

Etude des motivations des femmes à la création d'entreprise Study of women's motivations to starting business

Lyés GHEDDACHE (*)
Faculté des sciences économiques, commerciales et de gestion
Université Mouloud MAMMERI, TiziOuzou; Algérie

Résumé : Cet article présente les résultats d'une enquête menée auprès d'un échantillon de femmes créatrices d'entreprise au niveau de la wilaya de Tizi Ouzou. Les résultats montrent qu'il est possible d'en dresser un profil en s'appuyant sur certains facteurs, tels que l'âge, le niveau de formation, les motivations, etc.

En effet, les femmes sont dotées de bons niveaux de formation et créent des entreprises pour essentiellement travailler dans leurs domaines de compétences. Toutefois, et malgré leurs bonnes volontés d'entreprendre, elles sont ralenties soit à cause de leurs propres caractéristiques personnelles (vive aversion au risque, manque d'expérience, etc.), ou bien à cause d'éléments relatifs à l'environnement des affaires algérien.

Mots clés : Création d'entreprise, Femmes Entrepreneuses, Motivations, Contraintes.

Jel Classification Codes : J12, J16, L26.

Abstract: This article presents the results of a survey of a sample of women starting business at the wilaya of Tizi Ouzou. The results show that it is possible to develop a profile based on factors such as age, education level, motivations, etc. In fact, women with good levels of training and create businesses to essentially work in their areas of expertise. However, despite their good will to undertake, they are slowed or because of their own personal characteristics (sharp risk aversion, lack of experience, etc.) or due to factors related to the environment Algerian business.

Keywords: Entrepreneurship, Women Entrepreneurs, Motivations, Constraints.

Jel Classification Codes : J12, J16, L26.

I- Introduction:

Dans certains pays, les femmes entrepreneuses sont décrites comme le « *nouveau visage de l'économie* » (OCDE, 2000)¹. Sur le plan de la recherche, la création d'entreprise par les femmes est devenue un sujet qui a son importance dans le domaine de l'entrepreneuriat, (OCDE, 2004)². Ce nouveau phénomène suscite l'intérêt des milieux académiques malgré le fait que les entreprises créées par les femmes se caractérisent par leurs tailles limitées et leur concentration dans les services. Ainsi par exemple, en Corée, plus de 95 % de celles-ci emploient moins de cinq personnes (Chun et Lee, 1999)³. Au Canada, 97 % ont moins de cinquante salariés (St-Onge, 1999)⁴. Aux USA, la moitié est dans le secteur des services. Cependant, cette catégorie est loin d'être négligeable pour les économies nationales. En effet, les femmes entrepreneuses créent des emplois, contribuent à la formation et à la diversification des tissus économiques. L'OCDE (2000) affirme même que, toutes choses étant égales par ailleurs, les taux de faillite sont plus faibles parmi les entreprises créées par des femmes.

En Algérie, comme dans beaucoup d'autres pays, il s'agit d'un phénomène tout récent. En fait, après avoir occupé des postes dans le salariat⁵, de plus en plus de femmes algériennes commencent à s'orienter vers l'entrepreneuriat. En effet, même si celles-ci sont minoritaires, leur nombre est en croissance continue. Ainsi, entre 2005 et 2008, le nombre de femmes inscrites au Centre National du Registre de Commerce est passé de 93 000 à

eMail : (*) : Gheddachelyes@gmail.com

105 000 personnes. Au niveau de l'Agence Nationale de Développement de l'Investissement, entre 2005 et 2011, les femmes ont initié 2 517 projets qui ont permis de générer 21 763 emplois (ANDI, 2012)⁶. Globalement, les statistiques permettent de constater clairement que la création d'entreprise par les femmes est en croissance continue en Algérie. Il s'agit donc d'une nouvelle force qui est appelée à renforcer l'économie nationale par diverses contributions (création d'emplois, formation professionnelle, etc.).

