

DEVELOPPEMENT DE L'ENTREPRENEURIAT FEMININ EN ALGERIE: IDENTIFICATION DES FACTEURS DE MOTIVATION

Radia SLAMANI, Doctorante, Labo PERMANAN, HEC

Radia MECHTOUR Doctorante, Labo PERMANAN, HEC

Amine REMINI, Doctorant, Labo PERMANAN, HEC

Résumé : Aujourd'hui plus que jamais, l'entrepreneur est au centre de toutes les attentions que ce soit sur le plan politique, économique, social ou académique puisqu'il est perçu comme garant de la croissance économique et du développement d'une nation.

En Algérie, Jusqu'à la fin des années 80, l'entrepreneuriat était réservé à la gente masculine. Même si le capital humain que représente la population féminine demeure une richesse insuffisamment exploitée, ce n'est que durant ces deux dernières décennies qu'on constate l'émergence de l'entrepreneuriat féminin.

Ce présent travail de recherche vise à identifier les facteurs de motivation entrepreneuriale chez les entrepreneures Algériennes. À cet effet nous avons mené des entretiens semi directif auprès d'entrepreneures Algérienne mais aussi analyser les résultats de l'enquête du Global entrepreneurship monitor Algérie 2011/2012.

Mots clés: entrepreneuriat féminin, motivations entrepreneuriales, entrepreneuriat de nécessité, push/pull.

Introduction:

Sous l'effet de la mondialisation, des mutations économiques qu'a connu le monde, ces dernières années, et de l'avènement de l'économie de la connaissance ; l'entrepreneuriat est devenu un levier incontournable de la croissance économique d'une nation. L'Algérie à l'instar des autres pays en voie de développement axe sa politique économique sur l'entrepreneuriat mobilisant à cet effet des moyens et structures appréciables.

Nombreux chercheurs (CANTILLON, J.B SAY, SHUMPETER, McCLLELAND, etc) ont fait de l'entrepreneuriat ou de l'entrepreneur leur sujet de recherche. Cependant nul ne s'accorde à donner une définition unique à ces deux notions, c'est le point souligné par HERNANDEZ dans son ouvrage: *«aujourd'hui encore aucune définition ne fait l'unanimité et*

ces deux notions recouvrent souvent des réalités parfois très différentes » (HERNANDEZ,2001).

A cet effet, cet article comprend les différentes théories relatives aux motivations entrepreneuriales que nous avons pu recenser au cours de notre analyse documentaire mais aussi les résultats de notre enquête, ou nous avons mené des entretiens auprès de 18 femmes entrepreneures Algériennes, aussi dans le but de consolider nos résultats nous avons procédé à l'analyse de l'enquête GEM Algérie 2011/2012.

I. Les facteurs de motivation entrepreneuriale :

Les motivations à la création d'entreprise sont multiples et variées. Comme l'affirme LEGER-JARNIOU, dans son ouvrage *le grand livre de l'entrepreneuriat*, la décision de créer une entreprise est la résultante de l'interaction des envies personnelles, des circonstances personnelles et du contexte.

Dans leur article Roger A. Blais et Jean-Marie Toulouse (1990), citent les principales recherches effectuées à ce sujet. Telles que les études de Scheinberg et MacMillan (1988), Alânge et Scheinberg (1988), Biais et Toulouse (1990), Biais, Toulouse et Clément (1990). D'intéressantes études nationales ont été publiées par Alânge et Scheinberg (1988) pour la Suède; par Dubini (1989) pour l'Italie; par Fleming (1988) pour l'Australie; par Biais et al. (1988), Blatt et al. (1989), Kyle et al. (1989), Biais et Toulouse (1989) pour le Canada ainsi que pour le Québec. Toutes les études incitent à examiner de plus près les différences de motivation entre les entrepreneurs de divers pays.

➤ Désir de reconnaissance sociale

Ce facteur regroupe des variables qui ont trait au statut, au prestige que l'entrepreneur reçoit de la part des autres membres de la société. Il traduit également le désir d'être respecté et admiré par les amis et les proches, parce que l'on est entrepreneur.

Ce facteur traduit un mélange de besoins d'affiliation et de pouvoir tels que formulés par McClelland (1961). Il épouse aussi la théorie de Maslow (1954) sur le besoin d'estime qu'éprouvent les gens.

