



Les 6^{èmes} Journées Scientifiques Internationales sur
l'Entrepreneuriat
Thème :
L'Entrepreneuriat:
Opportunités, contexte et mise en œuvre



Motivation, atout et handicaps à l'entrepreneuriat féminin : étude à partir d'un échantillon de femmes entrepreneures de la wilaya de TiziOuzou

Nom & Prénom : Lyés GHEDDACHE

Grade : Maître de conférences

Université : Université M. MAMMERI de TiziOuzou

Nom & Prénom : BOURKACHE Ferroudja

Grade : Maitre assistante

Université : Université M. MAMMERI de TiziOuzou

المخلص

-تعرض هذه الورقة نتائج دراسة ميدانية أنتشار كسيدات الأعمال في ولاية تيزيوزو. منالنتائج، يمكن اقتراح محامات منالنساء صاحبات المشاريعبناء على عددمن العوامل.

بالإضافة إلى ذلك، دراسة لعزل الدوافع الرئيسية للنساء لبدء أعمالهم التجارية (مستقرة وجيدة الأجر، الخ). بالإضافة إلى ذلك، تركزهذه الدراسة على الفرص والمعوقات الرئيسية التي تتعرض لها المرأة خلال عملية تأسيس الشركة (الإدارة، والتمويل، والأسرة، الخ).

العلامات: بدء النشاط التجاري، وسيدات الأعمال، والدافع، ملفرجال الأعمال.

Abstract

- Cette communication présente les résultats d'une enquête de terrain qui a concerné les femmes entrepreneures de la wilaya de TiziOuzou. A partir des résultats, des profils de femmes chefs d'entreprises peuvent être proposés en s'appuyant sur un certain nombre de facteurs.

De plus, l'étude a permis d'isoler les principales motivations qui poussent les femmes à créer leurs entreprises (l'emploi stable et bien rémunéré, etc.). En outre, l'étude s'intéresse aux principales opportunités et contraintes qu'ont connues les femmes lors du processus de création de l'entreprise (administration, financement, famille, etc.).

Mots clés : Création d'entreprise, femmes entrepreneures, motivation, profil d'entrepreneures.



Introduction

L'entrepreneuriat féminin prend progressivement de l'ampleur dans la plupart des économies. Ainsi, selon l'OIT¹, entre un quart et un tiers de l'ensemble des entreprises dans le monde appartiennent à des femmes (OIT, 2012). Dans certains pays comme les USA et le Canada, les femmes entrepreneures sont décrites comme le « nouveau visage de l'économie » et considérées à ce titre comme une catégorie puissante d'agents économiques et politiques (OCDE, 2000).

Sur le plan académique, l'entrepreneuriat féminin s'est affirmé comme un sujet important dans le domaine de l'entrepreneuriat. L'OCDE note que « *l'entrepreneuriat féminin doit être étudié à part, ... (car), depuis une dizaine d'années, il est reconnu comme une source non négligeable de croissance économique insuffisamment exploitée* » (OCDE, 2003, p 9).

En Algérie, la place de la femme dans l'économie nationale a connu une évolution considérable. En effet, la femme algérienne actuelle travaille dans la plupart des domaines (enseignement, magistrature, médecine, etc.)². L'entrepreneuriat est également un domaine qui a été abordé par la femme algérienne. De plus, les secteurs investis se sont diversifiés et ont même concerné des domaines, traditionnellement « masculins ».





Même si les femmes sont minoritaires en matière de création d'entreprises, leur évolution est croissante et leur contribution à l'économie nationale est non négligeable. Ainsi, entre 2005 et 2008, le nombre de femmes inscrites au CNRC³ a augmenté de 6,1%, passant de 93 000 à 105 000 personnes (CNRC, 2008). Au niveau de l'ANDI⁴, durant la période de 2005 à 2011, les femmes ont initié 2 517 projets, présentant un montant de 97 775 millions de dinars et générant 21 763 emplois (ANDI, 2012). Vers la fin de l'année 2011, le nombre cumulé de jeunes femmes ayant créé des micro-entreprises à travers l'ANSEJ⁵ a été de 21 321, ce qui a permis la création de 62 920 emplois.

Après une brève revue de la littérature, il sera question de présenter les principaux résultats d'une étude de terrain menée sur un échantillon de 25 femmes entrepreneures de la wilaya de TiziOuzou. Les principaux aspects qui seront abordés concernant les femmes entrepreneures enquêtées seront leurs profils, leurs motivations à la création d'entreprise, ainsi que leurs intentions entrepreneuriales. Il sera également question des opportunités et obstacles qu'elles ont rencontré lors de la création, leurs relations familiales, la transmission de l'entreprise et de l'esprit d'initiative à leurs propres filles.

1. Contexte et méthodologie de l'enquête

L'enquête a été menée pendant la période allant du mois d'août 2012 au mois d'octobre 2013, durant laquelle nous avons pu récupérer 77 questionnaires que nous avons adressés à des femmes chefs d'entreprises établies dans la wilaya de TiziOuzou.

Dans le choix de l'échantillon, nous avons privilégié le souci d'éviter les « prête-noms ». Une connaissance préalable des cibles à enquêter est donc nécessaire.⁶

Ainsi, les entreprises choisies appartiennent toutes au secteur formel, et sont créées et gérées effectivement par des femmes qui ont reçu de main à main les questionnaires que nous leur avons adressés.

