



Les 6^{èmes} Journées Scientifiques Internationales sur
l'Entrepreneuriat

Thème :

L'Entrepreneuriat:

Opportunités, contexte et mise en œuvre



Le rôle des réseaux dans le développement de
l'Entrepreneuriat Féminin en Algérie

Nom & Prénom : Hadj Slimane

Nom & Prénom : Berber



Introduction

L'entrepreneuriat est considéré comme un déterminant majeur des performances économiques, s'agissant notamment des progrès dus à l'innovation. L'importance de son rôle structurel et du dynamisme qu'il impulse dans toutes les économies n'est plus à démontrer.

Donc, l'entrepreneuriat dynamise le milieu par la création d'emplois, l'exploitation des ressources, l'utilisation des talents et de la créativité des personnes, l'émulation auprès de la population, surtout auprès des jeunes et aussi par la diversification et la complémentarité des entreprises, petites et grandes, afin d'assurer une certaine stabilité et pérennité de l'économie locale et régionale.

Les différentes recherches en sciences sociales affirment souvent que le développement d'une société se mesure au degré d'implication de ses femmes. L'analyse de l'entrepreneuriat féminin est intimement liée à l'analyse du marché du travail et de la place de la femme au sein de la société. Intégrer la femme dans le monde du travail implique un cadre adapté également aux coutumes.

Reconnaissant les capacités et les compétences des femmes algériennes dans tous les domaines d'activité, l'Etat met l'accent sur la nécessité d'œuvrer à augmenter le nombre de femmes dans les affaires, par différentes actions telles que le lancement de plusieurs clusters¹ dans différents secteurs d'activités, et la création de nombreuses entreprises dans le cadre de l'économie verte, où beaucoup de femmes sont porteuses de projets ; c'est un des leviers de la croissance et de l'employabilité, sur les métiers de demain et l'intégration du tissu industriel local dans une nouvelle dynamique entrepreneuriale mondiale liée à la labellisation sociale et environnementale.

Les femmes entrepreneurs nécessitent une aide supplémentaire en termes de Networking², c'est-à-dire se constituer en réseau. Il est essentiel, d'encourager l'adhésion des femmes entrepreneurs à des réseaux, qu'ils s'agissent de réseaux professionnels féminins ou des réseaux professionnels de branches, sans différenciation de genre.

C'est dans ce contexte que nous posant la question suivante : quels sont les dispositifs d'accompagnement et les pratiques professionnels des femmes entrepreneurs en Algérie ?

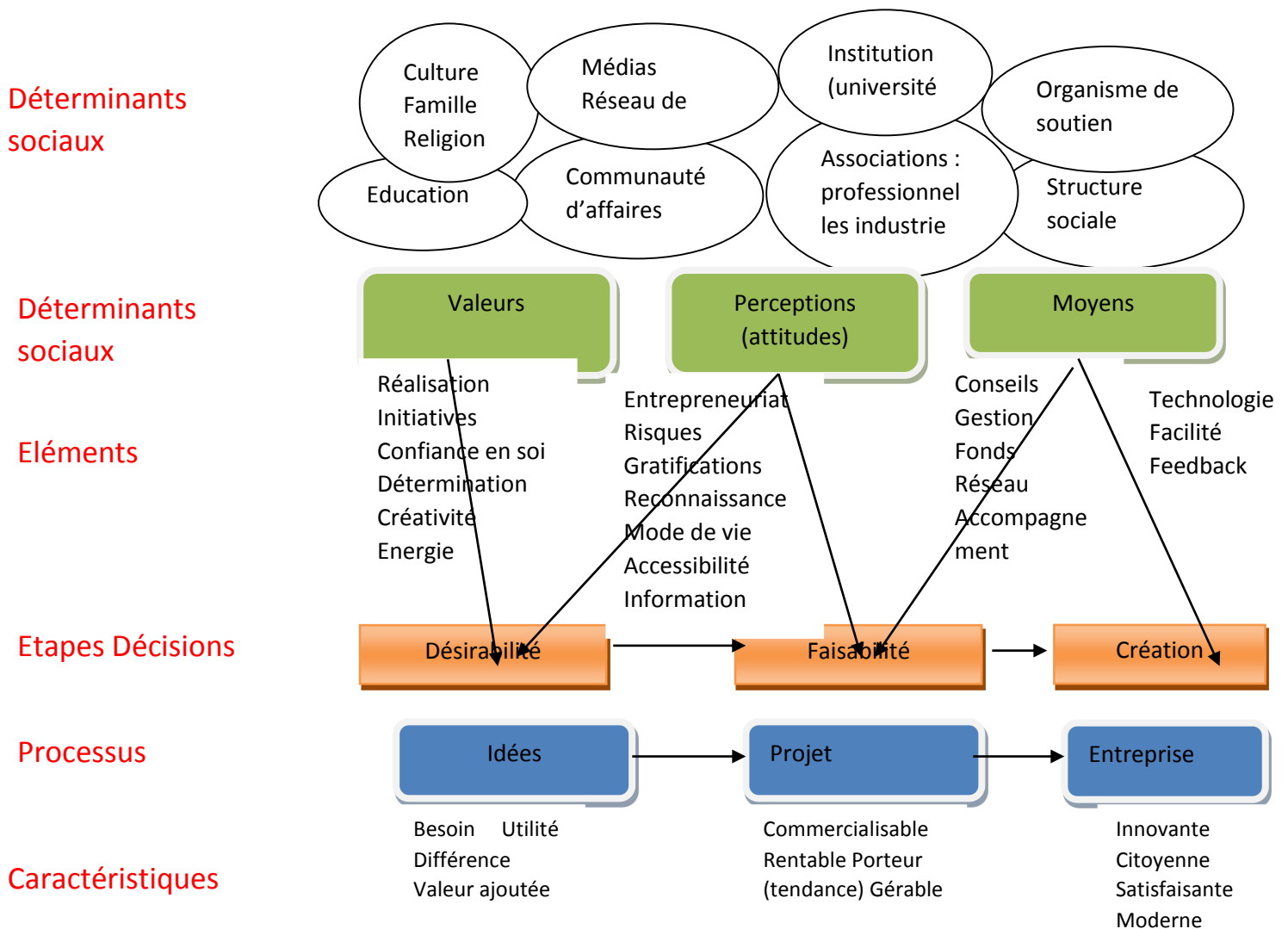
Tout d'abord nous allons faire le point sur les principaux déterminants de l'entrepreneuriat à partir d'un certain nombre d'études sur le sujet. Ensuite nous tenterons de décrire les principales caractéristiques de l'entrepreneur et enfin énumérer certains réseaux d'accompagnement de femmes entrepreneurs en Algérie et les mesures d'accompagnement.



