
**PROMOTION SOCIALE ET INSERTION ECONOMIQUE DE LA FEMME EN ALGERIE :
CAS DES ENTREPRENEURES DE LA WILAYA DE BEJAIA**

lillia HITACHE⁵⁴

khelloudja MEGHERBI-ARABI⁵⁵

Résumé

Notre travail a pour but d'appréhender l'entrepreneur féminin. Il s'agit en l'occurrence de contribuer à une meilleure connaissance du sujet et de son poids dans le tissu économique de la wilaya de Bejaïa. Aussi la question centrale que nous nous sommes posé est formulée comme suit: quel est le profil et les caractéristiques de l'entrepreneure féminin dans la wilaya de Bejaïa et quels en sont les déterminants? A travers notre recherche bibliographique et notre enquête de terrain qui a visé des femmes entrepreneures à Bejaïa, nous avons conclu que l'entrepreneuriat féminin constitue un des moyens de promotion sociale et d'insertion économique de la femme. Ce type d'activité s'avère en outre une composante non négligeable pour l'économie de la wilaya de Bejaïa et que la femme représente un avenir très important dans le développement et l'évolution de l'entrepreneuriat.

Mots clés : Entrepreneuriat féminin, TPE féminine, profil, entrepreneur féminin, obstacles rencontrés, Bejaïa.

Abstract

Our work aims to establish an appropriate profile for woman entrepreneur with contributing in the same time to a better knowledge in the field of women's entrepreneurship, allowing to know the weight of this kind of entrepreneurship on the economic fabrics of Bejaïa. In this context, our problem revolves around the central question that follows: What is the profile of the woman entrepreneur in the town of Bejaïa and which are the characteristics which define this choice of creation of their own companies? Through our literature review and our field survey that targeted women entrepreneurs in Bejaïa, we concluded that woman entrepreneurship is a significant component of the economy of the town of Bejaïa and the woman represents a considerable future in the development and evolution of entrepreneurship since the latter is often in search of economic independence.

Key words: Women Entrepreneurship, women SME, profil, women entrepreneur, obstacles met, Bejaïa.

Introduction

L'entrepreneuriat féminin est une préoccupation quasi universelle qui intéresse non seulement la recherche scientifique mais aussi et en particulier le décideur public. Son apport à l'économie et à la société est considéré plus que bénéfique à plus d'un titre. En effet certains auteurs l'appréhende comme étant « vital pour le dynamisme de l'économie. En effet les études internationales du Global Entrepreneurship Monitor (GEM) ont montré la corrélation entre le taux d'activité entrepreneurial féminine et la croissance économique. Aussi, les pouvoirs publics de nombreux pays inscrivent désormais l'entrepreneuriat féminin dans leur agenda de politique économique. L'intérêt économique se double d'une question sociétale, celle des inégalités homme-femme :

⁵⁴Doctorante en Economie Managériale. Université Abderrahmane Mira de Bejaïa, Algérie.

(lhitache@yahoo.com).

⁵⁵HDR en Sciences de Gestion, Université Abderrahmane Mira de Bejaïa, Algérie. (arabi_khelloudja@yahoo.fr).

aujourd'hui 30% des dirigeants d'entreprises sont des femmes, alors même que celles-ci représentent environ 47% de la population active » (chabaud, lebegue, 2013).

C'est en ce sens que des recherches ont été réalisées pour mieux saisir ce phénomène entrepreneurial⁵⁶ tout en accordant une attention particulière au rôle de la femme⁵⁷.

Ceci étant dit, les recherches sur l'entrepreneuriat féminin demeurent rares en contexte algérien⁵⁸.

En Algérie, le constat d'aujourd'hui est tel que les femmes participent de plus en plus à la vie économique en créant leurs propres entreprises. En 2003, l'enquête GEM indique un pourcentage de 12% touchant l'activité entrepreneuriale féminine contre 18.48% pour celle des hommes. En 2011, la même enquête GEM révèle un taux d'activité entrepreneuriale féminine approchant les 6% contre 12.30% pour les hommes soit une baisse du taux de l'activité entrepreneuriale.

Cet état de fait nous amène à nous interroger sur les facteurs déterminants de la création d'entreprises de la part des femmes en Algérie. Il s'agit pour nous d'identifier et d'analyser les conditions qui président à l'entrepreneuriat féminin en Algérie.

S'agissant d'abord de son appréhension théorique, il est à observer que plusieurs études ont donné naissance à des définitions diverses. Le domaine de l'entrepreneuriat féminin a fait l'objet de beaucoup de développements théoriques et d'études empiriques. L'état de l'art montre un foisonnement de définitions de la notion de l'entrepreneuriat féminin. Cependant, ces définitions diffèrent d'un pays à un autre et d'un auteur à un autre. C'est dire que le consensus sur ce plan est encore loin d'être atteint. Toutefois, le groupe de travail sur l'entrepreneuriat féminin québécois, au début de l'an 2000 s'est entendu pour une définition qui stipule que « l'entrepreneure est la femme qui seule ou avec un ou des partenaires a fondé, acheté ou accepté en héritage une entreprise, qui en assume les responsabilités financières, administratives et sociales et qui participe quotidiennement à sa gestion » (cadieux, 1990).

De son côté, dans un rapport de référence établi par la conférence ministérielle d'Istanbul en 2004 sur l'entrepreneuriat féminin dans le monde, l'OCDE déclare que ce type d'entrepreneuriat doit être étudié à part, pour deux principales raisons. Premièrement, depuis un certain nombre d'années, il est reconnu comme une source non négligeable de croissance économique insuffisamment exploitée. Les femmes entrepreneures contribuent à la création de l'emploi, tout en apportant à la société, du fait de leur spécificité des solutions différentes pour la gestion, l'organisation et le traitement des problèmes des entreprises qui, souvent sont différentes de celles de

⁵⁶ : Des auteurs connus dans ce domaine tel qu'Alain Fayolle, Thierry Verstraete, Azzedine Tounes, Christian Bruyat, Bertrand Saporta, Yvon Pesqueux, Renaud Redian-Collo, Gilles Sagodira, Dominique Vian.

⁵⁷ : Comme le groupe femmessor au Canada, qui travaille dans le domaine de l'entrepreneuriat féminin en encourageant ces femmes créatrices. Ce groupe a publié un mémoire dans lequel, il a affiché quelques recommandations pour le développement de l'entrepreneuriat féminin. Pour ce groupe, ce type d'entrepreneuriat est l'un des moyens de développement et de croissance économique. Sur la même longueur d'onde, l'OCDE (OCDE, 2004 : 5) se concentre sur deux points principaux : les obstacles rencontrés par ces femmes créatrices d'entreprises, leur impact substantiel sur l'économie de chacun des pays mais encore sur le fait que ces femmes se tournent généralement vers d'autres secteurs que ceux choisis par leur homologues masculins ; ce qui complète d'une certaine manière le vide sectoriel dans le domaine de la création d'entreprises. Hélène Lee Gosselin, Geneviève Bel, François-Xavier Onana, Valérie Ballereau.

⁵⁸ : Les quelques travaux sur l'entrepreneuriat féminin en Algérie que nous pouvons citer sont : Global Entrepreneurship Monitor (GEM). L'enquête de terrain réalisée par GEM sur un certain nombre de ménages en Algérie indique des statistiques relatives aux taux d'activité entrepreneuriale touchant aux deux sexes, en tenant compte de l'éducation et de l'âge. Youghourta BELLACHE spécialisé dans le domaine de l'informel, Boufenik Fatma qui se concentre sur le travail en Algérie à travers une approche genre et Gillet Anne qui parle des femmes créatrices des PME en Algérie et cela en étudiant leur motivations, parcours socioprofessionnel et stratégies d'existences mais Soheil Chennouf et Taïeb Hafsi qui de par leur part ont réalisé une étude à la fois sur les femmes entrepreneures, les femmes au foyer et femmes salariées.

leurs homologues hommes. Deuxièmement, il attire notre attention par le fait que, non seulement les femmes participent moins que les hommes à l'entrepreneuriat, mais, quand elles décident de constituer une entreprise, elles se tournent généralement vers des secteurs différents.

Aussi notre étude a pour but de contribuer à une meilleure connaissance dans le domaine de l'entrepreneuriat féminin et de faire ressortir les caractéristiques de l'entreprise féminine de la ville de Bejaïa ainsi que le profil de ces femmes entrepreneures.

Dans ce cadre, et étant donnée notre question fondamentale, nous nous appuyons sur une démarche hypothético-déductive qui nous permettra, à partir de l'élaboration d'un questionnaire, de vérifier nos hypothèses de recherche. Celles-ci sont ainsi formulées :

Hypothèse 1

La contrainte économique et le besoin d'indépendance constituent les premiers facteurs explicatifs du choix de création d'entreprise par les femmes.

Hypothèse 2

La création d'entreprises n'est pas positivement corrélée au niveau de formation des femmes.

Hypothèse 3

Les entreprises créées par les femmes sont de petites tailles, se concentrent sur les domaines d'activités à faible intensité capitalistique et technologique (processus de production simple).

Les résultats de notre recherche sont restitués en trois sections. La première section, présente une synthèse des fondements théoriques de l'entrepreneuriat féminin, en mettant l'accent sur quelques concepts et notions liés à l'entrepreneuriat féminin.

La deuxième présente la méthodologie d'enquête, en précisant le terrain d'enquête et les modalités d'investigation.

Les résultats de l'enquête de terrain seront présentés dans la troisième section, où nous reviendrons notamment sur les profils des femmes entrepreneures à Bejaïa et les déterminants de l'entrepreneuriat dans cette région.

1 Fondements théoriques de l'entrepreneuriat féminin

L'entrepreneuriat féminin a fait l'objet de plusieurs travaux et a mobilisé différentes disciplines : sociologie, psychologie, économie...etc. Nous proposons dans ce qui suit de présenter dans un premier lieu, une définition de l'entrepreneur selon la pensée économique comme base théorique, puis nous passerons au deuxième point dans lequel, nous allons exposer le domaine de l'entrepreneuriat du côté des femmes.