➤ Désir d'accomplissement personnel

Cette motivation exprime la volonté de relever des défis, de prouver qu'on est capable de faire un succès d'une entreprise. Elle traduit aussi le désir d'être innovateur, de développer de nouvelles idées, de créer de nouveaux produits. Ce facteur correspond au besoin d'accomplissement dans la théorie de McClelland (1961) et à celui de réalisation dans la théorie de Maslow (1954).

➤ **Nécessité d'avoir de l'argent**

Le désir de faire de l'argent est une motivation significative chez certains entrepreneurs, surtout ceux et celles qui ont perdu leur emploi ou qui cherchent à mieux subvenir à leurs besoins et à ceux de leur famille. L'argent est également une préoccupation importante pour les entrepreneurs jeunes, les immigrants et les opportunistes. Cependant, tel que souligné par Gasse (1982) et Toulouse (1979), très souvent la motivation pécuniaire ne compte pas beaucoup dans la décision de fonder une entreprise.

➤ **Besoin de pouvoir, d'autonomie et désir de liberté**

Ce facteur souligne le besoin d'autonomie des individus qui désirent le pouvoir, qui veulent diriger, être leur propre patron, choisir ce qu'il faut faire, maîtriser leur temps, régler eux-mêmes leur travail, choisir ceux qu'ils préfèrent, autrement dit, mieux contrôler leur destinée, être aux commandes et influencer ce qui leur arrive.

Cette motivation est souvent retrouvée chez les entrepreneurs artisans : ils veulent agir selon leurs désirs, en suivant leurs aspirations et leurs goûts. Cette notion très forte rejoint le concept d'individualisme de Hofstede (1980) avec la théorie de contrôle interne de la situation («Internal focus of control») développée par plusieurs auteurs, dont Rotter (1964).

➤ **Altruisme communautaire**

Ce facteur regroupe des éléments qui indiquent une motivation à travailler au bien-être de la collectivité ou de son groupe ethnique pour aider ses proches et assurer la sécurité et le bien de sa famille. On retrouve cette motivation chez les entrepreneurs qui œuvrent dans le domaine social et, surtout, dans les cultures qui valorisent le groupe plutôt que l'individu. Ce facteur rejoint les postulats de Hofstede (1980) sur le collectivisme.

➤ **Besoin d'évasion**

Plusieurs auteurs ont souligné l'importance du phénomène de «déplacement» dans la création de nouvelles entreprises. Pour toutes sortes de raisons, certains individus à un moment donné se sentent mal dans leur peau et désirent faire autre chose: certains sont dégoûtés de leur emploi, d'autres ont tout simplement perdu leur emploi, d'autres encore recherchent de meilleures conditions, etc.

➤ **Opportunisme**

Les trois éléments représentant ce facteur se rapportent à des opportunités qui se sont présentées : les conditions étaient appropriées pour partir en affaires, une bonne occasion s'est présentée, ils se lancent en affaires pour s'offrir un milieu agréable ainsi qu'à leur famille.

A la suite de ces résultats, les auteurs soutiennent que la motivation pour fonder une entreprise repose sur plusieurs facteurs dont certains sont psychologiques, d'autres environnementaux ou comportementaux, ou dictés par le besoin d'argent ou la nécessité de se créer un autre espace vital. Les sept principaux facteurs identifiés ont déjà été reconnus dans la littérature mais pas sous l'angle des configurations qui apparaissent ici et dans une optique multiculturelle aussi large. On ne peut pas admettre l'existence d'un simple modèle des motivations des entrepreneurs, comme l'ont suggéré des auteurs comme McClelland (1971).

1. La théorie Push and Pull

Kirkwood (2009), à partir des travaux d'Hakim (1989), classe ces facteurs selon la typologie suivante: facteurs push et facteurs pull, c'est-à-dire : facteurs «incitatifs» et facteurs «réactifs».

TABLEAU N°01 : Typologies des motivations entrepreneuriales

	Facteurs pull (incitatifs)	Facteurs push (réactifs)
Désir d'indépendance	×	
Motivations économiques	×	
Motivations d'emploi		×
Motivation d'ordre familial		×

Source : BONET FERNANDEZ D, SCOTTO MJ, FISCHER B, *Entreprendre en France? Les motivations des femmes, working paper, IPAG business school, paris, 2014,p3*

a) Les facteurs d'attractions (effet pull) :

Ces facteurs qui sont considérés comme positifs et stimulant la création, dans ce cas de figure on parle de création par vocation ou par opportunité.