2. Esquisses de profils

A partir des informations recueillies, nous avons essayé de dresser deux types de profils : un premier concernant les femmes entrepreneures et un second concernant leurs entreprises.

2.1. Profil des femmes enquêtées



Sur les 77 des femmes étudiées, 61 sont mariées (représentant 79% de l'échantillon, dont 41% ont créé leurs affaires avant leur mariage). Elles ont de 0 à 4 enfants, et la plupart (52 cas) en ont un ou deux. Leur âge au moment de la création de l'entreprise se situe entre 23 et 43 ans (la moyenne d'âge étant de 29 ans et demi).

Sur le plan de la formation, 92% des femmes interrogées (71 cas) ont en reçu au moins une. Ainsi, 66% ont un niveau universitaire⁷. Les femmes qui sont diplômées des centres de formation professionnelle représentent **26%**. Celles n'ayant aucune formation représentent 8% de l'échantillon.

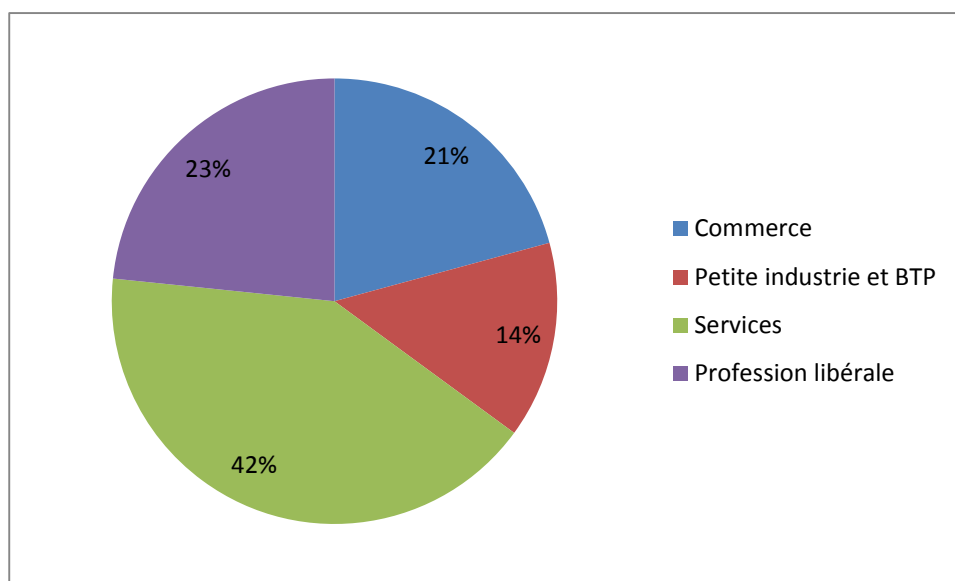
Concernant l'expérience professionnelle, 50 des femmes interrogées déclarent avoir déjà travaillé comme salariée, soit 65% de l'échantillon. L'étendue de cette expérience varie d'un minimum d'une année à un maximum de 7 ans, avec une prédominance des expériences allant d'une à quatre années (34 cas).

2.2. Profil des entreprises enquêtées

Les entreprises étudiées sont, en grande majorité, très jeunes et de petite dimension. En effet, 93% ont moins de dix ans, et 66% emploient moins de dix personnes. Concernant la structure juridique, l'entreprise individuelle (personne physique) est la prédominante dans l'échantillon avec 75%, suivie par l'EURL et la SARL avec respectivement 13% et 12% .

Sur le plan spatial, 78% des entreprises de l'échantillon sont situées dans les villes de la wilaya de TiziOuzou, et 22% sont localisées dans des régions rurales. Leur clientèle est composée principalement de particuliers (92% des cas).

Concernant les secteurs d'activités, la grande majorité des cas étudiés appartiennent au secteur des services (32 entreprises). Les professions libérales représentent également un secteur très investi par les femmes puisqu'il est représenté par 18 des 77 entreprises étudiées. Le secteur du commerce est représenté par 16 entreprises. Aussi le secteur de la petite industrie est présent dans notre échantillon avec 11 entreprises. En fait, les femmes choisissent des créneaux qui ne nécessitent pas la mobilisation d'importants capitaux (financiers et matériels)⁸.



Dans 51 des 77 cas étudiés, les femmes ont créé leurs entreprises à partir de leurs moyens propres. L'ANSEJ en a aidé 22, tandis que la CNAC et l'ANGEM en ont aidé deux chacune.