1.1 L'Entrepreneur : éléments de définition et caractéristiques

Le concept d'entrepreneuriat ainsi que son personnage principal est assez difficile à définir. Car les entrepreneurs et les activités entrepreneuriales ne sont pas aisés à identifier et à étudier tant que le phénomène est compliqué, équivoque et vague.

1.1.1 Une première définition de l'entrepreneur : Entre Jean Baptiste Say et Cantillon Knight

D'origine irlandaise, R. Cantillon en tant qu'économiste est le premier à définir en 1755 l'entrepreneur et à intégrer l'environnement lié au problème d'incertitude en relation avec cet individu.

Tandis que Jean Baptiste Say a eu tendance à mettre l'accent sur le rôle joué par l'entrepreneur et tout particulièrement son rôle décisif. De par sa théorie, «sa conception de l'entrepreneur est entendue comme gestionnaire de production » (steiner, 1997). Autrement dit, il le considère comme celui qui combine entre les différents services liés à la production et ce ? Afin de mieux la gérer. Toutefois, il relève aussi que les capacités de gestionnaire restent rares chez une seule et même personne afin d'optimiser ce rôle. En effet, en 1803, Say attribue un certain nombre de caractéristiques qui définissent l'entrepreneur et qui sont les suivantes :

Celui qui combine les moyens de production en connaissant l'état du marché et celui qui coordonne. L'entrepreneur reste le personnage central du domaine d'entrepreneuriat. Comme il est habitué au calcul, il doit être en mesure de comparer les frais de production avec la valeur que le produit aura une fois mis en vente. Dans ce cas, l'innovation devient impérative⁵⁹, autrement dit, il doit avoir le talent d'imaginer tout à la fois les meilleures réalisations aux meilleurs coûts.

Selon cet auteur, le recours au crédit peut être une solution. D'après lui, avec toutes ces qualités soulevées, l'appellation du métier d'entrepreneur, est envisageable uniquement dans une société capitaliste.

Par contraste⁶⁰, Cantillon fait la liaison avec un tout autre problème qui touche à l'incertitude (Hebert, Link 1988 et Baretto 1989, cités par Steiner 1997). Selon Steiner, Say se veut continuateur de Smith en apportant parallèlement une approche critique.

La théorie de l'entrepreneur de Say trouve sa place dans la tradition de Cantillon Knight dans le sens où nous faisons la distinction entre les profits liés à l'incertitude que l'entrepreneur prévoit et les profits certains payés aux détenteurs de services (travailleurs, savants...etc.) et que nous arrivons à faire la différence et faire ressortir le profit pur propre à l'entrepreneur.

C'est dans cette optique, que ces deux auteurs définissent cet acteur principal de manière explicite en se basant principalement sur la prise de risque et l'incertitude (prévoir le futur dans sa fonction d'entrepreneur lié aux marchés existants, les coûts ainsi que les revenus y pouvant être attribués).

1.1.2 L'entrepreneur selon Joseph Schumpeter : un innovateur principalement

En se référant aux cycles crise- reprise et phases expansion –récession, J. Schumpeter arrive à déterminer les grappes de l'innovation.

Par ces grappes (présentées sur cette figure) appelées grappes d'innovation, nous observons d'une manière, la création de nouvelles technologies qui permet la reprise après la récession et ce, pour une croissance et un renforcement économique. Cette création nouvelle de technologie est réalisée par les entrepreneurs considérés comme innovateurs.

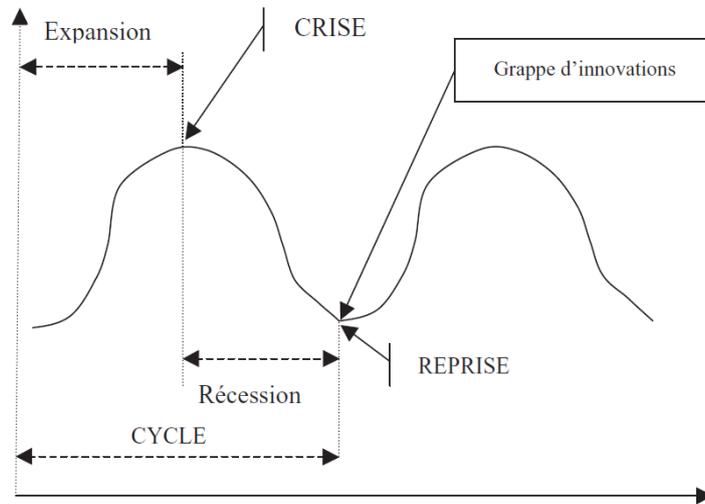
L'entrepreneur selon Joseph Schumpeter autrement dit l'entrepreneur Schumpetérien fait référence à deux types d'entrepreneurs : l'innovateur et l'entrepreneur imitateur.

Schumpeter met en avant la qualité d'innovateur dans sa définition d'entrepreneur car pour lui, l'entrepreneur en tant qu'acteur dans son domaine peut percevoir de nouvelles opportunités et les saisir. Les grappes d'innovations affichées dans la figure N°01 explicitent le moment où au minimum ces entrepreneurs peuvent détecter ces opportunités. Avec l'évolution mondiale et l'apparition de nouveaux comportements chez les individus, ces nouvelles technologies trouvent place et deviennent une nécessité de jour en jour. Ce premier type d'acteur principal est caractérisé par sa prise de risque et ses profits considérés.

⁵⁹Les grappes présentées si après exposent le rôle joué par l'innovation.

⁶⁰ Ce qu'on appelle tradition de Cantillon Knight.

Figure N° 01 : Les grappes d'innovation



Source : <http://excerpts.numilog.com/books/9782297019262.pdf>

Le deuxième type d'entrepreneur que Schumpeter énonce est l'entrepreneur imitateur. Cet entrepreneur de par sa définition est tenté par le profit que l'entrepreneur innovateur a réalisé. De ce fait, celui-ci suit l'entrepreneur innovateur et se penche vers l'innovation afin de pouvoir atteindre le même gain de profit que le premier mais selon l'auteur, le profit du premier reste plus intéressant que le deuxième.

En combinant les définitions de Cantillon, J-B Say et Joseph Schumpeter, nous pouvons définir que l'entrepreneur est celui qui sait mobiliser des ressources financières dans un environnement incertain et à risque, en coordonnant les moyens nécessaires pour en tirer profit tout en mettant en action un processus innovant.

Pour une présentation plus succincte de l'entrepreneur, les points suivants nous donnent les définitions de l'entrepreneur en fonction des écoles de pensée économiques (fonrouge):

-Pour l'école économique (Casson, 1991), un entrepreneur est spécialisé dans la prise intuitive de décisions réfléchies relatives à la coordination des ressources rares.

-Pour l'école comportementale (Gartener, 1988), l'entrepreneur se définit par l'ensemble des activités qu'il permet de mettre en place pour créer une organisation.

-Pour l'école psychologique avec les courants personnalistes et cognitifs (Shaver et Scott, 1991), l'entrepreneur se définit par la création d'un nombre d'attributs psychologiques que l'on décrit autant par la personnalité que par les processus cognitifs activés pour la circonstance.

-Enfin pour l'école des processus (Baygrave et Hofer, 1991), l'entrepreneur est celui qui développe des opportunités et crée une organisation pour les exploiter.

Ainsi l'entrepreneur est celui qui décide de créer une organisation pour coordonner et exploiter des ressources économiques, par de nouvelles combinaisons et tout en prenant un risque.

1.2 Entreprendre au féminin

Par rapport à l'entrepreneur, quels éléments peuvent distinguer la femme entrepreneure?

1.2.1 Éléments de définition

Selon Fouquet Annie, le secteur privilégié par les femmes entrepreneures est celui des services. Entre être artisanes, chef d'entreprises de plus de dix salariées, les professions libérales prennent place avec 35% lorsqu'il s'agit du cas français. Selon cet auteur, cette dernière (profession libérale) a commencé à se féminiser dès les années 90 au détriment de celles des hommes qui ne cesse de diminuer pour prendre place dans le commerce. Ces femmes ont tendance à créer les entreprises de plus petite taille autrement dit des micro-entreprises.

« Selon Bertrand Duchéneaut et Muriel Orhan (2000), les secteurs d'activité privilégiés par les femmes entrepreneurs peuvent être décrits selon trois caractéristiques essentielles : la dimension féminine de l'activité (esthétique, mode, soins de la personne, de la famille, éducation...), les qualités requises plutôt féminines (sens de l'écoute, communication, imagination, sens du détail...), les barrières peu élevées à l'entrée (financières, compétences techniques...) » (fouquet, 2005). Cependant, Fouquet précise que de rares exceptions existent en ce qui concerne le cas féminin et peuvent dépasser tout obstacle et même faire abstraction de leurs caractéristiques spécifiques.

Touchant à la création elle-même, notre curiosité va dans le sens à découvrir ce qui a poussé ces femmes à créer leur entreprise et comment ? Des réponses sont dégagées à partir de l'enquête que Fouquet a soulignée et qui a été réalisée sur une centaine de femmes chefs d'entreprise dans la région parisienne : Si nous faisons référence aux facteurs motivants de type pull liés à la volonté de création et aux facteurs motivants de type push liés à la nécessité de faire. L'auteur cite notamment le hasard favorable (fouquet, 2005) car selon les résultats obtenus, l'enquête relève qu'uniquement un tiers des femmes interrogées avaient pour projet la création de leur propre entreprise. Pour elles, c'est le hasard qui fait bien les choses. Autrement dit les deux tiers des femmes restants ont créé leur entreprise par un hasard favorable.

De par son étude, Fouquet attire notre attention sur l'image (qui reste infirmée) souvent associée aux femmes entrepreneures ayant créé leur entreprise afin de faire face aux difficultés rencontrées (chômage par exemple). Mais c'est plutôt l'idée de s'associer qu'elles choisissent majoritairement. Cette dernière est considérée comme un élément déclencheur de la création.

