

République Algérienne Démocratique et Populaire  
Ministère de l'enseignement supérieur  
et de la recherche scientifique  
Université du 08 mai 45, Guelma  
Faculté des sciences économiques et commerciales  
et sciences de gestion  
Département des sciences de gestion



**Mémoire présenté pour l'obtention  
du diplôme de Master en sciences de gestion  
Option: Entreprenariat et développement international**

## **Thème**

**Les freins de l'entrepreneuriat féminin en Algérie  
Cas de la wilaya de Guelma**

Réalisé par :  
Redjimi Rarra

Sous la direction de :  
Berkat Ghania

Année universitaire 2013-2014

## **REMERCIEMENT**

*A Madame Barkat Ghania,*

*Je tiens à vous remercier pour avoir bien voulu diriger ce mémoire avec bienveillance et sollicitude.*

*Veillez trouver ici l'expression de ma plus haute considération.*

*A Monsieur Benkirat Abdelaziz:*

*Je tiens à vous remercier pour tout l'effort que vous avez consenti pour nous aider.*

*A Adlane*

*Je tiens à vous remercier pour tout l'effort que vous avez consenti à mon égard*

*A tous les membres du jury qui siègent aujourd'hui,*

*Veillez accepter mes sincères remerciements pour avoir accepté d'évaluer ce travail.*

*A tous mes enseignants.*

**Merci**

## *Dédicace*

*Je dédie ce modeste travail, à toutes les personnes qui se sont mises à mes côtés tout au long de l'élaboration de ce mémoire.*

*Je dédie tout particulièrement ce travail:*

*A mes chers parents,*

*A mes chers frères et ma sœur,*

*A mon futur mari Adlane,*

*A tous mes enseignants de l'université de Guelma,*

*A tous mes amis, et mes collègues de l'université de Guelma,*

*Sarra REDJMI*

# Plan de Travail

## Chapitre I: l'entrepreneuriat féminin dans le monde

<b>Section 01 : Les tendances actuelles de l'entrepreneuriat .....</b>	<b>7</b>
• L'entrepreneuriat social .....	8
• L'entrepreneuriat scolaire .....	12
• L'entrepreneuriat féminin .....	14
<b>Section 02 : Les bonnes pratiques de l'entrepreneuriat féminin dans le monde .....</b>	<b>27</b>
• Dans le monde .....	27
• Dans le Maghreb .....	32
<b>Section 03 : Les bonnes pratiques de l'entrepreneuriat féminin en Algérie .....</b>	<b>36</b>
• Exemples réussis des femmes entrepreneurs .....	36
• Exemple d'un projet de partenariat maghrébin .....	37

## Chapitre II : le contexte de l'entrepreneuriat féminin

<b>Section 01 : Aperçu théorique de l'entrepreneuriat féminin.....</b>	<b>40</b>
• La féminisation de l'entrepreneuriat (approche du genre).....	40
• Femme entrepreneure .....	42
• Le rôle de la femme entrepreneure en tant qu'agent économique.....	43
• Caractéristique des entreprises privilégiées par les femmes en affaires.....	44
<b>Section 02 : Spécificités de l'entrepreneuriat féminin .....</b>	<b>49</b>
• Caractéristiques sociodémographiques.....	49
• L'entrepreneuriat féminin un contexte socioculturel.....	56
• Les caractéristiques de la femme entrepreneure Algérienne .....	60
<b>Section 03 : motivations et freins (obstacles) de l'entrepreneuriat féminin.....</b>	<b>64</b>
• Motivations des femmes entrepreneures et les déclencheurs de l'entrepreneuriat.....	64
• Freins (obstacles) rencontrés par les femmes en affaires .....	66

## Chapitre III : étude de cas : l'entrepreneuriat féminin à la wilaya de Guelma

(freins et domaines de réussite)

<b>Section 01 : Le profil des femmes entrepreneurs en Algérie .....</b>	<b>74</b>
• La place des femmes entrepreneures .....	74
• Secteur d'activité des femmes créatrices d'entreprise (selon l'ANGEM).....	75
• Taux d'activité .....	75

**Section 02 : le taux des femmes entrepreneurs à la wilaya de Guelma ..... 76**

- Le taux selon les statistiques offertes par l'ANGEM ..... 76
- Le taux selon les statistiques offertes par l'ANSEJ ..... 85
- Le taux selon les statistiques offertes par la CNAC ..... 90

**Section 03 : les freins de l'entrepreneuriat féminin**

**(Étude de cas de la wilaya de Guelma) ..... 99**

- Méthodologie de recherche ..... 99
- Résultats de l'étude..... 102
- Interprétation des résultats et teste des hypothèses ..... 122

## Liste des tableaux

	Titre	Page
Tableau n°1	Dimensions économiques et entrepreneuriales des entreprises sociales (ES)	10
Tableau n°2	Dimensions sociales des entreprises sociales (ES)	10
Tableau n°3	Gouvernance participative des entreprises sociales (ES)	11
Tableau n°4	Secteur d'activité des femmes créatrices d'entreprise (selon l'ANGEM)	75
Tableau n°5	Taux d'activités par genre	75
Tableau n°6	Bilan de financement (ANGEM 2013) de crédit octroyés AMP	76
Tableau n°7	Bilan de financement (2013) nombre de crédit octroyés PROJET	77
Tableau n°8	Bilan de financement par zones et par genre année 2013 (PNR-AMP) – zones rurales	77
Tableau n°9	Bilan de financement par zones et par genre année 2013 (PNR-AMP) – zones urbaines	78
Tableau n°10	Bilan de financement par zones et par genre année 2013 (PNR-PROJET) – zones rurales	79
Tableau n°11	Bilan de financement par zones et par genre année 2013 (PNR-PROJET) – zones urbaines	79
Tableau n°12	Bilan de Total des projets financés (1 <sup>er</sup> trimestre 2014)	80
Tableau n°13	Bilan de financement PNR-AMP par secteur d'activité et genre (1 <sup>er</sup> trimestre 2014)	81
Tableau n°14	Bilan de financement PNR-AMP femmes par secteur d'activité (1 <sup>er</sup> trimestre 2014)	82
Tableau n°15	Financement PNR projet: financement triangulaire (ANGEM- banque - promoteur)	83
Tableau n°16	Total de projets financés ensej 2011	85
Tableau n°17	Total de projets financés en 2012	85
Tableau n°18	Total de projets financés en 2013	86
Tableau n°19	Total de projets financés depuis la création jusqu'au 31/12/2013	87
Tableau n°20	Total de projets financés par secteur d'activité depuis la création jusqu'au avril 2014	87
Tableau n°21	Répartition des femmes par secteur d'activité depuis la création jusqu'au avril 2014	89
Tableau n°22	Projet financé depuis la création jusqu'au 2013	90
Tableau n°23	Répartition par situation familiale depuis le lancement jusqu'au 2013	91
Tableau n°24	Projet financé en 2011 par secteur d'activité et par genre	92
Tableau n°25	Répartition par situation familiale 2011	94
Tableau n°26	Projet financé en 2012 par secteur d'activité et par genre	94
Tableau n°27	Répartition par situation familiale 2012	96
Tableau n°28	Projet financé en 2013 par secteur d'activité et par genre	96

Tableau n°29	Répartition par situation familiale 2013	98
Tableau n°30	l'âge des femmes entrepreneures	102
Tableau n°31	Situation matrimoniale des femmes enquêtées	102
Tableau n°32	Niveau d'instruction des femmes enquêtées	103
Tableau n°33	expériences de travail des femmes enquêtées	104
Tableau n°34	secteur d'activité des entreprises en question	105
Tableau n°35	l'idée de la création des entreprises en question	105
Tableau n°36	Les raisons de lancement dans les affaires des femmes enquêtées	107
Tableau n°37	Type de financement des entreprises en question	109
Tableau n°38	forme d'aide gouvernementale des femmes	110
Tableau n°39	Les besoins de formation	110
Tableau n°40	source d'aide	112
Tableau n°41	Les freins les freins que les femmes ont rencontrés	113
Tableau n°42	des problèmes vécus par l'entreprise	116
Tableau n°43	règlements et lois spécifiés pour les femmes	117
Tableau n°44	Les réseaux professionnels ou de contacts	117
Tableau n°45	Principales raisons de ne pas y assister	118
Tableau n°46	Activités de perfectionnement	119
Tableau n°47	Difficulté d'être une entrepreneure	119
Tableau n°48	les sacrifices	121

## Liste des figures

	<b>Titre</b>	<b>Page</b>
Figure n° 1	Caractéristiques et antécédents à l'esprit d'entrepreneuriat féminin	16

## Liste des graphiques

	<b>Titre</b>	<b>Page</b>
Graphique n° 1	crédit octroyés AMP (achat matière première)	76
Graphique n°2	Crédit octroyés PROJET	77
Graphique n°3	financement PNR-AMP zone rurale	78
Graphique n°4	financement PNR-AMP zones urbaines	78
Graphique n°5	financement PNR-PROJET zones rurales	79
Graphique n°6	financement PNR-PROJET zones urbaines	80
Graphique n°7	projets financés (1 <sup>er</sup> trimestre 2014)	81
Graphique n°8	financement PNR-PROJET par secteur d'activité (1 <sup>er</sup> trimestre 2014)	82
Graphique n°9	financement PNR-PROJET par secteur d'activité (1 <sup>er</sup> trimestre 2014)	83
Graphique n°10	Financement PNR projet: financement triangulaire (ANGEM- banque - promoteur)	84
Graphique n°11	Total de projets financés en 2011 ANSEJ	85
Graphique n°12	Total de projets financés en 2012 ANSEJ	86
Graphique n°13	Total de projets financés en 2013 ANSEJ	86
Graphique n°14	Total de projets financés depuis la création jusqu'au 31/12/2013 ANSEJ	87
Graphique n°15	Total de projets financés depuis la création jusqu'au avril 2014 ANSEJ	88
Graphique n°16	projets financés par secteurs depuis la création jusqu'au avril 2014 ANSEJ	88
Graphique n°17	répartition des femmes par secteurs depuis la création jusqu'au avril 2014	89
Graphique n°18	total des projets financés depuis la création jusqu'au 2013	90
Graphique n°19	projets financés par secteur d'activité depuis le lancement jusqu'au 2013	91
Graphique n°20	Répartition par situation familiale (CNAC 2014)	92
Graphique n°21	projet financé par CNAC en 2011	93
Graphique n°22	projet financé par secteur d'activité et par genre (CNAC en 2011)	93
Graphique n°23	Répartition par situation familiale (CNAC 2011)	94
Graphique n°24	projet financé par CNAC en 2012	95
Graphique n°25	projet financé par secteur d'activité et par genre (CNAC en 2012)	95
Graphique n°26	Répartition par situation familiale (CNAC 2012)	96
Graphique n°27	projet financé par CNAC en 2013	97



Graphique n°28	projet financé par secteur d'activité et par genre (CNAC en 2013)	97
Graphique n°29	Répartition par situation familiale (CNAC 2013)	98
Graphique n°30	l'âge des femmes	102
Graphique n°31	la situation matrimoniale	103
Graphique n°32	niveau d'instruction	103
Graphique n°33	expériences de travail des femmes enquêtées	104
Graphique n°34	secteur d'activité des entreprises en question	105
Graphique n°35	l'idée de la création des entreprises en question	106
Graphique n°36	Les raisons de lancement dans les affaires des femmes enquêtées	108
Graphique n°37	type de financement	109
Graphique n°38	les formes d'aide	110
Graphique n°39	Les besoins de la formation	111
Graphique n°40	Les sources d'aide	112
Graphique n°41	les freins que les femmes ont rencontrés	115
Graphique n°42	des problèmes vécus par l'entreprise	116
Graphique n°43	règlements et lois spécifiés pour les femmes	117
Graphique n°44	Les réseaux professionnels ou de contacts	118
Graphique n°45	principales raisons de ne pas y assister	118
Graphique n°46	activités de perfectionnement	119
Graphique n°47	difficulté d'être entrepreneur	120
Graphique n°48	les sacrifices	121



# Introduction

Les algériennes sont de plus en plus présentes dans la vie économique du pays. De tout temps, elles ont participé au soutien économique de leurs familles et de leurs communautés soit par leurs travaux formels, ou informels principalement les travaux de production domestiques (tapis, vêtements, poteries, etc.), ou les travaux agricoles. Mais depuis quelques années, elles sont de plus en plus nombreuses à investir dans le marché de l'emploi, ou à développer une activité économique rémunératrice.