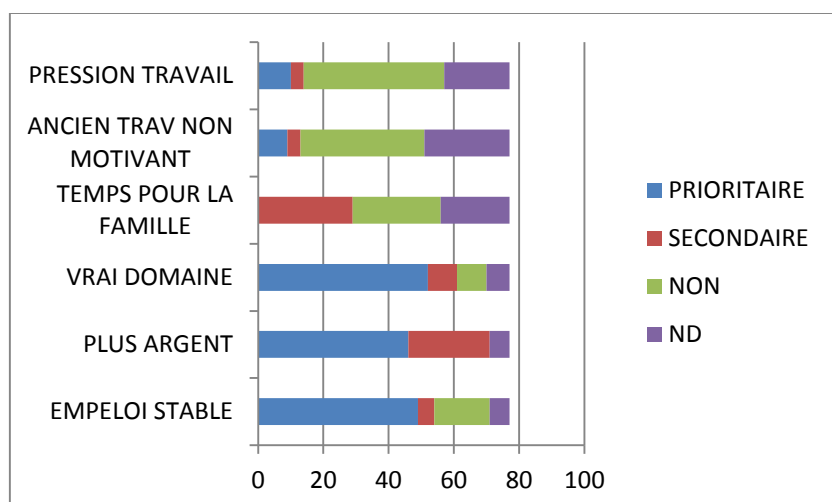
Ainsi, en comptant sur leurs seuls moyens propres, les femmes investissent dans des créneaux demandant plus de compétences personnelles (actifs immatériels), et évitent ainsi les secteurs qui mobilisent des capitaux (financiers ou matériels) importants⁹. De plus, la plupart de ces femmes se contentent d'une seule activité, puisque seulement **22%** d'entre-elles ont une activité secondaire¹⁰. Elles se limitent donc à leur « métier de base » qu'elles tentent de maîtriser au mieux, puis elles essaient de consolider leurs revenus à partir d'une activité secondaire, mais sans trop s'éloigner de leur métier et ni mobiliser trop de fonds.

3. Les principales motivations à la création d'entreprise

Pour étudier les motivations qui poussent les femmes à créer une entreprise, nous avons proposé quelques facteurs auxquels nous avons demandé aux enquêtées de nous indiquer le

degré d'importance qu'elles leur ont accordé lorsqu'elles se sont lancées dans l'aventure entrepreneuriale.

Figure 1 : principales motivations à la création d'entreprise par les femmes



3.1. La stabilité de l'emploi

En créant une entreprise, une femme peut s'assurer un emploi stable, et c'est une préoccupation qui peut être majeure dans un pays où sévissent le chômage et l'emploi précaire. En effet, **pour 64%** des femmes de l'échantillon s'assurer un emploi stable est une motivation d'ordre prioritaire. En fait, le chômage en Algérie est un des plus grands problèmes qui touche particulièrement les femmes, et notamment les femmes qui ont un niveau de formation élevé¹¹. Ainsi, l'entrepreneuriat, pour elles, est un moyen « salutaire » de sortir de l'état d'exclusion que constitue le chômage.

Pour les cas où cette motivation est considérée comme secondaire (6%), il peut s'agir de femmes qui n'ont pas de problème sur le marché du travail, mais de trajectoire professionnelle. Ainsi, une femme peut se sentir mal à l'aise dans le salariat pour diverses raisons (plafond de verre, démotivation, bas salaire, travail hors du domaine de compétences, etc.), et décider de démissionner et se lancer dans les affaires.

3.2. Gagner plus d'argent

Améliorer leurs revenus constitue également une très forte motivation pour les femmes créatrices d'entreprises. Ainsi près de 60% des femmes interrogées considèrent que créer une entreprise pour gagner plus d'argent constitue une motivation d'ordre prioritaire. En effet, les femmes peuvent espérer gagner mieux leurs vies en travaillant pour leurs propres comptes. Par contre, dans le salariat, il est très difficile pour une femme de trouver un poste bien rémunéré (les discriminations existent, non seulement au niveau des emplois, mais aussi en matière de rémunération).

Pourtant, certaines femmes (40% des cas), cette motivation est accessoire. Dans certains cas, les femmes peuvent être soumises à des pressions dans leur travail, ce qui les pousse alors à rechercher une solution pour y échapper. De ce fait, gagner plus d'argent devient un mobile non prioritaire mais accessoire à une volonté de sortir d'une situation de difficultés dans le salariat. D'autres femmes peuvent également trouver dans l'entrepreneuriat (plutôt que le salariat) une occasion de s'occuper de leurs familles (le travail à domicile : fabrication de gâteaux traditionnels, par exemple), là aussi, gagner plus d'argent peut leur paraître accessoire.

3.3. Travailler dans son domaine de compétence

Les femmes qui considèrent que ce type de motivation est d'ordre prioritaire sont de l'ordre de 68% de l'échantillon. En créant leurs propres affaires, celles-ci peuvent choisir leur propre travail, ce qui n'est pas toujours facile lorsqu'elles s'orientent vers le salariat. En effet, en plus du problème de chômage qui sévit en Algérie (qui peut limiter les choix des postes de travail pour les demandeuses d'emplois), certaines femmes peuvent être dotées de compétences dans des domaines spécifiques, très difficilement employables sur le marché de l'emploi. Pour elles, l'entrepreneuriat est une solution pour travailler là où elles se sentent plus compétentes et ainsi mettre à profit des années de formation (universitaire, notamment).

