



Les 6^{èmes} Journées Scientifiques Internationales sur

l'Entrepreneuriat

Thème :

L'Entrepreneuriat:

Opportunités, contexte et mise en œuvre



**« L'entrepreneuriat féminin en Algérie :
enjeux, obstacles et pistes de solutions »**

Nom & Prénom : Soumiya Ladjouzi

Grade : Doctorante à HEC Alger

Université : l'université de SAAD DAHLEB -Blida-

Email : soumia-ladjouzi@hotmail.fr

Nom & Prénom : Meriem Cherfouh

Grade : Maître assistante

Université : l'université de SAAD DAHLEB -Blida-

Email : ch.meriem@hotmail.fr



Abstract

- L'entrepreneuriat est considéré comme un moteur important de la croissance et du développement économiques dans de nombreux pays. Outre la diversité générale des pratiques entrepreneuriales, il semble exister des différences sensibles de caractéristiques entre hommes et femmes entrepreneurs.

De nos jours, de plus en plus de femmes entrepreneures créent des entreprises. Les femmes entrepreneures tendent à posséder des entreprises plus petites, à exercer leurs activités avec un niveau de capitalisation globale plus faible, ainsi qu'à créer et gérer des entreprises dans des secteurs différents de ceux que choisissent les hommes, et leurs entreprises ont généralement une croissance plus lente que les entreprises appartenant aux hommes. Les activités entrepreneuriales demeurent entravées par des contraintes qui tendent souvent à revêtir un caractère sexospécifique, telles que les normes culturelles, l'inégalité des chances en matière d'emploi, et l'accès restreint des femmes au financement.

L'entrepreneuriat au féminin est un phénomène en plein essor en Algérie. La présente communication a pour but de répondre à la problématique suivante :

Quels sont les obstacles qui influencent l'entrepreneuriat féminin en Algérie ? et quelles suggestions pour promouvoir l'entrepreneuriat féminin ?

Mots-clés : entrepreneuriat féminin, contexte algérien, femme entrepreneure, obstacles.



Introduction :

« Alors qu'il existe de nombreux sujets documentés dans le domaine de l'entrepreneuriat, l'entrepreneuriat des femmes est certainement celui qui fait apparaître le décalage le plus important entre l'importance qui lui est accordée par la communauté académique (en termes de projets de recherches et de publications) et l'importance économique et sociale (en termes de nombre d'entreprises et d'ampleur du phénomène) ». ¹

L'entrepreneuriat se trouve décliné sous l'angle d'exploitation des opportunités d'affaires pour la « création d'entreprise ». Entreprendre n'est pas que création d'entreprise, il faut tenir compte aussi de la capacité managériale du créateur à pouvoir rendre pérenne et croissante l'entreprise créée. L'entrepreneuriat comme un processus dynamique et complexe qui est le fruit de facteurs psychologiques, sociaux, culturels, politiques et économiques. Il prend la forme d'attitudes, d'aptitudes, de perceptions, de motivations et de comportements qui se manifestent dans un contexte donné.

L'entrepreneuriat est considéré comme un moteur important de la croissance et du développement économiques dans de nombreux pays. Les entrepreneurs, qu'ils soient hommes ou femmes, jouent un rôle vital dans la création de richesses et d'emplois. Outre la diversité générale des pratiques entrepreneuriales, il semble exister des différences sensibles de caractéristiques entre hommes et femmes entrepreneurs.

De nos jours, de plus en plus de femmes entrepreneures créent des entreprises. Les femmes entrepreneures tendent à posséder des entreprises plus petites, à exercer leurs activités avec un niveau de capitalisation globale plus faible, ainsi qu'à créer et gérer des entreprises dans des secteurs différents de ceux que choisissent les hommes, et leurs entreprises ont généralement une croissance plus lente que les entreprises appartenant aux hommes. Les activités entrepreneuriales demeurent entravées par des contraintes qui tendent souvent à revêtir un caractère sexospécifique², telles que les normes culturelles, l'inégalité des chances en matière d'emploi, et l'accès restreint des femmes au financement.

L'entrepreneuriat au féminin est un phénomène en plein essor en Algérie. La présente communication a pour but de répondre à la problématique suivante :

**Quels sont les obstacles qui influencent l'entrepreneuriat féminin en Algérie ?
et quelles suggestions pour promouvoir l'entrepreneuriat féminin ?**





Pour répondre à cette problématique, nous allons tenter, d'une part, d'exposer le cadre théorique de la recherche. D'autre part, nous exposons des données statistiques sur l'entrepreneuriat féminin en Algérie, ainsi que, les résultats d'une enquête menée auprès des femmes entrepreneures algériennes.

1. Le cadre théorique de la recherche :

1.1 Les différences entre les entrepreneurs selon leur sexe :

D'après les études récentes, les femmes et les hommes sont devenus entrepreneurs en raison d'une attirance pour les affaires et d'un besoin d'indépendance personnelle. Dans la plupart des cas, ils ont connu, soit l'échec ou l'insatisfaction dans leur dernier métier, soit l'impact de la nécessité de changer de milieu. Tous sont motivés, enthousiastes et dynamiques. Toutefois, des divergences apparaissent entre les hommes et les femmes. On peut le constater au niveau *de leur motivation primordiale, de la nature de leur investissement, de leurs traits de caractère, de leurs expériences de travail et de la nature des métiers qu'ils adoptent*³.

1.2 Pourquoi les femmes cherchent-elles à créer leur propre entreprise ?

Une femme est incitée à construire sa propre entreprise pour plusieurs raisons qui peuvent être d'ordre personnel ou dûes aux circonstances extérieures, positives ou négatives. On appelle *facteurs négatifs* ceux qui «poussent» les femmes à envisager la carrière d'entrepreneur et *facteurs positifs* ceux qui les «tirent» ou les attirent. Les facteurs de poussée comprennent le besoin d'argent, l'absence de structures de prise en charge d'enfants en bas âge, des conditions de travail inacceptables, des horaires trop rigides, une trop grande différence de salaires entre hommes et femmes, une ségrégation dans l'attribution des postes,...etc. Les facteurs positifs qui attirent les femmes vers la carrière d'entrepreneurs sont les possibilités du marché, l'intérêt dans un secteur particulier de l'économie, des objectifs sociaux, le besoin d'avoir des horaires souples, un plus gros salaire et une indépendance financière, la croissance personnelle et une satisfaction accrue dans son travail⁴.

1.3 Le contexte théorique de l'entrepreneuriat féminin :

Qu'est-ce qu'une entrepreneuse?

Une entrepreneuse (ou entrepreneure) est une femme qui a fondé, acheté ou accepté en héritage une entreprise, qui assume tous les risques et responsabilités financières, administratives et sociales et qui participe quotidiennement à sa gestion courante⁵.





Dans l'ensemble, tous pays confondus, il est constaté une augmentation régulière de l'entrepreneuriat au féminin depuis plus de trente années avec des disparités plus ou moins fortes selon les pays⁶.

Les femmes entrepreneures se caractérisent par leur grande diversité, leur très forte capacité de relations avec les autres et leur tendance à transférer leur «expérience maternelle» dans leur travail. Plusieurs enquêtes effectuées montrent qu'il n'existe pas un type unique de femme entrepreneur. Beaucoup d'entre elles travaillent chez elles et elles utilisent la connaissance et l'expérience qu'elles y acquéraient. D'autres sont des professionnelles expérimentées qui avaient des postes de direction dans d'autres entreprises avant d'installer la leur. Elles diffèrent en tout : niveau social, éducation, expérience, âge⁷.

En effet, entreprendre au féminin recouvre une diversité de réalités concernant les femmes entrepreneures (Bird et Brush, 2002; Cornet et Constantinidis, 2004 ; De Bruin et *al.*, 2006, 2007). Cornet et Constantinidis (2004) montrent notamment qu'une approche système s'impose pour prendre en compte non seulement l'ensemble de leurs réalités socio-économiques et culturelles mais aussi une certaine compréhension des interactions permanentes entre leurs vies quotidiennes tant familiales que professionnelles. Mais bien que les femmes en aient les compétences, les connaissances et les capacités, il demeure une forte différence en défaveur de l'entrepreneuriat féminin (GEM, 2010). Les explications, couramment mises en avant, sont souvent liées aux coutumes et aux perceptions culturelles prégnantes dans chacun des pays, si bien que c'est alors tout autant par volonté que par nécessité que les femmes entreprennent (GEM, 2007)⁸.