L'ouverture de la société au travail rémunéré des femmes est de plus en plus grande, par nécessité certes, mais cette possibilité provoque des changements qualitatifs dans les relations que les femmes entretiennent avec leur entourage.

La vie quotidienne de la femme entrepreneur algérienne devient le résultat d'une interaction permanente entre sa vie professionnelle et sa vie familiale. Plusieurs de ses choix sont guidés par sa position dans la société et par le type d'infrastructure que la société met à sa disposition (quantité et efficacité des services des gardes). De ce fait, les femmes ne disposent pas des mêmes chances que les hommes. La mission liée à la reproduction demeure leur principale responsabilité, et représente une contrainte importante par rapport à leur disponibilité.

Aussi, la socialisation des filles ne contribue pas à développer leur confiance en elles, leur autonomie, leur sens du risque et leur goût de l'innovation : des aptitudes pourtant nécessaires chez tout individu qui souhaite développer et gérer sa propre entreprise. Il existe donc certaines contraintes socioculturelles à l'entrepreneuriat féminin, mais la plupart de ces contraintes ne sont pas insurmontables.

Les hommes sont majoritairement les entrepreneurs en Algérie, cette inégalité peut être expliquée par différentes variables comme l'indique LE MAROIS2 « pour entreprendre, il fallait cumuler des qualités, des compétences, des motivations, des exemples, et des ressources en qualité et quantité suffisantes pour franchir toute une série d'obstacles. Si les femmes sont moins nombreuses que les hommes à aller jusqu'au bout, c'est sans doute que le rapport entre les facteurs positifs (qualités, etc....) et les facteurs négatifs (obstacles), n'est pas le même pour elles que pour leurs homologues masculins. Les premiers facteurs agiraient plus faiblement et les seconds plus fortement, la balance est faussée».

Le fait que la balance est faussée au détriment des femmes entrepreneurs en Algérie, nous conduit à poser notre problématique suivante :

## **Quels sont les principaux facteurs qui freinent l'entrepreneuriat féminin en Algérie ?**

Cette question principale de la recherche renvoie à répondre à trois autres questionnements secondaires sur lesquels la présente recherche s'appuiera:

1. Quel est le taux de participation de la femme algérienne dans les projets entrepreneuriaux ?
2. Quelles sont les domaines de l'entrepreneuriat féminin à Guelma?
3. Pourquoi les femmes entrepreneurs s'orientent vers des activités spécifiques en Algérie?

Afin de mieux cerner la présente étude, j'ai jugé utile d'avancer comme hypothèses de travail ce qui suit :

**H1** : les facteurs qui freinent la femme à la wilaya de Guelma à entreprendre, sont des freins socioculturels, et l'esprit conservateur de l'entourage.

**H2** : le taux de participation de la femme algérienne dans les projets entrepreneuriaux est très faible

**H3** : la femme à la wilaya de Guelma entreprend généralement dans le secteur artisanal

**H4** : le choix du secteur d'activité par la femme à Guelma est lié au cursus de formation et à l'appui du réseau social (famille, mari, amis...)

Dans le cadre de la problématique posée, et en mettant en cause les hypothèses proposées, j'ai tenté d'entreprendre mon étude de recherche, et de scinder mon travail en trois chapitres:

- **Le premier chapitre** aborde le domaine conceptuel de l'entrepreneuriat féminin dans le monde. J'englobe les tendances de l'entrepreneuriat et les bonnes pratiques de l'entrepreneuriat féminin dans le monde d'une façon général et en Algérie comme cas particulier.
- **Le deuxième chapitre** s'articule autour des contextes socioculturel et sociodémographique, ainsi que les freins et les motivations de l'entrepreneuriat féminin tout en les intégrant dans un système permettant la maîtrise du vif sujet dont fait l'objet cette étude.
- **Le troisième chapitre** est consacré à l'étude de cas, tout en présentant les statistiques et les résultats obtenus de cette recherche.

L'intérêt de cette recherche provient de sa capacité d'aborder un sujet d'actualité. Rares sont les études qui ont été réalisées sur l'entrepreneuriat des femmes en Algérie. La plupart des recherches se sont penchées sur les facteurs qui freinent l'accès des femmes au travail salarié. Très peu de données sont donc disponibles sur les entreprises créées par les femmes, de même que le poids du secteur informel, là où les femmes sont les plus nombreuses à s'investir, mais où persistent des conditions de travail difficiles, demeure très pesant.

### **Méthodologie de recherche**

Pour la réalisation de ce modeste travail, j'ai eu recours à des ouvrages, bien que ceux qui concernent l'entrepreneuriat féminin et de l'entrepreneuriat ne soient pas nombreux, chose qui m'a obligé à s'orienter vers les documents électroniques.

La présente recherche donne donc une description de la situation de la femme entrepreneur en Algérie à travers une étude pratique menée à la wilaya de Guelma.

Cette étude a été basée sur des statistiques récentes fournies par différents organisations, à savoir : l'ANSEJ et l'ANGEM et la CNAC.



# **Chapitre I :** **L'entrepreneuriat féminin** **dans le monde**

**Section 01 : Les tendances actuelles de l'entrepreneuriat**

**Section 02 : Les bonnes pratiques de l'entrepreneuriat féminin dans le monde**

**Section 03 : Les bonnes pratiques de l'entrepreneuriat féminin en Algérie**

## **Introduction**

L'entrepreneuriat et, par extension, l'entrepreneur et l'entreprise ne sont en effet pas des concepts qui se laissent facilement saisir et qui ont subi maintes variations, à travers les époques et les points de vue de ceux qui se sont préoccupés de leur développement (Vérin, 1982). Le regard posé a été tantôt économique, en cherchant, par exemple, à cerner la contribution de l'entrepreneuriat et de l'entrepreneur sur les économies locales, régionales ou nationales; tantôt psychologique, en essayant, par exemple, de définir des profils d'entrepreneurs; tantôt encore sociologique, en s'attardant, par exemple, à comprendre le rôle de l'environnement socio-économique sur les intentions et les comportements entrepreneuriaux des individus (Filion, 1997; Grégoire, Noël, Déry & Béchar, 2006; Kendrick, 1999). Par ailleurs, les paradigmes sur lesquels s'appuient les auteurs sont tout aussi variés. L'entrepreneuriat peut, de ce fait, être défini à travers un processus de création de valeur (Bruyat & Julien, 2001), de création d'une organisation (Fayolle, 2004), d'innovation et de créativité (Brazeal & Herbert, 1999), de détection ou de construction d'opportunités d'affaires (Bygrave & Hofer, 1991) ou encore, le plus souvent, à travers une combinaison de deux ou plus de ces quatre aspects (Kobia & Sikalieh, 2010; Verstraete & Fayolle, 2005)

## Section 01 : les tendances actuelles de l'entrepreneuriat

Depuis quelques années, l'entrepreneuriat en tant que phénomène socio-économique fait l'objet d'une attention soutenue de la part des milieux universitaires. Cependant, malgré l'intérêt que lui ont porté plusieurs générations de chercheurs, il reste encore relativement difficile, à l'heure actuelle, de préciser avec exactitude ce dont il est question lorsque le concept d'entrepreneuriat est convoqué; un constat déjà posé depuis longtemps par Gartner (1990) dans sa célèbre contribution au domaine. Certains auteurs signalent, à cet effet, que le champ de recherche en entrepreneuriat en serait encore au stade de l'enfance (Brazeal & Herbert, 1999), là où d'autres le considèrent davantage à un stade plus avancé de l'adolescence (Low, 2001), soulignant l'un et l'autre la recherche d'une légitimité académique grandissante, qui reste à parfaire. Ce sur quoi s'entendent la plupart des auteurs qui contribuent à façonner le concept d'entrepreneuriat est sans doute son caractère polysémique et la difficulté de proposer une définition qui satisfasse l'ensemble de la communauté scientifique, à un moment donné de son histoire.



## 1. L'entrepreneuriat social :

On peut considérer qu'il désigne une entreprise émanant d'une initiative citoyenne, dont la finalité n'est pas le profit mais d'abord l'intérêt général en réponse à une opportunité sociale<sup>1</sup>.

Il faut garder à l'esprit que l'entrepreneuriat social désigne d'abord des pratiques, qu'on ne peut temporaliser ; ainsi, le phénomène dont on parle ici concerne l'acception courante du concept d'entrepreneuriat social, telle qu'elle existe dans nos sociétés contemporaines.

### 1.1 Différentes empreintes culturelles aux origines de la notion d'entrepreneuriat social :

Dans la pratique, les initiatives citoyennes conjuguant activité économique et finalité sociale sont une réalité ancienne. Cependant, elles prennent véritablement corps à travers l'acception progressive du terme d'entrepreneuriat social, aux Etats-Unis et en Europe<sup>2</sup>.

Aux Etats-Unis, le premier coup de feu est tiré en 1980 lorsque Bill Drayton lance Ashoka, créant ainsi le concept « social entrepreneur ». L'idée de cette association internationale est alors de trouver des solutions concrètes à la misère mondiale, en soutenant et en accompagnant les individus « exceptionnels » œuvrant pour des transformations sociales, qui osent entreprendre de manière innovante au service des plus démunis pour engendrer des transformations sociales. Les entreprises sociales trouvent leur place peu de temps après, initiées par la « Social Enterprise Initiative » de la prestigieuse école Harvard en 1993, qui monte un programme de recherche et d'enseignement sur le sujet. A ces concrétisations pionnières des concepts d'entreprise sociale et d'entrepreneur social suivent d'autres initiatives en matière : de grandes universités américaines développent des programmes de recherche, et de nouvelles fondations de soutien aux entrepreneurs sociaux innovants se créent. Dans la conception américaine de l'entreprise sociale coexistent deux approches :

---

<sup>1</sup> Dans une perspective d'économie institutionnelle, les opportunités sociales représentent les besoins sociaux insuffisamment couverts par le marché et l'Etat, et pour lesquels on pourra attendre des solutions novatrices. L'approche sociologique y voit le résultat d'interactions entre l'entrepreneur-citoyen et le contexte social qu'il entend changer.

<sup>2</sup> J. DEFOURNY, M. NYSSSENS, Approches européennes et américaines de l'entreprise sociale : une perspective comparative, Les frontières de l'économie sociale se sont-elles déplacées ?, 23ème colloque – Paris, 9 novembre 2010 ; Panorama des entreprises sociales dans les pays de l'OCDE, Focus sur l'Europe et le Québec, publication de l'Avise en partenariat avec le programme LEED de l'OCDE, Entreprendre autrement n°2, Octobre 2007

l'école des ressources marchandes et l'école de l'innovation sociale<sup>1</sup>. La première conçoit l'entreprise sociale comme un moyen pour les organisations non lucratives d'accéder à davantage de financements, alors que la deuxième met en avant la figure d'un entrepreneur inventif et charismatique, vecteur de changements sociaux.

