



Les 6<sup>èmes</sup> Journées Scientifiques Internationales sur  
l'Entrepreneuriat



Thème :



L'Entrepreneuriat:  
Opportunités, contexte et mise en œuvre

**Les femmes entrepreneures en Algérie :  
processus de création d'entreprises, motivations  
et ressources. Cas de la wilaya de Bejaia.**

Nom & Prénom : HAMOUDI SOUHILA

Nom & Prénom : FAID NASSIMA

## Abstract

- L'entrepreneuriat féminin, en Algérie, est un thème intéressant à plus d'un titre ; en vue de montrer que la femme peut réussir en Algérie, là où parfois l'homme a échoué.

En effet, après 50 ans d'indépendance où l'homme a dominé le monde économique, notamment la direction des entreprises, il est temps de tester une autre politique de « parité » dans la création des entreprises entre les hommes et les femmes ; afin les résultats.

L'accès des femmes au monde des affaires n'était pas chose facile. Au cœur d'une société, dite patriarcale, les femmes restaient depuis longtemps marquées par une longue culture de dévalorisation.

En effet, l'évolution de la société algérienne, spécifiquement sur la sphère socioéconomique a redéfini la fonction traditionnelle de la femme. La nécessité et les exigences de la vie ont fait des femmes des actrices actives sur tous les plans de la vie ; social ; environnemental ; économique et même politique. Effectivement, la femme s'est imposée dans tous les domaines de la vie grâce à son éducation massive.

A la lumière de ce qui précède, une question fondamentale doit retenir notre attention :

- au moment où le statut de la femme passe de « salariée » à « entrepreneure », quels sont les facteurs qui influencent le processus de la création des entreprises par les femmes ?

De façon plus précise :

- quelles sont les différents facteurs pouvant motiver les femmes à avoir une volonté d'entreprendre ?

La présente communication vise également à dresser un portrait de l'entrepreneuriat féminin à Bejaia, et ce, à travers les caractéristiques des femmes entrepreneures, ainsi que le potentiel de ressources (capitale connaissance, capital financier et capital social) mobilisées pour y parvenir à la création de leurs entreprises. Et enfin, quelles sont les difficultés auxquelles sont-elles confrontées ?

Les résultats de notre étude montrent que l'entrepreneuriat féminin constituait une composante non négligeable pour l'économie de la wilaya de Bejaia. En effet, les femmes entrepreneures de notre enquête sont motivées principalement par la recherche d'indépendance socioéconomique.

Par ailleurs, notre étude met en lumière l'importance de l'évolution du climat d'affaire en Algérie ; en faveur des femmes entrepreneures ; en vue de déterminer l'existence de mesures d'encouragement, ou au contraire l'existence de mesures discriminatoires tendant à freiner l'entrepreneuriat des femmes en Algérie.

### **Mots clés :**

Entrepreneuriat féminin, femmes entrepreneures, motivations, profil, potentiel de ressources, obstacles rencontrés, Bejaia.

## 1. Introduction :

L'entrepreneuriat représente un domaine de recherche qui est à l'heure actuelle ancrée dans différentes disciplines telles que l'économie, la sociologie, les théories de l'organisation et la psychologie.

L'entrepreneuriat a longtemps tenu un rôle clef dans le développement économique dans de nombreux pays. Audretsh (2003) montre que le lien entre l'entrepreneuriat et la croissance économique est nettement positif. En effet les apports de l'entrepreneuriat à l'économie et à la société concernent ; la création d'entreprise, la création d'emplois, l'innovation, la participation au renouvellement et à la restructuration du tissu économique.<sup>1</sup>

Il convient de noter que l'entrepreneuriat est un champ de recherches incontournables qui a reçu beaucoup d'attention au cours de ces dernières décennies. Différents auteurs ont tenté de donner une définition précise au mot « entrepreneuriat », mais malgré son importance l'entrepreneuriat est loin d'être limité par une seule définition universelle et précise.

Plusieurs approches ont été avancées par les chercheurs pour expliquer le phénomène de l'entrepreneuriat et essayer d'apporter un éclairage différent et complémentaire dans ce champ. Chaque chercheur a abordé la question de l'entrepreneuriat et de l'entrepreneur dans son domaine.