1. Les déterminants du processus entrepreneurial :

Même si la discipline est relativement jeune, il commence à émerger maintenant une certaine convergence dans la recherche sur l'entrepreneuriat quant aux influences majeures sur le processus de création d'entreprises, surtout en ce qui concerne les facteurs de l'environnement. La figure qui suit représente l'ensemble des déterminants qui peuvent influencer le processus entrepreneurial. Son intérêt réside dans la mise en évidence d'une réalité fortement complexe et dynamique. Les différents niveaux d'analyse font apparaître non seulement la multiplicité des liens et des causalités, mais aussi l'interpénétration constante des problématiques individuelles et sociales. Cette figure n'est qu'une représentation simple et partielle de la réalité afin de mieux comprendre et d'appréhender les phénomènes et que cette illustration ne peut pas être totalement généralisée car chaque milieu possède sa dynamique propre et ses particularités.

Figure 1. Environnement et entrepreneuriat



Source : Yvon GASSE, entrepreneuriat et environnement, centre de recherche l'entrepreneuriat et PME, université Laval



1.1. Désirabilité

Avant tout l'entrepreneuriat est un style de vie, une façon d'être pour cela il est important de connaître les facteurs qui peuvent influencer immédiatement cette attraction ou sa désirabilité. Parmi ces facteurs on trouve les facteurs culturels et sociaux qui impactent directement la désirabilité d'une action. Lorsqu'on trouve un milieu qui valorise la création d'entreprise cela résulte en une perception positive chez les personnes qui composent ce milieu. La désirabilité englobe deux dimensions :

- D'abord la perception que les retombées du comportement entrepreneurial seront personnellement désirables,
- et la perception qu'ils seront aussi socialement désirables.

Parmi les éléments les plus courants et qui peuvent influencer la désirabilité :

- **La famille et les proches** : On peut dire qu'un jeune grandissant avec des parents, une famille ou encore des proches dans un milieu d'affaires est propice à devenir un entrepreneur, plusieurs études ont démontré cela³
- **Le milieu immédiat** : on remarque que certaines sociétés, communautés ou groupes véhiculent plus facilement les valeurs entrepreneuriales que d'autres et cela a été confirmé par Drucker qui explique que l'émergence d'une économie entrepreneuriale est autant un événement culturel et psychologique qu'un événement économique ou technologique⁴.
- **Le niveau d'instruction et de compétence** : plusieurs études expliquent que le niveau d'instruction des entrepreneurs est plus élevé en le comparant avec le reste de la population cela s'explique par leurs compétences qui peuvent conditionner l'efficacité personnelle perçue dans l'accomplissement des tâches requises. De façon générale, les perceptions de compétence peuvent fortement influencer la vision de la personne quant à savoir si une situation donnée est maîtrisable. Si cette personne se perçoit comme compétente, elle aura tendance à mieux considérer une action, comme la création d'une entreprise, comme faisable⁵.
- **Le profil psychologique** : plusieurs études ont confirmé l'importance de la dynamique psychosociologique dans la création de nouvelles entreprises, l'entrepreneur fait preuve de beaucoup de motivation et de persévérance dans leurs efforts. Les entrepreneurs qui mettent sur pied des entreprises à fort potentiel de croissance s'engagent dans un processus qui exige leur créativité et leur participation entière et totale. L'entrepreneur qui réussit à lancer une entreprise démontre un haut niveau de détermination et de constance dans la solution des divers problèmes et des difficultés rencontrés. Il aime le risque, et ne se laisse pas intimider par la complexité des situations.
- **L'expérience et l'âge** : L'expérience et l'âge du fondateur au moment où il est intéressé à lancer une affaire entrent également en jeu. Des gens de tous âges se lancent en affaires, les plus jeunes manquent souvent d'expérience, de contacts et de financement; les plus âgés, eux ont des contraintes familiales et professionnelles.