Aussi, les femmes peuvent, à travers l'entrepreneuriat, perpétuer et rentabiliser un savoir-faire familial dans un domaine précis. Il s'agit, le plus souvent d'activités artisanales dans lesquelles certaines familles ont capitalisé des compétences spécifiques.¹²

3.4. Consacrer plus de temps pour la famille

Cette motivation n'est pas perçue comme prioritaire par les femmes enquêtées puisqu'aucune ne la déclare comme préoccupation majeure. Toutefois, 42% de l'échantillon seulement la considèrent comme importante, mais à un degré secondaire. Par ailleurs, près de 36% répondent par la négation à cette question. Il apparaît alors qu'en créant une entreprise, les femmes ne pensent pas consacrer davantage de temps pour leurs familles¹³. En ce sens, malgré la multiplicité de leurs obligations (tâches familiales et carrières professionnelles), elles parviennent aisément à concilier vie familiale et vie professionnelle. Ceci peut s'expliquer, par exemple, par la taille réduite des entreprises, ou même par une très bonne coopération entre la femme entrepreneure et sa famille (le conjoint peut être compréhensif et aider dans la gestion de l'entreprise, ce qui allège les tâches de la femme dans l'entreprise). Aussi, les femmes entrepreneures mariées peuvent limiter le nombre de leurs enfants.

3.5. Autres motivations

Certaines femmes enquêtées ont avancé d'autres types de motivations. Ainsi, certaines réalisent tout simplement leurs propres choix, et c'est une chose très importante pour elles, dans le sens où l'entrepreneuriat leur permet de construire leur avenir comme il leur convient. D'autres femmes affichent des traits d'altruisme en déclarant avoir créé une entreprise pour aider d'autres filles (en leur accordant un poste de travail dans l'entreprise).

Ce type de motivation, beaucoup plus « affectif » que rationnel, témoigne de la volonté des femmes de sortir de l'« anonymat » et jouer un rôle plus actif dans la société dans laquelle elles vivent.

4. Aspects relatifs aux conditions de création de l'entreprise

4.1. Intention entrepreneuriale et passage à l'acte de création

Nous avons proposé aux femmes enquêtées de nous indiquer la durée qui a séparé le moment où elles ont eu l'idée de créer une entreprise et celui où elles ont entamé les premières démarches de la création. D'après les réponses obtenues, nous avons pu remarquer que la plupart d'entre-elles ont mis entre 1 et 2 ans pour se décider (44 cas représentant près de 57,14% de l'échantillon). Les femmes qui ont mis moins d'une année sont moins nombreuses (17 cas et représentent près 22,78%). Dans certains cas, les durées peuvent aller au-delà de 3 ans mais sont peu nombreuses dans notre échantillon (5 cas seulement).

Pour essayer de comprendre les délais indiqués, nous avons voulu savoir quels sont les facteurs qui concourent à retarder le passage à l'acte. Pour cela, les femmes enquêtées avancent divers facteurs explicatifs. Ainsi, le manque de financement est l'élément qui revient le plus souvent, cité par 30 femmes. Les problèmes relatifs à la bureaucratie, à la constitution de dossier reviennent dans 19 cas. Le manque de formation est le troisième facteur avancé par 14 femmes. Le quatrième facteur est relatif au manque d'expérience et d'orientation dans le domaine envisagé (12 cas). D'autres problèmes sont moins cités mais constituent des freins non négligeables pour certaines femmes, tels que la difficulté de trouver un local pour installer l'affaire (11 réponses), la charge des enfants (5 cas) et la peur (3 cas).

Il ressort alors que les femmes sont retardées dans le passage à l'acte de création de leurs entreprises par divers facteurs qui sont en fait assez significatifs dans la mesure où, comme nous l'avons vu, font hésiter pendant des durées qui peuvent être longues.

Tableau 1: durée séparant l'idée de création et les premières démarches

Durées	Moins d'un an	De 1 à 2 ans	4 ans et plus	Ne savent pas ou ne veulent pas répondre
Nombre de cas	14	52	5	6

Source : notre enquête

En fait, certaines femmes ont une idée d'entreprendre dans un domaine quelconque puis tardent à passer à l'action pour certaines appréhensions. Ainsi, le risque de blocage le plus cité est celui de la bureaucratie (86% des cas), ce qui fait que les diverses démarches administratives et les risques de bureaucratie qu'elles occasionnent constituent une entrave majeure à la création d'entreprise par les femmes. Le second frein est le manque de financement, déclaré dans 73% des cas. L'appréhension à l'égard des banques (45% des cas) vient également amplifier le problème de financement précédemment cité.

En outre, d'autres freins sont mentionnés par certaines femmes, tels que la résistance de la famille à l'idée de la création d'entreprise, ou même la difficulté de trouver un local approprié pour exercer l'activité envisagée.

En ce sens, entre le moment où une femme a une idée d'entreprendre, et le moment où celle-ci en est convaincue, certaines appréhensions peuvent concourir à rendre l'intervalle de temps plus ou moins long. A côté du manque de moyens (matériels et financiers), il peut s'agir également (et surtout) de freins psychologiques qui font que les femmes, elles-mêmes, trouvent des difficultés à concevoir l'idée qu'elles puissent effectivement créer une entreprise. Ces divers obstacles concourent donc à retarder significativement (4 ans, dans la plupart des cas étudiés), le passage aux premiers pas de la création de l'entreprise.