« La mesure de l'entrepreneuriat est d'un grand intérêt pour les dirigeants et les intervenants socio-économiques. Elle leur permet de mieux comprendre comment les politiques et programmes qu'ils mettent en place peuvent stimuler l'entrepreneuriat. »<sup>2</sup>

En effet l'accès des femmes au monde des affaires n'était pas chose facile, au cœur d'une société dite patriarcale<sup>3</sup> les femmes restaient depuis longtemps marquées par une longue culture de dévalorisation.

À l'heure actuelle le travail des femmes est une réalité admise et bien ancrée dans la société algérienne, les statistiques montrent que la proportion des femmes algériennes sur le marché du travail augmente d'une façon considérable à savoir 12.17% en 2000, et 15.3 % en 2009<sup>4</sup>, l'implication des femmes dans l'économie algérienne est donc très importante et ne cesse de progresser.

Les générations qui ont suivi occupent une place à responsabilité considérable, et ont occupé des parts dans presque tous les secteurs d'activité, et dominant dans d'autres, et se trouvent ainsi parallèles à l'homme, citons l'exemple du secteur de l'éducation et de la santé.

Sans doute, le domaine où elles sont les moins présentes est l'entrepreneuriat qui s'impose de plus en plus sur le marché du travail. Les femmes optent de plus en plus pour le statut « d'indépendante », ou encore plus souvent pour le statut de « femme entrepreneure ».

Les femmes entrepreneures sont largement invisibles et marginalisées dans les recherches dominantes consacrées à l'entrepreneuriat. De nombreuses études indiquent que les individus en général considérant que le sujet de l'entrepreneuriat est un domaine réservé aux hommes. Certains d'entre eux sont même probablement convaincus que les hommes sont de meilleurs entrepreneurs que les femmes.<sup>5</sup>

Aborder la question de l'entrepreneuriat féminin en Algérie est un sujet qui suscite un intérêt majeur. Des études empiriques montrent que la majorité des créateurs d'entreprises se lancent dans un projet de création d'entreprises dans une situation d'instabilité et d'incertitude professionnelle (beaucoup d'entre eux sont chômeurs auparavant, ou se trouvent dans une situation d'incertitude professionnelle). Par exemple, c'est l'une des raisons d'entrepreneuriat ethnique - pour certains immigrants qui sont stigmatisés dans leur pays d'accueil -, l'entrepreneuriat peut être la seule voie d'issue pour assurer leur intégration sociale. En ce qui concerne les femmes, on pourrait se demander si cela joue un rôle également: l'entrepreneuriat comme voie de reconnaissance sociale et professionnelle, car les alternatives sont réduites, irréalistes ou inexistantes.

L'étude a pour intérêt de connaître le processus de création d'entreprise en général et celle liée à l'entrepreneuriat féminin en particulier. Nous voulons favoriser une approche orientée sur le processus de création d'entreprise, notamment par l'évolution du climat d'affaire en Algérie pour les femmes entrepreneures ; en vue de déterminer l'existence de mesures d'encouragement ou au contraire l'existence de mesures discriminatoires tendant à freiner l'entrepreneuriat des femmes en Algérie.

Revue de la littérature :

L'entrepreneuriat : fondement et approche théorique :

À ce jour, l'entrepreneuriat est l'un des domaines les plus dynamiques de la recherche. L'intérêt porté à ce domaine provient de son importance jouée sur les différentes sphères économiques et sociales. Le mot entrepreneur représente la racine du domaine de l'entrepreneuriat. Il a évolué avec le temps, semble-t-il avec la complexification de l'activité économique.

Plusieurs approches ont été avancées par les chercheurs pour expliquer le domaine de l'entrepreneuriat et essayer d'apporter un éclairage différent et complémentaire dans ce champ.

Pour contribuer à une meilleure compréhension de ses approches, Stevenson et Jarillo (1990) distinguent trois approches traitant de l'entrepreneuriat 6:

L'approche fonctionnelle (What) des économistes,

L'approche centrée sur les individus (Why and Who) des spécialistes des sciences du comportement,

L'approche processuelle (How) des gestionnaires.

## 2.1 L'approche fonctionnelle des économistes (what) :

La première approche s'appuie sur la dimension économique qui est ; l'approche fonctionnelle qui se donne pour objet de saisir l'impact de la création d'entreprise et le rôle des entrepreneurs dans le développement socio-économique des sociétés.

