



Public policies and woman entrepreneurship in Algeria Politiques publiques et entrepreneuriat féminin en Algérie

Ben makhlof yasmina ¹ Aknine/souidi rosa ²

¹ Doctorante à l'université Mouloud MAMMERRI de Tizi-Ouzou, Algérie

yasmine.benmakhlof@gmail.com

² MCA à l'université Mouloud MAMMERRI de Tizi-Ouzou, Algérie

r_aknine@yahoo.fr

Received: 09/05/ 2018

Accepted: 02/ 07/ 2018

Résumé:

L'objet de notre contribution est l'analyse de l'influence des politiques publiques sur l'entrepreneuriat féminin en Algérie. A cet effet, nous avons questionné 220 femmes ayant bénéficié de l'aide de l'un des dispositifs publics d'aide à la création d'entreprises (ANGEM, ANSEJ, CNAC et ANDI). Des résultats de notre étude il ressort que ces politiques sont non discriminatoires et ont un impact positif sur l'évolution de l'entrepreneuriat féminin. Néanmoins, elles ne sont pas spécifiques aux femmes et accusent de quelques insuffisances (négligence de l'approche genre, faible accompagnement...).

Mots clés: Entrepreneuriat féminin, politiques publiques, Algérie

classification JEL: M13

Abstract:

The object of our contribution is to analyze the influence of public policies on female entrepreneurs in Algeria. For this purpose, we questioned 220 women who had benefited from the assistance of one of the public devices for business creation (ANGEM, ANSEJ, CNAC and ANDI). The results of our study show that these policies are not discriminatory and have a positive impact on the evolution of women's entrepreneurship. Nevertheless, they are not specific to women and show some shortcomings (neglect of the gender approach, weak support...)

Key words: woman entrepreneurship, public policies, Algeria

JEL classification : M13

Djemai Sabrina, Abedou Abderrahman Public policies and woman entrepreneurship in Algeria Politiques publiques et [...]

Introduction.

En Algérie, le rôle des femmes dans l'économie a connu une évolution considérable¹, notamment, suite à l'accès des filles à l'éducation, à la formation professionnelle et l'amélioration des conditions de vie en général. Le taux de l'entrepreneuriat féminin a presque doublé en l'espace de sept ans, passant ainsi de 3,2% (CNRC, 2007) à 7,5²% (CNRC, 2014). Cette revue à la hausse du taux de l'entrepreneuriat féminin est la résultante d'une série d'encouragements à la création d'entreprises.

En effet, à partir des années 90, suite à l'apparition de la crise économique suivie par la montée en flèche de la situation de chômage endémique (qui a touché beaucoup plus les femmes (40% en 1994) que les hommes). l'Etat algérien a mis en place plusieurs formules d'emploi touchant particulièrement les plus démunies (les jeunes, les chômeurs et les femmes). Il a opté pour un recentrage en vue de stimuler l'esprit entrepreneurial et de renforcer l'initiative privée (Boughanem, 2008). Cette détermination s'est affirmée par la mise en place des dispositifs d'aide à la création de micro-entreprises, notamment, la Caisse Nationale d'Assurance Chômage (CNAC), l'Agence Nationale de Soutien à l'Emploi des Jeunes (ANSEJ), l'Agence Nationale de Gestion du Microcrédit (ANGEM), l'Agence Nationale de Développement de l'Industrie (ANDI).et d'autres dispositifs de promotion des entreprises.

Cet article a pour objectif d'analyser l'impact des politiques publiques, notamment les dispositifs publics d'aide à la création d'entreprises ANSEJ, CNAC, ANDI et ANGEM, sur le phénomène entrepreneurial féminin en Algérie mais aussi de proposer des initiatives spécifiques au profit des femmes entrepreneurs.

Ainsi notre principale question s'articule comme suit :

¹ Elles sont présentes dans la plupart des secteurs économiques, elles représentent 64% des enseignants de l'éducation nationale, 42,10% de l'effectif de la formation professionnelle (ONS, 2011-2013), plus de 60% de l'effectif du corps médical (CIDDEF, 2013) et plus de 50% des journalistes, plus de 35% des magistrats et plus de 50% de l'effectif des enseignants universitaire (CNES, 2010) et actuellement ,elles représentent 30% des élus politiques.

² Un taux jugé faible que ce soit à l'échelle nationale où les femmes représentent 49,32% de la population et 20,4% des travailleurs avec 50,9% de salariées (ONS,2016), ou encore à l'échelle mondiale où 31% à 38% des entreprises mondiales sont d'appartenance féminine (Himran, 2017).

Quelle est l'influence des politiques publiques sur le phénomène de l'entrepreneuriat féminin en Algérie?