Effectivement, si nous revenons sur la définition de l'entrepreneur selon Schumpeter, nous pouvons comprendre que la prise de risque n'est pas un élément déclencheur chez le cas féminin. Alors que pouvons-nous penser du problème d'incertitude souligné par Cantillon ? Selon le cas pratique de Fouquet, la femme potentiellement entrepreneure cherche généralement à se sentir en sécurité. C'est pour cette raison que nous retrouvons majoritairement ces femmes qui choisissent facilement de s'associer plutôt que de prendre le risque toute seule.

C'est dans ce sillage que nous pouvons faire référence à la conception faite par Say de l'entrepreneur en le considérant comme un gestionnaire de production. Autrement dit, ces femmes préférant s'associer laissent leur conjoint par exemple prendre le risque et elles, assurent le bon déroulement des activités.

Cependant, ceci ne peut pas être généralisé car comme l'auteur l'a déjà souligné, des exceptions existent et diffèrent d'un environnement à un autre.

Mais encore, d'après Bertrand Duchéneaut et Muriel Orhan (2000), les dimensions et les caractéristiques spécifiquement féminines touchent à l'innovation. Ce qui nous laisse faire référence à l'entrepreneur schumpétérien « l'innovateur » car sans l'innovation, la reprise a de grandes chances de ne pas avoir lieu.

Dans un esprit de synthèse, allant de la définition de l'entrepreneur aux caractéristiques de l'entrepreneur féminin, nous pouvons affirmer que les deux sexes se complètent, l'homme prend le risque afin de donner naissance à l'entreprise et la femme innove afin de faire durer la création.

1.2.2 L'entrepreneure dans le cas algérien.

Dans le cadre de notre travail de recherche, nous adoptons la définition de l'Association des Femmes Chefs d'Entreprises au Maroc (AFEM), selon laquelle il est entendu qu'une Femme chef d'entreprise est une femme occupant l'une des fonctions suivantes : Président directeur général, vice-président directeur général, président du conseil de surveillance, président ou membre de directoire, administrateur directeur général, directeur général,

directeur général adjoint, gérante ou cogérante. Principalement, nous nous inscrivons dans la lignée de cette définition eu égard à la proximité de l'Algérie, et sur le plan social que culturel, avec le Maroc.

Comme nous ne négligeons pas non plus de nous référer à BELCOURT (1991) (belcourt, burke, lee-gosselin 1991, cité par kountasafiah 1997) pour qui l'entrepreneure, c'est « cette femme qui recherche l'épanouissement personnel, l'autonomie financière et la maîtrise de son existence grâce au lancement et à la gestion de sa propre entreprise »

Aussi, nous prenons en compte ces deux définitions car il en ressort que l'entrepreneur féminin reste marqué par la recherche de son indépendance économique, de son autonomie financière et de son épanouissement. L'entrepreneure, de par son manque d'expérience, de la discrimination à son égard et du fait de sa richesse très limitée a tendance à créer des activités à petite échelle. Ce qui s'expliquerait par les nombreux obstacles que rencontrent les femmes entrepreneurs dans le projet de création d'entreprise.

Mais en réalité et à l'échelle wilaya, quelles sont les véritables caractéristiques de l'entrepreneure et le type d'entreprise qu'elle dirige ?

Pour répondre à cette question que nous avons posée comme fondamentale, nos investigations, par questionnaire interposé, nous ont amené aux résultats que nous développons dans ce qui suit.

2 Méthodologie, échantillonnage et confection du questionnaire

Cette section est divisée en deux points et sont les suivants : l'échantillonnage ainsi que le questionnaire composé de trois axes.

2.1 L'échantillonnage

Dans le choix de la taille de l'échantillon, nous avons essayé de veiller à l'efficacité statistique, tout en prenant en considération les coûts qui lui sont liés. En effet, vu l'absence de moyens financiers et du temps nécessaire à la réalisation de notre enquête de terrain sans oublier les limites de cette dernière. Le nombre d'entrepreneures à enquêter reste limité, c'est-à-dire que la taille de l'échantillon est de 100 entrepreneures femmes.

Le choix de l'échantillon est effectué selon la méthode d'échantillonnage non-probabiliste du moment que nous n'avons pas pu nous munir d'une liste exhaustive de toutes les unités de sondage, parce que les statistiques touchant au sexe féminin en Algérie restent insuffisantes. Parmi les méthodes non probabilistes, nous avons choisi la méthode d'échantillonnage par quotas. Dans son principe, la méthode par quotas consiste à obtenir une représentativité suffisante en cherchant à produire dans l'échantillon, les distributions de certaines variables importantes sachant que ces distributions existent dans la population à étudier (aktouf, 1987). Dans notre cas, il s'agit de communes les plus dotées en termes de PME et activités artisanales plus spécialement encore « les entreprises féminines ». Nous avons supposé que les communes les plus dotées en PME sont les communes les plus dotées en entreprises féminines.

L'échantillon de 100 entrepreneures, préalablement fixé, s'est voulu proportionnellement représentatif de l'ensemble des 11 communes les plus dynamiques que compte la wilaya de Bejaia.

2.2 Confection du questionnaire et son mode d'administration

Notre enquête vise à dresser un certain nombre de points caractérisant la femme entrepreneure et son comportement vis-à-vis de son entreprise. Sur la base de la revue de la littérature ⁶¹ nous avons élaboré un questionnaire de cinquante-cinq questions réparties en trois axes et cela dans le but de cerner un maximum

⁶¹ D.HISRICH R., P. PETERS M, SAPORTA B., VERSTRAETE T, ADAIR P., BELLACHE Y, BOUFENIK F, BOUTIER Sophie, FOURNIER Claude, COLOT O., COMBLE K., LDHARI J, GILLET A, Association des Femmes Chefs d'Entreprises au Maroc (AFEM), Les onze Femmessors du Québec. Ces auteurs parmi d'autres, à travers leurs études, nous ont permis d'élaborer un questionnaire très pertinent comportant cinquante-cinq questions réparties en trois axes présentés ci-dessus, nous permettant ainsi d'étudier le thème de l'entrepreneuriat féminin et plus spécialement de faire ressortir le profil de la femme entrepreneure en Algérie.

d'informations liées à l'activité féminine. Le choix de ces axes est motivé par le souci d'identifier le profil de l'entrepreneur féminin et son mode de gestion.

2.2.1 Le profil de l'entreprise féminine

Dans ce premier axe, il s'agit de recueillir des données générales sur l'entreprise féminine, à savoir, sa date de création, son siège social, son capital d'investissement et chiffre d'affaire, son statut juridique, son secteur d'activité, l'effectif de son entreprise, les obstacles liés à la création de l'entreprise ainsi que les valeurs phares de l'entreprise. Cet axe nous a permis de voir l'objet crée, c'est-à-dire l'entreprise créée. Cet axe a pour objectif de valider la première hypothèse.

2.2.2 Le profil de la dirigeante propriétaire de l'entreprise

Le deuxième axe contient des questions spécifiques à l'entrepreneure elle-même. Cet axe va un peu dans les détails des antécédents de la personne enquêtée, il comporte ainsi des questions relevant de son niveau d'instruction, de ses connaissances linguistiques, les fonctions les plus répandues dans sa famille avec la situation professionnelle antérieure de l'entrepreneure dans le but de savoir quelle est l'influence de ces éléments sur le choix de création d'une entreprise pour une femme entrepreneure. Tout cela afin de connaître le profil de la femme entrepreneure.

Il s'agit pour nous de vérifier la seconde hypothèse.

2.2.3 Développement et perspectives des entreprises féminines

Dans le troisième et le dernier axe, il s'agit pour nous d'étudier le mode de gestion de l'entreprise et ses perspectives d'avenir et de pouvoir apprécier ainsi les capacités de gestion des entrepreneures. Nous nous intéressons aussi dans cet axe aux objectifs fixés pour l'entreprise, le degré de satisfaction de l'entrepreneure, les changements attendus.

Pour conclure l'enquête, nous avons demandé aux entrepreneures de s'exprimer et donner leur impression générale sur l'entrepreneuriat féminin au niveau de la wilaya de Bejaia et proposer s'il y a lieu des améliorations.

3 Présentation des résultats de l'enquête

Cette troisième et dernière section fera objet d'une présentation des résultats de l'enquête liés aux caractéristiques à la fois de l'entreprise créée et de l'entrepreneure elle-même.

3.1 Les caractéristiques de l'entrepreneur féminin dans la région de Bejaia

Ce premier point s'inscrit dans l'objectif de décrire les femmes entrepreneures dans la région de Bejaia. Les principaux résultats sont consignés dans le tableau 1 au niveau des annexes.

a- Age et situation matrimoniale

La catégorie la plus importante en ce qui concerne l'âge des entrepreneures est celle de 31-40 ans avec 50%. Les deux catégories (<=30 ans) et (41-50 ans) sont presque équivalentes avec 21,25% et 23,75%. Enfin, la part la plus réduite (5%) représente celle de 51-60 ans.

Dans le tableau 1, la catégorie qui touche à la situation matrimoniale nous montre que la majorité des entrepreneures sont mariées avec enfants soit 52,5%, un pourcentage élevé par rapport à celles qui sont mariées sans enfants (8,75%). 32,5% d'entre elles sont célibataires, 5% sont divorcées et 1,25% sont veuves.

b-niveau instruction

Le tableau 1, fait apparaître aussi que la majeure partie des entrepreneures enquêtées ont un niveau secondaire (50%), puis en deuxième lieu, celles qui ont un niveau universitaire (20%). Cette différence peut s'expliquer par le fait que les premières n'arrivent pas à trouver un emploi avec leur faible niveau de formation (c'est valable aussi

pour celles qui ont un niveau primaire (17,5%). Dans la deuxième catégorie, les femmes ne font pas recours à la création à partir du moment où leur niveau d'instruction leur permet de trouver un emploi stable.

63% des femmes enquêtées déclarent ne pas avoir suivi de formations après la création. 18% des femmes entrepreneures enquêtées déclarent avoir suivi d'autres formations une fois leur entreprise créée. Cela peut s'expliquer par le fait que celles-ci font partie de celles qui ont une vision à long terme et qui participe à l'amélioration du mode de gestion de leur entreprise.

c-réseau social

En ce qui concerne le rôle de la famille dans l'acte d'entreprendre, les résultats de l'enquête montrent que dans la région de Bejaia, les membres de la famille de sexe féminin des femmes entrepreneurs sont dans la plus grande partie des femmes au foyer avec un taux de réponses de 33,75%.