L'objet de ce travail est d'essayer de voir quels sont les facteurs qui incitent certaines femmes à s'orienter vers la création d'entreprise. Il s'agit également de s'intéresser aux principaux éléments qui les aident ou les ralentissent dans leurs projets de création. Aussi, il est intéressant de voir les relations entre les femmes entrepreneuses et leurs familles. Pour ce faire, une étude de terrain a été menée à partir d'un questionnaire administré à un échantillon de femmes entrepreneuses de la wilaya de Tizi-Ouzou. Les résultats montrent une certaine convergence dans les caractéristiques de ces femmes et de leurs motivations à la création d'entreprise. De plus, même si celles-ci affichent une bonne volonté de travail et que leurs familles les aident, elles rencontrent certaines difficultés qui, soit retardent leurs projets de création d'entreprise, ou bien leurs perspectives de croissance.

II. Les motivations des femmes à la création d'entreprise: Les études qui se sont intéressées aux motivations des femmes ont été abondantes, et ont fait ressortir des résultats assez cohérents. Globalement, les sources de motivation définies sont le besoin d'autonomie, d'indépendance et d'ascension, qui caractérisent les femmes ayant des expériences professionnelles antérieures. Ce type de femmes a un sentiment de stagnation ou d'iniquité dans le salariat. Ceci les motive alors à créer leurs propres entreprises. Il s'agit en fait, d'un frein dans la carrière professionnelle des femmes nommé « *plafond de verre* ». C'est un problème qui empêche leur ascension à des postes hiérarchiques supérieurs. De plus, les femmes ont souvent l'impression de devoir travailler plus que les hommes pour obtenir la même reconnaissance (Collins, 2007)⁷. Le second mobile est celui de la reconnaissance et l'estime de soi. En plus d'une source d'emploi et de revenus, l'entreprise représente un défi professionnel et personnel (Collins, 2007).

Le troisième facteur est celui d'une volonté de concilier carrière professionnelle et vie familiale. Les femmes trouvent dans l'entrepreneuriat (contrairement au salariat), plus de flexibilité qui leur permet d'organiser leur temps de travail selon les cycles de vie de la famille. Et enfin, le quatrième mobile vient du fait que les femmes peuvent devenir entrepreneuses « *par nécessité* », c'est-à-dire pour sortir d'une situation de chômage.

Les études comparatives concernant les motivations des hommes et des femmes font ressortir des différences. Ainsi, contrairement aux hommes, les femmes, en créant leurs entreprises, sont moins motivées par l'accumulation des gains financiers (Cliff, 1998 ; Fasci et Valdez, 1998)⁸. Dans le même ordre d'idées, Bird et Brush (2002)⁹ affirment que les principales motivations des femmes entrepreneuses sont la maîtrise de soi et la contribution aux biens sociaux, plus que la recherche de pouvoir ou du bénéfice personnel (qui caractérisent les hommes).

III. Méthodologie de travail: L'enquête a été menée au niveau de la wilaya de Tizi Ouzou auprès d'un échantillon composé de 77 entrepreneuses réparties dans 17 communes. Tizi Ouzou, Draa Ben Khedda, Fréha, Draa El Mizan et Boghni sont les communes desquelles nous avons pu avoir la majorité de l'échantillon (66% du total). L'enquête de terrain s'est déroulée de juillet 2013 à novembre 2014. Pour cela, un questionnaire a été adressé à des

femmes entrepreneuses préalablement ciblées, puis administré soit en face-à-face quand cela a été possible, sinon remis à l'enquêtée pour le remplir à « *tête reposée* ».

L'échantillonnage empirique a été adopté de sorte à choisir des cibles à approcher qui ont été prédéfinies en se basant sur des informations inexistantes dans les listings des différents organismes publics. C'est principalement le fait que la femme entrepreneuse ciblée soit effectivement responsable de l'entreprise. D'autres raisons ont également motivé ce choix du mode d'échantillonnage. Il permet, entre autres, d'avoir des taux de retour satisfaisants. De plus, l'utilisation de bases de sondage peut amener à des résultats biaisés, notamment à cause du phénomène des prête-noms. En ce sens, et pour éviter des écueils, nous avons préféré cibler des entrepreneuses à partir de sources qui en ont une connaissance préalable (banquiers, membres de familles, etc.). Le choix de cette technique répond également au fait que, sur le plan académique, la création d'entreprise par les femmes en Algérie reste encore un sujet qui n'est pas très bien connu. Une étude qualitative peut alors permettre d'accumuler un peu plus de connaissances afin de préparer le terrain aux études quantitatives.