Pour répondre à cette question principale, nous avons émis les questions subsidiaires suivantes :

- Quelles sont les actions engagées par les institutions gouvernementales algériennes pour encourager l'entrepreneuriat féminin ?
- Quel est l'impact des dispositifs publics d'aides à la création d'entreprises (ANSEJ, CNAC, ANGEM et ANDI) sur l'entrepreneuriat féminin en Algérie?
- Quelles sont les difficultés que rencontrent les femmes algériennes, promotrices des dispositifs sus-cités ?

Pour mener notre étude nous nous sommes appuyés sur :

- Une étude documentaire, basée sur la consultation des différents documents nécessaires (ouvrages, articles, thèses...) pour la compréhension des logiques relatives à notre thématique et constituer notre partie théorique ;
- L'exploitation des données statistiques des dispositifs ANGEM, ANSEJ, CNAC et ANDI;
- Une enquête de terrain réalisée par le biais d'un questionnaire remis à avec un échantillon de 220 femmes entrepreneures promotrices de l'un des dispositifs sus-cités.

1. Cadre théorique de l'étude

L'entrepreneuriat féminin est un phénomène qui n'a fait l'objet d'étude que très récemment. Les premiers travaux recensés ne datent que de la fin des années 70 (Stevenson, 1990, Carrier et al, 2006). Ainsi, le sujet est étudié sur diverses facettes : du point de vue des motivations, des freins et obstacles rencontrés par les femmes dans leur quête entrepreneuriale, de l'accompagnement qui leur est consacré pour concrétiser leur projet de création et aussi sous le prisme du genre pour déceler des différences potentielles entre l'entrepreneur homme et l'entrepreneure femme, notamment, sur le plan managérial, pérennité et financement de l'entreprise.

Selon MARTIN (2013), l'entrepreneuriat féminin est issu d'un contexte d'appauvrissement et de promotion de l'initiative privée, il réunit donc, un ensemble d'entreprises variées et tenues par des femmes inscrites dans toutes la hiérarchie sociale : elles travaillent

dans le secteur formel ou informel, et souvent à la fois dans l'un et dans l'autre. Dans notre cas nous nous limiterons à celles qui activent dans le secteur formel.

Donc qu'est ce qu'une femme entrepreneure ?

1.1. La femme entrepreneure : de quoi parle-t-on?

Donner une définition exhaustive de la femme entrepreneure n'est pas chose aisée. Néanmoins, certains auteurs tels que Lavois, 1988; Binetou Rassoulcorrea, 1998; Arasti., 2008, Martin, 2013, l'ont défini. Sur la base des définitions données, nous noterons, donc, que la femme entrepreneure est la femme autonome qui seule ou en équipe, en vue, de changer sa situation antérieure (femme au foyer, en chômage, salariée...), de créer une nouvelle richesse et/ou de réaliser un épanouissement personnel et professionnel, prend des décisions humblement risquées, crée (achète et/ou hérite), gère et contrôle une entreprise ou travaille à son compte. Ainsi la femme entrepreneure peut aussi bien concerner les cheffes d'entreprises, les artisanes, les commerçantes et aussi les spécialistes des fonctions libérales (architecture, comptabilité, médecine...). Elle mobilise des ressources en vu d'offrir des biens et /ou des services dans l'entité qu'elle a créé tout en supportant un risque modéré (OIT, 2017).

Pour les femmes entrepreneures, les compétences et l'entourage constituent des éléments essentiels de leurs réussites (Paturel et Arasti, 2006). Toutefois, l'accompagnement à la création d'entreprises n'est pas à écarter de ce raisonnement. Ainsi, l'accompagnement dont bénéficient les femmes entrepreneures a fait l'objet d'études de certaines recherches (Boughanem, 2008; Le Moign et al, 2013, Lee-Gosselin et al, 2010 ; Mclymont, 2008, D'andria et Richomme-Huet, 2013). Ces dernières ont, majoritairement, approuvé le rôle positif que joue une bonne politique publique d'accompagnement dans la stimulation de l'entrepreneuriat féminin.

1.2. L'entrepreneuriat féminin et les politiques gouvernementales

Les recherches sur l'environnement entrepreneurial de divers pays montrent que la volonté de se lancer en entrepreneuriat est plus vigoureuse dans les pays où les politiques gouvernementales (législation, exonérations fiscales, encouragement, etc.) sont plus

propices à ce genre d'activités. (Dana, 1987, 1990 cités in Paturel et Arasti, 2006).

En se basant sur l'événement entrepreneurial de Shapiro et Sokol (1982), Lacasse (1990) avait conclu que l'encouragement de l'Etat, en plus des facteurs sociologiques et des facteurs situationnels, est le troisième facteur qui influence le phénomène entrepreneurial féminin au Québec.