1.2. Faisabilité

Plusieurs facteurs externes, souvent indépendants de l'individu influencent l'entrepreneuriat. Ces facteurs créent une interaction pour la réalisation d'un climat favorable à l'entrepreneuriat mais ce climat peut se modifier avec le temps au point où on peut dire que l'entrepreneuriat du passé conditionne l'entrepreneuriat de l'avenir. Pour cela l'entrepreneur doit non seulement percevoir la désirabilité de l'acte mais aussi il faut qu'il soit raisonnablement faisable. On parle de faisabilité par rapport à la présence et à l'accessibilité de moyens et de ressources (capacité de l'entrepreneur, environnement...) pertinents à la création d'entreprise.

- **Les perceptions de l'entrepreneur** : La décision de créer une entreprise est fonction de la perception qu'a l'entrepreneur des risques et des gratifications qu'elle comporte, ainsi que de la connaissance qu'il a des sources de financement, des individus et des organismes qui pourraient lui venir en aide et le conseiller.
- **Les attitudes du milieu** : L'attitude du milieu vis-à-vis des gens d'affaires et de l'entrepreneur influence de façon importante cette décision. Malheureusement, cette dimension socioculturelle du processus entrepreneurial apparaît moins tangible et plus mystérieuse que les constituants économique-psychologiques. C'est peut-être moins évident, mais c'est tout aussi fondamental⁶.
- **Les groupements d'entreprise** : L'emplacement de l'entreprise est considéré aussi comme un facteur très important car il lui facilite la création de partenariat ou de groupes de travail qui achètent et vendent leurs produits. Cela offre des attraits particuliers aux yeux des entrepreneurs.

1.3. Création (Moyens)

C'est vrai que la désirabilité et la faisabilité représentent des éléments essentiels dans la création d'entreprise mais cela n'est pas suffisant, pour passer à l'action, l'entrepreneur doit avoir les moyens et les ressources nécessaires (humaines, financières, matérielles...) au bon moment et au bon endroit.

- **La localisation** : Quand un entrepreneur crée une nouvelle entreprise, il quitte en général une organisation. Les caractéristiques de cette organisation que l'on pourrait appeler «incubatrice», influence l'entrepreneur de différentes façons. Tout d'abord, l'organisation incubatrice a une influence sur l'emplacement de la nouvelle entreprise. Même si le fondateur a déjà fait preuve d'une certaine mobilité sur le plan géographique, il s'éloigne rarement quand il crée une nouvelle entreprise. En lançant une affaire dans la région où il travaille, l'entrepreneur peut utiliser une information de première main sur les marchés et les fournisseurs et obtenir de l'aide de ses proches.