Dans la théorie pull, la création d'entreprise est considérée comme le résultat d'une culture entrepreneuriale (Hughes, 2003). Dans cette culture, la création d'entreprise serait, donc, motivée par une recherche d'indépendance et d'autonomie, mais aussi par le fait d'avoir repéré une opportunité d'affaires à développer.

Nombreux auteurs, SHANE et Venkataraman entre autre ,considèrent la reconnaissance et exploitation d'opportunités d'affaires est un trait fondamental de l'entrepreneur.

Le concept d'opportunité d'affaires a donné lieu à une littérature importante, sans que sa définition ne fasse l'objet d'un consensus (Casson et Wadeson, 2007). De façon non exhaustive, il a été interprété comme (YATRIBI, 2014) :

- La conséquence de recherche d'une occasion de faire du bénéfice, une augmentation de revenu. Pour l'école Autrichienne, représentée par Kirzner, c'est la perspective d'un bénéfice économique que va motiver l'individu vers la recherche d'une opportunité. L'opportunité est, ainsi, la conséquence des déséquilibres de marché, que l'individu devra découvrir,
- Le résultat d'une innovation. D'après l'école classique de l'entrepreneuriat, et d'après Schumpeter, l'ingrédient principal pour la création d'entreprise est l'innovation. Celle-ci est stimulée par la recherche, la découverte ou la création d'opportunités d'affaires (Cunningham et Lischeron, 1991) ; **Les facteurs réactifs (effet push)**

Aussi appelés facteurs de poussés, ils résultent, par exemple, d'une situation de chômage ou d'un problème de revenu, qui «poussent» par conséquent l'individu vers une création par nécessité.

Autrement dit, le recours à la création d'entreprise est une réponse à une absence de possibilités d'emploi, une période prolongée de chômage ou encore une insatisfaction par rapport au poste déjà occupé. Ce type de facteurs a une connotation négative.

YATRIBI et BELHADJ se fondent sur les travaux de plusieurs auteurs pour avancer que les entrepreneurs motivés par des facteurs push peuvent être considérés comme des individus rejetés par la société, qui cherchent à prouver leur valeur à travers la création d'entreprises (Gilad et Levine, 1986). De plus, cette insatisfaction peut pousser l'individu vers un changement de poste ou d'organisation, comme le montre l'étude de Besseyre des Horts et Nguyen (2010), dans lequel l'insatisfaction au travail se présente comme le déterminant principal de l'intention de départ.

De là, un questionnement s'impose; pourquoi certains individus salariés créent de nouvelles sociétés au lieu de rechercher un autre emploi?

Selon Brockhaus (1980), il existe un lien entre la décision de créer une nouvelle activité, au lieu de chercher un poste et l'intensité de l'insatisfaction. D'après l'auteur, il est possible que des entrepreneurs «auraient été si peu satisfaits avec l'emploi précédent, qu'ils auraient considéré peu probable de trouver un emploi satisfaisant dans une autre organisation». Stoner et Fry (1982) quant à eux suggère une relation entre l'intensité de l'insatisfaction dans l'emploi précédent et le type d'affaire ou

d'industrie choisie pour le projet de création. Une forte insatisfaction semble mener les individus vers un changement d'industrie ou de secteur d'activité.

CAPRON Henri propose dans son ouvrage *entrepreneuriat et création d'entreprise*, un tableau synthétique recensant les principaux déterminants de l'entrepreneuriat selon trois différents niveaux d'analyse, comme suit :