La présente recherche concerne les motivations des femmes à s'orienter vers l'entrepreneuriat : ce qui les a encouragées et ce qui les a retardées. De ce fait, nous leurs avons proposé des éléments sur lesquels elles pouvaient se prononcer sur une échelle de cinq pour exprimer le degré d'importance qu'elles accordaient au facteur évoqué dans leurs expériences personnelles. Dans le traitement des réponses, nous avons pris en considération ceux qui étaient classés comme « *très importants* » et « *important* ». Pour ce faire, le questionnaire est structuré en quatre parties.

La première tente de dresser un aperçu sur les profils des femmes créatrices d'entreprises (âge, situation familiale, niveau de formation, etc.). Elle s'intéresse également aux principales caractéristiques des entreprises (secteurs, effectifs, etc.).

La seconde essaye d'isoler les facteurs personnels qui ont motivé significativement les femmes à créer des entreprises. La troisième partie s'intéresse au premier élément du processus entrepreneurial des femmes : lorsque celles-ci ont une idée de créer une entreprise, elles attendent combien de temps pour commencer à « *agir* » ?

La quatrième partie s'intéresse aux relations des femmes créatrices d'entreprises avec leurs familles (avant et après la réalisation du projet).

IV. Caractéristiques générales de l'échantillon étudié: Les premiers résultats de l'enquête nous ont permis de connaître globalement les caractéristiques des femmes entrepreneuses ainsi que celles de leurs d'entreprises.

IV.1. Caractéristiques des femmes interrogées: Les femmes mariées sont au nombre de 61 (79% de l'échantillon), dont 41% ont créé leurs entreprises avant leur mariage. Elles ont entre 0 à 4 enfants, et la plupart (52 cas) en ont un ou deux. Leur âge au moment de la création de l'entreprise se situe entre 23 et 43 ans, et la moyenne d'âge est de 29 ans et demi.

Sur le plan de la formation, 92% des femmes interrogées (71 cas) ont en fait au moins une. Ainsi, 66% ont un niveau universitaire, et 26%, sont diplômées des centres de formation professionnelle. Celles n'ayant aucune formation ne représentent que 8% de l'échantillon.

Concernant l'expérience professionnelle, 50 des femmes interrogées déclarent avoir déjà travaillé comme salariée, soit près de 65% de l'échantillon. L'étendue de cette

expérience est variable, et la plupart ont une expérience allant d'une à quatre années de travail comme salariées.

IV.2. Les entreprises créées par les femmes: Les entreprises sont en grande majorité très jeunes et de petite dimension. En effet, 93% ont moins de dix ans, et 66% emploient moins de dix personnes. La structure juridique individuelle est prédominante dans l'échantillon (75% des cas étudiés). Leur clientèle est composée principalement de particuliers dans 92% des cas.

Concernant les secteurs d'activités, 29 entreprises opèrent dans la petite industrie et le bâtiment, 24 dans les professions libérales, 14 dans les services et 10 dans le commerce. En fait, les femmes choisissent des créneaux qui ne nécessitent pas la mobilisation d'importants capitaux (financiers et matériels).

Dans 51 des cas étudiés (66% de l'échantillon), les femmes ont créé leurs entreprises à partir de leurs propres moyens. Les femmes qui ont bénéficié des aides de l'ANSEJ sont au nombre de 22 ; tandis que la CNAC et l'ANGEM en ont aidé deux chacune.

V. Analyse des motivations à la création d'entreprise:

Pour étudier les motivations des femmes à créer des entreprises, nous leurs avons proposé quelques facteurs auxquels elles ont eu à attribuer un degré d'importance. Les résultats ont montré une concentration dans trois facteurs de motivation : le travail dans le domaine de formation initiale, la stabilité de l'emploi et l'amélioration du revenu.

V.1. Travailler dans son domaine de compétence: Les femmes qui ont créé une entreprise pour pouvoir travailler dans leurs domaines de formation sont majoritaires dans l'échantillon. Ainsi, 68% des interviewées (52 cas) considèrent ce facteur comme étant prioritaire. En créant une entreprise, celles-ci peuvent alors choisir leur propre travail. Pour elles, l'entrepreneuriat est une solution pour travailler là où elles se sentent plus compétentes et ainsi mettre à profit leurs formations.

