'entrepreneur (Berreziga & Meziane, 2008).

La manque de formation en gestion et le manque d'expérience des femmes entrepreneurs en Algérie les a obligés à exploiter leurs caractères psychologiques et leur créativité dans les pratiques managériales, pour confronter les obstacles d'un environnement contraignant et instable.

Mais en Algérie, comme dans la majorité des pays en voie de développement, l'entrepreneuriat est une stratégie pour combattre le chômage et la pauvreté, plus qu'un objectif pour l'innovation et le développement durable, comme est le cas dans les pays industrialisés.

### **2-L'accès au marché et à l'information :**

Les femmes entrepreneurs en Algérie, lors de leur intégration sur un marché donné se heurtent à deux niveaux de difficultés. D'un côté, l'existence de barrières à l'entrée pour les nouveaux entrepreneurs (particulièrement les femmes), telles que



la concurrence déloyale, qui est pratiquée majoritairement par les entrepreneurs de la gent masculine. D'un autre côté, la localisation et l'éloignement de ces marchés, choses qui profitent aux revendeurs ayant une bonne position sur les circuits de distribution. Outre ces deux contraintes, les femmes entrepreneures algériennes souffrent d'une insuffisance de l'accompagnement lors de la pénétration du marché et de l'accès à l'information. Comme le souligne (OIT, 2017, p. 40), les entrepreneures algériennes estiment qu'il est beaucoup plus facile de créer son entreprise qui d'acquérir l'information et l'accéder aux marchés.

La difficulté d'accès des femmes algériennes à l'information engendre une sous-difficulté celle-ci est liée à la faible participation de ces femmes aux réseaux d'affaires. Cette sous-difficulté, est perçue, par, (Gheddache, L, 2016) comme un handicap majeur pouvant se traduire par la perte d'opportunités d'affaires (la formation, l'information et l'accompagnement financier ...). A l'encontre des conclusions de, (Tahir Metaiche, 2013) conclut, qu'avec le développement des technologies d'information et de communication (TIC) les femmes entrepreneures algériennes rencontrent moins de difficultés d'accéder aux réseaux d'affaires et ainsi d'en bénéficier des avantages qu'ils procurent pour faire fonctionner et développer leurs entreprises.

### **3-La conciliation vie privée/vie professionnelle :**

La conciliation vie privée/vie professionnelle est l'une des préoccupations notables des femmes entrepreneures algériennes. Ces dernières sont appelées à travailler dur pour assumer leur travail au sein de l'entreprise. En effet, elles consacrent, en moyenne, plus de 65 heures par semaine pour assumer les fonctions de leurs entreprises.

Elles sont, de ce fait, amenées à trouver une meilleure combinaison entre l'entretien de leur ménage (les tâches domestiques, les enfants) et leur travail en tant qu'entrepreneures (Tahir Metaiche, 2013)note ici que, cette combinaison semble être assumée, mais des efforts post-scriptum doivent être fournis par ces femmes (Dommene-Debbih, 2015) réfute ce constat, en affirmant que les femmes entrepreneures algériennes trouve davantage de difficultés pour concilier entre leurs tâches ménagères et leurs rôles d'entrepreneures (Gheddache, L, 2016), revient sur cette question en infirment l'hypothèse selon laquelle les entrepreneures algériennes rencontreraient des difficultés à trouver une meilleure combinaison entre leur charge de travail entrepreneurial et leurs charges familiales. Cet auteur renvoie ce constat à la taille réduite des entreprises ; à une bonne coopération entre la femme et sa famille (bonne répartition des tâches ménagères entre les membres de la famille, conjoint coopérant ...) ; ou encore, à la limitation du nombre des enfants au sein des couples, une pratique qui tend à se généraliser dans la société algérienne. Cette difficulté nous amené à détecter deux sous-difficultés celle de la faiblesse de formation des femmes entrepreneures algériennes et celle du manque de compétences de leurs employés (équipe).

Pour le manque ou l'absence de formation des femmes entrepreneures, comme le révèle le nombre d'heures hebdomadaires qu'elles consacrent leurs activités, les



compétences managériales de ces femmes sont insuffisantes. Ce constat a été également confirmé par (Tahir Metaiche, 2013) selon cette auteure, les entrepreneures algériennes, lors de la gestion de leurs entreprises, s'appuient essentiellement sur leurs perceptions et leurs intuitions personnelles plus que leurs compétences managériales. Dès lors, des formations spécifiques, en management, gestion d'entreprises, gestion financière, technique marketing, ...) sont donc d'une première importance pour ces femmes. Les études menées sur le sujet (Tahir Metaiche, 2013), (Benmakhlouf & Aknine, 2019) ont affirmé que l'accès à la formation est l'une des principales préoccupations des femmes entrepreneures en Algérie.