Paturel et Arasti (2006) soulignent, quant à eux, que les actions gouvernementales, sous forme de soutiens, en faveur des coopératives de femmes et des jeunes diplômées, ainsi que les exonérations fiscales des entreprises créées dans les régions pauvres favorisent l'entrepreneuriat féminin. Ainsi, L'écart entre les hommes et les femmes dans le monde de l'entrepreneuriat peut, proportionnellement, être justifié (D'andria et Richomme-Huet, 2013).

A cet effet, les pays émergents favorisent depuis quelques années le microcrédit comme moyen de faciliter le passage des femmes du secteur parallèle au secteur formel (McLymont, 2008 cité in D'andria, 2013; Bouzar et Lougar, 2014).

Néanmoins, dans l'ensemble des pays, les femmes entrepreneures perçoivent, encore, les programmes gouvernementaux comme étant, lourds sur le plan administratif, elles estiment qu'ils ne satisfont pas suffisamment leurs demandes en termes d'accès au financement, à la formation, à l'information et seraient mal adaptés aux petites et moyennes entreprises qu'elles dirigent majoritairement (Lee-Gosselin et al, 2010).

2. Le contexte algérien de l'entrepreneuriat féminin

Selon le CNRC (2014), l'Algérie comptait 130416 entreprises créées par des femmes, soit un taux de 7,5% du nombre global des opérateurs économiques inscrits au registre de commerce. Ce taux demeure très faible en comparaison avec celui de la gent masculine, 92,5%. Plus de la moitié de ces entreprises revêtent le statut juridique « personne physique ».

Les domaines de prédilection des femmes entrepreneures algériennes sont le commerce de détail avec 48%, les prestations et les services avec 38%, la production de bien avec 9%, les activités artisanales avec 1,3% et 0,5% dans les activités d'import-export.

Les femmes entrepreneures sont présentes majoritairement, dans la wilaya d'Alger avec 11% du taux global, suivie de la wilaya d'Oran

Djemai Sabrina, Abedou Abderrahman Public policies and woman entrepreneurship in Algeria Politiques publiques et [...]

7%, puis Tlemcen 4,4%, Constantine 4,2%, Blida 3,7% et enfin Tizi-Ouzou 3,5%. Elles se localisent majoritairement dans la région Nord et haut-plateaux du pays.

2.1. Les politiques publiques de promotion de l'entrepreneuriat en Algérie

La revue à la hausse du taux de l'entrepreneuriat féminin (de 3,2% à 7,5%) est la résultante, en plus de l'amélioration du statut des femmes dans la société algérienne, d'une série d'encouragements de l'entrepreneuriat privé entreprise par l'Etat algérien depuis le programme d'ajustement structurel des années 90. Les femmes algériennes n'étaient pas en marge de ces encouragements et elles ont bénéficié, certes de manière pas égalitaire que les hommes, de tous les programmes d'aide à la création d'entreprises (ANSEJ, CNAC, ANGEM et ANDI).

En plus de ces quatre dispositifs, l'Etat algérien a mis en place d'autres organismes conçus pour la promotion et l'accompagnement des entreprises, tel que le conseil national de l'investissement (CNI), le fond de garantie des crédits aux PME (FGAR), le fond de caution mutuelle (FCM), la caisse de garantie du crédit d'investissement (CGCI-PME), l'agence nationale du développement de la PME (ANDPME), les pépinières d'entreprises et les centres de facilitation des PME. Tous ces organismes sont conçus pour l'accompagnement des entreprises sans discrimination de genre mais aussi sans s'adapter aux besoins particulier des entrepreneurs, homme ou femme.

Depuis Janvier 2017, un nouvel établissement public à caractère spécifique a été mis en place. Le dit établissement est dénommé «L'agence», il est conçu pour promouvoir l'émergence, la croissance et la pérennisation des PME et ce à travers la promotion de l'innovation et le renforcement des compétences et des capacités managériales des PME. Une fois encore, nous constatons que cet établissement vise l'amélioration et l'émergence des PME, sans discrimination aucune mais sans viser spécifiquement les PME portées par des femmes.

2.2. Les stratégies nationales et coopération internationale

De l'analyse des discours institutionnels, particulièrement des trois dernières années suite à la situation de crise que traverse le pays, nous constatons que le gouvernement algérien affiche une volonté

prononcée pour la promotion de la femme algérienne, son autonomisation et par ricochet son émergence dans le monde de l'entrepreneuriat. Ainsi, plusieurs actions nationales et de coopération internationale ont vu le jour.

2.2.1. Le projet de la femme productrice

Le ministère de la solidarité, de la famille et de la condition de la femme, avait proposé en 2014, un projet visant à améliorer la situation des familles démunies ou ayant un revenu modeste dans 14 wilayas rurales du pays et qui s'étendra à toutes les wilayas à partir de 2017. Ce projet est celui de la « femme productrice », il vise aussi à offrir une opportunité aux femmes rurales de créer leurs très petites entreprises artisanales et de production. Il est pratiquement semblable à ce qu'entreprend la politique de renouvellement rural au profit des femmes rurales.