Plusieurs recherches se sont intéressées aux particularités et aux spécificités de l'entrepreneuriat féminin, en distinguant souvent trois grands thèmes : le profil de la femme entrepreneure, le profil des entreprises gérées par des femmes, et leur manière d'être en affaires. Des conclusions émergent notamment en matière de formation, de participation à des réseaux, et de financement⁹.

En ce qui concerne le profil des femmes entrepreneures, des études révèlent qu'elles sont en général plus jeunes que leurs homologues masculins (Ratté 1999 ; Légaré 2000 ; Heidrick et Nicol 2002 ; Robb et Wolken 2002). Les entreprises gérées par des femmes semblent aussi présenter certaines caractéristiques spécifiques. Selon de nombreux auteurs et études, leurs entreprises sont plus jeunes et de taille moindre que celles des hommes, que ce soit en termes d'avoirs, de ventes, ou de personnel. Les femmes entrepreneures restent concentrées dans quelques secteurs d'activité traditionnellement féminins et à faible croissance, comme le commerce de détail et les services, tandis que très peu de femmes dirigent des entreprises dans les secteurs de la construction, du transport ou dans le secteur manufacturier. La constitution en société demeure plus rare chez les femmes, qui semblent préférer rester propriétaire unique, contrairement aux hommes. Les résultats des études menées sur la performance de leurs entreprises varient en fonction de la définition de la performance (St-Cyr 2004). Si l'on étudie la performance sur base du taux de survie, la performance des entreprises dirigées par des femmes est supérieure à celle des hommes. Si l'on évalue la performance sur





base du succès de l'entreprise, les résultats sont plus contrastés : la performance des hommes et des femmes serait plus ou moins identique si on choisit la croissance et/ou le rendement comme indicateurs de succès, mais plus faible chez les femmes si on choisit la taille de l'entreprise comme indicateur (Légaré 2000 ; Danmanville et Hurel 2001 ; St-Cyr 2002, 2004)¹⁰.

Finalement, on peut dire que l'entrepreneuriat féminin dépend à la fois *de la place des femmes dans la société et du rôle de l'esprit d'entreprise dans cette société*.

1.4 Le mampreneuriat : un nouveau concept dans le domaine de l'entrepreneuriat féminin :

Suite à la multiplication des articles de presses, des ouvrages, des sites Internet et de la création d'associations, le mampreneuriat apparaît comme un concept international, décliné dans différents contextes.

A l'origine, l'histoire de la première mampreneur est celle de la canadienne Sandra Wilson¹¹. En 1994, cette hôtesse de l'air perd son emploi suite à un licenciement et se retrouve à la maison avec son fils âgé de 18 mois. Pour lui, elle va avoir l'idée et l'envie de fabriquer une paire de chaussures en cuir, très colorée et à semelle souple ; les chaussures Robeez étaient nées. De fil en aiguille, de succès en plébiscite d'abord auprès de ses amies, Sandra décide de créer son entreprise. En 1995, elle embauche son premier représentant, puis se lance sur Internet. Le bouche à oreille, puis les recommandations des pédiatres feront le reste : Robeez Footwear va connaître une croissance extraordinaire sur une dizaine d'années (400 employés, 4 500 magasins dans le monde entier et plus de 15 millions de dollars de CA) jusqu'à devenir leader international de la fabrication de chaussures en cuir à semelle souple pour nouveaux nés et enfants jusqu'à 4 ans. En 2006, l'entreprise est rachetée par le groupe Stride Corporation, acteur incontournable des chaussures de marque.

Au-delà de cet exemple fondateur, de nombreuses femmes s'approprient le concept et se déclarent mampreneurs à partir des années 1990, d'abord au Canada puis aux Etats Unis. Ce mouvement de l'entrepreneuriat féminin recenserait de l'ordre de 6 à 7 millions d'adeptes outre-Atlantique¹². Et, bien que les chiffres et les études manquent encore pour en comprendre l'ampleur, il semble aujourd'hui acquis que les mamans entrepreneurs sont une réalité incontournable du paysage entrepreneurial. Concernant l'Europe, le concept s'implante progressivement : en Grande-Bretagne, en France, en Belgique et en Suisse, des associations se réclamant de ce mouvement commencent à regrouper des centaines de femmes, mères avec des velléités et/ou des réalités entrepreneuriales.

Bien qu'il n'existe pas de définition officielle de ce nouveau concept, ce vocable désigne pour les praticiens « *Les mères qui créent leur entreprise pendant leur grossesse ou après la naissance de leur enfant. Plus largement, il correspond aujourd'hui aux femmes*





qui se lancent dans la création d'entreprise pour mieux concilier leur vie de mère de famille et leur carrière¹³ ».

Selon Nel, Maritz et Tongprovati¹⁴ (2010) : « **Le Mampreneuriat** est une nouvelle tendance émergente qui s'insère dans le concept de l'entrepreneuriat dans les entreprises familiales [et] une partie de l'entrepreneuriat féminin ».

Pour Duberley et Carrigan¹⁵ (2012) : « Une Mampreneur est une femme entrepreneur qui démarre une entreprise afin de pouvoir à la fois travailler et s'occuper de son(es) jeune(s) enfant(s). (...) Elles reflètent les discours actuels sur l'entrepreneuriat « mode de vie » et une nouvelle approche du « tout avoir ».

Pour l'association "Mampreneurs " : « Etre une Mampreneur - une maman chef d'entreprise - est avant tout un état d'esprit. Actrices à part entière du monde économique, nous avons fait le choix de nous mettre à notre compte ou de créer notre entreprise pour gagner en liberté, et surtout, trouver un équilibre entre nos vies personnelle et professionnelle¹⁶ ».

2. Données statistiques sur l'entrepreneuriat féminin en Algérie :

- Selon les statistiques de l'Office National des Statistiques (ONS), dès le début des années 2000, l'emploi féminin a connu une restructuration au profit de l'entrepreneuriat.
- Les dispositifs de soutien aux jeunes entrepreneurs en Algérie : l'Agence Nationale de Développement de l'Investissement (ANDI), l'Agence National de Soutien à l'Emploi des Jeunes (ANSEJ), la Caisse Nationale d'Assurance Chômage (CNAC) et l'Agence Nationale de Gestion du Micro-crédit (ANGEM).
- Selon un bilan du Centre Nationale du Registre du Commerce (CNRC) : Plus de 124 000 femmes exercent dans le commerce¹⁷ :
 - o Le nombre de femmes commerçantes a atteint 124 574 à fin février 2014, soit 7,5% du total des personnes physiques inscrites au registre du commerce et **5,1% des personnes morales (gérantes de sociétés)**, indique un bilan du Centre National du Registre du Commerce (CNRC).
 - o Selon les statistiques de cet organisme, sur 1 695 814 commerçants inscrits au CNRC à fin février dernier, 124 574 sont des femmes, dont 116 934 personnes physiques et **7 640 personnes morales**.
 - o Concernant les entreprises gérées par des femmes, selon le bilan du CNRC, "les activités sont exercées pour l'essentiel dans les services (38,3%), l'industrie et le BTPH (24,9%) et l'import-export (19,2%)".