### **Conclusion :**

La femme entrepreneure est reconnue comme étant une force importante sur le plan économique qu'il faut la soutenir pour développer son activité économique.

Le succès de son entreprise est conditionné par l'adaptation au changement et l'utilisation de nouvelles façons de faire les affaires, pour proposer en période de changement. Un bon exemple est l'utilisation des technologies les plus récentes.

Cette femme entrepreneure doit avoir une confiance en soi et la confiance en bonne santé dans ces capacités et compétences.

Avec une vision claire de l'avenir, la femme entrepreneure doit être ambitieuse, mais en même temps réaliste et accessible, elle doit faire de grands efforts pour traduire l'idée en réalité.

Investir dans les femmes reste l'un des moyens les plus efficaces d'accroître l'égalité et de promouvoir la croissance économique inclusive et durable. Des programmes d'investissement doivent se réaliser au profit des femmes entrepreneures afin d'avoir des importantes répercussions sur le développement car les femmes consacrent généralement une plus grande part de leurs revenus à la santé à l'éducation et au bien-être de leurs familles. Parallèlement, il faut éliminer les aspects discriminatoires, des politiques, programmes et pratiques économiques et sociaux qui peuvent entraver pleinement la participation des femmes à l'économie et à la société.

### **Références bibliographiques :**

- Aubry, P. (1988). Femmes et hommes d'affaires. Qui êtes-vous? un portrait des gens d'affaires, Agence d'Arc.
- Aude, D., & Gabarret, I. (2016). Femme et entrepreneurs : trente ans de recherches en motivation entrepreneuriale féminine. Revue de l'entrepreneuriat, De boeck Supérieur.
- Benmakhlouf, Y., & Aknine, R. (2019). l'apport de dispositif ANGEM dans la promotion de l'entrepreneuriat féminin dans la wilaya de Tiziouzou. Revue des sciences économiques de gestion et sciences commerciales, 12(1), pp. 611-623.



- Berreziga, A., & Meziane, A. (2008). La Culture Entrepreneuriale chez Les Entrepreneurs Algeriens. les Stratégies d'Organisation et d'Accompagnement des PME en Algérie (p. 8). Ouargla: Université KASDI Merbah.
- Birley, S., Moss, C., & Saundres, P. (1987). Do Women Entrepreneurs Require Different Training? American Journal of Small Business, 12(1), pp. 27-35.
- Bourgain, M., & Chaudat, P. (2015). vie professionnelle et maternité : représentations comparées de jeunes entrepreneures et cadres en TPE et PME en croissance. revue de l'entrepreneuriat, 14, p. 88.
- Brusck, G. (1992). research On women business owners : past trends, new perspective and future directions. by bylor univertcity.
- Bursh, C., Carter, N., Gatwood, E., Green , P., & M Hart. (2004). clearing the hurdles women building high- growth business, upper siddel river, NJ prentce hall.
- Carrington, C. (2006). profils de financement des petites entreprises : entrepreneurs de visibles programmes des recherches sur le financement des PME.
- Christian, L. (2006). l'observation de l'entrepreneuriat féminin. FUDICIAL.
- Collège condition féminine CLD Longueuil,. (2004, Janvier). Étude des besoins des entrepreneurs propriétaires de micro-entreprise privées ou travailleuses autonome de la ville de Longueuil. Société Conseil BPS inc.
- Colman, S. (2000). Access to capital and terms of credit : A comparaison of men and women – owned small businesses. journal of small business managment, 38(3).
- Cornet, A., & Condtantinidis, C. (2004). entreprendre au féminin : une réalité multiple et des attentes différenciée. Revue française de gestion,, 154(4), pp. 191-204.
- D.C. Sarcher. (2005). Femmes entrepreneurs : catalyseurs de transformation.
- D'Andria, & Richomme-huet. (2011). lorsque l'enfant paraît. La mampreneuriat une réponse entrepreneuriale aux opportunités ? 7eme congrès de l'accadémie de l'entrepreneuriat et l'innovation, paris.
- Dina, L. (2004). Women Entrepreneurship a second best solution? Finance et bien commun, 20(03), pp. 79-90.
- Ducheneaut. B. (1997, avril). Les femmes entrepreneurs à tete de PME : une nouvelle force pour l'innovation et la création d'emploi. ([. : Pme, Éd.) Groupe ESC Rennes.
- Dommene-Debbih, Z. (2015). Le rôle de la politique public dans l'encouragement de l'entrepreneuriat féminin en Algérie : réalité et perspectives. Recherches économiques et managériales, Algérie, 11(18), 1-20.
- Gheddache, L. (2016). Etude des motivations des femmes à la création d'entreprises. ., EL-Bahith Review, 167-174.
- Hamilton, E. (2013). entrepreneurship Aross generations : narrative gender and learnig in family business,. Cheltenham: Edward elgar publishing.