Cette approche doit beaucoup aux économistes ; elle tient son origine dans les écrits de Richard Cantillon qui est le premier à présenter la fonction de l'entrepreneur et son importance dans le développement économique . Il souligne que l'entrepreneur est un agent de direction de la production et du commerce qui supporte seule les risques liés aux contraintes du marché et aux fluctuations des prix.

Jean-Baptiste Say est le deuxième économiste qui s'est intéressé aux fonctions de l'entrepreneur, pour lui l'entrepreneur est avant tout « un preneur de risque qui investit son propre argent et coordonne des ressources qu'il se procure pour produire des biens. Il crée et développe des activités économiques pour son propre compte » .

Schumpeter quand à lui, considère l'entrepreneur comme étant un agent économique à part entière, le moteur du progrès technique. Schumpeter (1935) met en avant le rôle « perturbateur de l'entrepreneur. Il souligne que seuls les individus capables d'innover méritent l'appellation " d'entrepreneurs " , ils sont doués d'imagination et font preuve d'initiative et de volonté. Par ailleurs il précise que "sans évolution, pas de profit. Sans profit, pas d'évolution" ».

## 2.2 L'approche centrée sur les individus (Why and Who) :

La deuxième approche recouvre les dimensions centrées sur les individus « The trait approach » qui se donne pour objet les caractéristiques psychologiques et les traits de personnalité de l'entrepreneur, ses motivations, son origine et ses trajectoires sociales.

Mc Clelland initie de nombreuses études sur les caractéristiques de l'entrepreneur, il propose la théorie de besoin d'accomplissement ( Achievement motivation - need for achievement). Selon lui les entrepreneurs se caractérisent par « un besoin élevé d'accomplissement. Ils préfèrent être responsable de la solution des problèmes, établir leurs propres objectifs et les atteindre par leur seul effort. Ils ont également tendance à prendre des risques modérés en fonction de leurs

habiletés et recherchant une mesure immédiate de leur performance qu'ils trouvent dans le profil » .

Certains chercheurs, dont Alain Fayolle, Shaver, Scott et Fillion se sont penchés sur l'influence des milieux d'appartenance des entrepreneurs, à travers le temps et l'espace : « tout individu est le produit de son (ou de ses) milieu(x) d'appartenance. Les entrepreneurs sont influencés par leur environnement proche et reflètent, d'une certaine façon, les caractéristiques du temps et du lieu où ils évoluent (ou ont

évolué). Les recherches portant sur les facteurs qui agissent dans l'apparition d'une intention entrepreneuriale, sur les carrières entrepreneuriales, sur les influences de la famille ou des rôles-modèles traduisent l'importance de l'environnement et tendent à démontrer son rôle sur le comportement entrepreneurial.»

En effet, les approches centrées sur les individus ont été critiquées par plusieurs auteurs, Stevenson et Jarillo (1999) estiment qu'il est très compliqué d'expliquer la fonction de l'entrepreneur en s'appuyant sur les traits psychologiques ou sociologiques, ce qui a montré les limites de cette approche et conduit les chercheurs à développer une troisième approche qui est l'approche centrée sur le processus.

L'entrepreneuriat est un objet complexe. Les chercheurs du domaine de l'entrepreneuriat ont choisi de s'intéresser au processus, parce que cela leur permettait de sortir des visions précédentes, étroites et limitées, se bornant à étudier un seul aspect, une caractéristique humaine ou une fonction économique, d'un phénomène complexe et devant être abordé comme un tout, afin d'être compris .

Pour cette raison, la troisième approche est apparue pour donner plus d'éclairage aux études des processus entrepreneuriaux.

### 1.1 L'approche centrée sur le processus :

Gartner est considéré comme l'un des premiers chercheurs qui ont démontré les limites des approches précédentes dans un article publié en 1980 intitulé « Who is an entrepreneur ? Is the wrong question », il propose de cesser de s'intéresser à la personne de l'entrepreneur pour regarder ce qu'il fait<sup>7</sup>, son comportement<sup>8</sup>. Il met l'accent sur la création d'une organisation qui dépend des quatre dimensions suivantes<sup>9</sup> : l'individu (ou le créateur), l'environnement, le processus et l'organisation (l'entreprise).

C'est dans ce cadre que s'inspire aussi Bruyat qui conçoit une relation liant un individu et une entreprise « l'objet scientifique étudié dans le champ de l'entrepreneuriat est le dialogue individu / création de valeur, l'individu est une condition nécessaire pour la création de valeur, il en détermine les modalités de production, l'ampleur, il en est l'acteur principal...» ( Bruyat, 1993, P57, 58) .