- Selon une enquête du Centre de Recherche en Anthropologie Sociale et Culturelle (CRASC) ¹⁸ menée sur un échantillon de 85 femmes entrepreneurs, 72% sont issues d'un milieu urbain, 44,7% sont mariées et 42,4% sont célibataires. 81,2% d'entre elles sont diplômées alors que 24,7% ont un niveau d'instruction supérieur. A propos de leur rôle dans la vie professionnelle et familiale, elles sont 50,6% à estimer que leur carrière professionnelle est importante contre 27,1% à privilégier leur rôle de mère au détriment de leur travail. Elles sont, par ailleurs, 65,9% à préférer travailler dans un milieu mixte contre 28% qui auraient aimé évoluer dans un milieu exclusivement féminin. 51,8% d'entre elles ont affirmé que l'idée du projet leur est venue de la formation qu'elles ont suivie et l'expérience acquise au cours de leur carrière. 67% affirment ne pas avoir bénéficié des services de l'Agence nationale de soutien à l'emploi des jeunes (ANSEJ) et 98% à ne pas avoir été aidées par l'Agence nationale de développement de l'investissement (ANDI). Le montage financier de l'entreprise est une affaire de famille pour 28,2% et 16,5% d'entre elles ont, en plus de leur fonds propre, bénéficié d'un crédit bancaire. S'agissant des secteurs d'activité les plus investis par ces femmes, figure en premier lieu celui des services avec 57%. 90% d'entre elles gèrent, elles-mêmes leur entreprise consacrant pour 52,9% d'entre elles 8 à 10 heures par jour à l'activité professionnelle.

3. La démarche méthodologique de l'étude :

Pour atteindre notre objectif tracé au début de ce travail de recherche qui tente, rappelons le, d'identifier les obstacles qui influencent l'entrepreneuriat féminin en Algérie, nous avons retenu cinq facteurs, supposés influencés le développement du phénomène étudié : **l'accès au financement, les dispositifs d'accompagnement, l'accès à la formation, conciliation vie privée – vie professionnelle, l'intégration aux réseaux d'affaires ou de contacts.**

A cet égard, nous avons opté pour une démarche quantitative. Un questionnaire a été élaboré, et structuré en cinq parties : **profil de l'entrepreneure, la signification donnée au statut d'entrepreneure, l'entreprise (nature du projet, secteur d'activité...etc.), les obstacles rencontrés par les créatrices d'entreprises, les pistes de solutions identifiées par les entrepreneures elles-mêmes.**

En effet, l'enquête a été menée auprès d'un échantillon de 60 femmes entrepreneures. Nous avons exploité 41 questionnaires, soit **un taux de réponses de 68,33%**.

4. Présentation et interprétation des résultats :

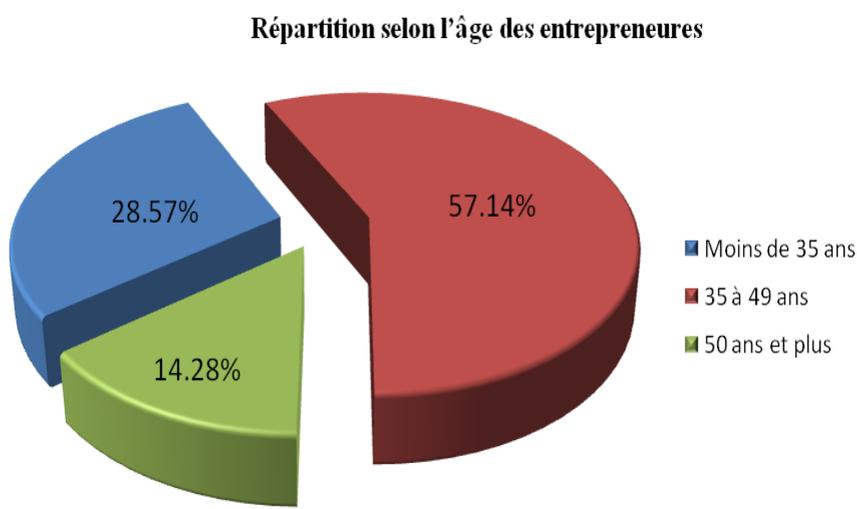
Notre interprétation est répartie selon les cinq parties du questionnaire (citées ci-dessus).



4.1 Profil de l'entrepreneure :

✓ Quel est votre groupe d'âge ?

Graphe n° 1: Répartition selon l'âge des entrepreneures



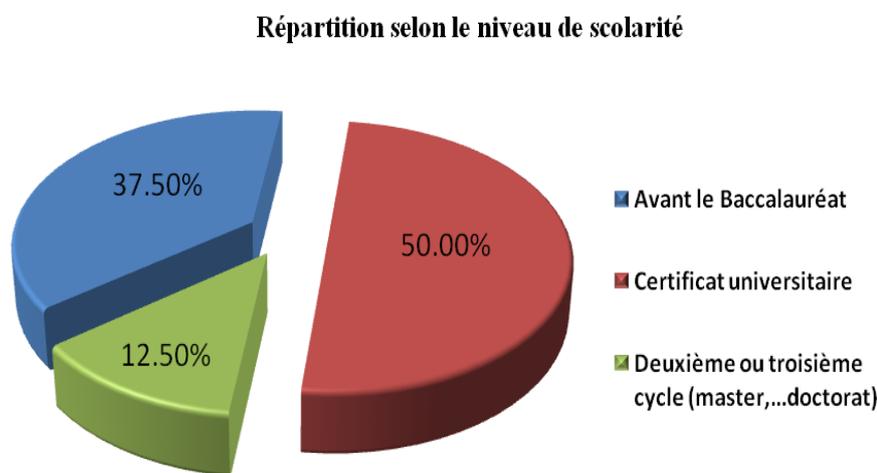
Source : établi par les auteurs.

Sur l'ensemble des femmes entrepreneures interrogées, 28,57% ont moins de 35 ans, et 57,14% des répondantes sont dans la tranche des 35 à 49 ans. La proportion de 50 ans et plus représente 14,28% de l'échantillonnage (âge auquel elles sont relativement libérées des responsabilités matrimoniales).

On constate que la proportion des jeunes femmes entrepreneures ayant moins de 35 ans est relativement faible. Rappelons que 75 % de la population algérienne sont des jeunes (qui ont moins de 25 ans). On peut penser a priori que la catégorie sociale des entrepreneurs et chefs d'entreprise reste fermée aux jeunes dont femmes, cette conclusion rejoint plusieurs études notamment celle de Gillet (2007)¹⁹.

✓ Quel est votre plus haut niveau de scolarité ?

Graph n° 2: Répartition selon le niveau de scolarité des entrepreneures

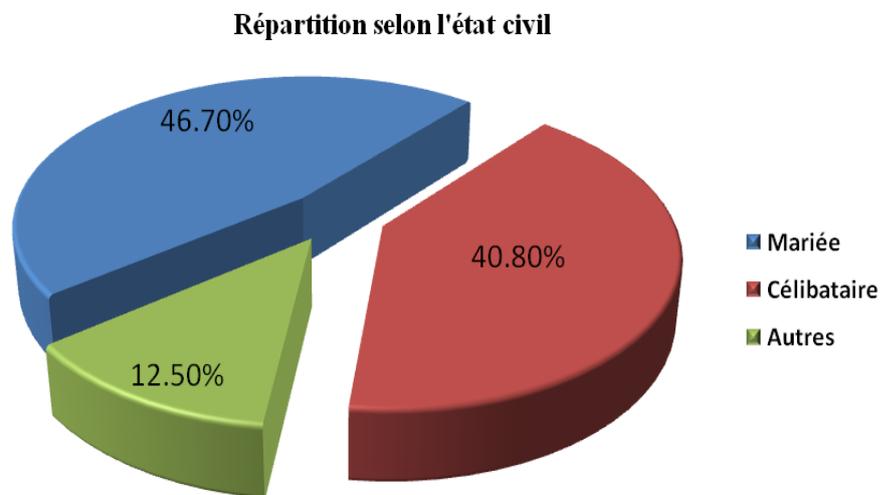


Source : établi par les auteurs.

En terme de scolarisation, pratiquement 37,5 % ne détiennent pas un baccalauréat, 50 % des entrepreneures (création d'entreprise nouvelle ou reprise d'entreprise existante) ont fait des études universitaires (ceci peut être expliqué par la scolarisation massive des filles ces dernières années). Cependant, la proportion des femmes très scolarisées (deuxième ou troisième cycle) ne représente que 12,5% des répondantes.

✓ Quel est votre état civil en ce moment ?