TABLEAU N° 02: principaux déterminants de l'entrepreneuriat

Niveau et unité d'analyse	Approche par l'offre (pull effect)		Approche par la demande (push effect)		Action gouvernementale
	Statique	dynamique	Statique	dynamique	
Micro : individu ou entreprise	Motivations, cout d'opportunité, compétences, contraintes financières, tolérance au risque, genre, âge, éducation et formation, environnement social	Processus de décision, croissance des salariés, expérience, situation professionnelle, ressources financières	Opportunités économiques et technologiques, réglementation, complexité administrative	Climat économique, perspectives de profit et d'emploi	Education et formation, simplification administrative, assistance financière et indirecte, capital-risque, politiques ciblées
Méso : secteur	Degré de concurrence, régime technologique, échelle minimum efficiente, intensité capitalistique	Evolution technologique, ouverture de niches, étape de cycle de vie	Caractéristiques de marché, arrières à l'entrée, outsourcing, clusters, couts de transaction	Croissance de la demande	Règles de concurrence, politique sectorielle, droits de propriété, soutien à l'innovation
Macro : région ou pays	Valeurs culturelles, densité et structure de la population, degré d'urbanisation, structure industrielle, immigration, participation féminine, niveau et inégalité de revenu, chômage, niveaux de qualification	Croissance de la population, transition vers une économie entrepreneuriale	Niveau de vie, structure industrielle, diversité de la demande	Effets de débordement, croissance économique, croissance du revenu, niveau de développement économique	Tx d'intérêt et taxation, flexibilité du marché du travail, système de sécurité sociale, distribution des revenus, loi sur les faillites, ciblage géographique

Source: CAPRON Henri, *entrepreneuriat et création d'entreprise*, de boeck, 2009, P47.

Pour Shapero (1975), dans 65% des cas, la seule ou première influence sur le créateur d'entreprise est négative, car il s'agit des situations liées à l'emploi (l'impossibilité de trouver un premier emploi, l'insatisfaction dans le travail due à une mauvaise ambiance, à de mauvaises relations avec la hiérarchie, etc.). Seulement 28% d'entrepreneurs ont été influencés par des facteurs positifs; (la découverte d'un produit, d'un nouveau marché, la rencontre d'un futur gros client potentiel, etc.).

Shapero évoque également le milieu familial comme facteur de motivation des entrepreneurs. Selon lui, les créateurs d'entreprises sont souvent issus de familles où un membre est ou a été entrepreneur. En effet, les jeunes évoluant dans un tel environnement se familiarisent avec le monde des affaires et certaines valeurs telles que le sens de la liberté ou l'indépendance peuvent être valorisées.

La recherche et les motivations entrepreneuriales des femmes:

PAPE MADICKE Diop (2012) présente, l'étude de Cromie (1987) qui s'intéresse aux motivations qui poussent les individus à créer leur entreprise. Plus particulièrement, le but de cette recherche est d'examiner si les entrepreneurs ont des motivations multiples en s'installant, si les motifs non économiques prédominent sur la recherche de gains financiers et si les hommes et les femmes expriment des raisons similaires lors des créations d'entreprises.

L'analyse porte sur 35 hommes et 34 femmes et montre que, quel que soit le sexe considéré, les raisons pour développer un projet sont diverses et que les motivations principales sont l'autonomie, l'accomplissement, la satisfaction au travail et d'autres éléments non économiques (locus of control ou confiance). Le désir de faire de l'argent n'apparaît cependant pas comme marginal.

Certaines différences entre sexes sont mises en évidence. Les femmes sont moins concernées par les gains financiers et choisissent l'entrepreneuriat comme substitut à une insatisfaction dans leur carrière salariale. Elles voient également la création d'entreprise comme un moyen de conjuguer leurs vies professionnelle et familiale.

Par ailleurs, les résultats de l'étude de BONET FERNANDEZ Dominique, SCOTTO Marie-José, FISCHER Bruno (2014), qui se sont basés sur la typologie de Kirkwood (2009), montrent que le désir d'indépendance est le type de motivation dominant. *«Être son propre patron, choisir son lieu de travail, ses collaborateurs, maîtriser le risque mais aussi échapper aux grandes entreprises/institutions et relever des défis*

sont les principaux facteurs de motivation des femmes à entreprendre, au-delà de la valorisation sociale actuelle de l'indépendance féminine. ».

Tout en précisant que la nature des facteurs de motivation est affectée par la tranche d'âge des femmes entrepreneures. En effet, les femmes les plus jeunes de leur panel (18-39ans) sont majoritairement motivées par des considérations familiales (facteur push) et à contrario, les 50-59 présentent plutôt des motivations pull d'indépendance.

Ce qui nous amène à dire que l'identification des facteurs de motivations entrepreneuriales ne peut se faire dans l'absolu, en faisant abstraction d'autres paramètres tels que l'environnement dans lequel évolue l'entrepreneur ou encore de ses déterminants personnels, homme ou femme.