Et 23,75% d'entre elles sont des enseignantes. Les femmes membres de la famille ayant la fonction de « chefs d'entreprise » ne sont recensées que dans 20% des cas. Ces résultats sur la situation familiale des entrepreneures de Bejaia ne correspondent pas à l'idée généralement répandue selon laquelle : l'entrepreneuse naît ou évolue dans une famille de tradition entrepreneuriale.

d-motivation.

Relativement, à la question de la motivation, la majorité des réponses sont : autonomie financière (56,25%), femme capable est responsable (55%), développer votre propre idée (50%), répondre aux besoins financiers de la famille (48,75%).

La situation professionnelle antérieure joue aussi son rôle dans le déclenchement de l'acte d'entreprendre. Concernant ce déterminant, (53,75%) des femmes déclarent avoir acquis une expérience avant la création de leur entreprise, ce qui fait que près de 50% des entrepreneures ont pris le risque de créer et de diriger une entreprise. En majorité (37,5%) étaient salariées et (20%) étaient femmes au foyer.

e-premières conclusions

L'exploitation des résultats de l'enquête permet de vérifier dans certain cas (voir tableau 1) la relation logique existante entre le niveau d'instruction, la situation familiale, la situation professionnelle antérieure et l'acte entrepreneurial.

Le statut des femmes entrepreneures s'élève à 75% des femmes entrepreneures qui sont à la fois créatrices et gérantes, 15% d'entre elles sont gérantes et 10% des entrepreneures sont uniquement créatrices.

3.2 Le profil de l'entreprise créée par les femmes

Ce deuxième point touche plutôt aux caractéristiques propres de l'entreprise comme œuvre de la femme entrepreneure et non pas à l'entrepreneure elle-même. Aussi, ces caractéristiques relèvent-elles de la taille, de la structure du personnel, du domaine ou encore de la zone d'implantation...etc.

3.2.1 Quels statuts et quels secteurs d'activité ?

Les résultats sont présentés au niveau du tableau 2. Voir annexes.

a- du statut

Selon le tableau 2, nous remarquons que la moitié des entreprises créés par les femmes l'ont été au cours de la période de 2000 jusqu'à 2009 avec 50%. Ce qui correspond et s'inscrit dans le cadre de la promulgation de la loi d'orientation et de promotion de la PME en 2001. Nous remarquons également un fort taux de création enregistré lors de l'année (2010-2011) générant par là même une création de 26 entreprises par les femmes dans la région de Bejaia soit 32,5% du total.

Dans la deuxième catégorie du tableau, nous observons l'implantation des entreprises qui est concentrées au niveau de la zone urbaine avec 73,75%.

La forme juridique la plus répandue de l'entreprise est la « personne physique » avec 76,25%. La prédominance de cette forme peut s'expliquer par la facilité d'entrée dans les affaires des petits épargnants en créant des micro-entreprises.

b-activité, localisation.

Pour la répartition des entreprises par secteur d'activité, nous avons 53,75% dans l'artisanat (la proportion la plus importante soit plus de la moitié du nombre des entreprises enquêtées), 25% dans le Commerce, 16,25% dans les services et 2,5% pour le secteur industriel...etc. L'activité artisanale étant la plus sollicitée. L'enquête révèle aussi que 40% des entrepreneures travaillaient dans le même secteur que celui où elles sont actives actuellement, ½ de cette proportion ont travaillé dans un autre secteur et 40% n'ont jamais travaillé.

Ce tableau montre que plus de 36% des femmes entrepreneures préfèrent louer un local près de chez elles. Plus de 32% d'entre elles travaillent à domicile et enfin, la proportion restante choisit de louer un local loin de chez elles (31,25%). A ce propos, quelques-unes d'entre elles déclarent qu'elles travaillent loin de chez elles parce qu'elles n'ont pas trouvé un local à louer tout près. En gros, selon ce tableau, près de 70%, plus précisément 68,75% préfèrent travailler près de chez elles. Et ce, afin qu'elles puissent gérer et leurs entreprises et leurs foyers.

3.2.2 Les mécanismes de financement initial et chiffre d'affaires

Les mécanismes de financement sont exposés au niveau du tableau 3.

Tableau 3 : Les mécanismes de financement

Désignation	Désignation					
	Le capital d'investissement de départ					
	0-10000 DA	10001-1million de DA	Plus de 1 million de DA	Considéré comme confidentiel par la femme entrepreneure	l'entrepreneure n'est pas au courant du montant ⁶²	Total
	12,5	66,25	3,75	12,5	5	100
La structure du financement initial						
	Epargne personnelle (autofinancement)	Aide familiale	Emprunt bancaire	Emprunt personnelle et aide familiale	Etablissement Etatique	Organismes Etatiques ⁶³
	46,25	27,5	17,5	6,25	2,25	23,75
Le chiffre d'affaire annuel des entreprises enquêtées						

⁶² C'est un membre de leur famille de sexe masculin qui s'est occupé de la question « financière ».

⁶³ ANSEJ, ANDI, ANGEM.

	0-10000 DA	10001-1million de DA	Plus de 1million de DA	Nouvelle entreprise	Considéré comme confidentiel par la femme entrepreneure	L'entrepreneure n'est pas au courant du montant	Etablissement étatique	Total
	5	36,25	11,25	10	20	15	2,5	100

Source : enquête réalisée par nous même en mois de juin 2012.

a- les sources de financement.

Les résultats de l'enquête révèlent que l'investissement initial est de 0 à 10000 DA pour 10 entreprises (12,5%) ; se situe entre 10001 et 1 million de DA pour 53 entreprises (66,25%) soit la part la plus importante affichée et seulement 3,75% d'entre elles ont un capital d'investissement de plus de 1 million de DA soit une part très réduite.

L'étude fait état aussi que l'origine des fonds nécessaires au lancement de l'activité provient principalement des économies personnelles (autofinancement) pour 46,25% des cas. Mais, cette source n'est pas toujours suffisante et certains déclarent utiliser les capitaux familiaux en plus de leur épargne personnelle ce qui est le cas de 6,25% des entreprises créées. De plus les aides familiales contribuent à hauteur de 27,5% dans le financement initial de l'entreprise. L'avantage est que la famille avance des capitaux sans intérêts et sans garanties. Les 2,25% relève de la responsabilité étatique.

Les emprunts bancaires sont cités dans 17,5% des cas. Cependant, pour la majorité des entrepreneures, les membres de famille de sexe masculin ont joué un rôle important pour réaliser ces emprunts auprès des banques et avoir les aides d'autres organismes. Cette source de financement est jugée difficile à conquérir à cause de la bureaucratie bancaire et administrative (exigeant plusieurs conditions et garanties). La cause la plus spécifique au sexe féminin est la discrimination et la majorité de ces entrepreneures enquêtées en sont témoins.

En effet, avec les contraintes que rencontrent souvent ces entrepreneures lorsqu'elles font appel aux prêts bancaires, elles préfèrent faire recours aux voies informelles pour obtenir les fonds nécessaires en utilisant d'abord leur propre épargne, puis en faisant appel aux capitaux familiaux.

Le degré lié au recours des femmes aux différents organismes (l'ANGEM, l'ANSEJ et l'ANDI) existant au niveau de la wilaya est représenté avec une proportion de 23,75%, ce pourcentage reste faible et n'atteint même pas la moitié des entrepreneures enquêtées. Ce phénomène peut-il s'expliquer encore par l'existence probable d'une discrimination par rapport au sexe féminin ou alors, ça peut-être due à la faible capacité des femmes à faire monter des dossiers administratifs.

b- importance du chiffre d'affaires.

Le chiffre d'affaire des entreprises enquêtées, pour celles qui ont accepté de nous répondre, varie pour 36,25 entre 10001 et 1 million de DA et plus de 1 millions de DA pour 11,25% des entreprises. 5% ont un chiffre d'affaire qui varie entre 0 et 10000DA. 20% d'entre elles n'ont pas accepté de répondre à cette question par méfiance et 15% pour quelques unes qui expliquent ce manque de réponse par le fait qu'elles ne sont pas au courant du montant puisque elles assurent le fonctionnement de l'entreprise mais pas ce qui concerne le capital ; ce capital est géré par l'un des membres de leur famille de sexe masculin (père, frère, mari). D'autres l'expliquent par le fait qu'elles le consacrent directement aux besoins de la famille sans même qu'elles sachent le montant qu'elles ont eu que ce soit mensuel ou annuel.

3.2.3 L'effectif du personnel

L'effectif du personnel est présenté par genre au niveau du tableau 4 qui suit.

En termes de taille des entreprises, la catégorie « très petite entreprise » (moins de 10 salariés) prédomine avec 67,5% des entreprises enquêtées. En second lieu, nous retrouvons 27,5% d'entreprises qui n'ont recruté aucun salarié. La catégorie « petite entreprise » (10 à 49 salariés), occupe le troisième rang (3,75%). Enfin, la « moyenne entreprise » (50 à 250 salariés) représente une part relativement trop faible soit (1,25%) du total, et cette troisième partie est représentée par un établissement étatique.

La prédominance de la petite taille présente l'avantage d'un meilleur contrôle de l'entreprise et s'explique par le fait qu'un entrepreneur de sexe féminin préfère créer une activité de taille minimale afin d'assurer sa tâche au niveau familial.

L'effectif de sexe féminin prédomine avec 43% des entreprises qui ont précisé que la totalité du personnel employé est de sexe féminin et 3% affirment qu'elles n'emploient que le genre masculin.

La structure du personnel de la majorité des entreprises enquêtées est de 47,5% pour la catégorie (exécutant), 27,5% pour celles qui n'ont pas recruté, 15% pour la maîtrise, 7,5% pour maîtrise et exécutant et 1,25% égalisant deux catégories cadre et celle de maîtrise et exécutant.