2.2.2. La caravane de sensibilisation à l'entrepreneuriat féminin,

C'est une action menée en coopération avec le bureau international du travail (BIT) en 2017. Elle a sillonné 6 wilayas du Nord du pays. Cette caravane a pour principal objectif la sensibilisation sur la possibilité de création et de montage de projets dans le cadre, notamment, des dispositifs d'aide à la création d'entreprises (ANSEJ, CNAC et ANGEM). A cet effet, des salons pour l'exposition des produits réalisés par les femmes entrepreneures bénéficiaires des trois dispositifs sus-cités ont été organisés. Néanmoins, faute de diffusion de l'information, un nombre peu important de femmes ont pris part à cette caravane. De leur part, les principaux partenaires sociaux ont aussi exprimé leur volonté de faire émerger l'entrepreneuriat féminin en Algérie. En effet, la confédération générale des entreprises algériennes (CGEA), présidée depuis 2016 par la présidente du Business Med Neghza Saida, a installé la «Commission Femmes» en vue de prendre en charge les doléances des femmes entrepreneures algériennes. De son côté, le Forum des Chefs d'Entreprise (FCE) a lancé en 2016 le Guichet Femmes en partenariat avec la Banque Nationale d'Algérie (BNA) et aussi, la division femmes entrepreneures de ce forum a conclu en 2017, une collaboration avec les réseaux canadiens de soutien à l'entrepreneuriat féminin « Femmesor » pour accompagner les femmes entrepreneures algériennes. Pour ce qui est de l'Union Générale des Travailleurs Algériens (UGTA), elle dispose d'une

Djemai Sabrina, Abedou Abderrahman Public policies and woman entrepreneurship in Algeria Politiques publiques et [...]

Section Femmes qui prend en charge le suivi des conditions de travail des femmes au sein des entreprises et des administrations.

La mise en relief de tous les efforts consentis par les institutions étatiques algériennes confirme leur volonté de mettre en place une stratégie de développement de l'entrepreneuriat féminin (OIT, 2017). Néanmoins, il est encore tôt pour se prononcer quant à l'efficacité de toutes ces actions et coopération. Elles ne sont qu'à un stade embryonnaire.

Par manque de disponibilité de statistiques fiables, et ventilées par genre, sur la participation des femmes algériennes dans tous les programmes gouvernementaux mis en place pour la promotion de l'entrepreneuriat nous étions obligées de nous accommoder des quelques statistiques disponibles fournies par les dispositifs ANSEJ, CNAC, ANGEM et ANDI.

2.3. Les femmes et les structures étatiques d'aide à la création d'entreprises en Algérie

2.3.1. L'Agence Nationale de Soutien à l'Emploi des Jeunes (ANSEJ)

L'ANSEJ a été mise en place en 1996. C'est un dispositif d'accompagnement des jeunes créateurs d'entreprises, initialement chômeurs et âgé de 19 à 35ans (étendu à 40 ans quand le projet génère 3 postes d'emplois). Le processus d'accompagnement assuré par ce dispositif concerne les étapes de création et d'extension de l'entreprise. Il concerne des projets de création dont le coût global ne dépasse pas 10 Millions de dinars. Il accorde un prêt non rémunéré (sans intérêt) avec une bonification de 100% du taux d'intérêt bancaire. Le porteur de projet doit justifier d'un apport personnel de 1 à 2%, l'ANSEJ de 28 à 29% et une banque publique de 70%. L'apport personnel peut être, également de 71 à 72% dans le cas où le promoteur ne fait appel au crédit bancaire.

2.3.1.1. La participation des femmes dans ce dispositif

Sur 40860 projets financés en 2015, 3670 projets appartenaient à des femmes, soit 9%. La participation des femmes dans ce dispositif est faible. Ce constat peut être justifié par l'existence des conditions d'éligibilité, tel que la tranche d'âge (19-35 ans) là où la majorité des femmes continuent leur études ou préfèrent travailler pour acquérir de l'expérience et éviter le risque. Et aussi par l'existence du

dispositif ANGEM qui est plus approprié aux petites activités choisie par les femmes.

Les projets féminins créés dans le cadre de l'ANSEJ se focalisent, essentiellement, dans trois secteurs d'activités, à savoir : le secteur des services (52%), le secteur de l'artisanat (23%) et les professions libérales (9%). L'industrie, le transport, l'agriculture et le BTP ne représentent qu'un modeste pourcentage des créations féminines, leur taux est respectivement comme suit : 6%, 5%, 4% et 1%.