II. L'entrepreneuriat féminin en Algérie : réponse à une insatisfaction :

1. Méthodologie de recherche

L'objet de ce travail de recherche est d'identifier les facteurs de motivation entrepreneuriale des femmes entrepreneurs Algériennes et de déterminer le type d'entrepreneuriat qu'elles adoptent (nécessité ou opportunité).

Pour se faire, nous avons mené des entretiens semi-directifs auprès d'entrepreneures Algériennes. Nous avons arrêté la taille de notre échantillon à 18 entrepreneures après avoir constaté une saturation des réponses.

TABLEAU N°03 : Caractéristiques socioéconomique de l'échantillon (n=18)

caractéristiques	Description				
Age	vingtaine	Trentaine	Quarantaine	Cinquantaine	+ de 60 ans
	4	6	5	3	0
Etat civil	Célibataire	mariée	Divorcée	veuve	autres
	5	12	0	1	0
Niveau d'instruction	Illettrés/pri maire	Moyen	Secondaire (Terminal)	Universitaire et plus	
	0	0	4	14	
Secteur d'activité* (nous avons eu à interroger ayant des entreprises dans deux ou 3 secteurs différents)	Industrie	BTP	Services/com merce	artisanat	autres
	0	1	17	3	0
Source du capital de départ	Apport personnel	Apport familial	Crédit bancaire	Dispositif d'aide au financement	
	7	4	4	4	
Age de l'entreprise	- De 2 ans	2 à 4 ans	5 à 7 ans	7 à 9 ans	+ de 10 ans
	6	2	2	2	6

Aussi, afin de consolider les résultats de notre enquête et de lui conférer une plus grande crédibilité nous avons procédé à l'analyse des résultats de l'enquête GEM Algérie 2011/2012 .

Le global entrepreneurship monitor Qui est une initiative de recherche menée dans plus de 75 pays à travers le monde, permettant d'évaluer le processus entrepreneurial et son développement.

Basée sur une enquête auprès de la population d'un pays visant à établir le nombre de personnes qui sont engagées dans un processus de création d'une entreprise et dont l'action est incluse dans l'activité entrepreneuriale même s'ils n'ont pas encore créé une entreprise.

Les principaux objectifs de GEM est de :

- mesurer les écarts entre les activités entrepreneuriales dans différents régions et pays ;
- mettre en relief les facteurs qui déterminent le niveau des activités entrepreneuriales ;
- identifier des mesures politiques éventuelles susceptibles de renforcer les activités entrepreneuriales.

2. Les facteurs push, principale source de motivation :

Les entrepreneures de notre échantillon, ont été poussé vers l'entrepreneuriat par des facteurs push: *«Ce qui m'a poussé vers l'entrepreneuriat c'est les conflits que j'avais avec mon employeur, on avait pas la même façon de travail ; j'étais beaucoup plus à l'écoute du client contrairement à lui»²³, «le secteur de la santé s'est beaucoup dégradé et on ne peut pas travailler et évoluer comme on veut »²⁴ ou encore: «l'Algérie parce qu'il y'a un déficit managérial, j'appréciais pas le style de management des algériens : trop autoritaire. Il nous demande pas de réfléchir juste d'exécuter et ça ne me convenait pas, ils n'ont pas le management, la méthode, le savoir-faire, ... j'ai essayé de travailler avec des français installé ici en Algérie, eux par contre la méthode, l'écoute mais il y'a toujours ce côté supérieur...un jour mon manager français m'a ri au nez parce que je lui avais dit qu'il y'a des procédures à respecter en Algérie pour licencier un employée me disant que je ne serais jamais chef d'entreprise...6 mois s après je crée mon entreprise »²⁵.*