L'Europe a également été l'un des berceaux de ce qu'on pourrait appeler « l'entreprise en économie sociale<sup>2</sup> » : la première initiative remonte à 1991 lorsque l'Italie offre un statut juridique aux « coopératives sociales », initialement formées dans le but de répondre à des besoins sociaux mal satisfaits par les services publics. Le choix d'une forme coopérative traduit notamment la volonté d'offrir aux populations dans le besoin des services de qualité, en ayant recours à des personnels salariés qualifiés en complément du bénévolat, tout en fonctionnant suivant une gestion démocratique. La loi reconnaît que ces coopératives poursuivent « l'intérêt général de la communauté, en vue de la promotion humaine et de l'intégration sociale des citoyens »<sup>3</sup>. Cette première impulsion dans le monde européen a lancé le phénomène, et les structures combinant finalité sociale et économique fleurissent par la suite dans de nombreux pays, soutenues par la création de nouveaux cadres juridiques : la Société à Finalité Sociale (SFS) apparaît en Belgique en 1995, les Sociétés Coopératives d'Intérêt Général (Scic) naissent en France en 2001. En 1996 est créé EMES<sup>4</sup>, un réseau européen de chercheurs visant à réunir des connaissances sur l'économie sociale et l'entrepreneuriat social ; la conception de l'entreprise sociale proposée par le réseau insistera sur la dimension collective.

Visualiser les deux sphères aux origines du concept nous permet d'envisager la complexité dans la suggestion d'une définition partagée de l'entrepreneuriat social. En effet, les terreaux culturels et historiques diffèrent et n'ont pas porté les mêmes fruits des deux côtés de l'Atlantique. La culture européenne, héritière des mouvements mutualistes, coopératifs et associatifs, reste fidèle à la tradition de l'ESS, et met l'accent sur l'entreprise sociale perçue

---

<sup>1</sup> D. STOKKINK, A. HOUSIERE, N. MAURICE-DEMOURIUX, ESS, RSE, Entreprise sociale et Développement durable, Working paper, Pour la Solidarité, janvier 2012

<sup>2</sup> L'économie sociale désigne des catégories d'organisations privées non-capitalistes qui, par leur statuts et donc par des règles particulières, en forment les principales composantes : les coopératives, les mutuelles, les associations, les fondations. L'économie sociale insiste sur des principes ou des valeurs qui sont sensés inspirer ses modes de fonctionnement spécifiques : autonomie de gestion, finalité de service plutôt que de rapport financier, égalité des membres, processus de décision démocratique.

Source : J. DEFOURNY, M. NYSSSENS, La percée de l'entrepreneuriat social : clarifications conceptuelles

<sup>3</sup> L'économie sociale de A à Z, Alternatives Economiques Poche n°22, janvier 2006

<sup>4</sup> Acronyme français pour « Emergence des Entreprises Sociales en Europe »

comme un regroupement de personnes à la gouvernance particulière, où la démocratie et la participation sont les voies d'accès à l'émancipation pour tous.

### **1.2 L'entrepreneuriat social dans la vision contemporaine européenne : définition et mise au point**

Nous nous intéresserons ici à l'approche de l'entreprise sociale selon EMES<sup>1</sup>, qui ne dresse pas de cadre figé et normatif mais propose une approche souple, plus à-même de prendre en compte les spécificités de chaque entreprise sociale. Cette approche repose sur un faisceau de neuf critères en trois grands axes.

<b>Axe n°1 : Dimensions économiques et entrepreneuriales des entreprises sociales (ES)</b>	
Une activité continue de production de biens et/ou services	L'activité productive représente l'une des raisons de l'existence de l'ES.
Un niveau significatif de prise de risque économique	Le risque est supporté totalement ou partiellement par ceux qui ont établi l'ES.
Un niveau minimal d'emplois rémunérés	Les ES peuvent dans une certaine mesure combiner volontariat et emplois rémunérés.

<b>Axe n°2 : Dimensions sociales des entreprises sociales (ES)</b>	
Un objectif explicite de bénéfice à la collectivité	L'une des raisons d'être principales de l'ES est le service à un groupe spécifique de personnes ou à la collectivité, généralement dans une logique de proximité territoriale.
Une initiative émanant d'un groupe de citoyens ou d'une organisation de la société civile	Les ES résultent d'une dynamique collective impliquant des personnes appartenant à un groupe ou à la collectivité.
Une limitation de la distribution des bénéfices	Les ES peuvent distribuer les bénéfices mais dans une certaine mesure, pour éviter les comportements recherchant la maximisation du profit.

<sup>1</sup> M. NYSSSENS, J. DEFURNY, The EMES approach of Social enterprise in a comparative perspective, WP no. 12/03, EMES, 2012

<b>Axe n°3 : Gouvernance participative des entreprises sociales (ES)</b>	
Un degré élevé d'autonomie	L'ES est gérée par les personnes qui l'ont créée, sur la base d'un projet autonome, bien qu'elle puisse bénéficier de subventions publiques.
Un pouvoir de décision non basé sur la détention du capital	Les décisions dans l'ES sont prises de façon démocratique, généralement en référence au principe « un membre, une voix ».
Une dynamique participative, impliquant différentes parties prenantes concernées par l'activité	L'ES répond à une gestion participative où l'accent est mis sur la représentation et la participation des clients ou des usagers.

**Source:** The EMES approach of Social enterprise in a comparative perspective

**N.B. D'après la vision de l'Union Européenne :**

**L'entrepreneuriat social** désigne l'ensemble du secteur de l'économie de marché social européen, qui offre des produits ou des services sociaux, ou qui sert des objectifs sociaux par son activité.

**Les entreprises sociales** sont les institutions et les organisations agissant et fonctionnant dans l'économie de l'entrepreneuriat social, sous la forme d'organisations sociales, d'entreprises privées, d'associations, de coopératives, de mutuelles ou de fondations.

## **2. L'entrepreneuriat scolaire :**

L'éducation entrepreneuriale demeure une notion ambiguë. Un examen attentif du mouvement de l'éducation entrepreneuriale permet de préciser selon quelle(s) finalité(s) éducative(s) il est possible de comprendre cette volonté d'introduire l'entrepreneuriat dans la scolarité de base des élèves (primaire et secondaire). Ceci spécifié, la particularité de l'approche entrepreneuriale en éducation (*enterprise education*) est exposée.

S'il est utile d'introduire cette réflexion par un bref aperçu du champ de recherche en entrepreneuriat et, partant, des manières possibles de le définir et de s'y référer, c'est que ce concept est, de plus en plus régulièrement, mis en parallèle avec l'éducation, tous ordres d'enseignement confondus (Deuchar, 2004; Gibb, 1987, 1993; Hitty, 2002, 2008; Leffler, 2009; Léger-Jarniou, 2008). Cependant, parler d'entrepreneuriat dans le domaine scolaire demeure problématique dans la mesure où il n'existe pas, comme il est brièvement montré, de bases consensuelles en entrepreneuriat à partir desquelles construire une compréhension claire de ce que pourrait signifier l'éducation entrepreneuriale (EE). Au niveau de la scolarité de base des élèves (primaire et secondaire), qui demeure l'objet d'attention central de cet article, il en résulte une confusion importante qui s'exprime principalement au niveau des finalités éducatives de l'EE et qui se répercute sur les pratiques pédagogiques effectives des enseignant(e)s.

### **2.1 Bref historique du mouvement de l'éducation entrepreneuriale :**

L'idée d'associer l'entrepreneuriat et l'éducation n'est certes pas récente. Au niveau de l'éducation postsecondaire, on attribue à Myles Mace la paternité du premier cours en entrepreneuriat, dès 1947, à l'Université Harvard (Katz, 2003). Des recherches récentes s'attardent d'ailleurs à montrer l'évolution et les futurs possibles de l'éducation entrepreneuriale en milieu universitaire (Kuratko, 2005; Pittaway & Cope, 2007), signe que ce champ de recherche tend à se constituer de manière autonome et indépendante du domaine beaucoup plus large de l'entrepreneuriat en général et des problèmes conceptuels qui s'y rattachent. Ceci ne signifie pas pour autant que les débats n'y vont pas bon train (Carrier, 2007; Fiet, 2001; Garravan & O'Cinneide, 1994a, 1994b; Honig, 2004), ni qu'on saurait totalement dissocier l'éducation entrepreneuriale du domaine de l'entrepreneuriat qui la contient. À titre d'exemples, on se questionne, à ce niveau de formation, à savoir si l'entrepreneuriat peut, ou non, être enseigné, quelle place doit être laissée aux auteurs « classiques » par rapport à l'apprentissage de la pratique, selon quelles approches

pédagogiques il faut aborder les contenus à couvrir et même vers quel(s) but(s) l'éducation entrepreneuriale devrait tendre<sup>1</sup>.

Aux niveaux primaire et secondaire, il est plus difficile de retracer la genèse du mouvement qui tente d'associer l'entrepreneuriat et l'éducation. Le Royaume-Uni est souvent cité comme un précurseur dans le domaine (en particulier la Durham University Business School), dès la fin des années 1970 (Greene, 2002). L'objectif des actions menées en matière d'éducation entrepreneuriale à cette époque était alors, à travers une éducation à caractère vocationnel (de l'ordre de l'orientation scolaire), de mieux préparer les élèves pour la vie active, en minimisant le fossé existant entre l'éducation et le monde de l'entreprise (Crompton, 1987; Deuchar, 2007; Hytti, 2008). Aujourd'hui, l'éducation entrepreneuriale, au niveau de la scolarité de base des élèves, se retrouve dans la plupart des sociétés postindustrielles, comme la Suède (Leffler, 2009), la Finlande (Seikkula-Leino, Ruskovaara, Ikavalko, Mattila & Rytkola, 2010), la Belgique (Surlmont, 2007), l'Union Européenne en général (Commission européenne, 2004, 2006; Hitty, 2002, 2008; Hitty & O'Gorman, 2004), le Canada (Levesque, 2005, 2011; Pepin, 2010), l'Australie (Kearney, 2009), la Nouvelle-Zélande (Lewis & Massey, 2003), le Brésil (Filion & Dolabela, 2007) ou encore le Japon (Yamane, 2002).

## **2.2 La problématique de la culture entrepreneuriale**

Il est utile de rappeler que le discours relatif à l'éducation entrepreneuriale dans la scolarité de base des élèves s'est historiquement construit en référence aux changements sociétaux et aux discours politiques qui leur sont associés. À titre d'exemple, Ball (1989), dans une recherche très complète portant sur les liens entre entrepreneuriat et éducation, identifie cinq rationnels non exclusifs sur lesquels les nombreux pays couverts par son étude se basent pour justifier l'introduction de l'éducation entrepreneuriale à des stades précoces de la scolarisation :

- 1) la nécessité de développer chez les individus les capacités indispensables pour composer avec un environnement en constante mutation;
- 2) la problématique du chômage chez les jeunes;
- 3) les transformations importantes du marché du travail qui appellent davantage de flexibilité dans les cheminements de carrière;

---

<sup>1</sup> MCGILL JOURNAL OF EDUCATION • VOL. 46 NO 2 SPRING 2011

4) les changements inhérents aux institutions elles-mêmes qui demandent une plus grande prise de responsabilité, d'initiatives et de créativité de la part des individus et la qualité de l'éducation et sa pertinence en relation avec l'économie.