INDIVIDU —————> CREATION DE VALEUR

« La création de valeur, par l'intermédiaire de son support, investit l'individu qui se définit, pour une large part, par rapport à lui. Elle occupe une place prépondérante dans sa vie (son activité, ses buts, ses moyens, son statut social...) elle est susceptible de modifier ses caractéristiques (savoir-faire, valeurs, attitudes...) » ( Bruyat, 1993, P )

INDIVIDU —————> CREATION DE VALEUR

Shane et Venkataraman (2000) se sont aussi inscrits dans ce courant de pensée basé sur la notion « d'opportunité entrepreneuriale », ils considèrent que le processus entrepreneurial est basé sur l'exploitation des opportunités existantes, une occasion d'affaire qu'il suffit de découvrir, d'exploiter et de valoriser pour créer une entreprise. Ils proposent en effet de se focaliser sur le processus de création d'entreprise que sur le résultat.

L'intérêt de la recherche sur le processus entrepreneurial s'est développé au plus haut point, beaucoup d'auteurs ont adopté des modèles traitant le processus de création d'entreprise, citons le modèle de Carree et Thurik (2005), qui soulignent que l'activité entrepreneuriale démarre au niveau individuel mais prends forme au niveau organisationnel, aidée par un environnement favorable<sup>10</sup>. Ils montrent que l'entrepreneuriat est marqué par un certain nombre de forces environnementales et facteurs, dont les caractéristiques psychologiques de l'entrepreneur, notamment ses attitudes et ses habiletés.

Les deux auteurs conçoivent leur modèle selon une dynamique entre les différentes variables : la première variable est une variable individuelle ( niveau micro) qui contient les caractéristiques psychologiques : habilités ; actions ; attitudes ; réalisation personnelle et richesse personnelle, la deuxième variable est organisationnelle ( meso) qui contient la culture individuelle ; culture organisationnelle ; démarrage ; nouveau marché ; innovation ; performance organisationnelle, et enfin la dernière et la troisième variable présente le contexte environnemental (macro) qui contient la culture sociétale et le développement économique.

À cet égard d'autres auteurs ; Wennekers Ulhlaner et thurik (2002) ont tenté d'expliquer le processus entrepreneurial on prenant on considération plusieurs facteurs économiques et sociaux jouant un rôle important et significatif dans l'émergence ou le ralentissement de l'entrepreneuriat<sup>11</sup>. Dans ce cadre ils prennent plusieurs variables pour expliquer leurs modèles dont le niveau technologique de l'économie, les conjonctures économiques, l'évolution démographique, la présence d'une culture favorisant les initiatives individuelles et le soutien institutionnel, le niveau de richesse personnelle, la profitabilité des firmes et, finalement, la croissance économique.

Il convient de noter qu'avec la présence de toutes ses variables exposées ci-dessus le processus entrepreneurial s'enclenche automatiquement ainsi que le résultat se mesure par le nombre d'entreprises naissantes ou en démarrage.

Fayolle (2002) propose un tableau synthétisant ces trois angles de recherche sur l'entrepreneur :

**Tableau 1 : les trois approches de la recherche en entrepreneuriat :**

<b>Question principale</b>	<b>What (Approche fonctionnelle)</b>	<b>Who/ Why (Approche sur les individus)</b>	<b>How (Approche sur Les processus)</b>
<b>Echelle du temps</b>	200 dernières années	Depuis le début des années 1950	Depuis le début des années 1990
<b>Domaine scientifique principal</b>	Economie	Psychologie, sociologie Psychologie cognitive Anthropologie sociales	Science de gestion Science de l'action Théorie des organisations
<b>Objet D'étude</b>	Fonction de L'entrepreneur	Caractéristiques personnelles, Traits des individus Entrepreneurs et entrepreneurs potentiels	Processus de création d'une nouvelle activité ou d'une nouvelle organisation
<b>Paradigme dominant</b>	positivisme	Positivisme, Sociologie compréhensive	Constructivisme Positivisme
<b>méthodologie</b>	Quantitative	Quantitative qualitative	Quantitative Qualitative
<b>Hypothèse de Base</b>	L'entrepreneur joue/ ne joue pas un rôle important dans la croissance économique	Les entrepreneurs sont différents des non-entrepreneurs	Le processus entrepreneuriaux sont différents les uns des autres
<b>Lien avec la demande sociales( qui est intéressé par...)</b>	état, collectivités territoriales Responsables économiques	Entrepreneurs Entrepreneurs potentiels Système éducatif formateurs	Entreprises Entrepreneurs Entrepreneurs potentiels Educateurs et formateurs Structures d'accompagnement et d'appui des entrepreneurs