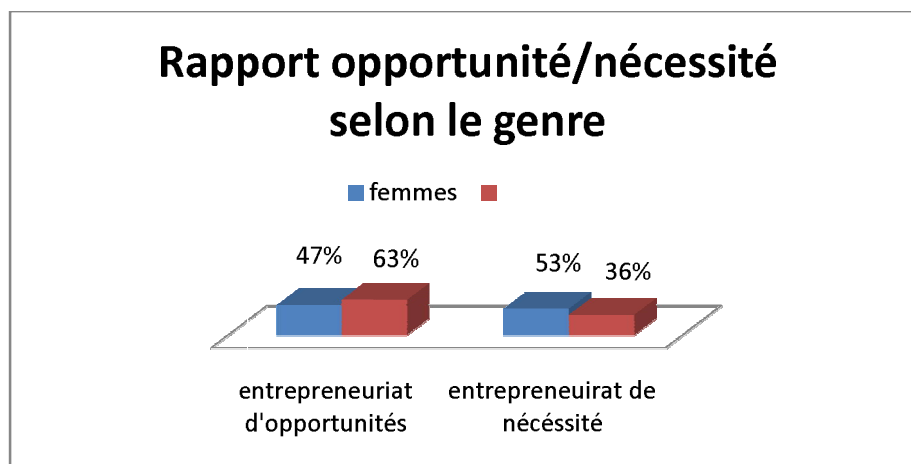
Parallèlement à cela , les résultats du GEM 2011 révèlent que le taux de TEA féminin enregistré dans l'entrepreneuriat d'opportunité est relativement élevé, il n'en demeure pas moins que les femmes sont plus présentes dans l'entrepreneuriat de nécessité. Le ratio de création d'entreprises par opportunité pour les hommes est presque une fois et demie supérieur à celui des femmes. Cette tendance devrait néanmoins, être inversée et encourager les femmes à être plus entreprenantes et à s'investir davantage dans l'entrepreneuriat d'opportunité.

²³ Entrepreneure ayant créé une agence immobilière

²⁴ Entrepreneure ayant créé un laboratoire d'analyse

²⁵ Baudoudou Lamia créatrice du premier réseau d'affaire féminin en Algérie LBC, ayant vécu en France jusqu'à l'âge de 18 ans.

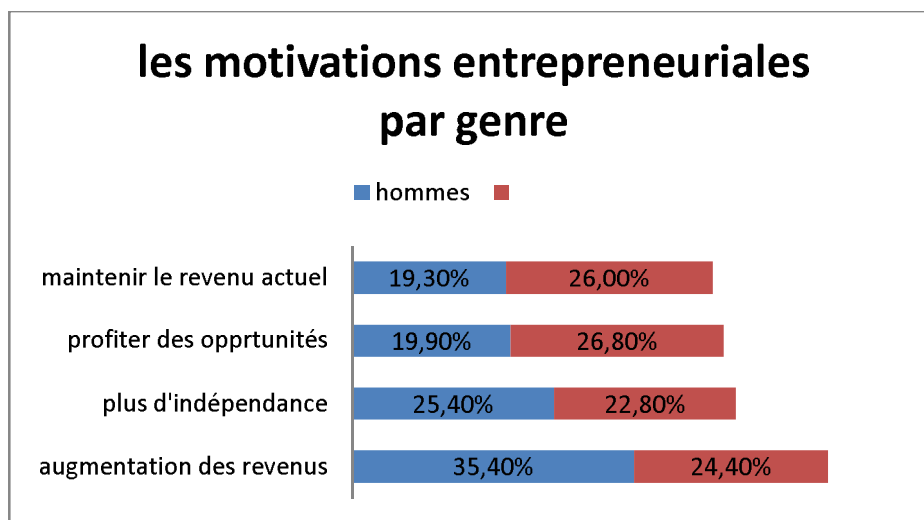
FIGURE N°02 : Rapport opportunité/nécessité selon le genre



De plus, trois grands motifs sont repris par les personnes qui ont été interrogé dans l'enquête GEM 2011, il s'agit d'abord du motif «juste pour avoir un revenu : TEA 33,2%» ensuite le motif «pour avoir plus d'indépendance : TEA 26,8%» et enfin, le motif «pour augmenter le revenu personnel : TEA 24,9%». Ces trois motifs semblent être à priori identiques mais au fond, ils sont totalement différents. Concernant le premier motif évoqué par les personnes qui se sont lancées dans la création d'entreprise avec la motivation principale «juste pour avoir un revenu», il s'agit effectivement de personnes dont le projet entrepreneurial n'est qu'un moyen pour disposer d'un revenu, il ne s'agit nullement d'un projet professionnel permanent et élaboré. Ce groupe concentre l'essentiel des créateurs d'entreprise pour des raisons de nécessité, avoir un revenu. Par contre, les entrepreneurs qui ont déclaré avoir démarré une nouvelle entreprise pour le motif d'augmentation du revenu personnel, semblent être le groupe qui dispose d'un projet et qui a identifié les opportunités de valorisation et de réussite.