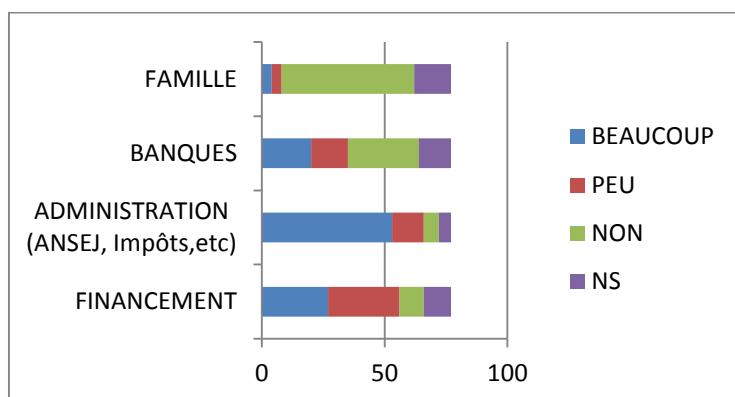
Concernant le temps qui sépare le moment du « passage à l'action », c'est-à-dire entre les premières démarches et la concrétisation du projet d'investissement, la durée moyenne est d'environ un an. Le facteur qui les retarde ici, c'est principalement les lourdeurs administratives.

Dans l'ensemble, ce qui retarde le plus les femmes à concrétiser leurs projets c'est plutôt les freins psychologiques qui apparaissent au moment où l'idée d'entreprendre commence à « germer » dans leur esprit. Le temps de réalisation de l'investissement étant plus court, comparé à celui qui sépare l'intention et le passage à l'action.

Tableau 2 : durée séparant les premières démarches et la création effective

Durées	Moins d'un an	Entre 1 et 1,5 an	2 ans	Plus de 2 ans	Ne savent pas ou ne veulent pas répondre
Nombre de cas	13	36	16	9	

Source : notre enquête

Figure 1 : principaux freins à la création d'entreprise par les femmes

4.2. Sources de problèmes à la création d'entreprise

Le manque de financement pour la création de l'entreprise est présent dans près de 72,73% de l'échantillon (56 cas), dont la moitié le considère comme étant un obstacle d'ordre majeur¹⁴. Il s'agit, en fait, d'un problème qui retarde bon nombre de projets de créations d'entreprises¹⁵. D'ailleurs, la difficulté d'accéder au crédit bancaire déclarée dans 35 cas, amplifie ce problème. De ce fait, bon nombre de femmes se contentent de moyens de financement assez limités (épargnes personnelles, aides familiales, etc.), mais plus accessibles que les crédits bancaires, d'où la taille limitée des entreprises créées par les femmes.

La complexité et la lourdeur des procédures de création est un problème qui est déclaré dans 66 cas (et représentant présentant près de 85,71% de l'échantillon étudié. En plus de leur manque d'expérience, de confiance en soi, les femmes subissent la bureaucratie.

Les responsabilités familiales ne sont considérées comme contraignantes que par une minorité de femmes entrepreneures, 8 cas dont la moitié les considèrent comme problèmes accessoires. De ce fait, il apparaît que la famille ne constitue pas un véritable frein à la création d'entreprise par les femmes, bien au contraire, c'est un moteur très incitatif comme il apparaîtra dans nos développements ultérieurs.

4.3. Les femmes entrepreneures et les organismes d'aide à la création d'entreprise

Les dispositifs spécifiques mis en place par les pouvoirs publics (ANSEJ, ANDI etc.) sont déclarés comme très encourageants par 26 des 77 entreprises de notre échantillon, et 9 considèrent que ces organismes sont peu encourageants. Les femmes entrepreneures qui voient que ces structures d'aide à la création d'entreprises ne sont pas du tout encourageantes sont assez nombreuses (25 cas). Pourtant, ces organismes aident beaucoup les femmes en leurs proposant des financements initiaux et divers allègements fiscaux.

Toutefois, plus de la moitié des entrepreneures interrogées (51 cas), ont créé leurs affaires sans recourir à des aides extérieures (ANDI, ANSEJ, etc.). Le fait que les femmes créatrices d'entreprises évitent de recourir à l'extérieur pour les financements de départ peut être expliqué par diverses raisons. Ainsi, les femmes sont caractérisées par leur manque d'information concernant, notamment, les organismes publics mis en place pour aider les créateurs d'entreprise. Dans certains cas, les femmes peuvent se sentir non concernées par ces organismes. Elles peuvent aussi avoir l'idée que leurs projets ne sont pas « bancables », étant trop banals pour passer par une banque¹⁶. Ce manque d'information peut être conjugué à leur très vive aversion au risque qui fait qu'elles évitent de recourir à l'extérieur pour le financement de leurs projets.

5. Rapports entre les femmes entrepreneures et leurs familles

5.1. Influences familiales et création de l'entreprise

Lorsque nous avons interrogé les femmes sur l'existence d'un membre de leur famille ayant déjà une entreprise avant elles, 17 seulement ont répondu par l'affirmative. De ce fait, la plupart des femmes interrogées (78%), se sont orientées vers l'aventure entrepreneuriale sans « source d'inspiration familiale ». Cette orientation des femmes à la création d'entreprise n'est donc pas une « orientation par tradition », mais plutôt d'une initiative propre à elles.