Il est de toute évidence que ce type de choix ne leur est pas facile dans le monde du salariat. En effet, le problème du chômage peut limiter leurs choix des postes de travail. De plus, certaines femmes peuvent être dotées de formations dans des domaines spécifiques, très difficilement employables sur le marché du travail algérien. Aussi, les femmes peuvent, à travers l'entrepreneuriat, perpétuer et rentabiliser un savoir-faire familial dans un domaine précis. Il s'agit, le plus souvent d'activités artisanales dans lesquelles certaines familles ont capitalisé des compétences spécifiques, mais difficilement employables sur le marché du travail.¹⁰

V.2. La stabilité de l'emploi: La seconde source de motivation des femmes est de s'assurer un poste de travail stable. En effet, 64% de l'échantillon considèrent que s'assurer un emploi stable est une motivation d'ordre prioritaire qui les a poussées à la création d'entreprise. L'entrepreneuriat, pour elles, est un moyen de sortir du chômage qui touche particulièrement les femmes, et surtout celles ayant un niveau de formation élevé en Algérie (ONS, 2010)¹¹.

V.3. Amélioration du revenu: Le troisième facteur qui incite les femmes à créer des entreprises est relatif à l'amélioration leurs niveaux de vie. Ainsi près de 60% des femmes interrogées considèrent c'est un facteur de motivation d'ordre prioritaire. En effet, contrairement au salariat où elles peuvent être très certainement sous-rémunérées, les femmes espèrent gagner plus d'argent en travaillant pour leurs propres comptes.

Globalement, les femmes veulent percevoir « *plus justement* » le fruit de leur travail, ce qui est difficilement réalisable dans le monde du salariat.

V.4. Autres facteurs de motivation: Dans certains cas, d'autres facteurs sont considérés comme essentiels. Il s'agit en fait de femmes qui ont déjà une expérience dans le salariat où elles ont rencontré des problèmes spécifiques.

Il peut s'agir par exemple de femmes qui ont voulu quitter leurs postes à cause de fortes pressions au travail. Pour celles-ci, il ne s'agit plus du souci de gagner plus d'argent qui les incitent à la création d'entreprise, mais de leur volonté de sortir d'une situation de lassitude dans le salariat. D'autres femmes peuvent également trouver dans l'entrepreneuriat (plutôt que dans le salariat) une occasion de mieux s'occuper de leurs familles. Ainsi, le travail à domicile, leur permet d'effectuer des travaux professionnels tout en restant proches de leurs familles.

VI. Le processus entrepreneurial : incitations et blocages:

VI.1. Intention entrepreneuriale et passage à l'acte de création: Nous avons interrogé les femmes entrepreneuses sur les durées qui ont séparé le moment où elles ont eu l'idée de créer une entreprise et celui à partir duquel elles ont commencé les premières démarches de création.

Globalement, les durées varient entre 2 et 4 ans « *d'hésitations* ». En fait, les femmes ont une idée d'entreprendre dans un domaine quelconque, mais elles tardent à passer à l'acte de création. Ceci provient essentiellement de certaines appréhensions d'ordre psychologique. En effet, le mot « *peur* » revient à plusieurs reprises dans les déclarations des femmes interviewées. Ces sources de « *peur* » sont diverses. Ainsi, la source de « *Crainte* » de blocage la plus citée est celle de la bureaucratie (86% des cas). Les diverses démarches administratives et la bureaucratie qu'elles occasionnent font que les femmes hésitent longtemps avant de passer à l'action de création d'entreprise.

Le second frein qui est déclaré est le manque de financement, et concerne 73% des cas. Initialement les femmes n'arrivent pas à estimer précisément le coût du projet. De plus, elles considèrent que leurs moyens propres restent insuffisants. Elles décident donc d'attendre quelques temps encore de sorte à accumuler une épargne suffisante. L'appréhension à l'égard des banques (45% des cas) vient également amplifier le problème de financement précédemment cité. En effet, le recours au crédit bancaire aurait pu accélérer la concrétisation du projet de création, mais les femmes « *hésitent* » à se rapprocher des banques.