L'entrepreneuriat en milieu scolaire (311 2002; Curran & Blackburn, 1990; Peters, 1992, 2001; Ritchie, 1991). Ce qui ressort de ces analyses, c'est que cette notion de « culture entrepreneuriale » est davantage un outil de persuasion politique, teinté d'une idéologie néolibérale de la gouvernance (Peters, 2001; voir aussi Laval, 2004, 2007), qu'un outil qui permette de mieux comprendre de quoi il retourne lorsqu'on parle d'entrepreneuriat en milieu scolaire. En outre, les problèmes conceptuels rapportés en introduction à l'égard de la notion d'entrepreneuriat se répercutent sur la possibilité de définir la « culture entrepreneuriale » de manière claire et univoque. Carr & Beaver (2002) remarquent, à ce propos : « This lack of definition has not significantly diminished despite twenty years of attempts to create and fashion it [entreprise culture] » (p. 105). C'est que la notion de « culture entrepreneuriale » masque en fait des finalités distinctes d'éducation entrepreneuriale.

### **3. l'entrepreneuriat féminin :**

Jamais le statut de la femme dans la société n'a posé plus de questions à l'échelle mondiale qu'il n'en pose aujourd'hui. Les bouleversements qui se sont opérés ou qui s'opèrent dans les pays développés ou en voie de développement, de la Chine à l'Afrique, de l'URSS à l'Amérique ne sont pas les seules raisons des secousses qui agissent l'entrepreneure femme. A l'Est comme l'Ouest, les déclarations de principes, les discussions passionnées qui ont lieu dans la vie politique, les mouvements d'opinion, la presse sont autant de preuves de l'ampleur et de l'importance de la place de la femme dans la vie économique.

Autant des facteurs et des variables interagissent ensemble pour jouer un rôle d'incitation et d'attraction à la création d'entreprises par les femmes.

S'agissant des déterminants de l'efficacité de l'esprit d'entreprise, en général, plusieurs auteurs (DRUCKER 1977, RAJEMISON 1995...) retiennent des facteurs qui ne sont pas eux même des phénomènes économiques mais qui relèvent beaucoup plus des changements de valeurs, d'optique, d'attitudes démographiques et institutionnelles.

De ce fait, un grand nombre d'ouvrages et de recherches se sont penchés sur la question pour identifier les facteurs sous jacents et retracer le parcours des entrepreneures

femmes. Les recherches ont montré que la dynamique entrepreneuriale féminine est expliquée par plusieurs facteurs, tout sur le niveau économique, social, culturel, psychologique et politique même.

Bien que la plupart de ces facteurs soient parfois communs et indissociables aux deux sexes, ils ont tendance, dans beaucoup de cas, à être plus marquées pour les entrepreneures féminines.

De ce fait, force est de constater la mobilisation « mondiale » et l'intérêt nouveau des pouvoirs publics sur le sujet de l'entrepreneuriat féminin dans tous les secteurs, ce qui est non seulement essentiel pour l'économie, mais également vital pour la société.

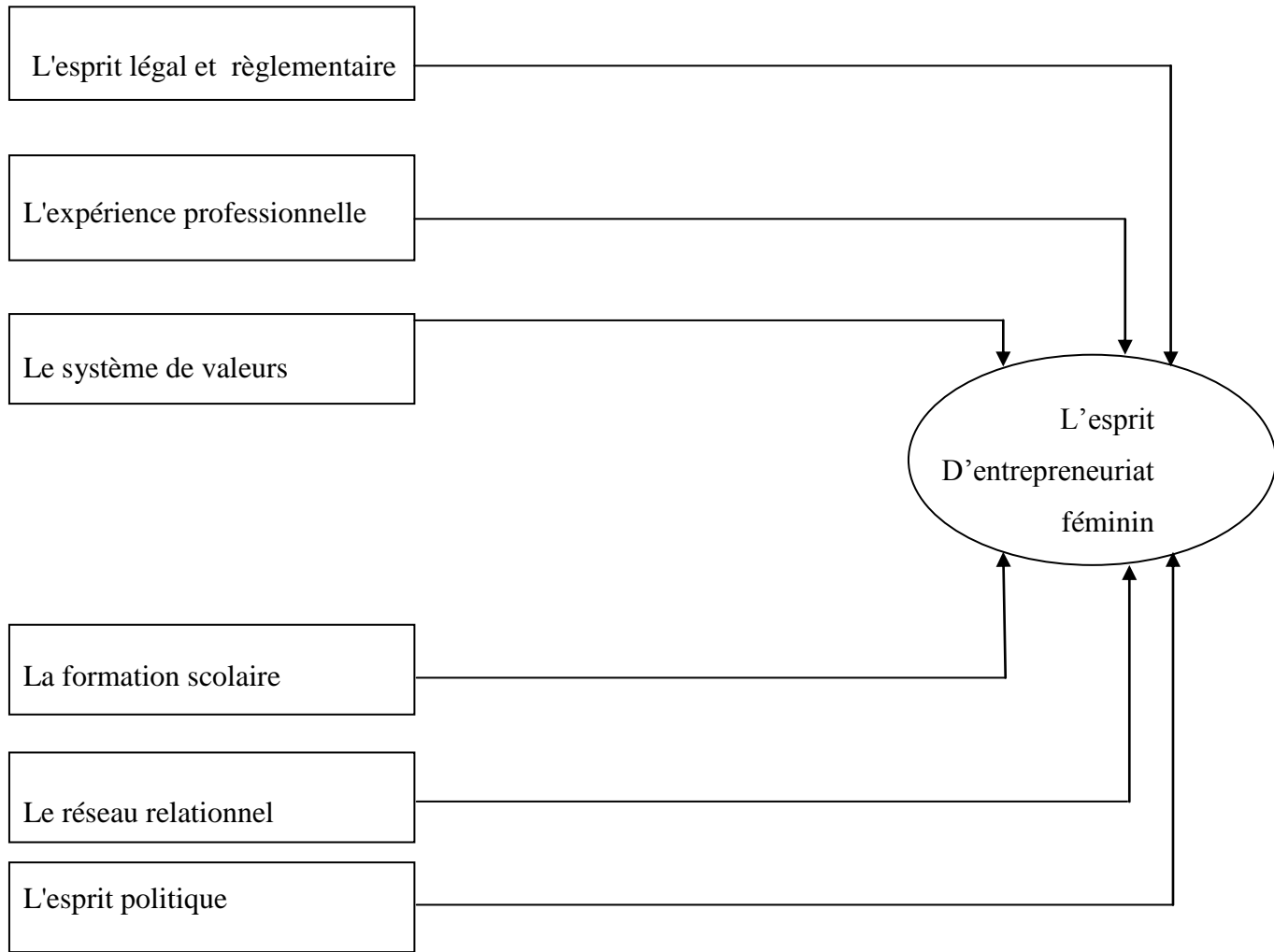
Chaque pays, qu'il soit un pays développé, émergent ou même sous développé, s'intéresse à cet accroissement, d'une part du nombre des entreprises créées par les femmes et d'autre part du nombre d'emplois généré par ces entreprises.

L'augmentation du taux de création de nouvelles entreprises par les femmes est indispensable pour stimuler l'innovation et l'emploi de l'économie. Par conséquent, il était nécessaire de mettre des mécanismes et des sources d'informations et de conseil à la disposition des femmes et de leur apporter le soutien dont elles ont besoin pour créer et gérer leurs propres entreprises.

De même, les forces psychosociales et le contexte culturel dans lequel évoluent les femmes ont une importante influence dans la genèse de comportements innovateurs (RAJEMISON, 1995 ; GASSE, D'AMOURS ; 1993 ; ZOUITEN, 2005), notamment dans le domaine de la création d'entreprises.



**3.1 Caractéristiques et antécédents à l'esprit d'entrepreneuriat féminin :**



**Figure I.1 : Les caractéristiques à l'esprit de l'entrepreneuriat féminin**

**Source :** BELAID SAMY, 2004 « Les facteurs externes de l'entrepreneuriat »11

### 3.1.1 Système de valeurs

Nul ne peut nier que les principales limites de la participation des femmes à la vie active sont attribuées à leur environnement socioculturel. S'agissant de l'activité entrepreneuriale, cet environnement n'a favorisé guère son expansion.

RAJEMISON, 1995 a affirmé à partir de ces recherches sur les femmes que pour la plupart des pays Africaines, la ségrégation et l'inégalité subsiste. Cette inégalité commence dès le plus jeune âge.

Toutefois, cet environnement n'a pas cessé d'évoluer au cours de ces vingt dernières années, la mondialisation des marchés et l'explosion des innovations technologiques ont changé radicalement le monde du travail et les structures économiques, sociales et culturelles.

Nombreux auteurs ont soulevé au cours de leurs recherches un système de valeurs qui semblerait caractériser l'esprit créatif née chez les femmes (GASSE, D'AMOURS 1993, FAYOLLE, LASSAC-CLERC 2003, BELAID 2004, GERARD 2002). A cet effet, ils évoquent un système de valeurs culturelles, citoyennes et parentales, dont la résultante contribuerait au développement d'un esprit innovateur et créatif chez les femmes pour s'installer dans le monde des affaires.

Même si les valeurs et attitudes différentes d'un pays à un autre, d'une région à une autre, nul doute qu'un cheminement important est indispensable et recommandable.

A partir d'une analyse des cultures différentes, les chercheurs ont montré primauté de trois valeurs fondamentales et indissociables :

- \* La solidarité familiale ;
- \* La confiance ;
- \* La loyauté.

Ces trois paramètres constituent la pierre angulaire de tout développement économique et social envisagé par une société. L'affaiblissement de l'un de ces trois valeurs entraverait le développement de l'esprit de l'entrepreneuriat.

Ainsi, les femmes auraient maintenant d'avantage confiance en leurs capacités et elles ne se satisferaient plus des possibilités réduites de carrière qui leur sont encore offertes dans les entreprises traditionnelles masculines<sup>1</sup>.

De plus, pour plusieurs auteurs, les femmes entrepreneures défendent et respectent l'éthique des affaires plus qu'aux hommes. Elles sont toujours reconnues par leurs approches différentes à celles des hommes, en adoptant des traits de caractères « typiquement féminins ». Leur approche de direction est différente de la méthode traditionnelle, elles pratiquent le type de leadership « interactif » et font recours à un mode de direction participatif<sup>2</sup>. Toutes ces valeurs citoyennes concourent à la formation d'un espace propice à la création d'entreprise par les femmes.

Mais même si la plupart de ces valeurs sont plutôt citoyennes et relatives à la personne elle-même, on ne peut pas nier l'importance du système des valeurs parental.

Depuis longtemps, un déséquilibre dans l'accès à l'instruction pour les filles et les garçons persiste. Le niveau n'est pas le même pour les hommes et les femmes et c'est surtout dans la population rurale que la différenciation est plus accentuée. Selon des études faites, RAJEMISON (1995) a montré que plus de 40% de la population féminine de six ans et plus est illettré ; alors que pour les hommes elle n'atteint pas 30%<sup>3</sup>.

La différenciation demeure aussi aux domaines de formation. Le recours des femmes dans les filières techniques, de gestion, de comptabilité est très peu fréquenté.

Toutes ces disparités ont constitué pour longtemps des handicaps à l'esprit d'entreprise pour les femmes car elles limitent chez elles les aptitudes et compétences que requiert l'entrepreneuriat.