Contrairement aux premiers, ces derniers créent leur entreprise après avoir identifié des opportunités réelles d'investissement. Le motif recherché, une plus grande indépendance, semble être un stimulant pour une grande partie des créateurs d'entreprise.

FIGURE N° 03: Les raisons pour devenir entrepreneur



On observe une tendance qui montre des comportements singulièrement différents, selon le genre où les raisons citées par les femmes pour devenir entrepreneur semblent se concentrer, principalement, dans les raisons de la recherche de consolidation d'un niveau de revenu dont elles disposent, actuellement, et profiter d'une opportunité pour se lancer dans l'entrepreneuriat parce que l'emploi offert ne correspond pas aux ambitions. Les hommes, par contre, sont dans des logiques d'amélioration du niveau de revenu.

L'entreprise : une source de liberté pour ces entrepreneures :

Epanouissement, satisfaction, reconnaissance et indépendance financière sont les réponses qu'on a eues le plus souvent au cours des entretiens, à la question: «que vous apporte votre entreprise?»; l'épanouissement a été cité 8 fois suivi de la satisfaction 7 fois.

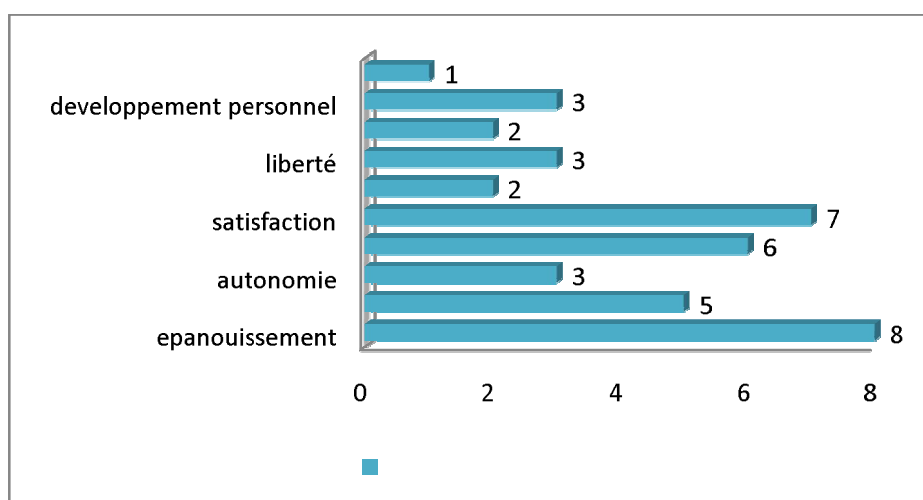
Le constat que l'on peut faire, à travers ces réponses, est que l'apport de l'entrepreneuriat chez les femmes se situe principalement sur le plan psychologique et moral, puisque l'indépendance financière n'apparaît qu'en 4ème position en étant 5 fois citée.

Les femmes interviewées sont conscientes que la création de leur entreprise contribue grandement à leur bien-être et leur développement personnel, notamment en leur octroyant une flexibilité, une liberté d'action et de prise de décision qu'elles n'auraient pas pu forcément eu dans le salariat.

Voici quelques citations de notre échantillon: *«Que du bonheur !!, satisfaction, une indépendance, un équilibre, développer ma confiance en moi, et ça m'a rendu plus forte face aux obstacles de la vie», «autonomie, je peux travailler à ma manière», «Beaucoup de satisfaction personnel tout: épanouissement, autonomie et paix interne fierté et source de courage et motivation pour continuer».*

La figure ci-dessous montre les réponses qu'on a eues à cette question :

FIGURE N°04 : les réponses à la question : *que vous apporte votre entreprise?*



Il est intéressant de remarquer que l'ensemble des réponses tendent vers une même notion qu'est la liberté; d'entreprendre, de décider, d'innover, de gérer son temps,...puisque flexibilité, liberté, autonomie et indépendance financière sont cités 13 fois.