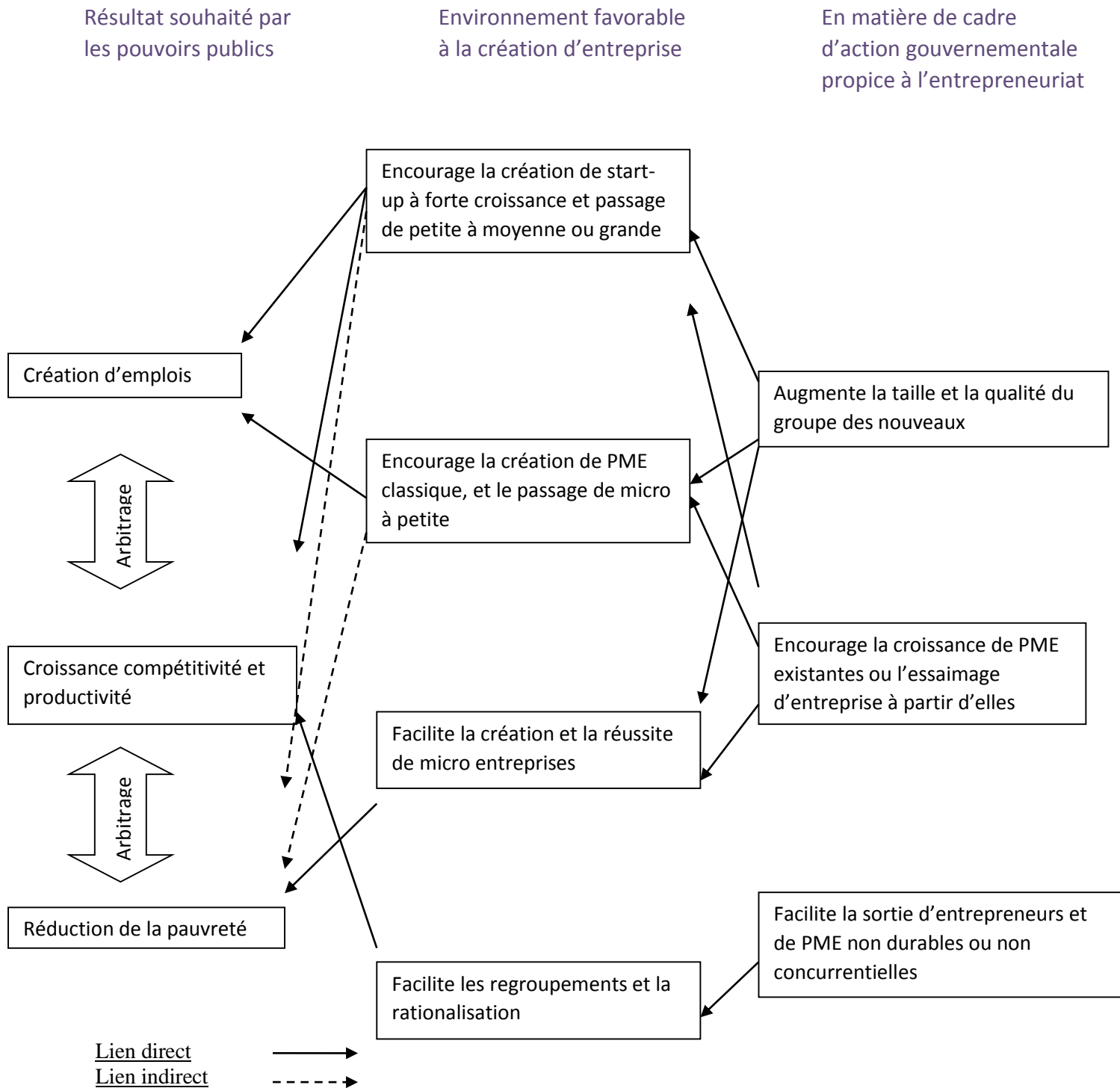


- **La nature des entreprises** : cela veut dire que les nouvelles entreprises créées dans une région a de grande chance d'avoir un lien avec la nature des organisations déjà en place. On peut citer comme exemple les entreprises de hautes technologies où les dernières connaissances dans les domaines technique et commercial sont essentielles à la réussite.
- **Les facteurs déclencheurs** : on peut remarquer que plusieurs entrepreneurs ont fondé leurs entreprises à la suite de difficultés internes ou de changement dans l'entreprise d'origine, et cela est produit aussi par l'insatisfaction des relations avec leurs supérieurs. Pour cela l'organisation d'origine semble aussi influencer les motivations de l'entrepreneur⁷.
- **L'essaimage** : Défini comme le choix délibéré d'un employeur d'appuyer par des mesures variables la création d'entreprises par ses employés⁸, le taux d'essaimage semble varier grandement, même parmi les entreprises d'une même industrie. Plusieurs études ont montrés que le taux d'essaimage est plus important dans les petites entreprises que dans les grandes et cela s'explique par la facilité d'acquisition de connaissances, de marchés...⁹.
- **La formation d'équipes** : Cooper & al ont montré que les entreprises créées par des équipes réussissent mieux dans l'ensemble. La complexité actuelle dans la technologie, la gestion fait appel à une variété de compétences¹⁰.
- **La présence d'universités** : l'université est considéré comme étant le noyau de la recherche scientifique et cela explique un fort potentiel de croissance, qui contribue à attirer des jeunes gens compétents, embauchés par la suite par de nouvelles entreprises en fournissant des services de consultation, d'expertise et de formation continue.

La figure suivante représente d'une façon très condensée et simplifiée les principales relations entre résultats, environnement d'entreprise et options d'action.



Figure : Le rôle des facteurs influant sur l'activité entrepreneuriale



Source : BRANDT N. (2009) "Business Dynamics, Regulation and Performance", document de travail de la DSTI, OCDE, 2004/3.



Par exemple, un gouvernement qui vise pour résultat la création d'emplois, peut chercher à augmenter la taille ou la qualité du groupe des candidats entrepreneurs, et/ou choisir d'encourager la croissance d'entreprises existantes. L'importance relative qu'il accorde à cet objectif, comme sa façon de procéder, dépendra des circonstances auxquelles il se trouve confronté, et des ressources dont il dispose. Il cherchera peut-être à instaurer le climat d'affaires le mieux adapté aux entreprises à forte croissance, auquel cas il peut également obtenir des gains de productivité et de compétitivité, mais aussi encourir des pertes à court terme, du moins par rapport à ses objectifs de recul de la pauvreté.

2. Les caractéristiques individuelles favorables à l'entrepreneuriat

Plusieurs études se sont intéressées à connaître les caractéristiques individuelles favorables à l'entrepreneuriat, et nous avons pu identifier neuf caractéristiques en écartant le facteur de la chance et de la santé qui représentent des déterminants importants dans certains projets :

- La tolérance à l'ambiguïté, la confiance, et l'optimisme: L'ambiguïté est inhérente au phénomène entrepreneurial. Rien n'est écrit par avance et les surprises sont inévitables. L'avenir est par essence, incertain et indéterminable ou inconnu.

La confiance, d'abord en soi et l'optimisme permettent de tolérer l'ambiguïté, mais il subsiste toujours des espaces incontrôlables ou inconnus.

Donalds Kuratko et Richard Hodgetts évoquent également la tolérance pour les erreurs, c'est à dire la capacité à apprendre des erreurs commises, lesquelles constituent des véritables expériences sur laquelle on peut capitaliser par la suite¹¹.

- La perception et l'estimation des risques : un vrai entrepreneur est généralement reconnu. Pratiquement il est général reconnu qu'un entrepreneur sait s'engager personnellement là où d'autres ne s'y risqueraient pas. Le projet de création d'entreprise s'insère dans un environnement organisationnel, social, culturel, économique, plus ou moins favorable. Une des caractéristiques clés de la situation considérée est l'existence de la perception d'un degré d'incertitude plus ou moins élevé (lié à l'intensité du changement pour l'individu et pour l'environnement)

- Une forte capacité de travail et la résistance au stress : Il suffit de discuter avec des créateurs pour comprendre à quel point le phénomène entrepreneurial dont-ils ont l'initiative a consommé d'énergie.