D'où apparaît l'effet primordiale de l'éducation et de type de relation née entre les parents et leurs enfants dans l'éveil d'un esprit créatif d'entrepreneur tant chez les hommes que chez les femmes. Les chercheurs ont mis l'accent sur un certain nombre de valeurs communes,

---

<sup>1</sup> YVON GASSE, ALAIN D'AMOURS (1993) : « Profession : Entrepreneur », les Editions Transcontinentales, Fondation de l'Entrepreneurship, p. 88.

<sup>2</sup> J. ROSENER (1991), « Les femmes ne dirigent plus comme les hommes : ce style de management varie-t-il en fonction du sexe des managers ? » Harvard - Expansion Été PP 14-25.

<sup>3</sup> S. RAJEMISON (1995), « Femmes entrepreneurs et dynamiques entrepreneuriale : cas de Madagascar »; les facteurs de performance de l'entreprise, Edition AUPELF- UREF, John Libbey Eurotext, Paris P230

inculquées par les parents au cours de l'éducation de leurs enfants que se soit fille ou garçon, et qui semblent stimuler leurs créativité et leurs réussites sociales.

Il est important de signaler ainsi que ces valeurs ont été essentiellement évoquées par les femmes entrepreneures. A cet effet, nous notons<sup>1</sup> :

- L'indépendance ;
- La responsabilisation ;
- La capacité de prendre des décisions, en assumant les conséquences ;
- L'aventure vers d'autres cultures, à travers les langues étrangères ou suite à des expériences à l'étranger.

Toutefois cet ensemble des attitudes et valeurs qui se font naître par l'entourage familial ne constitue pas l'apanage de l'éducation prodigué par la majorité des parents.

Des analyses sont faites par des psychologues et des pédopsychiatres dans ce sujet et qui font preuve que ces valeurs semblent être exceptionnelles. Ils notent que le modèle parental dominant se base plutôt sur « l'assistance et le suivisme, par conséquent, il n'est pas capable de favoriser l'autonomie et l'indépendance »<sup>2</sup>.

De plus qu'il ne stimule pas la créativité. Toujours les activités artistiques sont considérées comme une perte de temps et la vie associative est quasi-absente dans l'éducation pour les femmes.

En outre, les femmes sont souvent soumises à leurs parents et plus tard à leur mari, leur notion d'individualité est quasi inexistante.

Il faut reconnaître que, dans telles conditions, la dynamique entrepreneuriale féminine a du mal à émerger.

---

<sup>1</sup> S. BELAID (2004), « Les facteurs externes de l'entrepreneuriat » ; l'entreprise, l'investissement et la compétitivité. IACE, Tunisie, P 425.

<sup>2</sup> S.BELAID (2004), op. cit.

### **3.1.2. Formation scolaire**

La formation initiale est considérée comme un maillon déterminant dans la formation de l'esprit et des capacités des individus.

A cet effet, on sera tenté de se poser la question : quand aux aptitudes du système éducatif dans la formation d'une culture entrepreneuriale chez les femmes :

#### **Le milieu scolaire foisonne-t-il d'initiatives favorables au développement d'une société entrepreneuriale ?**

RAJEMISON (1995) a défini la culture entrepreneuriale comme étant l'ensemble des connaissances qui doivent permettre à un individu de passer au stade d'entrepreneur. Par ailleurs, connaissant le rôle traditionnellement joué par l'école dans le développement de la culture d'un milieu. On peut affirmer que la société a toujours considéré qu'on envoie les enfants s'instruire pour qu'ils puissent devenir plus tard des salariés.

Dans cette optique, les enfants ne sont pas éduqués pour créer leur propre entreprise, leur avenir est tout tracé : obtenir des diplômes pour avoir un poste. La structure des formations tenait peu compte de la culture entrepreneuriale.

Ce n'est que tout récemment que des situations sur l'intégration des notions de création d'entreprise et/ou de gestion de micro-projets dans certains établissements supérieurs ont commencé à être posées.

A partir des années 80 - 90, des efforts remarquables ont touché le système scolaire à tous les niveaux. Les orientations des programmes d'enseignement sont dans le sens de développement d'un esprit créatif tant chez les hommes que chez les femmes afin de faire face à la situation du chômage qui est devenue la préoccupation des autorités tant européennes que nationale et régionale.

Le chômage constitue un des principaux facteurs d'exclusion sociale pour les jeunes diplômés et une des causes majeures de pauvreté du pays. En conséquence, la lutte contre le sous-emploi est devenue une priorité tant européenne que nationale. A cet effet, l'Union

européenne s'est fixée comme objectif ambitieux un taux d'emploi global de 70% en 2010, et ce en se concentrant sur les groupes fragilisés notons ainsi la population féminine<sup>1</sup>.

Parmi les mesures mises pour l'accomplissement de cet objectif, on peut mettre en exergue les changements qui ont touché le système éducatif afin de développer dès le départ une formation guidée vers la création d'entreprise au sein des écoles<sup>2</sup>.

Des liens de proximité se font naître entre les universités et les entreprises ou plus précisément le marché du travail. Les universités seront de plus en plus à l'écoute des entreprises et parviennent à offrir de nouvelles perspectives de travail aux diplômés, pour qui le diplôme est un visa pour l'emploi<sup>3</sup> (MECHRI, le Manager 1995).

Ainsi, en faisant appel aux études menées par Urbaconsult pour le BIT (Bureau International du Travail), l'étude évoque en ce sens un niveau d'instruction plus élevée pour les femmes que les hommes. 50% des femmes entrepreneures ont un niveau d'instruction supérieur ou secondaire contre 40% des hommes<sup>4</sup>, cela signifie en fait que l'instruction et/ou le diplôme sont un véritable outil d'entrée en entreprise pour les femmes, voire un passage obligé dans certains cas, plus encore que chez les hommes.

Cela met en exergue que les femmes entrepreneures ont bénéficié, dans une large mesure, de la démocratisation de la scolarité. Cela a dû induire de profondes mutations par genre et par structure dans le marché du travail. LACHAUD avait montré en 1991, que les diplômés avaient de plus en plus tendance à accepter des conditions du secteur informel vu les difficultés à trouver un emploi dans le secteur formel, privé ou public.

Cet état de fait toucherait à cet égard plus particulièrement les femmes<sup>5</sup> qu'elles pouvaient être plus stigmatisées dans le salariat et insatisfaite de leur carrières d'une part et d'autre part qu'elles peuvent appréhender l'entrepreneuriat comme un moyen de concilier à la fois leur travail et leur rôle auprès des enfants, par une plus grande disponibilité dans l'organisation et l'emploi du temps par exemple.

---

<sup>1</sup> V. DE BRIEY, F. JONSON (2005), « Les structures d'appui à la création d'entreprise par des allocataires sociaux : cadres théoriques explicatif », Belgique.

<sup>2</sup> G. TCHOUASSI (2002), « Eveil entrepreneuriale, engagement et coaching des femmes en création d'activité entrepreneuriale au Cameroun », Cameroun.

<sup>3</sup> P.N DENIEUIL (1995), « femmes et entreprises en Tunisie : essai sur les cultures du travail féminin », Ed. L'Harmattan, Paris.

<sup>4</sup> INST. 2005

<sup>5</sup> P.N. DENIEUIL (2005), op. cit.

Un rapport de la quatrième conférence mondiale sur les femmes préparé en 1995<sup>1</sup> a montré qu'en 1996, la participation des femmes à la vie active va dépendre de leur niveau scolaire notons une augmentation de 20% pour les femmes possédant un diplôme d'études secondaire et de 30% pour les femmes ayant un diplôme universitaire.

### **3.1.3 Réseau relationnel**

Plusieurs recherches récentes en entrepreneuriat ont mis l'accent sur le réseau relationnel comme un point essentiel dans le processus d'éveil entrepreneurial au cours duquel la femme est progressivement sensibilisée, consciemment ou non, à la création d'entreprise et à l'entrepreneuriat.

Fayolle, 1994, a défini l'éveil entrepreneuriale comme étant un moment particulier dans la vie des femmes, où, pour des raisons et motivations diverses, un premier intérêt se présentant sous la forme d'une sensibilisation vis-à-vis de l'entrepreneuriat apparaît<sup>2</sup>.

A cet effet, si le processus d'éveil s'inscrit bien dans les cultures nationales et dans les encouragements politiques et institutionnels, ceux-ci n'en sont pas moins relayés par des comportements d'ordre familiaux et sociaux.

Les auteurs ont provoqué les influences du milieu social, de la famille, d'origine et proche, de l'environnement familial, des relations avec les amis au sens où la femme peut être placée très tôt dans un contexte favorable où, en particulier, certaines conditions sociales sont réunies, et participent à son éveil.

Les parents, les frères, le conjoint, l'entourage familial, les amis et le tissu associatif avec des entrepreneurs d'envergure locale ou nationale sont tous des acteurs déterminants à la naissance et le développement de l'esprit créatif chez la femme<sup>3</sup>.

En ce sens, TCHOUASSI a précisé que la femme, peut être issue ou placée au sein d'une famille d'entrepreneurs dans laquelle on naît créateur d'activité entrepreneuriale ou entrepreneur de façon héréditaire, du père en fils et cela favorise sa place très tôt dans le

---

<sup>1</sup> Rapport de la quatrième conférence mondiale sur les femmes, Nations Unies, 17 octobre 1995, article 46.

<sup>2</sup> G. TCHOUASSI (2005), « Eveil entrepreneurial, engagement et coaching des femmes en création d'activités entrepreneuriale au Cameroun ».

<sup>3</sup> S. BELAID (2004), op.cit.

domaine des affaires. Pourtant, il peut également être provoqué avec retard chez d'autres femmes car leur activité principale reste ménagère.

La stabilité de l'univers familial, basé sur l'harmonie et les encouragements du père, des frères, ou du mari est toujours évoquée par les femmes interrogées lors des entretiens.

Somme toute, et en faisant appel à la notion de la discrimination toujours évoquée par la littérature, il apparaît une faible discrimination entre frères et sœurs au sein de la famille.

Tel est le constat proposé par BARKALLIL<sup>1</sup> lors de sa recherche sur l'instruction des filles et la subvention de l'ordre ancien, il apparaît une faible discrimination entre frères et sœurs au sein de la famille. Elle précise à cet égard que « la quasi-totalité des femmes diplômées étudiées a bénéficié d'une grande confiance de la part des parents qui ont porté avec elles leurs projets et leur ont assuré les conditions les plus favorables compte tenu de leurs moyens pour les réaliser.

En s'intéressant à la création d'entreprise en tant qu'une affaire de réseaux, AROCENA a montré dans son rapport avec l'aide de BERNOUX, MINGUET, PAUL CAVALIER que les femmes entrepreneures ne créent pas « au hasard » et se situent toujours en terrain connu dans le cadre d'un réseau relationnel et d'un « milieu support » propre à chacune d'elles. A cet effet, et aux termes d'AROCENA, il serait abusif et contraire à la réalité de considérer l'entrepreneuriat féminin comme un phénomène solitaire et autonome qui réussit à l'écart des aides et des déterminants familiaux et donc des hommes.

Les femmes s'appuient souvent, pour débiter, sur les réseaux du père ou du mari ou parfois des expériences des entrepreneurs déjà en affaires et qui ont réussi. Il est en ce sens difficile de nier l'importance des rapports sociaux et familiaux à l'émergence de l'esprit créatif chez les femmes. Comme le disait l'une des femmes interviewées dans le rapport effectué par HISRISH et PETERS sur l'influence des modèles et systèmes de soutien sur le choix des entrepreneures : « Quand j'ai vu une femme réussissait, je me suis dit que j'étais plus forte qu'elle et je pouvais faire mieux. J'ai donc créé mon entreprise ».