1. Source : Alain Fayolle, introduction à l'entrepreneuriat, éd Dunod, Paris 2005, p17

## 2. Méthodologie de la recherche et présentation des résultats :

La nature de notre recherche exige une méthode qualitative, qui vise essentiellement à décrire, analyser et comprendre le phénomène d'entrepreneuriat féminin à Bejaia. En effet nous avons mené une enquête sur une population regroupant un échantillon de 11 femmes entrepreneures. Cette méthode nous a permis d'englober les conditions d'émergence de leurs entreprises, et les contraintes qu'elles rencontrent tout au long de leur parcours.

Notre étude a également pour ambition de connaître les motivations des femmes pour créer des entreprises, leurs motivations sont-elles de type matériel ou pécuniaire où au contraire ont-elles pour objectif l'épanouissement et la réalisation de soi ?

Enfin révéler les difficultés qu'elles rencontrent, ainsi que leurs succès mise en œuvre pour réussir leur projet.

### 3.1 Importance de la PME implantée dans la région de Bejaia :

Il faut d'abord rappeler que la wilaya de Bejaia occupe une place importante dans la répartition des PME sur le territoire national, elle figure parmi les wilayas qui occupent les premiers rangs en termes de création des entreprises. Le tableau ci-dessous le montre en détail.

**Tableau n°2** : évolution des PME dans les six wilayas durant les 5 dernières années

N°	WILAYA	2008	2009	2010	2011	2012	Evolution
1	Alger	37 103	40 009	43 265	45 636	48 419	23,37
2	Tizi-Ouzou	16 867	18 971	21 481	23 209	24 754	31,86
3	Oran	17 179	19 024	17 323	18 370	19 692	12,76
4	<b>Bejaia</b>	<b>13 231</b>	<b>14 946</b>	<b>16 695</b>	<b>17 962</b>	<b>19 374</b>	<b>31,70</b>
5	Sétif	13 047	14 469	16 096	17 154	18 730	30,34

Source : Ministère de l'industrie, de la PME et de la promotion de l'investissement, bulletin d'information statistique de la PME N° 12,13,15, 2010, ALGER.

### 3.2 L'entrepreneuriat féminin dans la wilaya de Bejaia :

Après avoir présenté l'entrepreneuriat dans la wilaya de Bejaia en doit spécifier dans cette partie la contribution des femmes dans la création des PME

**Tableau n° 3** : répartition du nombre des PME privées par genre au 31/12/2012

Nature des PME	Nombre des PME	Part des PME en %
PME féminines	1152	7,68%
PME masculines	13848	92,32%
Total	15000	100%

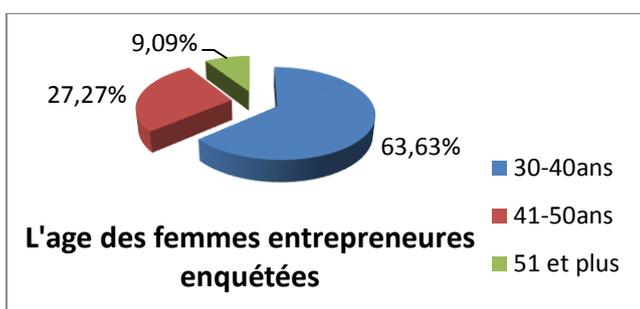
Source : Etabli à partir des données collectées au niveau de la direction de la PME

### 3. Les résultats de la recherche :

Les premiers résultats de l'enquête nous donnent des informations suivantes :

#### 1. le profil des femmes entrepreneures enquêtées :

- L'analyse des données de terrain nous a permis de constater que l'âge varie entre 30 ans et 40 ans avec une fréquence de 7 femmes (63%). Ce qui montre qu'elles ont créé leurs entreprises après avoir achevé leurs études et acquérir une bonne expérience aussi bien dans le domaine dans lequel elles investissent.
- Il faut noter que la femme la plus âgée que nous avons interrogée, avait 56 ans.