Graph n° 3: Répartition selon l'état civil des entrepreneures



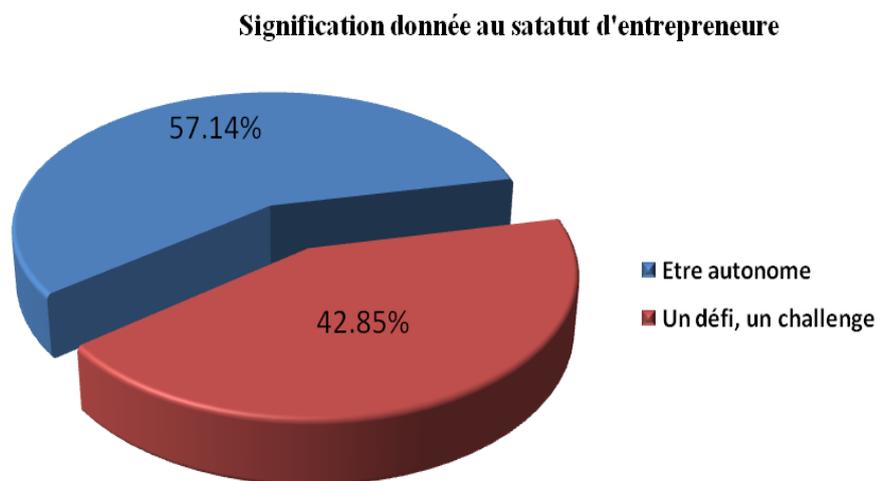
Source : établi par les auteurs.

En terme de la situation matrimoniale, il en résulte que ; 46.7 % sont mariées, les chefs d'entreprise célibataires représentent 40,8% de l'échantillon. Les autres catégories des entrepreneures (soit divorcées ou veuves) représentent 12,5% de la population interrogée.

4.2 La signification donnée au statut d'entrepreneure :

✓ Être entrepreneure c'est :

Graph n° 4: Signification donnée au statut d'entrepreneure



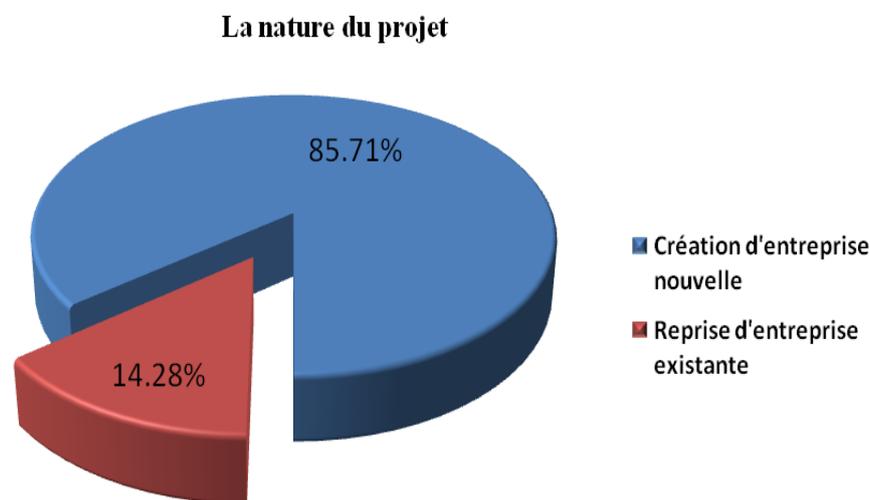
Source : établi par les auteurs.

D'une manière générale, les entrepreneures considèrent l'entrepreneuriat comme étant un défi, un challenge (42,85%), être autonome "*horaires, disponibilité vis-à-vis de leur famille, la manière de gérer*" (57,14%).

4.3 L'entreprise :

✓ Quel est la nature du projet ?

Graphe n° 5: La nature du projet de l'entreprise

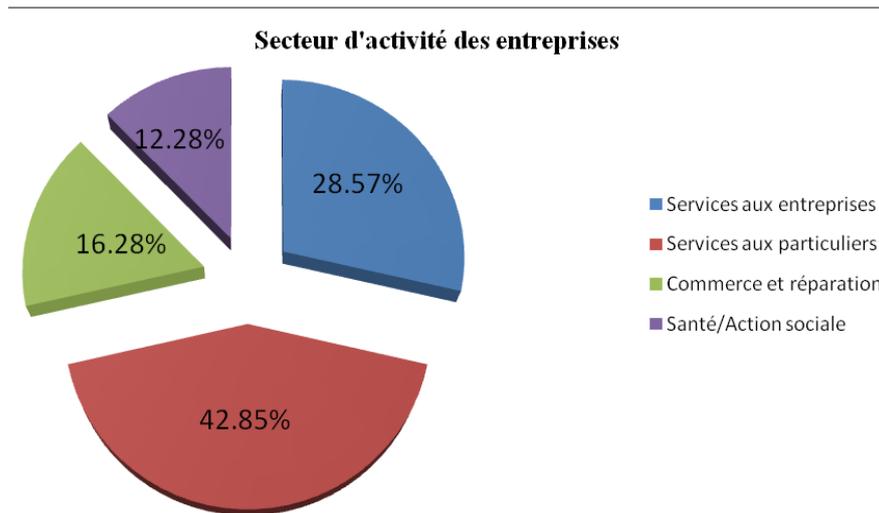


Source : établi par les auteurs.

Les entrepreneures interrogées se positionnent majoritairement sur des projets de création d'une entreprise nouvelle (85,71%), seulement 14,28 % d'entre elles se positionnent sur des projets d'une reprise d'une entreprise existante (familiale ou autres).

✓ Dans quel secteur d'activité se positionne votre entreprise ?

Graphe n° 6: Secteur d'activité des entreprises dirigées par les entrepreneures

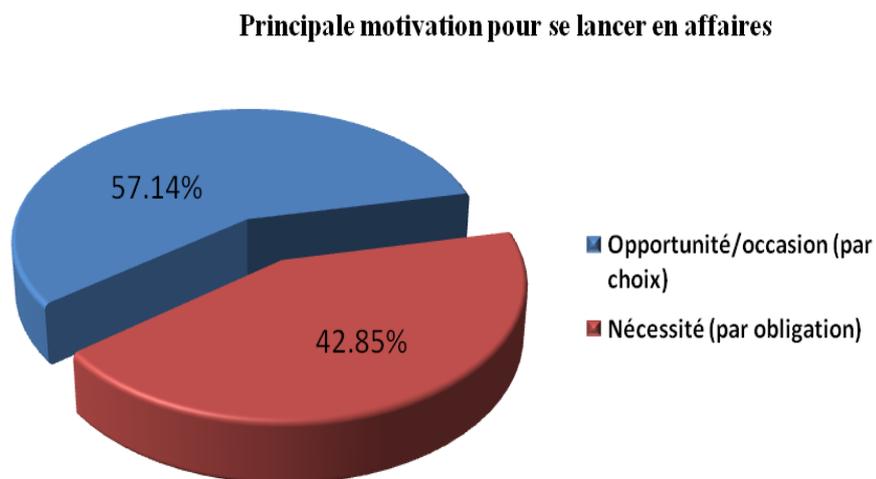


Source : établi par les auteurs.

Les entrepreneures interrogées ne sont pas assez présentes dans tous les secteurs d'activité. Elles sont en très grand nombre dans le secteur des services aux particuliers (42,85%) et dans les services aux entreprises (28,57%) ; soit un total de (71,42%). C'est d'ailleurs une tendance qui se maintient dans tous les pays du monde. Par ailleurs, seulement 16,28% et 12,28% des répondantes interviennent respectivement dans le secteur du commerce/réparation et santé/action sociale. Par conséquent, on constate que les femmes interrogées restent concentrées dans quelques secteurs d'activité à faible croissance (les services et le commerce).