VI.2. Les sources d'entraves à la création d'entreprise: Le manque de financement pour la création de l'entreprise est déclaré comme important frein par 68% de l'échantillon. En fait, bon nombre de femmes se contentent de moyens de financement assez limités (épargnes personnelles, aides familiales, etc.) afin de limiter les risques et préserver leur autonomie. De plus, celles-ci n'ont pas beaucoup de contact avec l'extérieur et ignorent les crédits bancaires ou hésitent à en demander.

De ce fait, et malgré les divers assouplissements opérés par les pouvoirs publics, la complexité et la lourdeur des procédures administratives relative à la création sont déclarées par 72% des femmes enquêtées (55 cas étudiés). Ainsi, en plus de leur manque d'expérience, de confiance en soi, les femmes trouvent des difficultés dans les méandres de la bureaucratie. En somme, ces facteurs de blocage concourent à retarder davantage les projets de création d'entreprise par les femmes. Ils viennent alourdir les retard déjà accusés

lors de la première phase (lorsque la femme a l'idée de créer une entreprise et le moment où elle en est convaincue et commence ses premières démarches).

VII. Rapports entre les femmes entrepreneuses et leurs familles:

VII.1. Influences familiales et création de l'entreprise: Lorsque nous avons interrogé les femmes sur l'existence d'un membre de leur famille ayant déjà une entreprise avant elles, 17 seulement ont répondu par l'affirmative. De ce fait, la plupart des femmes interrogées, représentant 78% de l'échantillon, se sont orientées vers entrepreneuriat sans « *source d'inspiration familiale* ». Cette orientation des femmes à la création d'entreprise n'est donc pas une « *orientation par tradition* », mais une orientation par « *intuitive* », c'est-à-dire propre à elles.

La résistance de la famille à leurs projets de création d'entreprise est très faiblement représentée dans l'échantillon, huit cas seulement, (représentant près de 10% de l'échantillon). Au contraire, et loin de constituer un frein à la création d'entreprise, les familles sont déclarées par 79% des cas comme un facteur qui a considérablement contribué à la réussite des projets.

En effet, le travail des femmes n'est plus un phénomène nouveau dans le contexte algérien. Celles-ci occupent des postes de travail dans divers domaines, ce qui a donc rendu « *acceptable* » plus facilement aux familles l'idée suivant laquelle une femme peut avoir également une carrière dans l'entrepreneuriat.

Par ailleurs, le contexte économique national étant caractérisé par plusieurs difficultés qui ont fragilisé les situations financières des familles. Ainsi, le travail des femmes est plus facilement acceptable par les familles, puisqu'il permet de contribuer à l'amélioration de leurs cadres de vie.

VII.2. Aides dans la gestion de l'entreprise: Les femmes qui déclarent avoir besoin de se faire aider par leurs familles dans la gestion de l'entreprise représentent 57% des cas étudiés. Ainsi, il peut s'agir du conjoint, du père ou de n'importe quelle personne de l'entourage familial susceptible de prêter main forte dans un domaine quelconque (négociation des prix, recherche de clients, recrutement, etc.).

Toutefois, d'autres femmes (32% de l'échantillon) préfèrent assurer la gestion de l'entreprise sans se faire aider par personne. Cette tendance peut s'expliquer par un besoin d'autonomie en matière de gestion de l'entreprise. Ces femmes peuvent, par exemple mettre de la distance entre leurs vies professionnelles et leurs vies familiales. En séparant famille et travail, elles veulent aussi éviter toute source de tensions conflictuelles avec les membres de leurs familles. Il peut s'agir également d'une volonté de la femme entrepreneuse de prouver ses compétences aux yeux de sa famille et de son entourage, de démontrer qu'elle est capable d'assumer à elle seule son défi entrepreneurial.

VII.3. Difficulté de concilier vie professionnelle et vie familiale: Dans la majorité des cas étudiés, les femmes nient être dérangées dans leur travail par leurs responsabilités familiales. En fait, la taille réduite des ménages et des entreprises, par exemple, peuvent être des facteurs susceptibles d'expliquer le fait que ces femmes sont « *très peu dérangées* », voire « *pas du tout dérangées* » par leurs responsabilités familiales. En effet, lorsque la famille grandit, il devient de plus en plus difficile pour une femme de concilier vie familiale et vie professionnelle.