Ces modèles comme les appelaient HISRISH et PETERS peuvent aussi bien jouer le rôle d'un soutien, pendant et après la période de création. Ils affirment, en sens, l'entrepreneuriat étant un rôle social indissociable de son contexte social, l'entrepreneur que ce

---

<sup>1</sup> P.N. DENIEUIL (2005), op. cit.



soit femme ou homme a tout intérêt à tisser très tôt des liens avec des ces sources de soutien lointaines et proches.

En s'intéressant au concept du réseau, ALDRICH et ZIMMER montrent dans leur rapport publié en 1986 qu'il est important pour tout entrepreneur de s'entourer d'une structure de soutien moral composée de parents, et d'amis - ses proposés aux acclamations. Cette claqué est particulièrement importante pendant les nombreuses périodes de difficulté et de solitude qui jalonnent le processus d'entrepreneurance. La plupart des entrepreneures femmes indiquent que leur premier supporter est leur conjoint. Elles se sentent ainsi mieux comprises pendant les trop longs moments qu'elles doivent consacrer à leurs entreprises. Comme la disait une créatrice : « la clé de mon succès est l'appui que j'ai reçu de ma famille. Avoir des partisans compréhensifs prêts à m'encourager, cela m'a permis de tenir bon contre vents et marées. »

### **3.1.4 Contexte légal et réglementaire**

REUVEN en 1992 a stipulé que l'épanouissement de l'entreprise privée suppose des conditions minimales concernant le statut de la propriété privée, la sécurité des échanges et des individus, une certaine stabilité des conditions politiques, réglementaires, .... Toutes choses qui sont acquises, depuis longtemps, dans les pays développés occidentaux, mais qui posent de réels problèmes pour les pays les moins industrialisés ou en voie de développement.

A cet effet, nul ne peut nier le rôle majeur que l'Etat joue pour créer des conditions favorables ou moins favorables à l'entrepreneuriat et surtout à l'entrepreneuriat féminin. Le développement d'une culture entrepreneuriale chez les entrepreneurs tant femmes qu'hommes relève autant des facteurs reliés aux personnes c.à.d. les entrepreneurs aux mêmes, à leurs famille, à leur évolution dans un environnement donné qu'à l'évolution de leur environnement proprement dit, aux changements vécus.

Telle la définition de l'entrepreneuriat, certains auteurs ont insisté sur le fait que l'entrepreneuriat est une affaire de personnes, qu'il est possible de faire émerger chez elles l'esprit d'entreprendre, le goût d'entreprendre ainsi que les compétences nécessaires pour réussir (GASSE, 2002)<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> Y. GASSE (2002), « les créateurs d'entreprise et les influences de leur environnement », 6<sup>ème</sup> Congrès International Francophone sur la PME, Octobre, HEC, MONTREAL.

Cependant, il y a des conditions à mettre en place dans l'environnement global et surtout dans le milieu immédiat des entrepreneures qui joue le rôle de facilitateur au développement de l'esprit d'entrepreneuriat chez les femmes.

A travers la connaissance des facteurs qui régissent l'éveil entrepreneurial chez les femmes, les auteurs (AURIFEILLE et HERNANDEZ, 1991 ; TCHOUASSI, 2005) ont mis en exergue la nécessité de stimuler très tôt l'esprit d'entreprendre au sein des communautés des femmes à partir de sa formation initiale<sup>1</sup>.

### **3.1.5 Régime politique**

Ces dix dernières années, la libéralisation des marchés, la conjoncture économique de l'ère de la mondialisation, la croissance du chômage et le taux élevé d'échec des grandes entreprises,... etc. ont poussé les pouvoirs publics et les acteurs économiques à davantage intervenir en faveur de la création d'entreprise et de l'accompagnement des différentes catégories de porteurs de projets de création d'entreprise.

En effet, l'entrepreneur semblait avoir disparu et avoir perdu complètement son control dans les grandes entreprises ; Une bonne partie de la population, et plus particulièrement les générations montantes, doute de plus en plus de l'habilité et de la capacité des traditionnelles à faire face à ces phénomènes et aux besoins humains qui sont en constance mutation remettant en cause le principe longtemps accepté de l'auteur Anglais SCHUMACHER, dans son livre devenu fameux *Small is beautiful* (1974)<sup>2</sup> « Ce qui est grand doit nécessairement être bon ».

La reconnaissance et la survivance de l'entrepreneur indépendant dans des entreprises de petites et moyennes tailles apparaissent de plus en plus typiques à cette époque. Son esprit créatif et organisateur est au cœur de ce renouvellement dans ce contexte, les pays développés et même les pays en voie de développement (PVD) ont accepté une stratégie pour l'orientation de leur économie vers la privatisation de leurs entreprises en incitant ainsi à développer l'initiative privée. Cette orientation a touché en grande partie notre population cible qui est les femmes.

---

<sup>1</sup> G. TCHAOUSSE (2005), « Eveil entrepreneurial, engagement et coaching des femmes en création d'activités entrepreneuriale en Cameroun ; 4ème Congrès de l'Académie de l'Entrepreneuriat, 24, 25 Novembre.

<sup>2</sup> Y. GASSE (1983), « L'Entrepreneur moderne : Attributs et fonctions », *Revue Internationales de Gestion*, Vol 7 N°4, Novembre, p.3-4.

De ce point de vue, les auteurs sont mis d'accord que la dynamique entrepreneuriale féminine est en fait concentrée dans les PME ou mini projets<sup>1</sup>. Les femmes peuvent et veulent contribuer à part entière à la solution de la crise<sup>2</sup>. Elles arrivent dans le monde des affaires avec des yeux neufs.

Des lois et des réglementations ont été mises à l'égard des femmes afin de faciliter leurs accès au monde des affaires. Les recherches qui ont été inventées à cet égard montrent que les femmes d'affaires tirent parti davantage de tous ce qui a été offerts par les Etats au profit d'elles.

---

<sup>1</sup> J. D. MC NEIL (1983), « Le travail féminin et les nouvelles technologies : défis à relever », Revue Internationale de Gestion, Vol 8 N°2, Février, p.42.

<sup>2</sup> F. H. GIASSON (1983), « La féminisation du marché du travail et els défis qu'elle pose aux entreprises », Revue Internationale de Gestion, Vol 8 N°1, Février, p.1.

## Section 02 : les bonnes pratiques de l'entrepreneuriat féminin dans le monde

### 1. Dans le monde :

#### 1.1 Carole Beaulieu de Beaulieu Plumbing and Mechanical Inc.

L'entreprise Beaulieu Plumbing and Mechanical Inc. a vu le jour en 1994 dans une chambre de visite de la maison paternelle. Cette entreprise à succès de Carole Beaulieu et de son mari Gaëtan est située à Edmundston, N.-B. et emploie plus de 80 personnes dans toute la province. Les Beaulieu se sont bâtis une bonne réputation grâce à leur honnêteté, à leur respect et au plaisir qu'ils ont à faire ce qu'ils font. Ils ont créé des liens solides avec leurs employés, leurs fournisseurs et la communauté qui les entourent. En partant de très loin avec des débuts plutôt humbles, la famille Beaulieu a réalisé son rêve d'établir une entreprise commerciale de plomberie, de chauffage et de ventilation.

À l'âge de 31 ans, Carole se décidait de retourner à l'école et de prendre un cours en sténographie/comptabilité. Cela lui a transmis une bonne compréhension de la comptabilité de base et l'a aidée avec le travail de réception. Leur entreprise a ensuite commencé à croître, leur permettant d'embaucher quelqu'un pour s'occuper des achats.

Puis en 1988, ils ont rénové leur maison de Caron-Brook (une paroisse de Clair) allant à l'encontre de l'opinion populaire voulant qu'ils s'établissent à Edmundston où ils auraient l'occasion de faire de meilleurs profits. Ils sont allés de l'avant quand même, souhaitant s'assurer du temps de qualité avec leurs deux enfants. Une personne à l'esprit de famille, Carole déclare, « Nous ne pouvions pas prendre de vacances, mais nous assistions à des congrès ensemble. Il y a peu d'équipes combinant mari et femme! » Ils ont ensuite construit trois bureaux et un entrepôt pour la fabrication et en quelques mois seulement leur espace devenait trop restreint tellement ils avaient grandi.

En 1990, ils ont embauché une personne pour s'occuper de la comptabilité à temps partiel mais fidèle à eux-mêmes, le poste est bientôt devenu plein temps. En 1995, leur fils Justin a joint l'entreprise familiale avec la responsabilité pour les estimations et en 2001, ils sont déménagés dans leur emplacement actuel à Edmundston. Leur fille Josée s'est également jointe à eux; elle s'occupe de la production à valeur ajoutée, des ressources humaines et de la mise en place d'un programme de sécurité. Puisque leurs enfants seront leurs successeurs, les Beaulieu voient l'importance de les imprégner dans l'entreprise.

À l'heure actuelle, Carole agit comme directrice de l'administration. Elle prend part aux prises de décision, fait de la consultation, s'occupe de l'embauche, de la négociation et de la création de liens avec d'autres.

Lorsqu'on lui parle des avantages à être propriétaire d'entreprise, Carole répond: « Je sais que ce que nous avons construit est parti de rien. C'est un peu comme notre réputation personnelle, les gens nous associent avec ce qu'il y a de positif. Je suis fière d'avoir le respect des gens qui me consultent et je sais que je peux continuer à faire des contacts. »

Carole est fière de son mari qui, selon elle, ne pourrait accomplir son travail sans connaissance et vision. « Il est membre de plusieurs associations professionnelles et il encourage les jeunes employés à retourner à l'école afin d'obtenir leur certification. Il a accueilli de nombreux apprentis au fil des ans; l'un d'entre eux est même devenu superviseur. En parlant d'avenir, Carole voit bien des possibilités dont celle d'une expansion et l'ajout possible d'une unité industrielle.

Carole et son mari ont gagné le prix de la Chambre de commerce en 1993 et en 2007, Carole a été choisie Femme entrepreneure de l'année par le RÉFAM (Réseau des femmes d'affaires du Madawaska).

Carole a toujours été active dans sa communauté, ayant servi à titre de présidente du comité foyer-école régional de Clair et donne depuis 10 ans des cours en préparation de mariage au sein de son église. Cette femme d'affaires, épouse, mère et grand-mère est toujours occupée et fait preuve de générosité envers ceux qui l'entourent.

## **1.2 Martina LeBlanc - Alphaplex Custom Fabrication**

« Pour l'amour du ciel, où as-tu pris l'idée de faire quelque chose de pareil? » Voilà la réaction de la mère de Martina LeBlanc lorsqu'elle a appris que sa fille suivait un cours d'ébénisterie. Cela se passait il y a presque vingt ans et bien des choses se sont passées depuis.

Martina LeBlanc, propriétaire d'Alphaplex Custom Fabrication, une entreprise de fabrication de produits sur mesure en plastique située à Dieppe, N.-B., a connu de nombreux nouveaux départs. À l'âge de 35 ans, alors que ses filles avaient six, treize et dix-sept ans, elle prenait la décision de retourner aux études en obtenant son équivalence d'études secondaires et en suivant un cours de préparation à la vie active. Après une visite au collège

communautaire de sa localité, son enseignante lui a dit : « Tu sembles être une personne habile de tes mains, as-tu pensé à te lancer dans un domaine non traditionnel? » Martina choisit cette piste et s'inscrivit à un cours d'un an en ébénisterie. Elle y excella et se découvrit une véritable passion pour les métiers.