- Il faut signaler aussi que, les nouveaux dispositifs d'aide à l'emploi des jeunes, limitent un certain âge pour leur permettre d'avoir un crédit.
- Nous déduisons que la quasi-totalité de nos enquêtées sont des femmes mariées avec une fréquence de 8 femmes entrepreneures (72,72%).

Celles-ci considèrent que les responsabilités familiales provenant du mariage sont lourdes et rendent la conciliation entre la vie privée et la vie professionnelle difficile. Les femmes entrepreneures célibataires sont moins nombreuses avec seulement 09,09%. Les femmes divorcées et veuves ne représentent que 9,09% chacune.

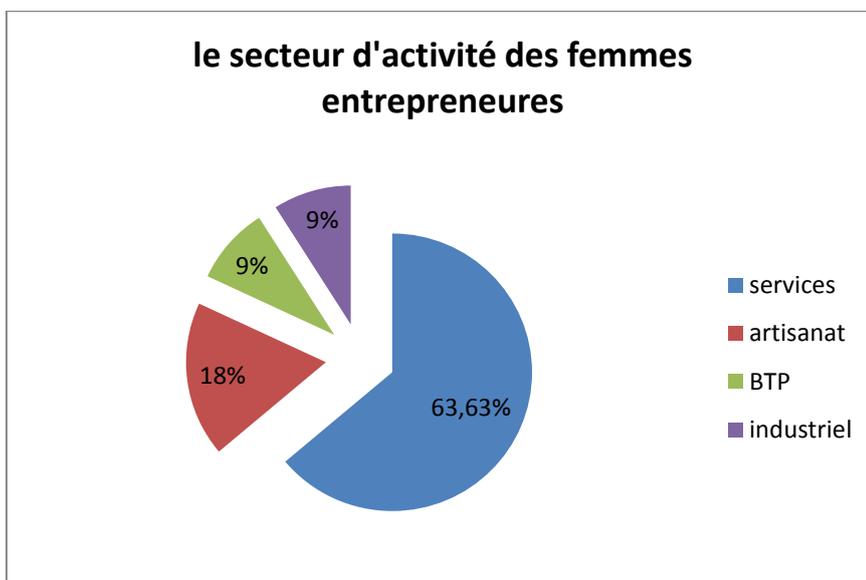
- Pour ce qui est du nombre d'enfants à charge, les femmes entrepreneures ont de (01 à 03) avec une fréquence de 7 femmes (70%), c'est un nombre très limité par rapport aux années 60 et 70 où les familles avaient au minimum 8 enfants. Cela s'explique par la charge de travail et les difficultés que rencontrent les femmes dans la prise en charge de leurs enfants.
- Pour ce qui est du niveau d'instruction et de la formation, le taux le plus important enregistré chez les femmes interrogées concerne le niveau universitaire avec une fréquence de 7 femmes (72%), ensuite le niveau de Baccalauréat avec 18%. Seul une femme n'a pas de niveau d'instruction.

- Les résultats de l'enquête montre que la plus grande part des femmes entrepreneurs enquêtées ont acquis une expérience avant de créer leurs entreprises avec un pourcentage de 72,72%

## 2. le profil des entreprises et le secteur d'activité des entreprises créées par les femmes :

- Les femmes entrepreneurs enquêtées sont plus actives dans le secteur des services (coiffure, santé, éducation..) avec une fréquence de 7 femmes (36,63%), vient en deuxième position le secteur d'artisanat (gâteaux, couture et textile). Cependant c'est le secteur industriel et travaux bâtiment qui prend la dernière place, c'est le secteur le moins choisi.

Les femmes préfèrent s'investir dans le secteur tertiaire du fait que ce dernier leur offre une certaine facilité, à la fois, dans la création de l'entreprise et l'obtention d'un crédit bancaire.