Tableau 4 : Effectif et structure du personnel

Désignation	Désignation							
	L'effectif de l'entreprise							
	Aucun salarié (e)	1-9 salariés (es)		10-49 salariés (es)		50-250 salariés (es)		Total
	27,5	67,5		3,75		1,25		100
	L'effectif de sexe masculin de l'entreprise							
	Aucun salarié	Quelques uns	1/3 de l'effectif total	1/2 de l'effectif total	2/3 de l'effectif total	3/4 de l'effectif total	La totalité	Total
	81,25	2,5	3,75	5	1,25	2,5	3,75	100
	L'effectif de sexe féminin de l'entreprise							
	Aucun salarié	Quelques unes	1/4 de l'effectif total	1/3 de l'effectif total	1/2 de l'effectif total	2/3 de l'effectif total	La totalité	Total
	31,25	2,5	2,5	1,25	5	3,75	53,75	100
	La structure du personnel de l'entreprise							
	Cadre	Maîtrise	Exécutant	Maîtrise et exécutant	Cadre et maîtrise	Ce n'est pas le cas	Total	
	1,25	15	47,5	7,5	1,25	27,5	100	

Source : enquête réalisée par nous même en mois de juin 2012.

3.3 Mode de gestion des femmes entrepreneurs et perspective de croissance des entreprises créées.

Au niveau de ce point, nous abordons le mode de gestion des femmes entrepreneurs créatrices de leurs propres entreprises.

3.3.1 Le mode de gestion des entrepreneurs féminins

Dans un premier lieu, nous traiterons du mode de gestion de ces femmes entrepreneurs. Voir tableau 5 au niveau des annexes.

En ce qui concerne les valeurs, la satisfaction des clients vient en premier lieu pour 90% des répondantes, s'appuyant sur la qualité du produit ou du service offert avec (56,25%). Ensuite nous remarquons que la maximisation du bénéfice est à (55%), la confiance à (50%), la vision à long terme est à (47,5%). En effet, plus de 50% des entrepreneurs ne visent pas le long terme, ce qui explique la réduction du nombre de PME féminines dans la région.

Les autres valeurs peuvent être facilement lues au niveau du tableau.

Le management participatif, 82,5% de ces entrepreneurs le refusent et déclarent que c'est déconseillé d'y faire recours parce que les employés se croient leader par la suite et mélangent leur place avec celle de l'entrepreneure. Ce qui démontre la fragilité de la position de la femme entrepreneure en tant que femme dirigeante.

La grande majorité des entrepreneurs, soit 41,25% de ces femmes déclarent qu'il n'existe aucune différence entre un homme et une femme du fait d'être dirigeant ou dirigeante de sa propre entreprise.

Ces entrepreneurs déclarent avoir besoin de plus de capital pour élargir le projet et d'un personnel qualifié pour une commercialisation importante.

Seulement 27,5 entrepreneurs sur 100 utilisent l'outil informatique. Les opérations effectuées à l'aide de l'outil informatique comme les ventes et facturations prennent la première place avec 16,25%. « Faire part des nouveaux modèles aux clients » est seulement réclamé par quelques unes des entrepreneurs.

27,5% des entrepreneurs utilisent l'outil informatique, 20% sont connectées à internet. C'est un pourcentage très réduit comparé à la technologie actuelle.

38% des entrepreneurs enquêtées ont innové et ceci par la multiplication des produits et des services offerts. En ce qui concerne l'exportation, aucune de ces entreprises n'exporte.

3.3.2 Les perspectives de croissance des entreprises créées

Dans un deuxième lieu, nous allons présenter les perspectives de croissance et objectifs visés par ces entreprises créées.

Tableau 6 : Objectifs et perspectives de développement

Désignation	Désignation					
	Objectifs fixés par l'entreprise pour les prochaines années					
	Augmentation de la satisfaction des clients	Augmentation du chiffre d'affaire	Augmentation de la part de marché	Augmentation de la gamme de produits et des services	Augmentation de la taille de l'entreprise	Se désengager

		62,5	50	26,25	37,5	50	2,5
		Les perspectives d'avenir de l'entreprise					
		Avenir très favorable et prometteur	Avenir favorable	Avenir peu favorable	Indécise	Total	
		31,25	57,5	8,75	2,5	100	

Source : enquête réalisée par nous même en mois de juin 2012.

Plus de la moitié des entrepreneures enquêtées ont comme principaux objectifs : l'augmentation de la satisfaction des clients pour 62,5% d'entre elles, augmentation du chiffre d'affaire (50%)⁶⁴. Du même pourcentage, nous retrouvons celles qui ont pour objectif l'augmentation de la taille de leur entreprise.

Pour les années à venir, elles souhaitent aussi réaliser d'autres objectifs plus ou moins importants pour leurs entreprises tels que : l'augmentation de la gamme de produits et de services 37,5%, l'augmentation de la part de marché 26,25%, et enfin, nous retrouvons avec une part très faible (2,5%), celles qui ont pour objectif de se désengager⁶⁵.

Ces entrepreneures enquêtées sont optimistes du moment qu'aucune d'entre elles (0%) n'a opté pour « avenir pas du tout favorable ». Plus de 80% d'entre elles estiment avoir un avenir favorable. Voir plus en détail au niveau du tableau 6.

3.4 Les obstacles liés à la création

Dans ce point, nous allons présenter les différents obstacles qui peuvent ralentir les projets mais aussi les changements attendus à l'avenir.

Au niveau du tableau 7 (voir annexes), nous remarquons que 37,5% des entrepreneures ont déclaré que les principaux obstacles rencontrés sont d'ordre financier, 28,75% ont rencontré des obstacles qui sont au niveau administratif, 11,5% déclarent qu'ils sont au niveau socioculturel et enfin 5% reste d'ordre familial.

De plus, 63,75% des entrepreneures indiquent qu'elles rencontrent des obstacles même après la création de l'entreprise. En effet, un pourcentage équivalent à (21,25%) présente trois sortes d'obstacles rencontrés qui sont au niveau financier, du personnel et de la commercialisation. 18,75% indiquent que les problèmes rencontrés sont au niveau socioculturel.

Les freins pouvant ralentir l'activité de l'entreprise sont pour 31,25% des cas d'ordre familial (selon les entrepreneures, plus spécialement les célibataires, qui pourraient être contraintes, une fois mariées, à quitter leur entreprise). 28,75% considèrent les freins liés au monde professionnel comme les obstacles pour le développement de l'entreprise. 18,25% insistent sur le problème lié à la discrimination au niveau de la société. 10% se doutent de leur santé, parmi elles les 5% qui ont plus de 50 ans.

Plus de la moitié des entrepreneures enquêtées estime que la situation de leurs entreprises est assez satisfaisante et 38,75% d'entre elles expriment une confiance dans l'avenir et déclarent être très satisfaites. Près de 6% indiquent qu'elles ne sont pas satisfaites et seulement 1,25% ne sont pas du tout satisfaites.

⁶⁴ Un pourcentage assez réduit pour un entrepreneur qui cherche à maximiser ses bénéfices.

⁶⁵ Un point positif dans le sens où ces femmes sont de plus en plus multiples à devenir entrepreneures.

Notons un point positif : 65% des femmes entrepreneures enquêtées pensent refaire ce choix si seulement c'était à refaire.

Parmi les changements que les répondantes souhaiteraient voir se concrétiser, citons : l'amélioration du régime fiscal et allègement du niveau d'imposition avec 61,25%, ainsi que la non discrimination à l'égard des femmes entrepreneures avec le même pourcentage et l'amélioration des services administratifs.

La proportion des entreprises de l'échantillon qui souhaiterait une aide financière de la part de l'Etat pour conquérir de nouveaux marchés ou développer les marchés actuels est de 38,75%.

Les principales propositions des entrepreneures enquêtées peuvent se résumer dans ce qui suit :

« Changer la mentalité des gens » réclamé par la majorité des entrepreneures pour qui, une part d'entre elles ont témoigné d'une violence par le fait qu'elles sont des femmes.

Pour le développement de ce type d'entrepreneuriat, plus de 80% des femmes entrepreneures enquêtées connaissent au moins une femme ayant pour objectif la création de leurs propres entreprises. Un bon point qui caractérise l'évolution et le développement de l'entrepreneuriat féminin à l'avenir.

La typologie d'entrepreneures que nous avons pu déterminer à travers l'enquête de terrain, l'analyse et l'interprétation des résultats que nous avons obtenus s'exprime de la manière qui vient ci-après, cette typologie du profil de la femme entrepreneure se divise en cinq formes :

3.5.1 Les femmes gérantes de grands établissements

Ce profil désigne tout simplement les femmes qui ont un caractère fort, qui sont seulement gérantes de grands établissements souvent étatiques (capital d'investissement de départ très important et/ou étatique) employant un effectif variant entre 50 et 250 salariés, ayant pour but une fonction administrative ou entrepreneuriale pour un gérant non propriétaire.

3.5.2 L'entrepreneure à forte personnalité

Dans ce type de profil, nous retrouvons les femmes ayant rencontré une déception au cours de leur vie comme les femmes veuves par exemple. Un moyen à elles de créer leur propre entreprise afin de se montrer capables et responsable (l'un des critères que nous avons cité dans les motivations). Ces femmes sont fortes, courageuses et ont un niveau d'instruction élevé. Elles investissent des capitaux assez importants et emploient le plus souvent un effectif désignant la petite entreprise sinon la très petite entreprise. Le secteur connu pour ce genre d'entrepreneuriat est le secteur des services.

3.5.3 L'entrepreneure pauvre

Ce troisième profil fait référence à celles qui sont pauvres, leur âge varie, elles ont un niveau d'instruction trop faible. Pour créer leurs entreprises, elles investissent des capitaux trop réduits, ne recrutent aucun salarié et par conséquent un chiffre d'affaire aussi trop réduit et peuvent aller dans un certain cas jusqu'à travailler à perte. Ce type d'entrepreneures fait référence à celles qui se lancent dans un domaine qu'elles ne peuvent pas gérer correctement juste pour arriver à satisfaire le minimum des besoins de famille ressentis. C'est le cas des activités informelles. Comme exemple du domaine nous citerons : l'artisanat ou le commerce.