2.3.2. La Caisse Nationale d'Assurance Chômage (CNAC)

Créée en 2004, c'est une structure d'appui à la création d'entreprises presque complémentaire à l'ANSEJ. Elle prend en charge le dispositif de soutien à la création et l'extension d'activités. Elle est réservée aux chômeurs promoteurs âgés de 30 à 50 ans, ayant perdu leurs emplois et inscrits à l'Agence Nationale de l'Emploi (ANEM) depuis au moins 1 mois. Le coût global de l'investissement est de 10 millions de dinars. L'apport personnel du promoteur et la procédure de financement est la même que celle de l'ANSEJ.

2.3.2.1. La participation des femmes dans ce dispositif

Au cours de l'année 2015, le nombre de projets féminins créés dans le cadre du dispositif CNAC était de 2400 projets, soit 16% du total de projets financés par ce dispositif. Ce taux de participation est relativement faible en comparaison avec celui des hommes. En effet, 1/6 des projets financés par la CNAC revient à une femme.

C'est dans les deux secteurs, Service et BTP que se creuse la différence. En fait, les projets féminins ne représentent que 7% et 1% dans les secteurs service et BTP respectivement.

2.3.3. L'Agence Nationale de Gestion du Micro Crédit (ANGEM)

Créée en 2005, ce dispositif est placé sous la tutelle du Ministère de la Solidarité Nationale et de la famille. Il vise à lutter contre le chômage et la précarité en favorisant l'auto-emploi, le travail à domicile et les activités artisanales et de métiers, en particulier chez la population féminine. L'ANGEM gère dans le cadre du microcrédit deux formes de financement allant du petit prêt de service (PNR financé par l'ANGEM avec un plafond de (100 000 Da) Jusqu'au prêt plus important (ne dépassant pas 1 000 000 Da) faisant appel à un montage financier avec une banque publique. Chaque formule de financement de part ses spécificités, permet de financer certaines

Djemai Sabrina, Abedou Abderrahman Public policies and woman entrepreneurship in Algeria Politiques publiques et [...]

activités et intéresse par la même occasion une population particulière.

2.3.3.1. La participation des femmes dans ce dispositif

En 2015, 65% (84100 projets) des projets financés par ce dispositif appartenaient à des femmes. Rien d'étonnant étant donné que ce dispositif est, essentiellement, conçu pour la promotion de la femme rurale et l'encouragement de l'entrepreneuriat à domicile. Ce constat se justifie, également, par le fait, qu'en plus de lever la réserve du capital, qui est commune aux trois dispositifs. Le dispositif ANGEM lève aussi la réserve du registre de commerce. En fait, pour souscrire à la formule de financement PNR pour l'achat de la matière première, la femme entrepreneure n'est pas obligée de justifier d'un registre commerce. Ce qui procure à l'activité un caractère mi-formel mi-informel. Sur les 65% des projets féminins financés, 84% relèvent du financement PNR-AMP.

2.3.4. L'Agence Nationale de Développement de l'investissement (ANDI)

Créée dans le cadre des réformes engagées en Algérie durant les années 1990, l'ANDI, initialement APSI (Agence de Promotion, de Soutien et de Suivi de l'Investissement de 1993 à 2001), s'est vue confier les missions de facilitation, de promotion et d'accompagnement de l'investissement. Elle est conçue pour octroyer des avantages fiscaux à ses promoteurs. Elle englobe deux régimes d'octroi d'avantages, à savoir :

- Un régime général applicable aux investissements courants réalisés en dehors des zones à promouvoir ;
- Un régime dérogatoire applicable aux investissements courants réalisés dans les zones à promouvoir et /ou présentant un intrait particulier à l'Etat.

2.3.4.1. La participation des femmes dans ce dispositif

Depuis sa création jusqu'à la fin de l'année 2014, le dispositif ANDI a financé, pas moins de, 3280 projets féminins.

En comparaison avec les statistiques obtenues dans les autres dispositifs, nous constatons que le nombre de femmes qui sollicitent l'ANDI est très faible. Cela dénote de leur manque d'intérêts pour le grand investissement. Mais aussi de la persistance de certains stéréotypes qui voient l'accès au monde des affaires comme l'apanage des hommes.

3. Méthodologie

Pour mener cette étude et atteindre notre objectif, nous nous sommes appuyées sur une approche quantitative, où nous avons distribué des questionnaires à 220 femmes entrepreneures. Ces dernières sont toutes immatriculées, soit au registre du commerce, soit à la chambre d'artisanat et des métiers. Elles ont sollicité les dispositifs d'aide à la création d'entreprises (ANSEJ, ANGEM, CNAC et ANDI).

La réalisation d'une enquête de terrain par questionnaire repose essentiellement sur la détermination d'un échantillon. Ce dernier, doit être représentatif de la population mère. La construction de l'échantillon est très facile quand nous disposons d'une base de données regroupant l'ensemble des personnes constituant la population mère.