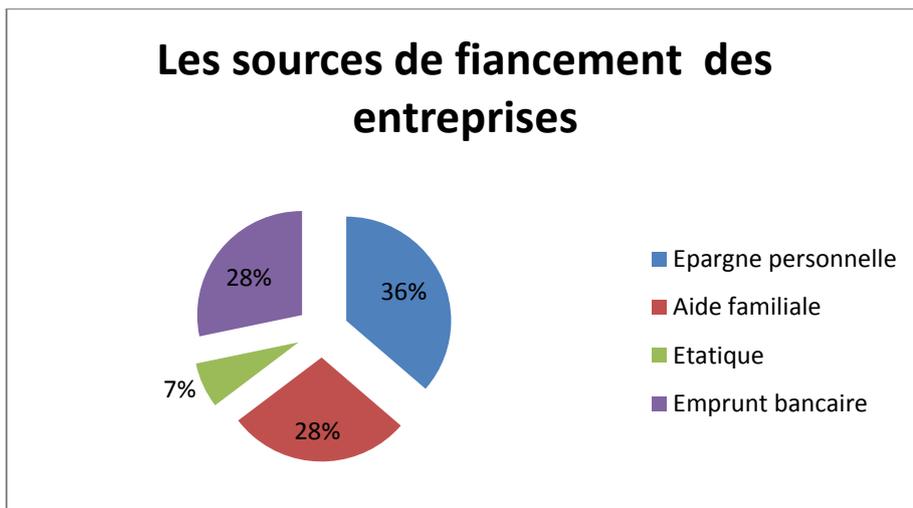


- Selon les résultats de notre enquête les capitaux de la création d'entreprise proviennent surtout de l'épargne personnelle, 36% des femmes ont déclaré avoir crée leur entreprise avec leurs propres moyens sans faire recours à aucune autre ressource.

Ainsi, il convient de noter qu'on raison des contraintes d'accès aux prêts bancaire (lourdeur des procédures, manque d'informations, délais de traitement des dossiers..) Les femmes entrepreneurs préfèrent recourir à des voies informelles pour obtenir certaines informations qui leur seront utiles pour monter leur dossier de financement.

En fait, ce qui fait la force d'un réseau de relations sociales, c'est précisément cette capacité à aller de l'informel au formel et inversement<sup>12</sup>.

Pour elles, c'est aussi une façon pour réduire la marge d'obstacles à la création d'entreprise ; du fait qu'elles n'ont pas de délais précis pour rembourser le crédit bancaire.



L'entrepreneuriat ne peut se concevoir en dehors de la société qui le contient, pour cela Sophie Boutillier et Dimitri Uzunidis décomposent le capital social de la façon suivante :

- **Le capital financier** : qui comprend l'ensemble des ressources financières dont dispose l'entrepreneur (épargne propre, patrimoine familial, héritage) ou potentielles (accès au crédit, à des subventions, à des aides diverses)<sup>13</sup>
- **Le capital connaissance** : qui comprend l'ensemble des connaissances acquises à la fois dans le cadre de la scolarisation de l'individu, mais elle sont pour partie le produit de son expérience professionnelle<sup>14</sup>.
- **Le capital relations (ou capital social)** : qui comprend l'ensemble des relations sociales propres à chaque individu. Nous distinguons deux types de relations sociales : informelles et institutionnelles ou (formelles). Les premières sont constituées par les relations entretenues avec la famille, les amis, les voisins, etc. les secondes se développent dans le cadre d'institutions qui peuvent être des banques, des associations, des écoles....

### 3. Motivation des femmes entrepreneures :

Les principales motivations des femmes d'être entrepreneures sont la volonté d'avoir une autonomie économique avec un pourcentage de 32,78%.

Il existe aussi d'autre motivation mais avec un taux faible comme :

- Être son propre patron ;
- Mettre en pratique ses connaissances, altruisme communautaire ;
- Difficulté de trouver un emploi stable ;
- La reconnaissance sociale.

En effet la création d'entreprise est un moyen aussi pour faire face à un avenir incertain (décès, ou divorce du conjoint). Notre enquête a confirmé que les femmes entrepreneures sont motivées principalement par l'indépendance financière et le gain.

### 4. Les obstacles rencontrés par les femmes entrepreneures :

La plupart des femmes entrepreneures enquêtées rencontrent des obstacles dans le processus de la création de leurs entreprises, qui sont principalement comme suit :

- Des difficultés liées à la conciliation entre vie privé et vie professionnelle ; notamment pour celle qui ont des enfants en bas d'âge ;
- La lourdeur des procédures administratives, selon certaines femmes, les formalités restent un facteur de découragement ;
- Difficultés liées à l'accès au financement ;
- Difficultés d'accès au marché ;
- Le manque de la main d'œuvre qualifiée.