Toutefois, parmi les femmes interrogées, il y a également 11 cas qui déclarent être « *trop dérangées* » par leurs responsabilités familiales. Celles qui ne sont que « *peu*

dérangées » par leurs responsabilités familiales sont au nombre de 27. Globalement, il s'agit de femmes mariées et ayant des enfants, et dont les charges dans l'entreprise ne leur permettent pas de s'occuper convenablement de leurs foyers. C'est le cas de femmes qui ont créé leurs entreprises avant leurs mariages, et avant que leurs familles ne s'agrandissent avec les naissances. Il y a aussi la région de résidence qui peut être caractérisé par certains manques de commodités, ce qui rend indispensable la présence fréquente de la femme au niveau de son foyer. En ce sens, certaines femmes peuvent être amenées à renoncer à des projets relatifs à l'entreprise (extension, par exemple), afin de pouvoir s'occuper convenablement de leurs familles.

VII.4. Volonté de transmission de l'entreprise: Questionnées sur leur volonté de transmettre l'entreprise à leurs enfants, dans près de 52%, la réponse est affirmative. Il y a ici, certes, une volonté de transmettre l'entreprise, mais concernant les questions relatives au moment de la transmission, les réponses sont assez vagues, et les délais sont incertains, et aucune préparation n'est envisagée pour le moment.

Toutefois, dans près de 43% des cas étudiés, les femmes déclarent ne pas vouloir transmettre l'entreprise à leurs enfants. Les raisons évoquées sont entre autres : « *ce n'est pas un bon métier* », ou bien « *elle doit travailler dans son domaine d'étude* », ou même « *elle doit faire son propre choix* », en faisant référence ici à leurs filles. Il s'agit ici de femmes qui ont créé de « *modestes entreprises* » pour améliorer le niveau de vie de leurs familles (en aidant leurs maris, par exemple), mais en espérant des avenir meilleurs pour leurs enfants.

VII.5. Incitation des filles à créer une entreprise: La proportion des femmes qui veulent encourager leurs filles à créer une entreprise est très importante (59 femmes sur 77, représentant près de 77% de l'échantillon). Les raisons qui sont avancées ne sont jamais d'ordre matériel ou financier, mais plutôt de type « *pour être indépendante* », ou bien « *pour qu'elle soit confiante et capable* ». En effet, les femmes entrepreneuses semblent avoir le sentiment de progresser sur des considérations concernant leurs propres personnalités. Elles voudraient alors initier leurs propres filles à l'expérience entrepreneuriale afin qu'elles puissent en bénéficier elles aussi.

VIII . Conclusion:

Au terme de ce travail, il s'avère que les femmes, étant de plus en plus titulaires de formations, s'orientent vers la création d'entreprise. Elles affichent ainsi leur volonté d'être plus actives dans la société. Elles veulent certes gagner plus d'argent et améliorer le niveau de vie de leurs familles, mais elles veulent principalement travailler dans leurs propres domaines de compétence. Ainsi, plutôt que d'occuper un poste de travail dans n'importe quel domaine (en tant que salariées), elles préfèrent choisir elles-mêmes leurs orientations professionnelles. Ce choix leur permet donc de mettre à profit leurs compétences, leur assiduité au travail et d'autres qualités professionnelle qui ne sont pas toujours appréciées à leur juste valeur dans le monde du salariat.

De plus, l'étude a permis de voir que les familles sont les premières à encourager les femmes dans leurs projets de création d'entreprise. Les familles algériennes, après avoir « *accepté* » l'idée du travail des femmes, elles acceptent actuellement l'idée de la femme chef d'entreprise. Cette évolution des mentalités est très importante dans la mesure où elle met les femmes entrepreneuses dans une posture favorable dans le milieu familial. Ainsi, elles peuvent être confortées par leurs famille sur plusieurs plans (psychologique, financier,

matériel, etc.). De plus, les familles espèrent relever leurs niveaux de vie, et les contributions des femmes ne sont pas négligeables. L'image de la famille dans la société est également relevée par divers aspects relatifs à la femme créatrice d'entreprise. Celle-ci peut, par exemple être source de revenus pour des gens du voisinage qui travaillent chez elle. Elle peut également perpétuer une tradition familiale dans un domaine donné, proposer des produits de haute qualité. En fait, les familles peuvent encourager les femmes à la création d'entreprise pour diverses raisons, et pas simplement pour des motifs financiers (même si ceux-ci sont d'une très grande importance).