La résistance de la famille à leurs projets de création d'entreprise est très faiblement représentée dans l'échantillon (8 cas seulement, représentant près de 10%). Au contraire, et loin de constituer un frein à la création d'entreprise, les familles sont déclarées dans 79% des cas comme facteurs qui ont considérablement contribué à la réussite des projets.

5.2. Aides dans la gestion de l'entreprise

Les femmes se font aider par leurs familles dans la gestion de leurs affaires dans 57% des cas étudiés. Ainsi, il s'agit du conjoint ou du beau-frère, pour certaines, et du père ou des frères pour d'autres.

Toutefois, certaines femmes entrepreneures préfèrent assurer la gestion de leurs affaires sans se faire aider par personne. Celles-ci sont au nombre de 25 et représentent 32% de l'échantillon. Cette autonomie en matière de gestion de l'entreprise peut s'expliquer par divers facteurs : la nature de l'activité, la taille de l'entreprise, le niveau de formation ou d'expérience, etc. Il peut s'agir également d'une simple volonté d'indépendance de la femme entrepreneure, ou bien de sa volonté de prouver ses compétences aux yeux de sa famille et de son entourage.

5.3. Vie professionnelle et vie familiale

Parmi les femmes interrogées, 11 seulement déclarent être « trop dérangées » par leurs responsabilités familiales¹⁷. Il s'agit de femmes mariées (avec ou sans enfants). Celles qui ne sont que « très peu dérangées » par ce type de responsabilités sont au nombre de 27. Dans la majorité des cas étudiés, les femmes nient être dérangées dans leur travail par leurs responsabilités familiales.

De ce fait, il apparaît que les femmes assument aisément leurs carrières professionnelles en parallèle aux responsabilités familiales qui leur incombent.

En fait, la taille réduite des ménages et des entreprises, par exemple, peuvent être des facteurs susceptibles d'expliquer ce constat. En effet, lorsque la famille grandit, il devient de plus en plus difficile pour une femme de concilier vie familiale et vie professionnelle. Certaines femmes entrepreneures peuvent, en ce sens, être amenées à renoncer à des projets relatifs à l'entreprise (extension, par exemple), afin de mieux s'occuper de leurs familles. En outre, la région d'implantation ou de résidence peut faire la différence (existence de crèches pour enfants, par exemple).

6. Volonté de transmission de l'entreprise

Questionnées sur leur volonté de transmettre l'entreprise à leurs enfants, dans 40 cas, représentant près de 52%, la réponse est affirmative, et dans 63% des femmes favorables à la transmission veulent léguer l'affaire à leur fils (et non pas à leurs filles)



Il y a ici, certes, une volonté de transmettre l'entreprise, mais concernant les questions relatives au moment de la transmission ou même à la préparation du successeur, les réponses sont assez vagues, les délais lointains et aucune préparation n'est envisagée pour le moment¹⁸.

Dans près de 43% des cas étudiés (33 réponses négatives), les femmes affichent leur refus de transmettre l'entreprise à leurs enfants car « *ce n'est pas un bon métier* », ou bien « *elle doit travailler dans son domaine d'étude* », ou même « *elle doit faire son propre choix* », en faisant référence ici à leurs filles.

7. Incitation des filles à créer une entreprise

La proportion des femmes qui veulent encourager leurs filles à créer une entreprise est très importante (59 femmes sur 77, représentant près de 77% de l'échantillon). Les raisons qui sont avancées ne sont jamais d'ordre matériel ou financier¹⁹, mais plutôt de type « *pour être indépendante* », ou bien « *pour qu'elle soit confiante et capable* ». En effet, les femmes entrepreneures semblent avoir le sentiment de progresser sur des considérations concernant leurs propres personnalités. Elles voudraient alors initier leurs propres filles à leur expérience entrepreneuriale afin qu'elles puissent en bénéficier elles aussi.





Conclusion

La création d'entreprise par les femmes peut être expliquée, en partie, par les difficultés liées au contexte socio-économique. Les femmes constituent une bonne partie de la population des chômeurs, aussi, lorsqu'elles ont un poste d'emploi, celui-ci est peu rémunéré et moins valorisé. En effet, la création d'un emploi stable et bien rémunéré ainsi que l'insatisfaction dans le travail salarié constituent les principales motivations des femmes à créer leurs propres affaires.

Toutefois, malgré les diverses incitations mises en place par les pouvoirs publics à travers les divers organismes d'aide à la création ou le développement d'entreprise, les femmes semblent préférer l'autonomie. En effet, d'après les résultats de l'étude, la bureaucratie constitue (sur plusieurs niveaux) un sérieux obstacle pour que les femmes puissent en bénéficier. Ainsi, les entreprises créées sont de tailles très modestes et demeurent par conséquent très fragiles.

De plus, les femmes se caractérisent par leur manque d'information sur le monde des affaires en général d'une part, et les préposés des différentes structures administratives et bancaires ne connaissant pas très bien ce genre d'entrepreneurs (les femmes en l'occurrence) d'autre part, il y a alors un énorme écart entre les deux parties. Ce vide constitue bien évidemment un problème à la création et au développement d'entreprises par les femmes. Des campagnes d'information et de formation (pour les femmes créatrices d'entreprises, les banquiers chargés d'études, les employés de l'ANSEJ, etc.) peuvent alors être d'une importante utilité²⁰. Ceci peut favoriser un plus grand engouement des femmes à créer des entreprises. En effet, il est très important que les femmes entrepreneures soient considérées comme ayant leurs spécificités, de telle sorte que leurs interlocuteurs sur le parcours de la création d'entreprise (organismes publics chargés de la promotion de l'investissement et les banquiers, etc.) les considèrent comme telles.