✓ **Quelle est la principale raison qui vous a motivé à vous lancer en affaires ?**

Graphe n° 7: Principale motivation pour se lancer en affaires

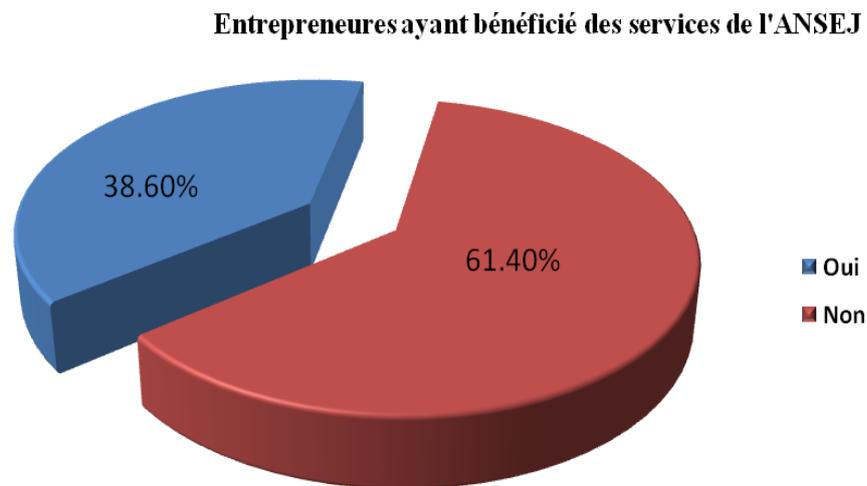


Source : établi par les auteurs.

En terme de motivation, 42,85% des entrepreneures dirigent leur propre entreprise par nécessité (obligation).

Bien que démarrer son entreprise est un excellent moyen de se créer un emploi, 57,14% des entrepreneures dirigent leur propre entreprise par choix (opportunité/occasion) et non pas par nécessité. Comme leurs homologues masculins, le goût du défi, le désir de réaliser un rêve, l'amour du métier ont été des facteurs déterminants dans leur décision de passer à l'action et créer une entreprise.

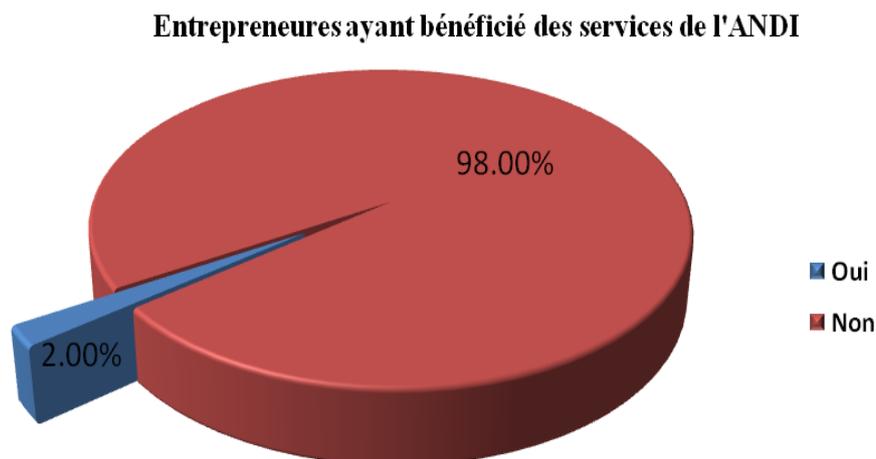
- ✓ Avez-vous déjà bénéficié des services de l'Agence Nationale de Soutien à l'Emploi des Jeunes (ANSEJ) ?

Graph n° 8: Entrepreneures ayant bénéficié des services de l'ANSEJ

Source : établi par les auteurs.

61,4% des entrepreneures ont affirmé ne pas avoir bénéficié des services de l'Agence Nationale de Soutien à l'Emploi des Jeunes (ANSEJ), seulement 38,6% entre elles ont bénéficié des services de l'ANSEJ. La sensibilisation des entrepreneures aux opportunités qu'offrent les mécanismes relatives aux dispositifs d'appui à la création d'activités économiques s'avère fortement indispensable.

✓ **Avez-vous déjà bénéficié de l'aide de l'Agence nationale de développement de l'investissement (ANDI) ?**

Graph n° 9: Entrepreneures ayant bénéficié des services de l'ANDI

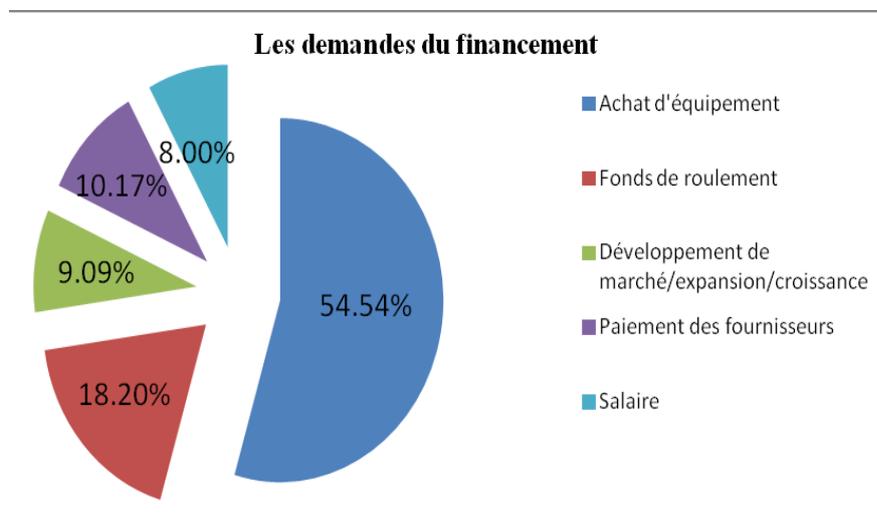
Source : établi par les auteurs.

98% des entrepreneures ont affirmé ne pas avoir été aidées par l'Agence Nationale de Développement de l'Investissement (ANDI). Seulement 2% entre elles ont été aidées par l'ANDI.

4.4 Les obstacles rencontrés par les créatrices d'entreprises :

- ✓ **Quelles sont les principales activités pour lesquelles vous avez demandé du financement ?**

Graphe n° 10: Les demandes du financement

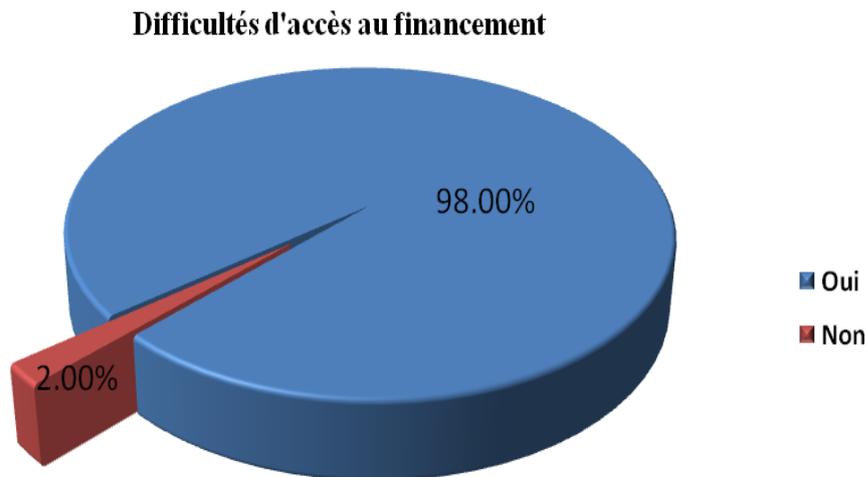


Source : établi par les auteurs.

Chez l'ensemble des entrepreneures interrogées, les trois principales activités pour lesquelles elles tentaient d'obtenir un soutien financier étaient l'achat d'équipement (54,54%), l'accroissement de leur fonds de roulement (18,20%) et le paiement des fournisseurs (10,17%).

On note qu'il y a des variations importantes dans les motifs de recherche de financement selon le secteur d'activité des femmes entrepreneures. L'achat d'équipement est important chez les femmes des secteurs des services et de commerce/réparation. Il est aussi intéressant de noter que les femmes entrepreneures dans le secteur des services, lorsqu'elles cherchent un appui financier, c'est surtout pour combler leur besoin à l'égard d'un fonds de roulement.