3.5.4 L'entrepreneure artisanne

Ce type de profil est très courant selon les statistiques obtenues et se définit de la façon suivante : les entrepreneures artisanes sont ces femmes qui ont un niveau d'instruction moyen suivi d'une formation professionnelle avec dans la plupart des cas un stage pratique, décident de gérer ou de créer une entreprise dans le secteur de l'artisanat, en investissant des capitaux de départ plus ou moins intéressants à l'aide ou sans de différents organismes existant dans la région, certaines d'entre elles sont très satisfaites d'autres seulement assez satisfaites.

3.5.5 L'entrepreneure bourgeoise

Et enfin, le dernier type qui décrit le profil de l'entrepreneure bourgeoise, rassemble un certain nombre de caractéristiques. Sont entrepreneures bourgeoises celles qui ont un niveau d'instruction équivalent aux études supérieures, qui sont issues d'une famille riche, aidées par leur famille et parfois avec l'aide d'une banque ou autre organisme, elles en profitent pour créer une entreprise. Les secteurs connus pour cette pratique sont celui de l'industrie et des services.

Conclusion

En Algérie, de nombreuses études ont été réalisées dans le domaine de la création d'entreprises, en particulier, la création de (PME). Par contre très peu de travaux touchent au travail de la femme et à la création de son entreprise plus spécialement, ce domaine reste pratiquement vierge.

Globalement, nous retenons que le profil des entrepreneures propriétaires ou seulement gérantes des entreprises féminines enquêtées, nous indique qu'elles sont majoritairement à la fois créatrices et gérantes et ont entre 31 et 40 ans, sont mariées et ont des enfants. Cependant, leur niveau d'instruction reste moyen ; la plupart de ces entrepreneures n'ont qu'un niveau secondaire et ont un faible niveau de formations suivies une fois l'entreprise créée, les langues maîtrisées sont principalement la langue maternelle de la région, l'arabe et le français. Ces entrepreneures sont motivées, principalement, dans leur acte d'entreprendre par la recherche de l'autonomie financière en premier lieu, puis par le fait de se faire connaître en tant que femme capable et responsable, par l'envie de développer leur propre idée et par le fait de répondre aux besoins financiers de la famille. La trajectoire socioprofessionnelle des entrepreneures montre que la plupart était salariées sinon étudiantes.

D'une manière générale, les entreprises de l'échantillon sont de très petite taille (des micro-entreprises). La plupart d'entre elles ont été créées à partir des années 2000 et plutôt implantées au niveau des zones urbaines que dans des zones rurales. Elles sont pas du tout exportatrices, leur financement de départ provient majoritairement de l'épargne personnelle et beaucoup d'entre elles n'ont pas bénéficié d'aide de la part des organismes d'aide à la création d'entreprises. Les secteurs d'activité les plus réputés sont le secteur d'activité artisanale, puis le secteur d'activité commerciale et le secteur des services. En fin, ces femmes entrepreneures préfèrent surtout louer près de chez elles et l'effectif employé est principalement de sexe féminin.

Plus de 60 % des femmes entrepreneures enquêtées rencontrent des freins dans la création de leur propre entreprise. Ces freins liés à la création de ces entreprises féminines sont principalement d'ordre financier et bureaucratique. Même après la création, ces entrepreneures font face aux obstacles rencontrés qui sont à un niveau identique en ce qui concerne ceux rencontrés toujours au niveau financier, au niveau du personnel, au niveau de la commercialisation et à un niveau un peu plus bas en ce qui concerne les problèmes socioculturels.

Plus de 80% de ces femmes enquêtées connaissent au moins une femme désirant entreprendre, un point positif et encourageant pour le développement de l'entrepreneuriat féminin qu'il ne faut pas sous-estimer.

De plus, ces entrepreneures réclament un changement de regard sur les femmes entrepreneures potentielles, une création d'établissements spécialisés dans l'éducation et la formation des enfants afin de les libérer de tout le temps consacré à sa famille et la création de dispositifs spécialisés non seulement dans l'aide financière mais aussi dans le suivi et l'accompagnement de ces entreprises créées face aux divers obstacles qui peuvent être rencontrés.

Ainsi, de nombreux défis attendent l'entrepreneuriat privé dans la wilaya de Bejaïa. En effet, dans la conjoncture de crise et de mutation économique et sociale qui caractérise la société algérienne, il est désormais indispensable de porter l'intérêt au secteur de la PME privée, notamment les PME féminines qui constituent un élément nouveau, indispensable et très intéressant à l'intégration et la diversification. Certes, ces entreprises ressentent des difficultés liées à leur développement mais des plans de développement de ce genre doivent être institués, parce que déjà, malgré les difficultés, certaines de ces entreprises contribuent sérieusement au développement régional. Elles peuvent constituer l'une des principales sources de richesses, d'emplois, ainsi qu'un facteur essentiel pour la promotion des exportations hors hydrocarbures.

Enfin, le thème de l'entreprise féminine est très complexe car la composante féminine n'est pas définie en tant que telle et reste fortement liée au monde extérieur que de celui de l'entreprise.

Bibliographie

I. Ouvrages

- AKTOUF O. (1987), *Méthodologie des Sciences sociales et approche qualitative des organisations : une introduction à la démarche classique et une critique*, les presses de l'université du Québec.
- BARETTO, H. (1989), *The Entrepreneur in Micro-Economie Theory : Disappearance and Explanation*, Routledge.
- BOUROCHE J.M., SAPORTA G. (1980), *L'analyse des données*, Presse Universitaire de France.
- D.HISRICH R., P. PETERS M. (1991), *Entrepreneurship : Lancer, élaborer et gérer une entreprise*, ECONOMICA.
- FAYOLLE A. (2004), *Entrepreneuriat, apprendre à entreprendre*, DUNOD.
- FAYOLLE A. (2005), *Introduction à l'entrepreneuriat*, DUNOD.
- JULIEN P.A., MARCHESNAY M. (1996), *L'Entrepreneuriat*, ECONOMICA.
- MADOUCHE H. (1988), *L'entreprise et l'économie algérienne : Quel avenir ?*, LAPHOMIC.
- DJAFAR N.S. *La femme algérienne... Réalité et données*, Ministère Délégué Chargé de la Famille et de la Condition Féminine. <http://www.ministere-famille.gov.dz/pdf/livre.pdf>.
- HEBERT, R.F., et LINK A.N. (1988), *The Entrepreneur : Mainstream Views and Radical Critiques*, Praeger.
- MITCHELL, R., BUSENITZ, L., LANT, T., MCDOUGALL, P., MORSE, E., & SMITH, E. (2002). "Toward a Theory of Entre-Preneurial Cognition: Rethinking the People Side of Entrepreneurship Research" *Entrepreneurship Theory and Practice*, Winter.
- SAPORTA B., VERSTRAETE T. (1999), *Entrepreneuriat : Connaître l'entrepreneur, Comprendre ses actes*, L'Harmattan.
- STEVENSON H.H., JARILLO J.C. (1990), *A paradigm of entrepreneurship : entrepreneurial management*, Strategic Management Journal
- VERSTRAETE T., (2000), *Histoire d'entreprendre : les réalités de l'entrepreneuriat*, Management et Société
- SAPORTA B., VERSTRAETE T. (2006), *Création d'entreprise et entrepreneuriat*, Edition ADREG. <http://asso.nordnet.fr/adreg/adreg%2010%20TV%20BS.pdf>.

II. Thèses et mémoires

- ABDERHAMANE K.S. (1997), *Caractéristiques de l'entrepreneurship féminin au Mali*, l'Université du Québec à Chicoutimi. <http://bibvir.uqac.ca/theses/11622039/11622039.pdf>.
- CADIEUX L. (1999), *La succession en entreprise familiale : Analyse du processus dans le cas quatre entreprises manufacturières fondées par des femmes*, mémoire présenté à l'université du Québec à Trois-Rivières. http://www.irec.net/upload/File/memoires_et_theses/230.pdf.
- CHEIKH A.K.M. (2008), *Les modes de gestion des hommes et des femmes entrepreneurs dans les petites et moyennes entreprises (PME) à Dakar*, CRDI. http://www.sengenre-ucad.org/test2/docs/memoirs_finaux/Kader%20final.pdf.
- GENDRE-AEGERTER D. (2008), *La perception du dirigeant de PME de sa responsabilité sociale : Une approche par la cartographie cognitive*. Thèse présentée à la Faculté des Sciences économiques et sociales de l'Université de Fribourg, Suisse. <http://ethesis.unifr.ch/theses/downloads.php?file=GendreAegerterD.pdf>.

SAGODIRA G. (2012), *La formation professionnelle à l'entrepreneuriat : Par-delà le déterminisme social de l'acte entrepreneurial*. Université de la Réunion, Ecole doctorale Interdisciplinaire, UFR de lettres et sciences humaines, France. http://tel.archives-ouvertes.fr/docs/00/66/55/37/PDF/2011lare0003_sagodira.pdf.

TOUNÉS A. (2003), *L'intention entrepreneuriale : une recherche comparative entre des étudiants suivant des formations en entrepreneuriat (bac+5) et des étudiants en DESS CAAE*, Université de Rouen. http://www.entrepreneuriat.com/fileadmin/theses/doctorat_azzedine1.pdf.

VERHAGEN H. (2010), *Démarche hypothético-déductive : Etude comparative des travaux pratiques de physique au Gymnase d'Yverdon*, Mémoire professionnel. http://doc.rero.ch/record/24952/files/mp_ms2_p20057_2010.pdf.

Articles et communication

ADAIR P., BELLACHE Y. (2008), *Emploi informel et secteur privé en Algérie : Contraintes et gouvernance de la création d'entreprises*. <http://fseg.univ-tlemcen.dz/pdfmecas/Philippe%20ADAIR%20%20&%20Youghourtha%20BELLACHE%20.pdf>.

AOUNI Z, SURLEMONT B. Le processus d'acquisition des compétences entrepreneuriales : Une approche cognitive, *5^{ème} Congrès international de l'académie de l'entrepreneuriat*.