## Références bibliographiques :

### Les ouvrages :

2. Alain Fayolle, introduction à l'entrepreneuriat, éd Dunod, Paris 2005.
3. Alain Fayol, Jean-Michel Degeorge, dynamique entrepreneuriale, le comportement de l'entrepreneur, éd De Boeck, Bruxelles 2012
4. Emile-Michel Hernandez, le processus entrepreneurial vers un modèle stratégique d'entrepreneuriat, éd l'Harmattan, 1999
5. Pierre Bourdieu, La domination masculine, éditions du Seuil, 1998.
6. Thierry Verstraete, histoire d'entreprendre, les réalités de l'entrepreneuriat, éd EMS, 2000

### Les articles de revues :

7. Alain Fayolle, Du champ de l'entrepreneuriat à l'étude du processus entrepreneurial : quelques idées et pistes de recherche, 6<sup>o</sup> Congrès international francophone sur la PME - Octobre 2002 - HEC – Montréal.
8. Alain Fayolle, entrepreneuriat et processus : faire du processus un objet de recherche et mieux prendre en compte la dimension processus dans les recherches, 7<sup>ème</sup> congrès international francophone en entrepreneuriat et PME, 27, 28 et 29 Octobre, Montpellier.
9. Azzedine TOUNES, « l'entrepreneur : l'odyssée d'un concept », N° 03-73.
10. Cantillon (1755), cité par O.Toutain « Entrepreneuriat, territoire et développement économique : une question de configuration ou de dosage ? » cahier de recherche « l'art d'entreprendre » N°2/10 EM Lyon, 2010.
11. M.Coster, « entrepreneur et entrepreneuriat », actes de la journée cadres et entrepreneuriat : mythes et réalité, les cahiers du GDR CADRES, 2002, P 9
12. ONS, activité, emploi et chômage, 4<sup>ème</sup> trimestre 2009.
13. Pierre-André Julien, Louise Cadieux, La mesure de l'entrepreneuriat, gouvernement du Québec, institut de la statistique du Québec, Décembre 2010.
14. Rapport OCDE, Istanbul, L'entrepreneuriat féminin, question et action à mener, 2004
15. Sophie Boutillier, femmes entrepreneures : motivations et mobilisation des réseaux sociaux, Université du Littoral Côte d'Opale, N° 290-Décembre 20



## Les Marges

- entrepreneuriat, éd Dunod, Paris 2005, p 18
- <sup>2</sup> Pierre-André Julien, Louise Cadieux, La mesure de l'entrepreneuriat, gouvernement du Québec, institut de la statistique du Québec, Décembre 2010.
- <sup>3</sup> Pierre Bourdieu, La domination masculine, éditions du Seuil, 1998, p 23
- <sup>4</sup> ONS, activité, emploi et chômage, 4ème trimestre 2009.
- <sup>5</sup> Rapport OCDE, Istanbul, L'entrepreneuriat féminin, question et action à mener, 2004
- <sup>6</sup> Alain Fayolle, introduction à l'entrepreneuriat, éd Dunod, Paris 2005, p 9
- <sup>7</sup> M.Coster, « entrepreneur et entrepreneuriat », actes de la journée cadres et entrepreneuriat : mythes et réalité, les cahiers du GDR CADRES, 2002, P 9
- <sup>8</sup>Emile-Michel Hernandez, le processus entrepreneurial vers un modèle stratégique d'entrepreneuriat, éd l'Harmattan, 1999, P 52
- <sup>9</sup> Alain Fayol, Jean-Michel Degeorge, dynamique entrepreneuriale, le comportement de l'entrepreneur, éd De Boeck, Bruxelles 2012, P 11
- <sup>10</sup> Pierre-André Julien, Louise Cadieux, La mesure de l'entrepreneuriat, gouvernement du Québec, institut de la statistique du Québec, Décembre 2010, p 35
- <sup>11</sup> Pierre-André Julien, Louise Cadieux, La mesure de l'entrepreneuriat, gouvernement du Québec, institut de la statistique du Québec, Décembre 2010, p 34
- <sup>12</sup> Sophie Boutillier, femmes entrepreneures : motivations et mobilisation des réseaux sociaux, Université du Littoral Côte d'Opale, N° 290-Décembre 2008, P4
- <sup>13</sup> Thierry Verstraete, histoire d'entreprendre, les réalités de l'entrepreneuriat, éd EMS, 2000, P30
- <sup>14</sup> Sophie Boutillier, femmes entrepreneures : motivations et mobilisation des réseaux sociaux, Université du Littoral Côte d'Opale, N° 290-Décembre 2008, P4