Dans notre cas, les dispositifs ANSEJ, CNAC, ANGEM et ANDI n'actualisent pas leurs bases de données et ne prennent donc pas compte de la cessation d'activité, du changement de cette dernière ou du changement des adresses des entreprises. Aussi, le problème des «prête-noms» rend ces bases de données peu fiables. Ainsi face à ce problème de délimitation précise de la population mère nous étions contraints de faire un choix aléatoire. Ainsi, nous avons fait appel à notre propre réseau relationnel (ami, famille, étudiants) pour nous mettre en contact direct avec les femmes entrepreneures. Néanmoins, même si la méthode suivie pour approcher ces femmes est de nature informelle (faire recours au réseau de connaissances personnelles). Notre échantillon a été réalisé de manière à être le plus représentatif possible; il a pris en considération, le fait que l'enquêtée soit bel et bien la créatrice et la gestionnaire de l'entreprise, que cette dernière soit créée dans le cadre de l'un des trois dispositifs (ANSEJ, CNAC, ANGEM), que les entreprises enquêtées activent dans l'un des différents secteurs d'activité que financent les trois dispositifs ainsi que la localisation des entreprises enquêtées soit dans la wilaya de Tizi-Ouzou.

Notre échantillon est composé de 95 femmes du dispositif ANGEM, 67 femmes du dispositif CNAC, 45 femmes du dispositif ANSEJ et de 13 femmes du dispositif ANDI. Cet échantillon est constitué comme suit : 50% des femmes sont de la wilaya de Tizi-Ouzou, 25% d'Alger, 10% de Bejaia, 5% d'Oran, 6% de Boumerdes, 3% de Constantine et 1% de Bouira.

Djemai Sabrina, Abedou Abderrahman Public policies and woman entrepreneurship in Algeria Politiques publiques et [...]

Le questionnaire, ayant déjà fait l'objet d'un pré-test fin Avril 2017, comporte 35 questions¹ réparties en trois axes: Le profil de la femme entrepreneure, l'identification de l'entreprise et l'histoire de la femme entrepreneure avec l'un des quatre dispositifs. Le questionnaire vise à comprendre les motivations des femmes à solliciter ces dispositifs, à évaluer la qualité de l'accompagnement que leur concèdent ces dispositifs et aussi à soulever les contraintes auxquels elles font face et d'en proposer d'éventuelles solutions.

L'enquête s'est déroulée au cours de la période allant du mois de Mai 2017 à la fin du mois de Décembre 2017. La quasi-totalité des entrepreneures enquêtées ont acceptées de répondre à l'ensemble des questions posées. Sur les 220 questionnaires distribués, le taux de retour était d'environ 96%, nous estimons qu'il est satisfaisant.

La collecte des informations s'est faite de manière régulière. A la suite de chaque questionnaire une introduction des réponses dans le logiciel sphinx plus² 1.5 édition l'exica V 5.1.0.2. a été faite, ce qui a permis de justifier l'exhaustivité des informations recueillies et de faciliter leur traitement.

Conclusion

Des résultats de notre enquête il ressort que, les femmes entrepreneures qui sollicitent les dispositifs étatiques d'aide à la création d'entreprises (ANSEJ, ANGEM, CNAC et ANDI) sont d'un âge moyen [25-45ans], elles sont majoritairement mariées et ont des enfants. Les promotrices ANSEJ, CNAC et ANDI ont essentiellement un niveau d'instruction élevé (secondaire et universitaire), tandis que celles du dispositif ANGEM ont majoritairement un niveau d'études moyen. Elles entreprennent généralement dans les secteurs traditionnellement féminins (les services, la très petite industrie et de l'artisanat). Cependant, certaines promotrices de ces dispositifs (notamment, CNAC et ANDI) ont investi des secteurs exclusivement masculins (autoécole, secteur du BTPH, industrie de transformation).

Les entreprises créées par les promotrices des dispositifs ANSEJ, ANGEM, CNAC et ANDI sont des entreprises très jeunes (2 à 12ans, la majorité ont 4 ans); elles sont de petite taille dont le nombre moyen d'employés est de 3; elles sont majoritairement des « entreprises individuelles ».

¹ Les questions étaient tantôt fermées, tantôt semi-ouvertes et par fois ouvertes

Les femmes algériennes sollicitent les dispositifs d'aide à la création d'entreprises juste pour avoir des financements (ce constat est propre aux trois dispositifs ANSEJ, CNAC et ANGEM), elles sont 97% à l'indiquer. Puis vient la recherche des avantages fiscaux et parafiscaux (20%, se sont les promotrices ANDI) et enfin, le désir d'avoir des conseils, une formation et un suivi avec seulement 10% des réponses. Ces dispositifs sont perçus par les femmes algériennes comme des financeurs et des pourvoyeurs d'avantages et non pas comme des dispositifs d'accompagnement.