- ✓ **Avez-vous eu de la difficulté à obtenir du financement nécessaire au démarrage, au soutien ou à l'expansion de votre entreprise ?**

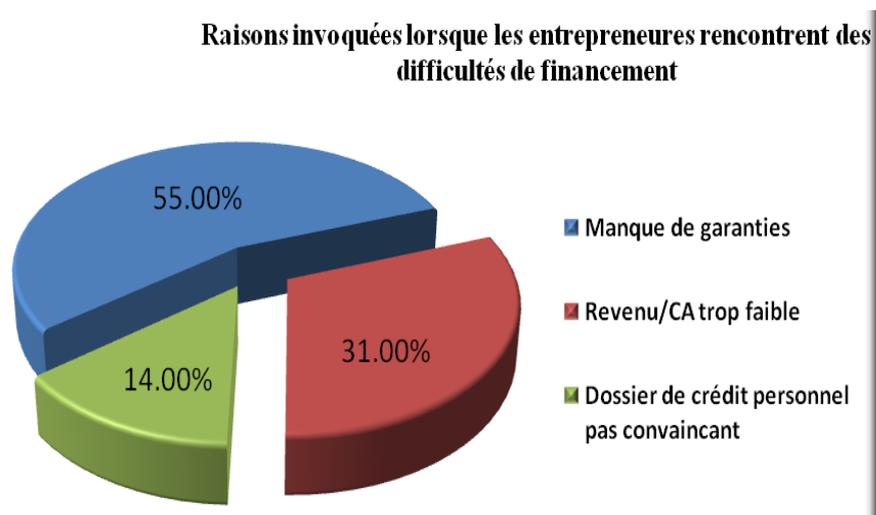
Graphe n° 11: Difficultés d'accès au financement

Source : établi par les auteurs.

En terme de financement, les femmes rencontrent des problèmes d'accès au financement.

Les femmes entrepreneures de tous les secteurs d'activité ont des difficultés d'accès au financement. Les résultats de cette enquête indiquent que 98% des femmes entrepreneures ont trouvé des difficultés à obtenir du financement nécessaire au démarrage, au soutien ou à l'expansion de leur entreprise.

✓ **Quelles raisons ont été invoquées lorsque vous avez rencontré des difficultés à obtenir du financement ?**

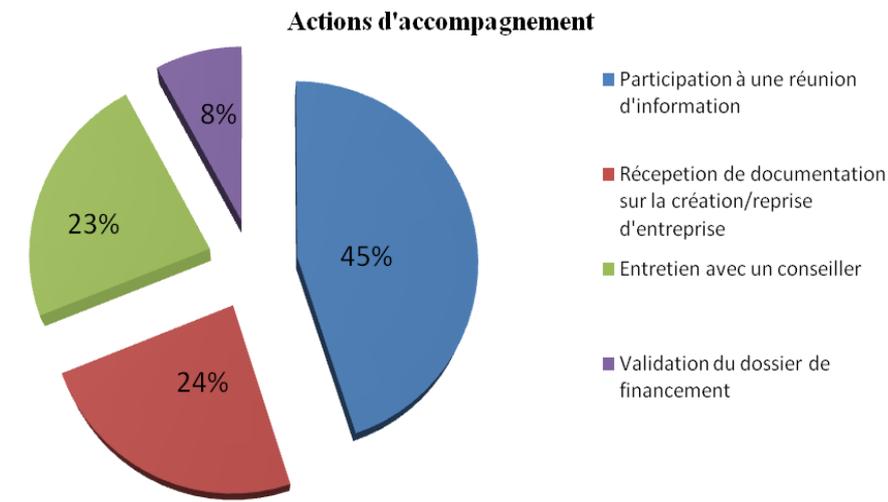
Graphe n° 12: Motifs évoqués lorsque les entrepreneures rencontrent des difficultés de financement

Source : établi par les auteurs.

Les principaux motifs évoqués aux entrepreneures pour justifier le rejet de leur demande de financement étaient le manque de garanties (55%), un revenu ou un chiffre d'affaires trop faible (31%) et un dossier de crédit personnel pas convaincant (14%).

✓ **Quelles sont les actions d'accompagnement dont vous avez déjà bénéficié ?**

Graphe n° 13: Actions d'accompagnement

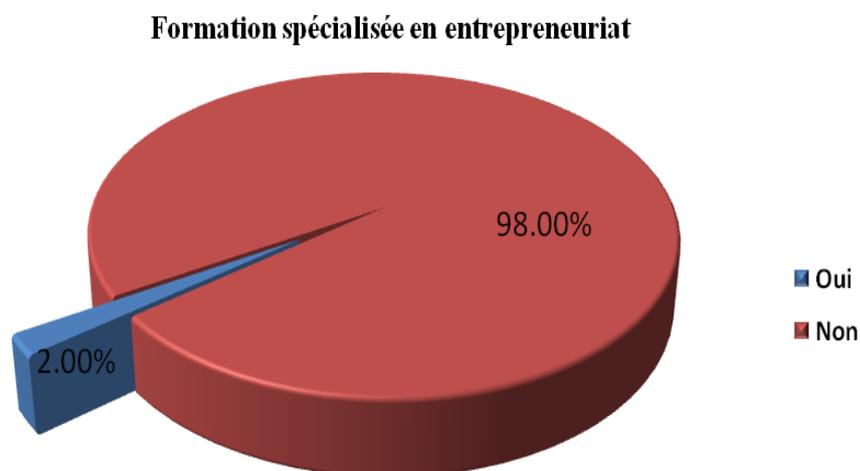


Source : établi par les auteurs.

Chez l'ensemble des entrepreneures interrogées, les trois principales actions d'accompagnement sont : la participation à des réunions d'information (45%), la réception de documentation sur la création/reprise d'entreprise (24%) et l'entretien avec un conseiller (23%). Seulement 8% des entrepreneures ont bénéficié d'une validation du dossier de financement.

✓ **Avez-vous déjà bénéficié d'une formation spécialisée en entrepreneuriat ?**

Graphe n° 14: Formation en entrepreneuriat

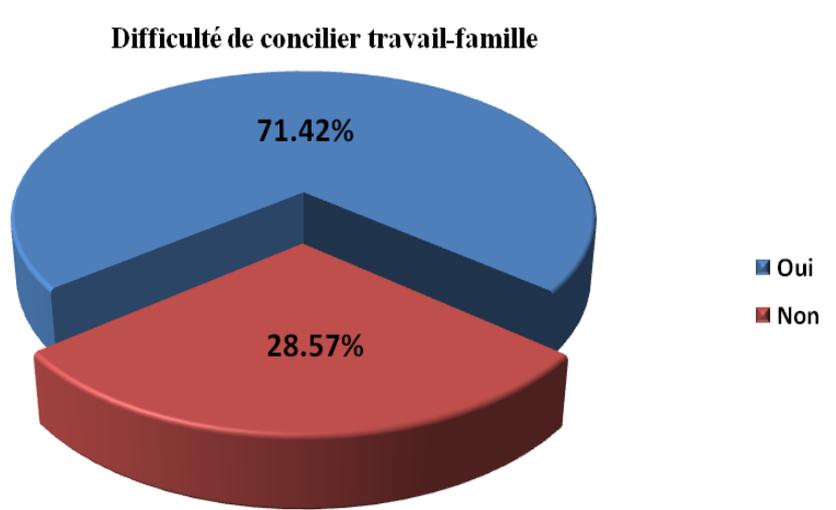


Source : établi par les auteurs.

98% des entrepreneures ont affirmé ne pas avoir bénéficié d'une formation spécialisée en entrepreneuriat. Par conséquent, la facilitation de l'accès à la formation est l'une des préoccupations majeures des femmes entrepreneures algériennes.