En effet, diverses études ont montré que les femmes ont plus de difficultés à défendre leurs projets devant les banquiers par exemple, d'où la nécessité de mener des campagnes d'information, d'organiser des formations aux agents qui reçoivent, à la fois des hommes et des femmes qui veulent investir²¹. Ce type de campagne est également nécessaire aux femmes qui veulent créer une entreprise ou souhaitent en développer une déjà établie.





L'encouragement des réseaux associatifs des femmes entrepreneures est également très important (pour assoir un climat de confiance, diffusion de l'information, entraides, etc.).

D'après ce que nous avons vu, les familles loin de poser problème aux femmes entrepreneures, soutiennent celles-ci à différents stades du processus entrepreneurial (encouragements à la création de l'entreprise, aides matérielles et financières, assistance dans la gestion de l'entreprise, etc.). Il s'agit ici de traits caractéristiques d'une évolution positive des mentalités dans la société puisque le travail de la femme est déjà très accepté dans divers domaines, et maintenant certaines familles encouragent leurs filles à devenir chefs d'entreprise²².

les femmes entrepreneures créent des emplois pour elles-mêmes et pour d'autres. De plus, elles participent à la formation professionnelle. De plus, la plupart des femmes entrepreneures souhaitent transmettre l'entreprise à leurs enfants, mais aussi et surtout elles veulent transmettre l'initiative d'entreprendre à leurs filles.

Ainsi, l'entrepreneuriat féminin, malgré ses faiblesses, présente divers aspects avantageux qui peuvent s'avérer très importants pour l'économie nationale, d'où l'intérêt de l'encourager à travers des politiques plus appropriées (c'est-à-dire qui prennent en considération ses spécificités).





BIBLIOGRAPHIE

- ANDI (Agence Nationale de Développement de l'Investissement, 2012), Bulletin trimestriel n° 19.
- BATES T (2002), «Restricted access to markets characterizes women-owned businesses», *Journal of Business Venturing*, Volume 17, Issue 4, July 2002, Pages 313-324.
- BIRD B et BRUSH C (2002), « A gendered perspective on organizational creation». BaylorUniversity.
- CONSTANTINIDIS C et SANTIN S (2008), « La reprise d'entreprise familiale par les filles d'entrepreneur : une lecture en termes de Genre ». *2^{ème} journées georges Doriot, Ecole de Management de Normandie*, Paris France, 15 et 16 mai 2008.
- CARRIER, C ; JULIEN P-A et MENVIELLE W (2006), « Un regard critique sur l'entrepreneuriat féminin : une synthèse des études des 25 dernières années », *Revue Gestion*, vol. 31, no 2, pp. 36-50.
- CARTER S; ANDERSON S et SHAW E (2001), «Women's Business Ownership: A Review of the Academic, Popular and Internet Litterature». *Report of the Small Business Service*, august 2001.
- CLARK T et JAMES F J (1992), «Women-owned businesses: Dimensions and policy issues». *EconomicDevelopmentQuarterly*, 6(1), pp 25-40.
- CNES (2008). « Rapport national sur le développement humain en Algérie ».
- COLLINS T Y (2007), «Gender Differences in Entrepreneurship: A Study of Entrepreneurship in Two Midwestern Counties». *Capella University*, Minneapolis.
- CRASC (2006), « Femmes et intégration socio-économique ». *Centre National de Recherche en Anthropologie Sociale et Culturelle*.
- FISCHER E, REUBER A R et DYKE L (1993), «Sex, gender identity, gender role attitudes and consumer behaviour». *Psychology and Marketing*. 11 (2), pp163-182.
- GRANGAUD M-F (2011), « Secteurs porteurs à investir par les femmes en Algérie », *Revue du CIDDEF*, n°29 décembre 2011, pp 35-59.
- HARBI L et ZITOUNI H, (2012), « Promotion des jeunes et des femmes dans l'économie verte en Algérie », *DEVED et GIZ*.





HEILMAN M E. et CHEN J. (2003). Entrepreneurship as a solution: the allure of self-employment for women and minorities, *Human Resource Management Review*, Volume 13, Issue 2, Summer 2003, Pages 347-364.

LAMBRECHT J, PIRNAY F, P AMEDODJI et AOUNI Z (2003). Entrepreneuriat féminin en Wallonie. Centre de Recherche PME et d'Entrepreneuriat, Université de Liège. Centre d'Etudes pour l'Entrepreneuriat EHSAL - K.U. Brussel.

MDCFCF (Ministère Délégué Chargé de la Famille et de la Condition Féminine, 2006), La femme algérienne ... réalité et données.

Ministère de la PME et de l'Artisanat, bulletins statistiques (2004 à 2008).

Ministère de l'Industrie, de la Petite et Moyenne Entreprise et de la Promotion de l'Investissement, Bulletins d'information statistique de la PME (2010 et 2011).