Les avantages accordés par les dispositifs étatiques d'aide à la création d'entreprises constituent une motivation importante et une opportunité que les femmes algériennes ont saisie pour créer leurs entreprises. Nous pouvons déduire que ces dispositifs, par leurs divers avantages, ont contribué d'une façon remarquable à encourager les femmes à se lancer en entrepreneuriat «formel».

Nonobstant tous ces avantages, l'accompagnement accordé par ces dispositifs étatiques connaît quelques limites. En effet, ces femmes rencontrent des difficultés quant aux questions de démarrage, de pérennité et de croissance de leurs entreprises.

Elles ont majoritairement soulevé les difficultés suivantes :

- Les lenteurs des procédures administratives et les méandres bureaucratiques qui se traduisent généralement par l'excès de démarches et de procédures demandées lors du recours au financement bancaire. Cette difficulté est soulevée par les promotrices CNAC, ANGEM (se sont celles qui ont sollicité le financement triangulaire « promoteur-ANGEM-banque »), ANSEJ (celles qui ont créé leurs entreprises avant les nouvelles¹ dispositions de 2014);
- La non-prise en compte des questions relatives au genre lors du traitement des dossiers et lors de l'accompagnement fait en sorte que l'accompagnement accordé aux femmes ne soit pas approprié à leurs besoins et aux besoins de leurs entreprises.
- Insuffisances liées à la préparation et à la formation des femmes à la gestion de leurs entreprises;

Depuis 2014, la durée de traitement des dossiers ANSEJ est passée ¹ de 8 mois à 3mois. Ainsi, l'accord bancaire prend en moyenne une durée de 3mois.

Djemai Sabrina, Abedou Abderrahman Public policies and woman entrepreneurship in Algeria Politiques publiques et [...]

- Faible accompagnement après l'obtention du crédit et des avantages, ce qui se répercute sur la capacité des femmes entrepreneures à rembourser les crédits octroyés dans les délais (c'est le cas des promotrices ANSEJ, CNAC et ANGEM);
- Difficulté d'approvisionnement en matière première et/ou écoulement de leurs produits (c'est le cas des promotrices ANGEM qui ont fait appel au financement PNR-AMP et celles des dispositifs CNAC et ANGEM qui activent dans le secteur de l'artisanat);
- Insuffisance dans le suivi post-crédit: Le suivi des micro-entreprises créées par les femmes entrepreneures dans le cadre de ces dispositifs comme cela est stipulé dans les textes régissant leur fonctionnement (Makhloufi, 2013) semble être très difficile. Et ce suite au manque de mobilisation de moyens personnels et matériels jugés limités.

Cette panoplie de difficultés est la résultante d'un sous-accompagnement dont souffrent tous les promoteurs des dispositifs, hommes ou femmes. Par ailleurs, les femmes ressentent ces difficultés avec plus d'acuité étant donné que, malgré toutes les avancées remarquables que connaît la société algérienne, certaines pratiques discriminantes «informelles»¹ persistent encore quant à l'accès des femmes au financement bancaire (ce problème a été soulevé par certaines promotrices ANSEJ, CNAC et ANGEM qui ont été ridiculisées par les banquiers).

Pour un meilleur accompagnement des femmes entrepreneures, il serait plus approprié de tenir compte des questions du genre lors de l'accompagnement de celles-ci, de prendre en considération les aptitudes des femmes à entreprendre et les préparer aux mieux à la gestion du crédit et des avantages qui leur sont octroyés.

Il est très louable également de mettre en coordination tous les acteurs intervenants dans l'encouragement de l'entrepreneuriat féminin, à savoir : les banques, les dispositifs étatiques d'aides à la

Nous qualifions ces pratiques d'informelles parce qu'en Algérie, il¹ n'existe pas de loi interdisant l'accès des femmes au crédit, ni même de discrimination de genre dans l'accès aux services offerts par les institutions financières. La seule discrimination quant à l'octroi des crédits s'effectue uniquement sur la base de la viabilité du projet

création d'entreprises, les associations de promotion de l'entrepreneuriat féminin (SEVE, l'AME, l'AFEV, AFQAR...), l'université et le secteur de la formation professionnelle.

Il est souhaitable également de mettre en place des bases de données ventilées par genre dans tous les organismes gouvernementaux d'aides et d'accompagnement des entreprises. Et ce pour une meilleure visibilité du phénomène entrepreneurial féminin «formel», qui est un phénomène émergeant en Algérie.