✓ **Pour certaines femmes, il est difficile de concilier travail-famille. Êtes-vous d'accord ?**

Graphe n° 15: Difficulté de concilier travail-famille



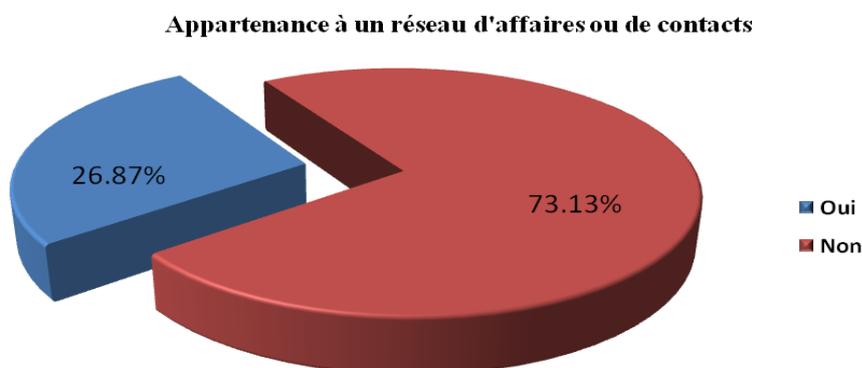
Source : établi par les auteurs.

La conciliation vie privée – vie professionnelle demeure au cœur des préoccupations des femmes interrogées. A cet égard, 71,42% des entrepreneures estiment qu'il est difficile de concilier travail-famille. Cette responsabilité semble être particulièrement lourde pour les femmes mariées. Donc, on peut supposer différents facteurs tels que : le manque d'aide, la surcharge de travail et le manque de temps à consacrer aux membres de leur famille.

Néanmoins, seulement 28,57% des entrepreneures disent qu'il n'est pas difficile de concilier travail-famille.

✓ **Appartenez-vous à un réseau d'affaires ou de contacts ?**

Graphe n° 16: Appartenance à un réseau d'affaires ou de contacts



Source : établi par les auteurs.



Les études d'empirie ont bien dévoilé le rôle que pourront jouer les réseaux d'affaires ou de contacts comme moyen ou canal de communication dans l'apprentissage entrepreneurial.

En terme de participation à des réseaux d'affaires ou de contacts, 73,13% des entrepreneures n'intègrent pas ces réseaux. D'où le manque d'information et la faible participation des femmes entrepreneures algériennes aux réseaux professionnels et relationnels. Parmi les associations des femmes entrepreneures actives en Algérie, on peut citer à titre d'exemple : l'Association des Femmes Cadres Algériennes « AFCAR », l'Association des Algériennes Managers et chefs d'Entreprises « AME » et l'Association des Femmes Algériennes Chefs d'Entreprise (SEVE).

4.5 Pistes de solutions identifiées par les entrepreneures elles-mêmes :

- ✓ **A votre avis, quelles seraient les stratégies les plus importantes à mettre en œuvre pour mieux soutenir les femmes entrepreneures algériennes à gérer leur entreprise ou en favoriser l'expansion ?**

Les entrepreneures algériennes interrogées insistent sur les éléments suivants :

- La nécessité de faciliter l'accès au financement sans intérêts et sans conditions pour promouvoir et encourager l'entrepreneuriat féminin en Algérie ;
- Consolidation des actions accompagnement ;
- La nécessité de mettre en place un système d'information adéquat pour diffuser davantage l'information ;
- Faire face aux problèmes bureaucratiques (la lourdeur bureaucratique) ;
- La nécessité d'alléger les charges fiscales.

5. Les solutions préconisées pour promouvoir l'entrepreneuriat féminin en Algérie :

A la lumière des résultats obtenus dans l'enquête réalisée auprès des femmes entrepreneures algériennes, quelques recommandations s'avèrent nécessaires :

- Construire une meilleure visibilité et valoriser les femmes créatrices d'entreprises ;
- Développer l'esprit d'entreprise au féminin : c'est essentiellement l'esprit d'entreprise en général qu'il faut développer ;
- Encourager l'adhésion des femmes entrepreneures à des réseaux, qu'il s'agisse de réseaux professionnels féminins ou des réseaux professionnels de branche afin de cultiver l'esprit de regroupement et de complémentarité ;





- Renforcer le processus formation-Information-Conseil ;
- Créer un réseau élargi de communication et de soutien au profil des femmes entrepreneures ;
- Sensibilisation des femmes entrepreneures à l'importance des TIC ;
- Créer un service spécifique chargé des problèmes liés à l'entrepreneuriat féminin en Algérie ;
- Créer des dispositifs d'accompagnement de garde des enfants pour aider les femmes entrepreneures à concilier travail-famille ;
- Répandre la culture d'entreprise dans le système éducatif algérien ;
- L'introduction dans les programmes de radio et de télévision des émissions sur les opportunités qu'offrent les mécanismes relatives aux dispositifs d'appui à la création d'activités économiques (ANSEJ, ANDI...etc.).
- Permettre aux femmes de se former davantage dans le domaine de l'entrepreneuriat avec la nécessité d'assurer une formation d'accompagnement spéciale pour les femmes entrepreneures ;
- La mise en place d'un système de veille financier en direction des femmes pour les encourager à entreprendre ;
- Introduire des programmes destinés à développer les capacités entrepreneuriales des femmes : créer un climat propice à la prise de risque... Au bout du compte travailler à modifier les mentalités et, ce par un plan à long terme.

Conclusion :

L'entrepreneuriat féminin est reconnu comme une source de croissance économique insuffisamment exploitée. Les femmes entrepreneures créent des emplois pour elles-mêmes et pour d'autres, parfois pour tenter de répondre à des questions auxquelles ne répondrait pas un statut de salarié (horaires, disponibilité vis-à-vis de leur famille) 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. Par voie de conséquence, l'entrepreneuriat féminin implique une qualification, une expérience et un savoir-faire.

Des contraintes culturelles, sociales, juridiques, politiques et économiques empêchaient les femmes d'investir dans les activités entrepreneuriales. Toutefois, au cours des trois dernières décennies et dans de nombreux pays les entrepreneurs femmes représentent une part croissante dans les contingents des chefs d'entreprises. En Algérie, le taux reste très faible (elles en représentent 5,1% selon le Centre National du Registre du Commerce).





L'enquête menée auprès des femmes entrepreneures algériennes a identifié conformément à nos hypothèses de départ, au premier lieu, la difficulté d'accès au financement. Pareillement, le manque des dispositifs d'accompagnement, le manque de formation spécialisée en entrepreneuriat et la difficulté d'accès à la formation, la difficulté de concilier vie privée – vie professionnelle (travail-famille) et la faible participation des entrepreneures algériennes aux réseaux d'affaires ou de contacts (un accès insuffisant).

Bien que le nombre de femmes entrepreneures reste dérisoire dans notre pays, il n'en demeure pas moins qu'il augmente chaque année. Théoriquement, on ne peut nier que les mécanismes de soutien à l'emploi en Algérie sont plutôt égalitaires. Il n'empêche que sur le terrain, ces mesures ne semblent pas être suffisamment favorables à la promotion d'un entrepreneuriat féminin en Algérie.

Cependant, pour réussir, il faut un environnement culturel favorable à l'activité de l'entrepreneuriat. L'Etat doit jouer un rôle essentiel dans l'établissement des conditions du succès : *environnement stable, réduction d'obstacles, soutien direct à la création d'entreprise,...* etc.

Par ailleurs, parmi les instructions qui nous semblent indispensables pour promouvoir l'entrepreneuriat féminin en Algérie, on peut citer : la valorisation des femmes créatrices d'entreprises, le développement de l'esprit d'entreprise au féminin, facilitation de l'accès au financement, élargissement des sources de financement, la formation, la mise en place d'un système d'information adéquat pour diffuser davantage l'information, le développement de réseaux de femmes entrepreneures, l'introduction dans les programmes de radio et de télévision des émissions sur les opportunités qu'offrent les mécanismes relatives aux dispositifs d'appui à la création d'activités économiques (ANSEJ, ANDI...etc.).

Finalement, l'entrepreneuriat féminin est en passe de devenir une force économique dans notre pays, à condition qu'on lui porte aide et assistance.