Sans oublier le besoin de reconnaissance qui est assouvi dans certains cas, ou même la «soif» de revanche comme le montre cet extrait de notre entretien mené avec la fondatrice du premier réseau d'affaires féminin en Algérie: *«mon entreprise m'a permis de prendre ma revanche: par vengeance du côté patriarcal «toi t'es une femme, tu restes à la maison et tu fermes ta gueule».*

Au terme de cette étude, nous avons pu constater l'existence d'une convergence des résultats de l'enquête GEM et ceux de l'analyse des entretiens que nous avons menés. Ce qui nous permet d'avancer que la femme Algérienne s'oriente vers l'entrepreneuriat sous l'impulsion d'un certain nombre de facteurs de motivation dits réactifs (push) dans le but de répondre à une insatisfaction éprouvée.

Les facteurs motivationnels d'ordre négatif (push) engendrent un entrepreneuriat de nécessité par opposition à l'entrepreneuriat d'opportunité. Ce dernier est beaucoup plus présent chez les entrepreneurs de sexe masculin comme nous avons pu le constater précédemment (voir figure 02).

Conclusion :

Depuis près de deux décennies, l'Algérie s'est engagée dans un processus de développement économique et social. Usant pour cela de l'entrepreneuriat comme principal levier de la croissance économique.

A cet effet, nombreuses réformes et lois facilitant la création des entreprises ont été instaurées, des dispositifs d'aide au financement et d'accompagnement ont été mis en place, néanmoins le *doing business* classe l'Algérie dans le domaine de la création d'entreprise au 141^{ème} rang²⁶.

Le capital humain dont dispose l'Algérie demeure une richesse inépuisable, cependant le potentiel de la population féminine reste inexploité ou du moins insuffisamment.

En Algérie, le taux d'entrepreneuriat féminin avoisine les 6%, chiffre qui contraste avec celui des femmes diplômées de l'université, puisqu'il dépasse largement les 60%.

L'entrepreneuriat est envisagé par les Algériennes comme ultime recours et non pas comme une alternative au salariat ou encore une opportunité à saisir en dépit des efforts considérables des pouvoirs publics pour le développement de l'entrepreneuriat.

Le phénomène entrepreneurial étant multidimensionnel, il est nécessaire d'agir sur plusieurs leviers tant environnementaux qu'individuels, notamment en instaurant une culture entrepreneuriale à tous les niveaux dans l'optique de favoriser l'émergence de l'intention entrepreneuriale chez les jeunes, sexe confondu.

<http://francais.doingbusiness.org/data/exploretopics/starting-a-business> (le 23/05/2015 à 11h40)

Bibliographie :

- BONET FERNANDEZ D, SCOTTO MJ, FISCHER B, Entreprendre en France ? Les motivations des femmes, working paper, IPAG business school, paris, 2014;
- BLAIS (R) et TOULOUSE (J.M): «*Les motivations des entrepreneurs: une étude empirique de 2278 fondateurs d'entreprises dans 14 pays*», Revue internationale P.M.E.: économie et gestion de la petite et moyenne entreprise, vol. 3, N° 3-4, 1990, p.269-300.
- BROUILLARD Francis, FACTEURS DE MOTIVATION Â DÉMARRER UNE ENTREPRISE EN ABFFIBI TÉMISCAMINGUE, mémoire présenté comme exigence partielle de la maîtrise en gestion des organisations, UNIVERSITÉ DU QUÉBEC À CHICOUTIMI, aout 2005;
- CAPRON Henri, entrepreneuriat et création d'entreprise, de boeck, 2009 ;
- HERNANDEZ (J.M), *l'entrepreneuriat approche théorique*, l'harmattan, 2001.
- KIZABA (G), ASSAIDI (A) et GUILLUY-SULIKASHVILI (N): *influence positive de la motivation entrepreneuriales sur la performance de la PME*, 12ème Congrès International Francophone en Entrepreneuriat et PME 29, 30 et 31 Octobre 2014, Agadir
- LEGER-JARNIOU (C), *le grand livre de l'entrepreneuriat*, Dunod, Paris ,2013.
- PAPE (M.D): «*La motivation entrepreneuriale dans le contexte sub-saharien francophone. Business administration*», Conservatoire national des arts et métiers - CNAM, 2012, France.
- YATRIBI (T) et BALHADJ (S): *les déterminants de la création d'entreprise par les ingénieurs –salariés en fin de carrière*, 12ème Congrès International Francophone en Entrepreneuriat et PME, 29, 30 et 31
- <http://francais.doingbusiness.org/data/exploretopics/starting-a-business> (le 23/05/2015 à 11h40)