L'observation du terrain confirme ainsi la proposition théorique selon laquelle le processus entrepreneurial démarre par une accumulation d'énergie, qui sera ensuite dépensée pour attirer les différentes ressources dont les créateurs ont besoin pour faire décoller leur entreprise.





- La créativité: la créativité se révèle et s'apprend par des méthodes aujourd'hui éprouvées. Elle est à la base de tout le processus d'innovation.
- La capacité de convaincre et de communiquer: L'exercice de conviction est permanent. Il faut convaincre les possesseurs de ressources d'adhérer au projet d'entreprendre en apportant leurs concours. L'échange de valeur place l'entrepreneur en perpétuelle position de négociation et ses qualités en termes de communication s'avèrent importante.
- La capacité à conduire l'organisation et l'équipe vers le futur souhaité : L'entrepreneur doit présenter des qualités de leadership. Le leader est celui sachant justement guider les autres, qu'il aura acquis à sa cause, vers l'atteinte des buts et objectifs.
- Une focalisation sur les opportunités d'affaires : Avant de se préoccuper des ressources, de la stratégie et de la configuration organisationnelle nécessaire à la réalisation de celle-ci, tout entrepreneur a détecté ou construit une opportunité d'affaires, et ses actions, ses buts et ses objectifs sont orientés vers l'exploitation de cette opportunité.
- Le sens de l'initiative, la responsabilité et l'intégrité : Prendre l'initiative de créer une entreprise responsabilise personnellement l'entrepreneur. Sa responsabilité est engagée vis-à-vis de toutes les parties prenantes qu'il aura convaincues, au premier chef desquels sa famille, puis les salariés, les actionnaires, les prêteurs de capitaux, etc. Une affaire en démarrage pose toujours une question d'éthique et adopter le comportement afférent constitue une ligne de conduite pour les salariés. Il en résulte un gage d'intégrité apprécié par les partenaires. L'entité créée n'ayant pas toujours une histoire accessible, ces partenaires parient sur un entrepreneur en qui ils peuvent avoir confiance.
- L'ouverture d'esprit et les capacités d'apprentissage : Il n'est pas difficile d'imaginer qu'un créateur entreprenant pour la première fois doit apprendre beaucoup durant les premières années de son entreprise. Outre ses capacités intrinsèques à l'apprentissage, son ouverture d'esprit, sa curiosité et sa capacité d'écoute le serviront.

3. Les réseaux d'accompagnement spécifiques aux femmes :

L'environnement social et professionnel – qualifié de réseau- est considéré comme un facteur important dans la décision d'entreprendre et dans la performance de l'entreprise. Les anciens salariés ou spécialistes d'un domaine semblent faire appel à leur entourage professionnel lors de la mise en place de leur projet. Par la suite, l'accès au financement ou l'ouverture de nouveaux marchés pour le développement de l'entreprise implique d'être induit dans divers réseaux professionnels.





Les initiatives existent pour permettre aux femmes entrepreneurs ou souhaitant lancer une activité de se mettre en réseau. Ces réseaux réservés aux femmes se justifient dans la mesure où, ces dernières rencontrent des difficultés particulières et ont une appréhension du risque, une peur d'échouer ... différentes de celles des hommes. Donc, on peut supposer qu'elles ont besoin de conseils ou d'aides particulières. Une mesure ciblée sur les femmes consisterait à inciter les associations à conditionner leur action à l'inscription des créatrices dans une base de données spécifique.

En Algérie, il existe un certain nombre d'association spécifiques aux femmes désireuses de développer leur entreprise. Parmi elles : (liste non exhaustive)

3.1.AFAD (L'Association Femmes Algériennes pour le Développement)

Cette association est affiliée au Ministère de l'intérieur et des collectivités locales. Elle œuvre depuis plus de vingt ans pour l'amélioration de la situation des femmes en Algérie et ailleurs.

Dans ce sens, elle réalise des projets ambitieux et souvent pionniers dans un contexte particulièrement difficile pour les acteurs de la société civile, car elle assure la formation, l'insertion et la réinsertion des femmes par l'entrepreneuriat social et leur accompagnement dans la défense de leurs droits sociaux. Pour ce faire, l'association a créé une structure d'accueil « Dar El Insania » destinée aux femmes en détresse. Elle leur offre l'hébergement d'urgence et une aide pour se reconstruire peu à peu et pour retrouver une dignité bafoué.

a. Objectif de l'association :

L'objectif de l'AFAD est de rendre toutes les femmes victimes de violences physiques et psychologiques autonomes et capables de se prendre en charge. Etre libre financièrement, c'est la condition nécessaire pour réintégrer la société et être un citoyen à part entière.

Pour y parvenir, l'AFAD a mis en place plusieurs ateliers de formations. Les femmes hébergées peuvent ainsi acquérir un savoir faire en couture, dans l'art culinaire ou l'informatique. A leur sortie de « Dar El Insania », elles peuvent trouver un emploi ou se lancer dans l'entrepreneuriat.