AUDET J., CARRIER C., LÉGARÉ M.H., ST-CYR L. (2002), *L'entrepreneuriat du secteur manufacturier québécois : Caractéristiques et accès au financement*, HEC. <http://web.hec.ca/airepme/images/File/2002/175FA%20-%20St-Cyr-Audet-Carrier-Legare.pdf>.

BACCINI A. (2010), *Statistique Descriptive Multidimensionnelle pour les nuls*, *Publications de l'Institut de Mathématiques de Toulouse*. <http://www.math.univ-toulouse.fr/~baccini/zpedago/asdm.pdf>.

BLLEREAU V. Premier essai de questionnement de l'entrepreneuriat au féminin par le prisme de l'analyse proxémique des TPE/PME, CEREN, Montpellier. <http://web.hec.ca/airepme/images/File/2008/C10.pdf>.

BELATTAF M. (2001), *L'aide à la création d'entreprises et dynamique de l'emploi : Evaluation de l'expérience de la micro-entreprise dans la wilaya de Bejaia*, *Cahiers du CREAD n°58*.

BEL G. (2009), *L'entrepreneuriat au féminin*, *Communication du Conseil économique, social et environnemental*. <http://lesrapports.ladocumentationfrancaise.fr/BRP/094000521/0000.pdf>.

BILLET J. Education à l'entrepreneuriat et développement de l'esprit d'entreprendre auprès des étudiants des écoles de management : Le cas de l'ESCPAU, Etude préliminaire, *5^{ème} Congrès international de l'académie de l'entrepreneuriat*, Ecole supérieure de commerce de Pau, France.

BOUFENIK F. Travail et Genre en Algérie, *Colloque Rabat*. http://www.ulb.ac.be/soco/colloquerabat/papiers/articles_definitifs/RSI_Boufenik.pdf.

BOUTIER S, FOURNIER C. (2009), *Une analyse socio-économique de l'entreprise artisanale : Méthodologie, fondements théoriques et enquêtes de terrain*, Université du littoral Côte d'Opale, laboratoire de recherche sur l'industrie et l'innovation, cahiers du LAB.RII, N° 205. <http://riifr.univ-littoral.fr/wp-content/uploads/2009/01/doc-205.pdf>.

CHABAUD D et LEBEGUE T. Femmes dirigeantes en PME : Bilan et perspectives, *RIMHE : Revue interdisciplinaire Management, Homme(s) & Entreprise*, 2013/3 n°7, p. 43-60. DOI : 10.3917/rimhe.007.0043.

CHASSERIO S, PAILLOT P et PORROLI C. Genre et entrepreneuriat : Eléments d'analyse théorique fondée autour d'une approche par la socialisation entrepreneuriale, *AIREPME, 10^{ème} CIFEPME, Université Montesquieu Bordeaux IV*.

COLOT O., COMBLE K., LDHARI J. Influence des facteurs socio-économiques et culturels sur l'entrepreneuriat, *Académie universitaire Wallonie*. <http://portail.umons.ac.be/FR/universite/facultes/warocque/Rech/Documents/2007-3.pdf>.

DOKOU G. (2008), Attractivité du territoire et entrepreneuriat universitaire : Vers un modèle spécifique aux jeunes apprenants ». *Université du littoral Côte d'Opale, laboratoire de recherche sur l'industrie et l'innovation, cahiers du LAB.RII, N° 202*. <http://riifr.univ-littoral.fr/wp-content/uploads/2008/11/doc-202.pdf>.

ELABJANI A. (2006), La création d'entreprises au Maroc entre l'effet de la nouvelle politique de promotion et l'état d'esprit, *Colloque International, Création d'entreprises et territoires*.

FAYOLLE A, GAILLY B. (2009) « Evaluation d'une formation en entrepreneuriat : prédispositions et impacts sur l'intention d'entreprendre ». *Management*.

FONROUGE C. Entrepreneur/ manager : deux acteurs d'une même pièce. <http://www.strategie-aims.com/actes02/Fichiers/fonrouge.pdf>.

FOUQUET A. (2005), Les femmes chefs d'entreprise : le cas français », *Travail, genre et sociétés, 1 N° 13, p. 31-50*. DOI : 10.3917/tgs.013.0031.

GARTNER W. (1988), Who is an entrepreneur: is the wrong question? *University of Baltimore*. <http://asso.nordnet.fr/adreg/gartner%20who%20is%20an%20entrepreneur.pdf>.

Gillet A. Les femmes créatrices de petites et moyennes entreprises en Algérie : motivations, parcours socioprofessionnels et stratégies d'existence. http://www.ulb.ac.be/soco/colloquerabat/papiers/articles_definitifs/RS4_Gillet.pdf.

GONZALEZ P.L. Analyse des correspondances multiples. http://maths.cnam.fr/IMG/pdf/ANALYSE_DES_CORRESPONDANCES_MULTIPLESbis-2.pdf.

JAOUEN A. Le dirigeant de très petite entreprise : Eléments typologiques, *GSCM*. <http://web.hec.ca/airepme/images/File/2008/C16.pdf>.

JAOUEN A, LOUP S, SAMMUT S. (2006). Accompagnement par les pairs, confiance partagée et résilience : Illustration au travers du cas Voiles d'Oc, *Revue de l'entrepreneuriat, vol 5, N°1*.

LACHACHI T.A.W. (2006), L'entrepreneur Algérien émergence d'une nouvelle classe, *Colloque international : Les critères de qualification des petites et moyennes entreprises dans les pays arabes*. <http://ratoulrecherche.jeeeran.com/206lachachi-TABET.pdf>.

LEVY-TADJINE T, ZOUITEN J.(2005), Les femmes et les immigrés ont-ils besoin d'un accompagnement entrepreneurial spécifique. *IV^{ème} Congrès de l'académie de l'entrepreneuriat, Paris*. <http://www.entrepreneuriat.com/fileadmin/ressources/actes05/Zouiten%20et%20Levy.pdf>.

MADOUY M. (2008), Les nouvelles figures de l'entrepreneuriat en Algérie : un essai de typologie, *Cahiers du CREAD*.

MCGRAW E., ROBICHAUD Y. (2004), Les objectifs entrepreneuriaux comme facteur explicatif de la taille des entreprises, *CIFEPME*. <http://web.hec.ca/airepme/images/File/2004/073.pdf>.

ONANA F-X. (2009), Les motivations des femmes à entrer en Affaires au Cameroun. *Colloque International : la Vulnérabilité des TPE et PME dans un environnement mondialisé, INRPME-AUF-AIREPME, Cameroun*. http://www.entrepreneuriat.auf.org/IMG/pdf/A11C36_FINAL.pdf.

PERRET V. Manfred FR KETS De VRIES Leadership et névroses organisationnelles, *EMS Management et société*. http://hal.archives-ouvertes.fr/docs/00/53/63/06/PDF/EMS_Kets_de_Vries_2009_.pdf.

RACHDI FZ. (2009), L'entrepreneuriat féminin au Maroc : Une étude exploratoire. *Laboratoire ERMMES Toulon, EDHEC Nice, France, 19p*. http://web.hec.ca/airepme/images/File/2006/033_Lentrepreneuriatfeminin.pdf.

REDIEN C.R. (2006), Pour une approche genrée de l'entrepreneuriat, *Académie de l'entrepreneuriat, réseau de recherche genre et entrepreneuriat*. <http://www.thomas-legrain.com/wp-content/documents/entrepreneuriat/pour-une-proche-genree-entrepreneuriat-academie-entrepreneurariat.pdf>.

SURLEMONT B. Former pour entreprendre : réflexions sur l'approche pédagogique en matière d'entrepreneuriat, *Université de Liège*.

STEINER P. (1997), La théorie de l'entrepreneur chez Jean baptiste Say et la tradition Cantillon Knight, *L'actualité économique, Volume 73, numéro 4*.

TOUNES A. L'entrepreneur : L'odyssée d'un concept, *CREGO*. <http://www.entrepreneuriat.auf.org/IMG/pdf/03-73.pdf>.

OCDE. (2004), Promouvoir l'entrepreneuriat et les pme innovantes dans une économie mondiale : vers une mondialisation plus responsable et mieux partagée. *Entrepreneuriat féminin : Questions et actions à mener*, OCDE. <http://www.oecd.org/fr/industrie/pme/31946170.pdf>.

VALEAU Patrick. (2006). L'accompagnement des entrepreneurs durant les périodes de doute, *Revue de l'entrepreneuriat, Vol 5, N°1*.

III. Rapports et documents

Association des Femmes Chefs d'Entreprises au Maroc (AFEM). (2010), Guide d'appui au développement de l'entrepreneuriat féminin au Maghreb, Etude N°23. http://www.invest-in-med.eu/base_documentaire/download/nom_doc/20110128105442guide-dappui-au-d%C3%A9veloppement-de-l'entrepreneuriat-f%C3%A9minin-au-maghreb.pdf.

Banque Mondiale et Société Financière Internationale. (2011), *Agir pour les entrepreneurs, DoingBusiness*.

BERNARD C, LE MOIGN C, NICOLAÏ J-P. (2013), *L'entrepreneuriat féminin : Documents d'étape*. Centre d'analyse stratégique.

Bulletin d'information statistique N°16 du ministère de la PME et de l'artisanat. (2009).

CHENNOUF S., HAFSI T. (2007), Femmes entrepreneures, Femmes au foyer et Femmes salariées : Le cas de l'Algérie, HEC. http://neumann.hec.ca/chairemsi/pdfcahiersrech/07_35_09.pdf.

Conseil national de la création d'entreprise. Promouvoir l'esprit d'entreprendre et la création d'entreprise dans le système éducatif, CNRE, Mai 2001. <http://www.legrain2sel.com/wp-content/uploads/2002/01/cnce-promouvoir-esprit-entreprendre.pdf>.

DPAT. (2010), *Monographie de la wilaya de Bejaïa 2009*.

FAYOLLE A. (2010), *L'accompagnement à la création d'entreprise des étudiants*. Université de Grenoble, maison de l'entrepreneuriat, séminaire pédagogique, France.