Par ailleurs, l'environnement des affaires étant méconnu des femmes entrepreneuses, celles-ci comptent donc en premier sur leurs propres moyens puis sur les aides de leurs familles. Leurs entreprises, même si indépendantes financièrement, sont de tailles modestes, et sont donc très fragiles dans un univers concurrentiel. Pourtant, les efforts déployés par les pouvoirs publics auraient pu leur bénéficier. Mais, comme l'étude l'a révélé, les femmes sont plutôt hésitantes à l'égard des organismes publics et des banques. Il serait donc judicieux de voir s'il y a lieu de mettre en place des mécanismes plus appropriés de sorte à ce que les femmes puissent bénéficier des diverses aides concédées par les pouvoirs publics. En effet, les femmes entrepreneuses peuvent constituer un véritable « *réservoir de croissance* » pour l'économie nationale. Elles créent des emplois pour elles-mêmes et pour d'autres, et participent à la lutte contre le chômage qui constitue un grand défi pour les pouvoirs publics. Les femmes entrepreneuses participent également à la formation professionnelle d'autres femmes, et donc à la préparation de futures entrepreneuses. Aussi, les femmes contribuent à la transmission de l'esprit d'entreprise au sein de leurs propres familles. En somme, un ensemble de points favorables qui pourrait être très utile pour la jeune économie de marché algérienne.

- Notes et Références Bibliographiques:

- ¹. OCDE, **Les femmes entrepreneurs à la tête de PME : pour une participation dynamique à la mondialisation et à l'économie fondée sur le savoir**, Paris, 29 – 30 novembre, 2000, P.3.
- ². OCDE, **Promouvoir l'entrepreneuriat et les pme innovantes dans une économie mondiale**, 2^{ème} conférence de l'OCDE des ministres en charge des petites et moyennes entreprises (PME): vers une mondialisation plus responsable et mieux partagée Istanbul, Turquie 3-5 juin 2004, P.9.
- ³. Cités par Lambrecht J, Pirnay F, Pamedodji et Aouni Z, **Entrepreneuriat féminin en Wallonie**, Centre d'Etudes pour l'Entrepreneuriat EHSAL - K.U, Université de Liège. Brussel, 2003, P.53.
- ⁴. Cités par Lambrecht et al, Op;Cit, P.54.
- ⁵. Selon le rapport du CNES (2008), les femmes représentent plus de 30% de l'effectif global des fonctionnaires, plus de 60% des enseignants de l'éducation nationale, plus de 60% de l'effectif des professions médicales, plus de 50% de l'effectif des enseignants universitaires, plus de 35% de l'effectif des magistrats et plus de 55% des journalistes.
- ⁶. Agence Nationale de Développement de l'Investissement, Bulletin trimestriel n° 19, 2012.
- ⁷. Collins T Y, **Gender Differences in Entrepreneurship: A Study of Entrepreneurship in Two Midwestern Counties**, Capella University, Minneapolis, 2007.
- ⁸. Cités par Lambrecht et al, Op;Cit, P.48.
- ⁹ Bird B and Brush C, **Gendered perspective on organizational creation**, BaylorUniversity, 2002. Cités par Lambrecht et al, Op;Cit, P.53.
- ¹⁰. Le dispositif ANGEM est particulièrement approprié pour ce genre de travail. L'entrepreneuriat permet alors de sortir de l'informel et de mieux organiser l'activité. De plus, il permet aux femmes de travailler à domicile et de s'occuper en même temps de leurs familles tout en contribuant à l'amélioration de leurs niveaux de vie.
- ¹¹. ONS, **Activité, emploi et chômage au quatrième trimestre 2010**, Alger, 2010.