Il va sans dire que, les politiques publiques, illustrées ici par les quatre dispositifs d'aide à la création d'entreprises (ANSEJ, ANGEM, CNAC et ANDI), ont un impact positif sur l'entrepreneuriat féminin en Algérie, et que ce phénomène connaîtra une évolution positive dans les années à venir. En effet, la situation de crise que traverse le pays, conjuguée à la volonté affichée du gouvernement de promouvoir l'émergence des femmes dans le monde de l'entrepreneuriat, a donné naissance à plusieurs actions nationales (Le conseil national de la famille et de la femme, la politique de renouvellement rural au profit des femmes rurales, le projet de la femme productrice, la médiatisation de l'entrepreneuriat féminin,...) et coopérative internationale (la caravane de sensibilisation à l'entrepreneuriat féminin, le global entrepreneurship network Algeria (GENA)...). Cependant, ces nouvelles actions ne sont qu'à leur stade embryonnaire et il est encore tôt pour se pincer quant à leur efficacité. Ainsi, nous ambitionnons d'étudier l'apport de toutes ces nouvelles actions au développement de l'entrepreneuriat féminin en Algérie dans les années à venir.

Liste Bibliographique:

Article du Journal

- CARRIER C., Julien P-A., Menvielle W (2006), Un regard critique sur l'entrepreneuriat féminin: une synthèse des études des 25 dernières années, Revue Gestion, France, Vol. 31, N° 2, pp36-50;
- D'ANDRIA A., GABARRET I (2017), Mères et entrepreneures: étude de la motivation entrepreneuriale des mampreneurs

Djemai Sabrina, Abedou Abderrahman Public policies and woman entrepreneurship in Algeria Politiques publiques et [...]

françaises, Revue Internationale PME, France, Vol 30, N°1, 2017, pp155-181;

- DEMMENE-DEBBIH Z (2015), Le rôle de la politique publique dans l'encouragement de l'entrepreneuriat féminin en Algérie: Réalité et perspectives, Recherches économiques et managériales, Algérie, Vol 11, N° 18, Décembre 2015, pp 1-20;
- MEDOUNI Y., BEDRANI S (2015), Etat des lieux sur l'entrepreneuriat féminin dans la wilaya de Djelfa , les cahiers du CREAD, Algérie, N° 115, 2015, pp1-15;
- VALEAU.P (2006), l'accompagnement des entrepreneures durant les périodes de doute , Revue de l'entrepreneuriat, France, Vol 5, N° 01, pp12-28

Article de séminaire

- BENGHABRIT-REMAOUN N.; RAHOU Y (2008), Atouts et difficultés de l'entrepreneuriat féminin : analyse d'enquête, Colloque sur l'Emergence des femmes dans le monde de l'entrepreneuriat en Algérie : Opportunités contraintes et perspectives, Alger, Algérie, Mars 2008, pp1-18 ;
- BEN MAKHLOUF Y., AKNINE-SOUIDI R (2016), Le dispositif ANGEM et l'entrepreneuriat féminin en Algérie : cas de la wilaya de Tizi-Ouzou, 13^{ème} CIFEPME, le 25, 26, 27 et 28 octobre 2016, Trois Rivières, Québec, Canada, pp1-18;
- CHALAL F (2014), Les facteurs de réussite des entreprises féminines dans la wilaya de Bejaia, Colloque international sur la Performance et compétitivité des PME, entre contextes national et international, les 02 et 03 Mars 2014, Algérie, pp 1-11;
- D'ANDRIA A., RICHOMME-HUET K, (2012), L'accompagnement entrepreneurial des mampreneurs par leur propre réseau, 2^{ème} rencontre entre acteurs des réseaux d'accompagnement et chercheurs, regards croisés sur les pratiques d'accompagnement entrepreneurial, 19 Janvier 2012, Montpellier, France, pp230-251 ;

- EL-GHAZI. H (2015), Les femmes rurales et la création d'entreprise dans le cadre du dispositif d'aide CNAC, L'anthropologie économique: un domaine qui reste à explorer, le Havre, France, le 15 et 16 octobre 2015, pp1-14.

Rapports

- OIT (2017), Evaluation nationale du développement de l'entrepreneuriat féminin en Algérie : situation et recommandations, pp 1-96;
- ONS (2016), Activité, emploi et chômage au quatrième trimestre 2016, N° 748, pp1-21.

Sites web

- BOUZAR. C et LOUGGAR. R (2014), le micro crédit à travers le dispositif ANGEM et son impact en Algérie, 2014, pp 1-16 ;<http://www.abhatoo.net.ma/maalamatextuelle/developpemeneco-nomique-et-social/developpement-economique/reperes-du-developpement-economique/micro-credits/le-microcredit-a-travers-le-dispositif-angem-et-son-impact-en-algerie> consulté le 23/03/2015;
- HIMRANE. M (2017), La place de l'entrepreneuriat féminin dans la sphère économique, <http://jilrc.com/la-place-de-lentrepreneuriat-feminin-dans-la-sphere-economique-himrane-mohammed> (consulté le 23/05/2017);
- www.angem.dz (consulté le 10/05/2016) ;
- www.ansej.dz (consulté le 10/05/2016) ;
- www.cnac.dz (consulté le 11/05/2016) ;
- www.andi.dz (consulté le 11/05/2016).