FAYOLLE A., VERSTRAETE T. (2005), *Paradigmes et entrepreneuriat*, *Revue de l'entrepreneuriat*. http://asso.nordnet.fr/r-e/RE0401tv_af.pdf.

Genre et intégration économique des femmes dans les pays du Maghreb, CIDEAL, Tunis, Octobre 2009.

KABEER N. (2005), *Intégration de la dimension genre à la lutte contre la pauvreté et objectifs du millénaire pour le développement : Manuel à l'intention des instances de décision et d'intervention*. L'Harmattan. <http://idl-bnc.idrc.ca/dspace/bitstream/10625/32192/26/121679.pdf>.

Le forum des femmes entrepreneures OCDE-MENA. (2011), Politiques et services de soutien au développement de l'entrepreneuriat féminin dans la région MENA : Réponses gouvernementales et privées en période de transition. Centre de conférences de l'OCDE, Paris. <http://www.oecd.org/dataoecd/46/7/48778779.pdf>.

LE MAUX B. *Le choix de l'échantillon : produire et préparer les variables, statistiques, logiciels et enquête*. <http://perso.univ-rennes1.fr/benoit.le-maux/Echantillon.pdf>.

Les onze Femmes du Québec. (2011), Vers une stratégie de l'entrepreneuriat : L'entrepreneuriat féminin comme stratégie de développement économique au Québec, MDEIE.

<http://www.femmessor.com/files/documents/dm/62/memoire-femmessor-strategie-entrepreneuriat-mdeie-8-fvriier.pdf>.

L'entrepreneuriat féminin : En région de Bruxelles Capitales, Actiris.Brussels et impulse brussels.

Ministère de l'économie, des finances et de l'emploi. « Guide du créateur d'entreprise ». République Française, France. http://www.pme.gouv.fr/essentiel/vieentreprise/guide_complet.pdf.

Polytech et SOGETI. 2010, Accompagnement des étudiants de Polytech'Grenoble par la société SOGETI : actions menées et retour d'expérience, Maison de l'Entrepreneuriat, France.

Rapport et projet de propositions de la commission économie et développement. (2008), Propositions pour favoriser le développement des petites et moyennes entreprises africaines. <http://lesrapports.ladocumentationfrancaise.fr/BRP/084000185/0000.pdf>.

Rapport régional GEM-MOAN 2009 sur l'activité entrepreneuriale, centre de recherche pour le développement international. <http://www.gemconsortium.org/>.

Université de Grenoble. (2010), Accompagnement des étudiants et projets tuteurs : expériences et perspectives ». Maison de l'entrepreneuriat, séminaire pédagogique à destination des enseignants, France.

Sites

<http://www.ansej.org>.<http://www.angem.dz>. <http://www.cnac.dz>. <http://www.editions-adreg.net>.

<http://www.gemconsortium.org/>. <http://asso.nordnet.fr/adreg/modele.pdf>. www.insee.fr.

<http://excerpts.numilog.com/books/9782297019262.pdf>.

Annexes :

Tableau 1 : Les caractéristiques des femmes entrepreneures

Désignation	Désignation						
	Pourcentage (%)	L'âge de la femme entrepreneure					
		<= à 30ans	31-40 ans	41-50 ans	51-60 ans	Total	
		20,2	50	23,7	5	100	
		La situation familiale (le statut civil) de l'entrepreneure					
		Célibataire	Mariée sans enfants	Mariée avec enfants	Divorcée	Veuve	Total
		32,5	8,7	52,5	5	1,2	100
		Le niveau d'instruction de départ					

		Sans	Etudes primaires	Etudes secondaires	Etudes supérieures	Formation professionnelle	Etudes supérieures et formation professionnelle	Total								
		1,25	17,5	50	20	10	1,25	100								
Formation supplémentaire suivie après la création de l'entreprise																
Oui					Non											
21,2					78,7											
Les connaissances linguistiques																
Tamazight		Arabe		Français		Anglais		Allemand								
100		88,75		87,5		21,25		1,25								
La fonction la plus répandue chez les femmes membres d'une famille entrepreneur																
Chefs d'entrepri-se		Enseignan-tes		Ouvrière		Fonctionn-aire		Femme au foyer	Universita-ire	Total						
20		23,75		3,75		16,25		33,75	2,5	100						
Motivations à être « entrepreneur » (diriger une entreprise)																
L'envie de développer votre propre idée		Le goût du challenge		Être votre propre patron		Créer de l'emploi		Répondre aux besoins financiers de la famille		Poursuivre la même profession que vos parents	Fuir les problèmes socioculturels rencontrés	Vous faire connaître en tant que femme capable et responsable		Avoir votre autonomie financière	Le prestige associé au statut de l'entrepreneur	
50		20		35		12,5		48,75		3,75	25	55		56,25	2,5	
Situation professionnelle antérieure																

		Salariée	Etudiante	Chef d'une autre entreprise	Femme au foyer	Au chômage	Stagiaire	Total
		37,5	16,25	11,25	20	10	5	100
		Statut du répondant dans l'entreprise						
		Créatrice		Créatrice/gérante		Gérante		Total
		10		75		15		100

Source : enquête réalisée par les auteurs en mois de juin 2012.

Tableau 2 : Caractéristiques liées au statut juridique et au secteur d'activité de l'entreprise

Désignation	Désignation						
	Pourcentage (%)	Année de création de l'entreprise					
		<1990	1990-1999	2000-2009	2009-2011	Total	
		5	12,5	50	32,5	100	
		Implantation des entreprises					
		Zone urbaine		Zone rurale		Total	
		73,75		26,25		100	
		Le statut juridique de l'entreprise					
		Personne physique	SARL	EURL	ETS	Autres statuts	Total
		76,25	1,25	1,25	2,5	18,75	100
Le secteur d'activité de l'entreprise							

		Industrielle	Artisanale	Commerce	services	Culturel, scientifique et loisirs	Artisanale et commerce	Total
		2,5	53,75	25	16,25	1,25	1,25	100
	Secteur d'activité antérieur							
		Dans le même secteur qu'actuellement		Dans un autre secteur		N'a jamais travaillée dans aucun secteur		Total
		40		20		40		100
	Ou se situe votre entreprise ?							
		A domicile		Local loué près de chez vous		Local loué loin de chez vous		total
		32,5		36,25		31,25		100

Source.: enquête réalisée par les auteurs en mois de juin 2012.

Tableau 5: Le mode de gestion

Désignation	Désignation								
	valeurs phares de l'entreprise								
	Satisfaction des clients	La qualité	L'esprit d'équipe	Vision à long terme	Confiance	Sens des responsabilités	Goût du travail	Faire participer les employés à la gestion de l'entreprise	Maximisation du bénéfice
	90	56,25	38,75	47,5	50	42,5	41,25	17,5	15
	Qualités qui différencient l'entreprise de ses concurrents de l'autre sexe								

	Mode de gestion	Communication avec le personnel	Compétence du personnel	Rapidité	Prix	Les hommes sont plus libres	Le suivi et le sérieux	Ça dépend du domaine	Aucune différence
	15	21,25	7,5	12,5	3,75	11,25	5	2,5	41,25
Les besoins ressentis par l'entrepreneure en tant que dirigeante d'une entreprise									
	Besoins d'appui en formation	Besoins de main d'œuvre qualifiée	Amélioration du mode de gestion de l'entreprise	Besoins d'appui financier	Besoins d'appui technique et matériel	Assistance et conseil	Besoins de partenariat et de marché		
	37,5	51,25	32,5	43,75	38,75	17,5	15		
L'utilisation de l'outil informatique									
	Oui					Non			
	27,5					72,5			
Les opérations réalisées à l'aide de l'outil informatique									
	Gestion du personnel	Secrétariat	Finances et comptabilité	Ventes et facturations	Achats et stocks	Gestion budgétaire	Faire part des nouveaux modèles aux clients		
	6,25	13,75	7,5	16,25	6,25	3,75	2,5		
La connexion à internet									
	Oui					Non			
	20					80			
Les innovations au niveau de l'entreprise depuis sa création									
	Oui					Non			
	47,5					52,5			

	Les exportations						
	Oui				Non		
	0				100		
	En cas de faillite que décideriez-vous de faire ?						
	Créer une nouvelle entreprise dans un autre domaine	Créer une nouvelle entreprise dans le même domaine	Créer une nouvelle entreprise dans le même domaine ou autre	Créer une entreprise qui prend moins de temps	Immigrer et investir dans un autre pays	Ne plus créer d'entreprise	Total
	15	48,75	15	1,25	1,25	18,75	100

Source.: enquête réalisée par les auteurs en mois de juin 2012.

Tableau 7: Obstacles et changements attendus

Désignation	Désignation						
	Les principaux obstacles rencontrés dans la création de l'entreprise sont au niveau						
	Financier	Bureaucratique	Familial	Socioculturel	Du local		
	37,5	28,75	5	11,25	13,75		
	Les principaux obstacles rencontrés après la création de l'entreprise sont au niveau						
	Financier	De la gestion	Du personnel	De commercialisation	Socioculturel		
	21,25	7,5	21,25	21,25	18,75		
	Les freins pouvant éventuellement ralentir le projet à l'avenir						
	Professionnel	Familial	Social et culturel	Question de santé	Problèmes de crédits avec les clients	Aucun	Total
	28,75	31,25	18,75	10	1,25	10	100

Le niveau de satisfaction des entrepreneures				
Très satisfaite	Assez satisfaite	Peu satisfaite	Pas du tout satisfaite	Total
38,75	53,75	6,25	1,25	100
Si c'était à refaire, referiez-vous ce choix ?				
Oui		Non		
81,25		18,75		
Les changements attendus				
Simplification du régime fiscal et allègement du niveau d'imposition	Aide financière	Aide financière et soutien de l'Etat pour conquérir de nouveaux marchés ou développer les marchés actuels		Pas de discrimination à l'égard des femmes entrepreneures
61,25	33,75	39,75		61,25
Connaissance d'autres femmes ayant pour objectif la création de leurs propres entreprises				
Oui		Non		
81,25		18,75		

Source : enquête réalisée par les auteurs en mois de juin 2012.