Nous proposons les futurs axes de recherche suivants :

- ***Le rôle de la formation et de l'accompagnement dans le développement des compétences managériales des femmes entrepreneures algériennes.***
- ***Le financement bancaire des femmes entrepreneures algériennes.***
- ***L'influence de la culture sur la promotion de l'esprit entrepreneurial chez les femmes algériennes.***





Bibliographie :

Ouvrages, revues et actes

Aude d'ANDRIA et Katia RICHOMME-HUET, " *Le mampreneuriat : étude de l'impact de la maternité en entrepreneuriat*", les actes du 11^{ème} Congrès International Francophone en Entrepreneuriat et PME (CIFEPME), Brest, Le 24,25 et 26 octobre 2012.

Aude d'ANDRIA et Katia RICHOMME-HUET, " *Lorsque l'enfant paraît. Le mampreneuriat : une réponse entrepreneuriale aux opportunités et contraintes de la maternité ?*", les actes du 7^{ème} Congrès de l'Académie de L'Entrepreneuriat et de l'Innovation, Paris, 12-15 octobre 2011.

CONSTANTINIDIS Christina, " *Les femmes entrepreneures et la transmission d'entreprise*", les 1^{ères} Journées George Doriot – 16 & 17 mars 2006 – Deauville.

Didier CHABAUD et Typhaine LEBEGUE, " *Femmes dirigeantes en PME : Bilan et perspectives*", Revue Interdisciplinaire Management et Humanisme (RIMHE), n°7 - mai/juin/juillet 2013.

Duberley (J.) and Carrigan (M.), "The career identities of 'mumpreneurs': Women's experiences of combining enterprise and motherhood", *International Small Business Journal*, March, 2012.

Froger, (V.), *Le guide des Mompreneurs. Ma boîte et mes enfants d'abord... ! 20 témoignages d'entrepreneurs*, Eyrolles, Editions d'Organisation, Paris, 2010.

Holmquist C. et Carter S. (2009), The Diana project: pioneering women studying pioneering women, *Small Business Economics*, vol. 32, n° 2.

LAVOIE Dina, *Les entrepreneures: pour une économie canadienne renouvelée*, Conseil Consultatif canadien sur la situation de la femme, Ottawa, 1988.

Nel (P.), Maritz (A.) and Thongprovati (O.), "Motherhood and Entrepreneurship: The Mumpreneur Phenomenon", *The International Journal of Organizational Innovation*, Vol. 3 No.1, 2010.

Robert Paturel et Zahra Arasti, " *Les principaux déterminants de l'entrepreneuriat féminin en Iran*", les actes du Congrès International Francophone en Entrepreneuriat et PME (CIFEPME), Fribourg Suisse, 25-27 octobre 2006.





Rapports

Rapport du GEM, *Global Entrepreneurship Monitor*, Global Report, 2007.

GILLET Anne, *Emploi et entrepreneuriat des femmes en Algérie: des dynamiques entre traditions et innovations*, PME, EMPLOI ET RELATIONS SOCIALES France – Maghreb, 2007.

Webographie

www.algerie-actualites.com

www.bahai-library.com.

www.ecole-management-normandie.fr

www.lemaghrebdz.com

www.les-mompreneurs.com

www.robenez.fr





- ¹ Holmquist C. et Carter S. (2009), The Diana project: pioneering women studying pioneering women, Small Business Economics, vol. 32, n° 2, P. 122. In Didier CHABAUD et Typhaine LEBEGUE, *Femmes dirigeantes en PME : Bilan et perspectives*, Revue Interdisciplinaire Management et Humanisme (RIMHE), n°7 - mai/juin/juillet 2013, P.45.
- ² On parle de l'Indice Sexospécifique du Développement Humain (ISDH). C'est est un [indicateur statistique](#) composite (sans unité). Il se rapproche de l'[Indice de Développement Humain](#) (IDH), dont il reprend les variables mais tient compte des inégalités entre hommes et femmes. Il compte ainsi comme critères l'[espérance de vie](#) à la naissance des populations féminines et masculines, le taux d'[alphabétisation](#) et de [scolarisation](#) des hommes et des femmes et la part estimée des revenus du travail pour les hommes et les femmes.
- ³ Les actes du Congrès International Francophone en Entrepreneuriat et PME (CIFEPME), Robert Paturel et Zahra Arasti, "*Les principaux déterminants de l'entrepreneuriat féminin en Iran*", Fribourg Suisse, 25-27 octobre 2006, P.3.
- ⁴ STARCHER Diane Chamberlin, *Femmes entrepreneurs : catalyseurs de transformation*. In www.bahai-library.com/pdf/s/starcher_femmes_entrepreneurs.pdf, (le 11/02/2014 à 17h32).
- ⁵ LAVOIE Dina, *Les entrepreneures: pour une économie canadienne renouvelée*, Conseil Consultatif canadien sur la situation de la femme, Ottawa, 1988, P. 3.
- ⁶ GEM, *Global Entrepreneurship Monitor, Global Report*, 2007.
- ⁷ STARCHER Diane Chamberlin, *Femmes entrepreneurs : catalyseurs de transformation*. In www.bahai-library.com/pdf/s/starcher_femmes_entrepreneurs.pdf, (le 11/02/2014 à 19h00).
- ⁸ Aude d'ANDRIA et Katia RICHOMME-HUET, "*Lorsque l'enfant paraît. Le mumpreneuriat : une réponse entrepreneuriale aux opportunités et contraintes de la maternité ?*", Les actes du 7ème Congrès de l'Académie de L'Entrepreneuriat et de l'Innovation, Paris, 12-15 octobre 2011, PP.2-3.
- ⁹ CONSTANTINIDIS Christina, "*Les femmes entrepreneures et la transmission d'entreprise*", Les 1^{ères} Journées George Doriot – 16 & 17 mars 2006 – Deauville. In www.ecole-management-normandie.fr/journees_doriot/wp-content/uploads/2010/04/DORIOT2006-Constantinidis.pdf, (le 12/02/2014 à 16h33).
- ¹⁰ CONSTANTINIDIS Christina, Op.cit, In www.ecole-management-normandie.fr/journees_doriot/wp-content/uploads/2010/04/DORIOT2006-Constantinidis.pdf, (le 12/02/2014 à 16h45).
- ¹¹ www.robeez.fr/fr-fr/about/sandra.htm. In les actes du 11^{ème} Congrès International Francophone en Entrepreneuriat et PME (CIFEPME), Aude d'ANDRIA et Katia RICHOMME-HUET, "*Le mumpreneuriat : étude de l'impact de la maternité en entrepreneuriat*", Brest, Le 24,25 et 26 octobre 2012, P.3.
- ¹² Froger, (V.), *Le guide des Mompreneurs. Ma boîte et mes enfants d'abord... ! 20 témoignages d'entrepreneurs*, Eyrolles, Editions d'Organisation, Paris, 2010.
- ¹³ Froger, (V.), *Le guide des Mompreneurs. Ma boîte et mes enfants d'abord... ! 20 témoignages d'entrepreneurs*, Eyrolles, Editions d'Organisation, Paris, 2010, P.15.
- ¹⁴ Nel (P.), Maritz (A.) and Thongprovati (O.), "Motherhood and Entrepreneurship: The Mumpreneur Phenomenon", *The International Journal of Organizational Innovation*, Vol. 3 No.1, 2010, PP. 6-34.
- ¹⁵ Duberley (J.) and Carrigan (M.), "The career identities of 'mumpreneurs': Women's experiences of combining enterprise and motherhood", *International Small Business Journal*, March, 2012, PP.1–23.
- ¹⁶ www.les-mompreneurs.com/presentation/notre-histoire/id-menu-17.html, (le 15/02/2014 à 17h36).
- ¹⁷ www.lemaghreb.dz/?page=detail_actu&rubrique=Nation&id=62356, (le 09/03/2014 à 19h38).
- ¹⁸ www.algerie-actualites.com/article.php?id_article=8006, (le 10/03/2014 à 20h07).
- ¹⁹ GILLET Anne, 2007, *Emploi et entrepreneuriat des femmes en Algérie: des dynamiques entre traditions et innovations*, PME, EMPLOI ET RELATIONS SOCIALES France – Maghreb.