Diplôme en main, Martina se mit à la recherche d'emploi, mais aucun poste en ébénisterie n'était ouvert. Elle répondit alors à une annonce dans le journal pour une personne sachant se servir de petits outils. Elle envoya son c.v. jaune vif et le reste est passé à l'histoire. Son futur patron, impressionné par le vaste éventail d'outils et de machines dont elle savait se servir, créa un poste sur mesure pour Martina comme fabricante de produits en plastique. Après avoir travaillé huit ans pour l'entreprise, elle décida de suivre son esprit d'entrepreneure et de se lancer en affaires.

Elle démarra son entreprise il y a dix ans dans un petit espace loué de 650 pieds carrés, avec une seule fenêtre et sans porte de baie. Depuis, son entreprise a pris de l'envergure et sert des clients comme Toys for Big Boys, Shoppers Drug Mart, Honda Dealership, Atlantic Wholesalers, Future Shop et Costco, pour ne nommer que ceux-là. Alphaplex fabrique des articles faits sur mesure comme des présentoirs, des pare-brise pour véhicules de plaisance et bateaux, des volets de protection pour les machines lourdes, et bien d'autres. Martina, cependant, n'a pas toujours eu confiance en l'avenir de son entreprise.

Le programme Stratégie de croissance gérée offert en janvier 2006 par l'Association des Corporations au bénéfice du développement communautaire (CBDC) a été une source d'inspiration pour Martina. Le programme a pour objectif de fournir aux entrepreneures les outils dont elles ont besoin pour faire grandir leur entreprise. Et c'est exactement ce que Martina a fait.

En janvier, en se rendant au cours, Marina aperçut une petite maison en briques agrémentée d'un passage couvert et d'un garage double. « Il y avait quatre ans que mon mari et moi cherchions un endroit où vivre et gérer l'entreprise. Tous les jours, à la sortie du cours, je stationnais ma voiture et je rêvais : "Si seulement elle était un peu plus grande..." » L'avenir prouvera qu'il ne faut pas toujours se fier au premier coup d'œil!

Le premier juin, vers la fin du cours, Martina reçut un appel de la part d'un agent immobilier qui lui envoya une photo par courriel de la maison qu'elle admirait depuis des mois. Martina lui répondit que cette maison était malheureusement trop petite. Mais son agent

l'encouragea quand même à la visiter. Martina et son mari en sont maintenant les fiers propriétaires.

Le programme Stratégie de croissance gérée a aidé Martina à emménager dans un nouvel emplacement et à faire grandir son entreprise. « J'en ai tellement appris! dit-elle. Mon facteur peur est maintenant de zéro. Tout pour moi est devenu source d'enthousiasme. »

Avant de suivre le cours, Martina dit qu'il lui manquait l'aspect affaires de la gestion d'entreprise. « Pendant des années, j'ai eu l'aide de mon mari, dit-elle, mais j'avais peur d'embaucher du personnel. J'ai dû apprendre à déléguer, ce qui me facilite la vie. » Martina, qui se dit fière de pouvoir s'entendre facilement avec les autres, a embauché Mike, un employé exceptionnel. Mike se rend au travail tous les jours en compagnie de son chien... qui est devenu la mascotte de l'entreprise.

Les modèles de Martina sont les femmes en général, les personnes qui savent encourager les autres. « J'aime voir les femmes réussir. Le monde commence à s'ouvrir aux femmes, on se rend compte qu'elles sont capables. Nous sommes plus précises et nous sommes perfectionnistes. Les résultats de notre travail sont importants pour nous. »

L'avenir s'annonce prometteur pour Alphaplex. Martina a comme philosophie : Votre seule limite, c'est votre imagination. « Lorsqu'un client se présente avec un véritable défi, je ferai tout mon possible pour le relever. » Ayant choisi un nom d'entreprise comme Alphaplex – Alpha est un mot grec qui signifie premier ou début –, Martina LeBlanc prouve qu'elle est une entrepreneure de tout premier ordre qui a devant elle de nombreux nouveaux départs.

### **1.3 Nicola MacNaughton : Femme entrepreneure de l'année 2010**

Ce sont le goût de l'excellence et l'esprit entrepreneurial de Nicola MacNaughton qui l'ont amené à fonder Occupational Concepts, le plus important centre d'ergothérapie de pointe au Canada atlantique.

Nicola MacNaughton, ses parents et son frère se sont installés au Canada à partir de l'Angleterre en 1975. Nicola est la première depuis de nombreuses générations à suivre un cours universitaire. Passionnée par l'éducation et d'une détermination sans faille, Nicola a été chef de file dans tout ce qu'elle a entrepris.

Après avoir terminé ses études en ergothérapie à l'université McGill en 1990, elle a travaillé auprès de la Commission de la santé, de la sécurité et de l'indemnisation des accidents au travail du Nouveau-Brunswick. L'ergothérapie est une technique thérapeutique qui a pour but de réadapter le malade en lui faisant exécuter les gestes de l'activité journalière. En autres mots, l'ergothérapie aide les travailleurs malades ou blessés à réintégrer le milieu de travail.

Pendant dix ans, Nicola concentra ses efforts sur le perfectionnement professionnel au sein de la Commission. Une tendance commença à se dessiner alors qu'elle changeait de département tous les deux ans dans le but d'acquérir de nouvelles compétences. Au début de 1999, elle s'est rendue compte qu'elle était passée par tous les départements. C'est à ce moment que Nicola a décidé d'évaluer sa progression professionnelle, puis de se lancer dans une toute nouvelle aventure.

En prenant les conseils de la chambre de commerce de sa localité, Nicola savait que le moment était arrivé de devenir entrepreneure. En septembre 1999, Operational Concepts ouvrait ses portes. Nicola faisait maintenant partie des cinq pour cent des ergothérapeutes à être en pratique privée au Nouveau-Brunswick.

Sachant l'importance de toujours être un pas de l'avant dans la vie, Nicola présentait sa demande pour suivre le programme de maîtrise post professionnelle en ergothérapie offert par l'université Dalhousie. Elle a été l'une de deux candidats ayant été acceptés. Cinq ans plus tard, Nicola est maintenant professeure auxiliaire et travaille à l'élaboration d'un nouveau cours pour le programme d'études post professionnelles.

Operational Concepts est un centre de pointe d'évaluation, de réadaptation et de formation en ergothérapie situé à Moncton, Nouveau-Brunswick. Ses clients sont des personnes qui ont subi une blessure ou une maladie dont les séquelles les empêchent de s'occuper de tâches quotidiennes comme les soins personnels, les loisirs et le travail. Avec son équipe formée d'ergothérapeutes, d'un physiothérapeute, de kinésithérapeutes, d'un psychologue et d'un médecin, Occupational Concepts a comme mission de faciliter la reprise des activités quotidiennes et du travail.

Pour Nicola, le succès ne se mesure pas seulement par le profit, mais sur sa capacité de créer et d'entretenir un milieu de travail positif. Cette philosophie ne s'applique pas seulement aux clients et clientes, mais aussi à son équipe professionnelle, administrative et de gestion.



Nicola est très fière d'avoir su créer un milieu où tous les membres de son personnel se rendent au travail parce que c'est véritablement ce qu'ils veulent faire. Occupational Concepts est un endroit où les clients et clientes ont confiance dans l'expertise de leur thérapeute et les organismes qui lui réfèrent des cas savent qu'ils peuvent compter sur une prestation de services uniformément excellente. L'entreprise démontre son engagement envers l'excellence en consacrant 47 000 \$ par an à la formation afin de s'assurer qu'il dispose des professionnels les mieux formés et le meilleur équipement de pointe de l'industrie.

Occupational Concepts est reconnu dans le milieu pour l'ampleur de son expérience. En tant que propriétaire, Nicola MacNaughton a 17 ans d'expérience dans le domaine de la réadaptation et son responsable clinique en a 16, ce qui fait que l'équipe est encadrée par une équipe de gestion hautement qualifiée. Occupational Concepts est aussi reconnue pour ses installations de pointe. Il s'agit de la clinique d'ergothérapie privée la plus importante dans la région de l'Atlantique.

« Nicola est une personne très forte et déterminée. Elle peut entreprendre, gérer et mener à bien plusieurs projets à la fois. Rester assise, ce n'est pas son genre, sauf si elle a un livre à la main. L'équilibre entre le travail et la famille compte beaucoup pour elle. Je suis très fier de Nicola pour tout ce qu'elle a réalisé et je suis convaincu que je serai fier de tout ce qu'elle accomplira à l'avenir », a fait savoir son mari et partenaire en affaires, Paul MacNaughton.

## **2 Dans le Maghreb arabe :**

### **2.1 Au Maroc**

#### **2.1.1 Amina EL OUAZZANI TOUHAMI :**

Après une maîtrise en littérature et langue française et une formation continue en gestion des entreprises, Amina EL OUAZZANI TOUHAMI préside aujourd'hui OMNIUM Technologique, un Bureau d'Etudes Techniques pluridisciplinaire spécialisé en Bâtiment et Génie Civil avec 80 collaborateurs organisés autour de 4 Départements : Structure, Electricité, Fluides et Gestion de Projets.

Dans ses débuts, Amina déclare avoir eu beaucoup de difficultés dues à l'absence de connaissances en gestion des entreprises et l'absence de tout repère ou référence de création, car selon elle pour créer une entreprise il faut instaurer des procédures, imaginer des systèmes

de classification et de communication interne et les réviser et améliorer continuellement à la lumière de l'expérience acquise

« Près de 20 ans en arrière, je ne savais pas ce qu'était un Bureau d'Etudes Techniques, ni par quel bouton allumer un ordinateur. Ajouté à cela l'absence de formation en ingénierie ou en gestion d'entreprises, les perspectives de réussite étaient plutôt minces. Ma recette « miracle » pour la réussite c'est : garder confiance en soi, faire preuve de bon sens, travailler avec acharnement et surtout ne pas avoir peur des difficultés » avoue-t-elle.

Amina croit en le potentiel féminin « Les Femmes sont comme des bonnes graines, là où vous les mettez, elles germent ; voici l'une de mes devises » souligne t-elle.

### **2.1.2 Salwa AKHENOUCHE :**

De son nom de jeune fille Idrissi ABOULAAJOU, Salwa est l'héritière d'une grande figure des affaires casablancaises, l'un des plus grands importateurs de thé.

L'épouse du Ministre de l'agriculture et homme d'affaires, leader national de l'énergie. Une femme qui a su sortir de l'ombre de son mari, pour marquer de son emprunt le marché marocain et développer ses affaires, mais aussi celles du couple. Son business l'a bâti sur le concept des franchises, réussissant même à inverser la tendance et redorer l'image de celles-ci au Maroc. Sa première expérience démarre avec l'introduction de la franchise La Senza enseigne spécialisée dans la lingerie fine. Celle-ci est suivie par Une master franchise avec le groupe espagnol Inditex.

pour Zara, marque de prêt à porter mondialement connue. En 2009, elle décide de lancer un projet de très grande envergure à Casablanca : Morocco Mall, le plus grand centre commercial en Afrique créé en joint-venture entre son groupe Aksal et le groupe Nesk, détenteur des franchises Mango, Promod...

Un succès tel, que le Forbes Magazine lui attribuera le titre de l'une des 35 Femmes les plus influentes au Monde !!