Grâce à la fondation Arcelor Mittal, une dizaine de femmes formées à l'AFAD ont bénéficié de crédits d'une valeur de 100.000 DA afin de développer une activité économique sous forme de micro entreprises. Ainsi, devenues autonomes, elles aident à leur tour les autres femmes à sortir de la dépendance¹².

3.2.RAFEV (Réseau des Femmes Actives en Economie Verte en Algérie)¹³

Le Réseau Algérien des Femmes en Economie Verte, RAFEV, est un espace ouvert aux femmes, qui opère particulièrement dans le domaine de l'économie verte et des énergies renouvelables.





Créé en Novembre 2012, ce réseau est l'œuvre d'un groupe de femmes actives, engagées et mobilisées pour investir leur savoir et leurs compétences afin de rendre l'économie verte l'économie de demain. Le réseau est un forum de promotion des bonnes pratiques sociétales et de développement durable.

Conscientes du potentiel de croissance et d'innovation important que recèle ce domaine, les membres du réseau visent à contribuer activement au développement économique en Algérie. La vocation du « RAFEV » est de rassembler, à l'échelle nationale, l'ensemble des organismes qui peuvent apporter leur contribution à la promotion de cette économie verte, au niveau des praticiens, des chercheurs, des universitaires, des associations professionnelles, des institutions et administrations publiques et privées, les pépinières d'entreprises,...

Le réseau vise également à promouvoir l'économie verte et l'entrepreneuriat des femmes, à les accompagner dans leur démarche de création d'entreprise et de suivi et enfin à les orienter vers les secteurs d'activités liés au développement durable tout en créant d'autres réseaux.

a. Principales missions de RAFEV :

- ✓ Activer pour la promotion de l'économie verte ;
- ✓ Identifier et communiquer sur les potentialités et les opportunités dans l'économie verte ;
- ✓ Créer une dynamique professionnelle capable d'influencer les milieux économiques, sociaux et politiques ;
- ✓ Accompagner les femmes et les jeunes lors de la création de leurs entreprises sur les aspects de durabilité ;
- ✓ Valoriser les initiatives des femmes et des succès-stories dans l'économie verte en Algérie.

b. Domaines d'intervention de RAFEV

- ✓ Organiser des rencontres nationales et régionales ;
- ✓ Développer des plates-formes d'échange, d'information et de données ;
- ✓ Initier des programmes de sensibilisation pour l'éveil de la conscience environnementale ;
- ✓ Initier des actions favorisant l'émergence d'une vision intégrée du développement durable par la promotion d'initiatives locales, le coaching de jeunes entrepreneurs et la mise en contact des PME créées et gérées par des femmes.

3.3.AME (Association Nationale des Algériennes Managers et Entrepreneurs)¹⁴

AME rassemble des adhérentes dirigeantes de sociétés Sarl, Spa, Snc ou Eurl, à l'échelle nationale chacune excellent dans son domaine, avec des compétences complémentaires et une particularité qui les différencie les unes des autres.

Cette association permet de créer un cadre où les élites féminines du monde de l'industrie et des services puissent conjuguer leurs énergies pour accompagner le pays. Elle permet de créer une dynamique nationale où les femmes managers, chefs d'entreprises, femmes artisanes et toute femme porteuse de projet à travers tout le pays de trouver de réelles chances de s'épanouir, et de nouvelles opportunités. Ainsi, que de contribuer à l'aide au développement en milieu économique pour favoriser l'intégration de la femme au marché du travail.





a. Objectifs de l'association :

- ✓ C'est un projet lié à une vision moderniste de la femme chef d'entreprise, en fait à une vision moderniste de la société.
- ✓ Création d'un nouveau modèle d'entreprise : entreprise citoyenne et se distinguant par sa bonne gouvernance. Elle prône une entreprise innovante, performante, compétitive et évoluant aux standards d'excellence internationaux.
- ✓ L'association de chefs d'entreprises ouvertes sur le monde, innovatrices et en accord avec leur temps : « think global, act local ».
- ✓ L'association est à l'avant-garde des grands combats de l'entreprise algérienne pour donner au pays le rang qui lui revient.
- ✓ L'association permet de développer une conception et d'études prospectives. Elle veut s'imposer comme force de proposition en apportant des visions et approches innovantes, en rupture avec les clichés ambiants.
- ✓ Pour être crédible et atteindre ces objectifs, l'Association veut incarner le sérieux et la rigueur et s'imposer d'être un modèle de hautes valeurs morales, de transparence et de démocratie.

b. Les valeurs de l'AME :

- ✓ La promotion d'une entreprise moderne, facteur de l'épanouissement et d'affirmation sociale pour la femme.
- ✓ La défense de l'intérêt national
- ✓ La citoyenneté d'entreprise, la bonne gouvernance et la transparence
- ✓ L'encouragement à l'émergence d'entreprises menées par des femmes
- ✓ L'éthique et la moralité
- ✓ L'ouverture sur le monde et l'adaptation constante au changement
- ✓ L'innovation et la recherche de l'excellence
- ✓ La volonté d'atteindre un standard international de qualité.

c. Les principes de d'Organisation et de Fonctionnement

1. Contact dense et interactivité entre direction et membres. Le lien base-sommet doit être qualitativement riche.
2. Sentiment d'adhésion fort, car chacune se sent consultée et se reconnaît dans les décisions prises.
3. Organisation vivante, comme un arbre dont chaque élément est en permanence irrigué par la sève.
4. Encouragement des meilleurs et détection systématique des hauts potentiels
5. Transparence et éthique dans la gestion
6. Evaluation permanente des procédures, des systèmes et des personnes
7. Circulation fluide d'information, de haut en bas et de bas en haut !; l'excellente circulation de l'information permet de déceler les déviations par rapport aux valeurs et à la vision de l'Association et de les corriger à temps.