OCDE (2000), Les femmes entrepreneurs à la tête de PME : pour une participation dynamique à la mondialisation et à l'économie fondée sur le savoir, Paris, 29 – 30 novembre.

OIT (Organisation Internationale du Travail, 2012), Le développement de l'entrepreneuriat féminin : encourager les femmes entrepreneurs pour l'emploi et le développement.

ONS (Office National des Statistiques), résultats définitifs de la première phase du premier recensement économique 2011, Collections Statistiques N° 172/2012, Série E : Statistiques Economiques N° 69, Alger, juillet 2012.

ONS, Activité, emploi et chômage au quatrième trimestre 2010.

VERHEUL I, RISSEEUW P, BARTELESE G (2002). «Gender differences in strategy and human resource management, the case of dutch real estate brokerage». *International Small business Journal*, 2002.





Les Marges

¹ Organisation Internationale du Travail.

² Selon le rapport du CNES (2008), les femmes représentent plus de 30% de l'effectif global des fonctionnaires, plus de 60% des enseignants de l'éducation nationale, plus de 60% de l'effectif des professions médicales, plus de 50% de l'effectif des enseignants universitaires, plus de 35% de l'effectif des magistrats et plus de 55% des journalistes.

³ Centre National du Registre de Commerce.

⁴ Agence Nationale de Développement de l'Investissement.

⁵ Agence Nationale pour le Soutien à l'Emploi des Jeunes.

⁶ L'entremise de contacts (c'est-à-dire, des personnes qui connaissent personnellement la femme entrepreneure ciblée) permet de confirmer qu'il s'agit bien d'une femme qui dirige effectivement l'entreprise.

⁷ L'échantillon compte 4 TS, 25 licenciées, 17 ingénieures et 1 magistère).

⁸ C'est d'ailleurs ce qui ressort de bon nombre d'études (OCDE, 2000 ; CARTER et al. 2001 ; CARRIER et al. 2006).

⁹ L'investissement dans les services, ou même dans certaines petites industries (gâteaux traditionnels, par exemple), permet ce genre « d'économies de capitaux ».

¹⁰ Il peut s'agir, par exemple, d'une activité de confection qui est exercée à titre accessoire à une activité principale de couture. Ou bien, il peut s'agir de l'hydraulique qui est exercé comme activité accessoire aux travaux bâtiment.

¹¹ Voir à ce sujet l'étude de l'ONS (2010).

¹² Le dispositif ANGEM est particulièrement approprié pour ce genre de travail. L'entrepreneuriat permet alors de sortir de l'informel et de mieux organiser l'activité. De plus, il permet aux femmes de travailler à domicile et de s'occuper en même temps de leurs familles tout en contribuant à l'amélioration de leurs niveaux de vie.

¹³ Or, ce genre de préoccupation est décrit dans la littérature comme étant une préoccupation majeure pour certaines femmes qui s'orientent du salariat vers l'entrepreneuriat. En effet, celles-ci, peuvent organiser leurs temps de façon à concilier leurs vies familiales et leurs vies professionnelles, ce qui leur est quasiment impossible dans leur état antérieur de salariées.

¹⁴ En fait, nous avons demandé aux enquêtées de classer des problèmes supposés les avoir dérangées dans la création de leurs entreprises, selon trois degrés d'importance en « très important », « peu important » et « non, il ne s'agit pas d'un problème ».

¹⁵ Voir nos développements concernant les intentions de création, ci-dessus.

¹⁶ Les projets d'investissement proposés par les femmes sont en très grande majorité de très petite envergure (petits services, ou petits produits). Ceci peut alors leur donner l'impression que les organismes de soutien à l'investissement ou les banques ne peuvent pas être mobilisés pour « si peu ».

¹⁷ Ce problème peut être amplifié dans les régions rurales où il manque de crèches, par exemple.

¹⁸ Ici encore, on retrouve le problème crucial qui fait échouer bon nombre de transmission d'entreprises : le manque de volonté du cédant à préparer un successeur. La littérature est d'ailleurs très abondante sur le sujet.

¹⁹ Comme elles ont décrit, précédemment leurs propres motivations à la création d'entreprise : avoir un emploi ou gagner beaucoup d'argent.

²⁰ Dans certains pays, des banques ont même formé leur personnel afin de mieux étudier les dossiers relatifs aux projets initiés par des femmes. Voir à ce sujet Koreen M, In OCDE, (2000). Dans le cas algérien, ceci peut être le cas des femmes qui peuvent éprouver des difficultés à expliquer leurs projets d'investissement au niveau des commissions de l'ANSEJ, la CNAC etc. En ce sens, un projet initié par une femme peut être victime « d'exclusion », non pas pour discrimination, mais par « défaut d'information » : l'interlocuteur (administrateur ou banquier) ne recevant pas suffisamment d'informations pertinentes de la part d'une femme très craintive et sans expérience, préférera s'abstenir de l'accompagner dans le financement de son projet.

²¹ Dans certains pays, des banques forment leurs personnels pour recevoir des femmes initiatrices de projets. Voir à ce sujet, COREEN M, In OCDE (2000).

²² Aussi, le contexte socio-économique (évolution des ménages, la cherté de la vie, les licenciements massifs opérés par les entreprises publiques, etc) peut également être à l'origine de cette évolution.