- Hisrich, R., & Brush, C. (1984, 22 may). The women entrepreneur management skills and busines problems. *journal of small busines managment*, pp. 30-37.
- Jennifer, E., Megan, S., & Mc Dougald. (2007). work famaly inreface experiences and coping strategies : implications for entrepreneurship. *research and praticv academy of management review*, pp. 747-760.
- Kirkwood, J. (2009). Motivational factors in a push-pull theory of entrepreneurship, *gender in management. An International Journal*, 24(5), pp. 346-364.
- La fortune, A., & ST-Cyr, L. (2000). La perception de l'accès au financement chez les femmes entrepreneurs .
- Lavoie, D. (1988). Les entrepreneurs: pour une économie canadienne renouvelée. pp. Février, p64.
- Lightstone, T. c.-1. (1998). small and medium sized besnisses in canada,. Their perpesctive of financial institution and access to financing Toronto:. prepared for the canadien Bankers association.
- Marie-Thérèse Um, N., Ahmadou Aly, M., & Félix, Z. (2017). L'économie informalle, L'entrepreneuriat et l'emploi. Les éditions JFD Inc.
- Marlow, & Patton, D. (2005). all credit to men ? entrepreneurship, finace and gender. *entrepreneurship theory and pratic*, 717-735.
- Mione, A., V-Korhomen, K., Still, L., L-ST-Cyr, L., & Machado, H. (2002). comparaison des femmes entrepreneurs. résumé N°6, congrès international francophone sur la PME, (p. 17).
- Nikina, a., Séverine, L.-L., & Shelton, L. (2012). Le role de la relation de couple et du soutien du conjoint dans l'entrepreneuriat féminin. *Revue De L'Entrepreneuriat*, 11(4), pp. 37-60.
- Ogbor, J. (2000). mythicizing and reification in entrepreneunarial discors Idiology critique of entrepreneunarial studies. *journal of management studies*, 37(5), pp. 605-635.
- OIT. (2017). Evaluation nationale du développement de l'entrepreneuriat féminin en Algérie: situation et recommandations. Organisation Internationale du Travail.
- Powel, G., & Mainero, L. (1992). Grows-currents in the river of time, comceptualizing the complexities of women's careers. *journal of management*, 18(2), pp. 215-237.
- Richomme, H. (2013). l'accompagnement entrepreneurial par et pour mampreneurs. *revue managment international*, 17(3), pp. 100-111.
- Riding, A., & Swift, C. (1990). Women business owners and terms of credit. Some empirial findings of the canadien experience. *Journal of business venturing*,(5), pp. 327-340.
- Robert, L. (2003, mai). Les femmes se prononcent: stratégies féministes d'entrepreneuriat pour les femme francophones. Réseau femmes Colombie Britannique, 13-14.



- Tahir Metaiche, F. (2013). . « le profil de l'entrepreneuriat féminin en algérie : une étude exploratoire ». 8ème congrès de l'académie de l'entrepreneuriat et de l'innovation,.
- Vier Machado, H., Prado Jimenez , F., Comez, V., Pellisson, C., Aligeleri, L., & Aligeleri, L. (2002). Female and Male Entrepreneur managerial Behaviour : A Brazilian Study. Management international, 7(1), p. 01.
- Zouiten, & Levy-Tadjine, T. (2005). les femmes et les immigrés ont – il besoin d'un accompagnement entrepreneurial spécifique ? IV ème congrès de l'académie de l'entrepreneuriat, (p. 16).