8. Transversalité, multidisciplinarité et recherche de synergie. Encouragement des contacts et relations entre membres des différentes régions et de différents métiers complémentaires.

3.4. AFCARE (Association des Femmes Cadre Algériennes)¹⁵

Créée en 1998, l'association milite pour la promotion des femmes cadres et n'hésite pas à travailler avec les institutions. L'association travaille à donner les moyens aux femmes de s'imposer en milieu professionnel. L'association a une antenne dans la wilaya de Chlef où elle y organise des rencontres entre femmes, des projections et des formations diplômantes.

L'association utilise des outils tels que le lobbying, la création de réseau et la formation pour les 200 adhérentes. Elle organise des rencontres sur des thèmes d'actualité à la quelle elle invite des décideurs : débats sur les lois de finance ou sur les exportations d'hydrocarbures, les sujets abordés permettent aux femmes d'être au courant des nouveautés et de créer un réseau.

3.5. Association Lala Nfissa pour la sensibilisation et la promotion de la femme rurale¹⁶:

Créée en 1998, l'association a pour objectif d'intensifier les actions de vulgarisation et la sensibilisation de la femme rurale dans les domaines de la santé, l'agriculture, l'éducation et l'environnement. Cette association est affiliée à l'institut de Recherche en Agronomie.

a. Objectifs et domaines d'action :

- ✓ Sensibiliser la femme rurale sur l'amélioration de ses conditions de vie et de travail ;
- ✓ Luter contre la pauvreté (élaboration de projets générateurs de revenus) et l'analphabétisation;
- ✓ Encourager la scolarisation de la petite fille rurale ;
- ✓ Agir pour la défense des intérêts socioprofessionnels et garantir l'égalité entre femmes et hommes en milieu rural ;
- ✓ Sensibiliser les responsables politiques et les élus locaux sur l'importance des efforts fournis par les femmes et l'ampleur de leur problèmes ;
- ✓ Faciliter l'insertion de la femme auprès des pouvoirs publics et privés, nationaux et internationaux ;
- ✓ Créer des relations de partenariat avec les ONG nationales et internationales ;
- ✓ Développement de l'esprit d'entreprise et création de petites entreprises (Micro-financement).





3.6. Prélude Alger¹⁷ :

Créée en 1998, l'association est affiliée à l'UNESCO, le RIOD et le Réseau international d'ONG sur le Désertif. L'association favorise l'écodéveloppement avec la mise en valeur des diverses formes de savoir-faire traditionnel en milieu rural. L'association veut intégrer les femmes rurales dans le processus économiques en passant d'une activité de survie à une activité plus rémunératrice, favoriser l'intégration économique des jeunes et sensibiliser la population rurale au concept de genre.

En Mars 2000, Prélude Alger a démarré un projet qui a pour objectifs de promouvoir le savoir-faire des femmes rurales et d'améliorer leurs revenus et leurs conditions de vie.

Des activités sont entreprises pour promouvoir la fabrication du couscous, du paprika, de la poterie et la vannerie. Les produits doivent être distribués par la création d'un réseau dynamique entre femmes travaillant dans la poterie, la vannerie et la couture pour la fabrication des emballages. Les produits ainsi finis doivent être écoulés tant au niveau local qu'international par le biais d'une entreprise de distribution où jeunes filles et garçons sont impliqués et initiés aux activités commerciales, avec un partenaire visible tel que la Coopération de distribution à Ferrara.

4. Démarche d'accompagnement pour les femmes à la création d'entreprise :

Elle peut être abordée à deux niveaux :

- **Dans un organisme ou dans un projet** : elle s'organise en cinq étapes :
 1. Réaliser un diagnostic, avoir des données selon le genre et préciser le niveau d'(in)égalité dans leurs champs d'action. (état actuel)
 2. Fixer les objectifs d'égalité homme/femme (état souhaité)
 3. Développer une stratégie pour passer de l'état actuel à l'état souhaité : définir des actions prenant en compte les situations différenciées des hommes et des femmes, à chaque phase du parcours de création.
 4. Définir des indicateurs sexués (qualitatifs et quantitatifs) pour vérifier la réalisation des objectifs et mesurer les progrès.
 5. Procéder à une évaluation continue de l'intégration de l'approche de genre et une évaluation finale des effets du projet pour les hommes et pour les femmes (impacts de genre).
- **Dans les situations directes d'accompagnement** : à savoir toutes situations de face à face, d'entretiens individuels, d'animation de réunions d'information collective, d'analyse des motivations des publics, de suivi..., elle est partie prenante d'une évolution des pratiques professionnelles





Conclusion :

Comme nous avons pu le constater, le marché de l'entrepreneuriat n'est plus limité aux entrepreneurs hommes, la concurrence féminine dans le domaine de création et de direction d'entreprises se développe dans les différents secteurs d'activité.

Il est évident que les femmes chefs d'entreprises jouent un rôle bien plus important dans les économies du monde entier qu'on ne le pensait auparavant, mais elles sont encore peu nombreuses par rapport aux entrepreneurs masculins.

Dans un contexte où le climat est plus facile pour l'investissement, riche en matière d'outils et actions promotionnelles, favorisé par des efforts de communication et de formation, facilitant l'accès aux opportunités économiques et tirant partie des avantages des dispositifs d'aides instaurés par l'Etat, les entreprises féminines peuvent se renforcer et améliorer leur performances. Et ceci, en favorisant le partenariat et le réseautage, tout en s'ouvrant sur les autres pays ce qui peut contribuer à renforcer la concurrence et à diversifier l'économie algérienne.





Bibliographie :

Bernard C., Le Moign C., Nicolai J.-P., « L'entrepreneuriat féminin », Document d'étape, Centre d'Analyse Stratégique CAS, N°2013-06, avril 2013.

Cooper & al, «New Business in America, The Firms and their Owners, NFIB Foundation, Washington 2005

Entreprendre au féminin: *Des opportunités pour elles. Une clé pour la compétitivité et l'emploi*, ministères de l'éducation nationale, de l'enseignement supérieur et de la recherche, des droits des femmes...

Etude : Promotion des jeunes et des femmes dans l'économie verte en Algérie, BMZ/GIZ/DEVED/SEQUA Version intégrale /Mars 2012.

Guide « Accompagner autrement », Ministère du travail, de l'emploi. Groupe de travail copiloté par : Béatrice Borghino pour la Délégation Régionale aux Droits Des Femmes et A l'Egalité, Province –Alpes-Côte D'Azur et Jean Paul Demany pour la Mission EDE du Contrat de Ville De Marseille.travail-emploi.gouv.fr/IMG/pdf/guide_accompagner_autrement.pdf

Guide D'appui au développement de l'entrepreneuriat féminin au Maghreb, INVEST IN MED, Etude N°23/ Septembre 2010. AFEM (Association des Femmes Chefs d'Entreprises du Maroc).

Fayolle A., « l'entrepreneur, ferment de l'économie et de la société » revue l'ART D'ENTREPRENDRE, 31 mai 2007, P65.

Fortin P.A, « la culture entrepreneuriale : un antidote à la pauvreté, Edition de la Fondation de l'Entrepreneurship, Québec, 2002

GASSE Y., entrepreneuriat et environnement, centre de recherche l'entrepreneuriat et PME, université Laval.

GASSE Y., Diochon M. & Menzies T.V « les entrepreneurs naissants et la poursuite de leur projet d'entreprise, document de travail, centre d'entrepreneuriat et de PME, université LAVAL, 2009





Les Marges

¹ **Cluster**: c'est un pôle de compétitivité est une région généralement urbanisée où s'accumulent des savoirs faire dans un domaine technique ou autre.

² **Networking**: c'est un réseau social ou un ensemble d'identités sociales, telles que des individus ou des organisations reliées entre elles par des liens créés lors d'interaction sociales. Il se représente par une structure ou une forme dynamique d'un groupement social... <http://fr.wikipedia./wiki/Networking>

³ Gasse & d'Amours, « attitudes and entrepreneurial Action: Exploring the link », paper presented to the ASACconference, Winnipeg, mai 2002, P76.

⁴ Drucker P.F, Innovation and entrepreneurship, Harper & Row, 1985

⁵ Krueger N. « The cognitive infrastructure of opportunity emergence » entrepreneurship Theory and practice, Vol 24, 2000, P 36.

⁶ Gasse Yvon, « l'influence du milieu dans la création d'entreprise », centre d'entrepreneuriat et de PME, université LAVAL 2010

⁷ Fayolle Alain, « l'entrepreneur, ferment de l'économie et de la société » revue l'ART D'ENTREPRENDRE, 31 mai 2007, P65.

⁸ Fortin P.A, « la culture entrepreneuriale : un antidote à la pauvreté, édition de la fondation de l'entrepreneurship, Quebec, 2002

⁹ GASSE Y., Diochon M. & Menzies T.V « les entrepreneurs naissants et la poursuite de leur projet d'entreprise, document de travail, centre d'entrepreneuriat et de PME, université LAVAL, 2009

¹⁰ Cooper & al, « new Business in America, The Firms and their Owners, NFIB Foundation, Washington 2005

¹¹ Sophie Boutillier « la fonction de l'entrepreneuriat aujourd'hui », laboratoire de recherche de l'industrie et de l'innovation, université du Littoral cote d'opale, décembre 2010

¹² AFAD : afadcam@yahoo.fr; Cité du 08 Mars, Plaine Ouest Annaba, 23.000, Annaba.

¹³ RAFEV : 29, Colonel Mohamed Chaabani-Alger 16001; <http://rafeevalgerie.kazeo.com>

¹⁴ Association légalement constituée sous le n°12 du 03 Septembre 2009 voir le site www.ame-dz.com

¹⁵ AFCAR : Tél : 021 29 38 02

¹⁶ Siège : 103, Avenue Mustapha Ben Boulaid, B .P. 3202, Blida Algérie . Tél : 213 3 418 032 /412 114.

¹⁷ Siège : 3, rue du Docteur Mattiben, El Mouradia, Alger, Algérie. Tél : 213 269 88 10. Email :

boussaid@hotmail.com (Leila Boussaid)