### **2.1.3 Souad BENNANI BOUSLIKHANE :**

Après avoir décroché un MBA au Canada et après plusieurs expériences réussies dans la gestion et la comptabilité, Souad BENNANI BOUSLIKHANE décide de créer en 1989 « ISIAM » Première école supérieure de gestion au Maroc et en Afrique financée par l'Agence Canadienne de Développement International, et également la première école supérieure en gestion au Maroc ayant opté pour les méthodes d'enseignement nord-américaines.

« Il était très difficile de monter son propre projet avec toute la paperasse et la lourdeur administrative qui existait dans le temps » souligne-t-elle.

Avec des débuts difficiles, notamment dans la gestion quotidienne, « il a fallu attendre trois ans pour avoir le téléphone au bureau, devant cette situation, nous étions obligés de recruter une secrétaire qui répondait au téléphone dans un local au centre ville » confie-t-elle.

Et Armée des valeurs d'intégrité, de transparence et de partage, Souad BENNANI BOUSLIKHANE continue le parcours d'une femme qui a pour mission de former les ambassadeurs de demain qui étudient au Canada tout près à Agadir !

## **2.2 En Tunisie :**

### **2.2.1 INES TEMINMI**

Avant de créer sa propre entreprise, Inès Teminmi a eu la chance de participer à un programme de Business Women Exchange financé par les USA et le Center for Applied Training (C.A.T.) -installé et géré par une femme-de Tunis. Ce qui lui a permis de visiter des usines de recyclage de déchets électroniques dans l'Etat de Des Moines aux Etats-Unis. Les usines étaient bien propres et elle s'est dit "Pourquoi pas nous, on doit faire la même chose en Tunisie ?"

« L'accueil pour ce projet a été superbe. Les uns me souhaitant « bon courage», les autres me disant «dans quoi tu te jettes? Je me souviens d'une anecdote à ce sujet. Le directeur d'une société de Recyclage de déchets Électronique aux USA et celui d'une société tunisienne m'ont demandée : "Vous êtes une femme, pourquoi choisir le secteur de la gestion des déchets ? C'est un travail d'homme !". Ma réponse a été claire : Depuis la nuit des temps, la femme s'est occupée du nettoyage, maintenant que c'est rémunérateur, cela devient un travail d'homme ! » Affirme-t-elle.

### **2.2.2 Raoudha SABER**

«Mon rêve, raconte Raoudha Saber, était de pouvoir construire une grande usine pour mon entreprise »

C'est du tout Raoudha Saber, simple mais tenace, décidée, bouillonnante, boulimique du travail. Elle qui, malgré l'adversité, a su résister. Car il n'était pas facile pour cette petite diplômée en marketing de s'engager toute seule dans le milieu de l'entrepreneuriat. C'était les années 80, il fallait oser ! «J'ai commencé mon affaire d'emballage en plastique très petite avec des outils de production manuelle. En 1981, je commercialisais deux articles, des calages en plastique pour les verreries et les boîtes de fraises».

A partir de 1987, la concurrence l'a contrainte à sacrifier ses deux articles. Son fournisseur en matières premières, qui était pourtant une grande entreprise, a préféré s'emparer lui-même du marché en se montrant plus compétitif. «Mon fournisseur en feuilles

qui flairait le gain et qui réalisait que le marché était porteur après l'avoir testé à travers ma petite entreprise, a mis en oeuvre tout ce dont il disposait pour m'éliminer. Il en avait les moyens. Il était plus fort, et j'ai perdu ma barquette de fraise». Dure leçon pour la jeune Raoudha qui découvrait ainsi que les affaires, ce n'est pas du gâteau ou un cadeau...

Elle n'a pas baissé les bras. Et contre vents et marées, elle, qui avait la passion de son métier, a retroussé les manches et s'est remise au travail. L'or véritable ne craint pas le feu, n'est-ce pas ? Ok, on veut lui mettre des bâtons dans les roues, elle ne se soumettra pas. Redéploiement ! Ça sera l'emballage des barquettes de biscuits : «La première barquette de biscuit commercialisée sur le marché local a été fabriquée par Plastiform et était ma création».

Raoudha représente le parfait exemple d'une «self-made business woman» qui n'a jamais trébuché devant l'adversité.

### **2.2.3 Rym Labidi – Ethiquement vôtre**

A 36 ans, cette mère de 3 enfants, originaire de Ras Jebel, ville côtière du nord-est du pays (gouvernorat de Bizerte), développe un projet novateur, qui offrira du travail à d'autres femmes. Au moins 12 créations d'emploi sont escomptées.

Titulaire d'une maîtrise en marketing et d'un Master en nouvelles technologies et commerce électronique, la jeune femme a ainsi décidé, après douze ans de carrière, de se lancer à son compte. Elle a mûri son projet deux ans durant, avant de pouvoir le concrétiser, grâce au concours : « Outre le soutien financier du Souk At-tanmia, le suivi et le parrainage qu'on nous propose dans ce cadre sont essentiels ».

Ainsi est né freshka.tn (Freshka signifie « frais » en dialecte tunisien). Objectif : valoriser les produits du terroir cultivés « faits main » par des femmes de la région, depuis la culture jusqu'à la mise en vente sur Internet et la livraison à domicile, en passant par un emballage soigné.

Maître mot : offrir des produits de qualité et à forte valeur ajoutée, en misant sur un entrepreneuriat socialement responsable. « Je vise une certaine éthique dans ma façon de faire du business », insiste Rym Labidi, pleine d'enthousiasme.

## Section 3 : les bonnes pratiques de l'entrepreneuriat féminin en Algérie :

### 1. Exemples réussis des femmes entrepreneures :

#### 1.1 Houria BOUHIRED

Patronne d'un bureau d'études privé important et qui contribue périodiquement au débat sur l'urbanisme en Algérie. Dans son parcours, citons deux diplômes obtenus de grandes écoles en France, l'un en urbanisme de l'Institut d'urbanisme de Paris, l'autre de l'École nationale des ponts et chaussées, en sciences et techniques du bâtiment, son recrutement aux États-Unis et au Canada en tant qu'architecte salarié, sa participation à l'élaboration des rapports de suivi du classement du site de La Casbah d'Alger sur la liste du patrimoine mondial (intervenu en 1992), son élection en 2004 à la tête du Conseil national de l'ordre des architectes.

#### 1.2 Dallila AOUDJ

Le mouvement associatif féminin de la wilaya de Bejaïa n'est pas peu fier de trouver en la personne de Mme Dalila Aoudj, l'élément actif et dynamique dans son combat contre la hogra et pour les droits de la femme. Militante assidue de la question féminine, la présidente de l'association Rachda, créée en 1997, est plus que jamais impliquée dans cet engagement pour l'égalité et la liberté des Algériennes. A la tête de cette structure, depuis sa création et qui aujourd'hui regroupe plus de 800 femmes de différentes couches sociales, dont l'objectif est de défendre leurs intérêts moraux et matériels, Dalila démocrate opiniâtre refuse mordicus qu'on persiste à évoquer la compagne de l'homme et sa moitié occasionnellement chaque 8 mars lors de sa journée mondiale. Rebelle, elle s'indigne contre toute idée qui fait d'elle un être passif. Pour elle, "la moitié de l'humanité mérite plus d'égard et d'estime" !

#### 1.3 Soraya Rahim

Soraya Rahim née Hamiani, présidente du Comité de Direction de l'Hôtel Hilton d'Alger. Elle est la soeur de Réda Hamiani. Ce dernier est un Industriel, propriétaire de la marque de chemises Red Man, ancien ministre de la PME et actuellement président du FCE, Forum des chefs d'Entreprises.

Soraya Rahim est l'épouse d'Abdelouahab Rahim. Ce dernier est le propriétaire d'Algeria Business Center, Centre d'affaires mitoyen au Hilton, président et propriétaire

d'ARCOFINA, Holding, président de l'Algérienne des Assurances, Président du Groupe Dahli Arcobank Banque.

Le journal britannique des milieux d'affaires, le Financial Times, l'a élu en 2007 parmi les 25 femmes leaders et les plus influentes chefs d'entreprise dans le Monde arabe et en Afrique du Nord.

**2. Exemple d'un projet de partenariat maghrébin :**

La société tunisienne TAYZO spécialisée en la conception des lignes de cosmétiques créée et dirigée par Molka SRAIB a conduit un projet de partenariat avec une FCE marocaine et une autre algérienne. Ce projet vise essentiellement le développement et la promotion de la commercialisation des produits cosmétiques et produits de beauté naturels ainsi que l'approvisionnement en matières naturelles provenant des trois pays en puisant parmi la richesse de la nature maghrébine !

Cet exemple vient illustrer un partenariat maghrébin typique qui valorise les opportunités d'affaires entre les pays du Maghreb dans un cadre gagnant-gagnant favorisant la croissance économique dans la région.

## **Conclusion**

Aux termes de ce chapitre, on a pu faire un petit survol sur les constations conclues par les chercheurs. Les sujets sur l'entrepreneuriat ont certes été amplement étudiés, mais toujours sans prêter attention au genre. Le monde des affaires, ainsi que les recherches étaient largement la chasse gardée des hommes, et l'attention a rarement été portée sur l'entrepreneuriat féminin. Et c'est sur quoi on va parler dans le suivant chapitre.



# **Chapitre II : Le contexte de l'entrepreneuriat féminin**

**Section 01 : Aperçu théorique de l'entrepreneuriat féminin**

**Section 02 : Spécificité de l'entrepreneuriat féminin**

**Section 03 : Motivations et freins (obstacles) de l'entrepreneuriat féminin**



## **Introduction :**

La situation d'orienter les recherches que vers l'entrepreneur masculin n'a pas trop duré, les récentes recherches qui ont été menées depuis les années 80 jusqu'à présent dans le domaine de l'entrepreneuriat féminin ont essayé de lever la voile sur l'environnement global des femmes. Leur premier intérêt était de déterminer quels sont les facteurs, au niveau sociétal, économique ou individuels, qui ont affecté la manière dont les femmes intègrent l'entrepreneuriat, et comment ce phénomène est-il lié à la croissance économique.

Les chercheurs aussi bien que les différentes organisations (OIT, OCDE, diverses entités gouvernementales, etc.) commencent désormais à reconnaître que le système de genre joue, comme d'autres domaines, un rôle très important dans l'entrepreneuriat et la croissance économique.

## **Section 01 : aperçu théorique de l'entrepreneuriat féminin**

### **1. La féminisation de l'entrepreneuriat « approche par genre »**

L'entrepreneuriat comme le genre constitue des champs d'enseignement et de recherche émergents. »<sup>1</sup> Ce phénomène récent a engendré une nouvelle dimension dans l'étude du contexte entrepreneuriale, et la question que pose les chercheuses actuellement : quel contexte économique, culturel, social favorise l'entrepreneuriat féminin ?<sup>2</sup>

L'entrepreneuriat féminin, est situé dans les problématiques du développement du travail et de l'entrepreneuriat (Anne Gillet, 2003). La féminisation de l'entrepreneuriat est née avec l'apparition de la théorie du genre.<sup>3</sup> Ainsi la question de la femme entrepreneur a fait

---

<sup>1</sup> Renaud Redien-Collot « pour une approche genrée de l'entrepreneuriat » ; académie de l'entrepreneuriat ; février 2006 ; Réseau de Recherche Genre et Entrepreneuriat ;

<sup>2</sup> Les activités des entrepreneures femmes s'inscrivent dans un contexte socioculturel où les femmes ont des « rôles et des palaces » très distincts de ceux des hommes.

<sup>3</sup> Selon le guide pour l'institutionnalisation de l'approche genre « le genre fait référence aux caractéristiques sociales des hommes et des femmes dans une société. Ces caractéristiques sont très variables et changent selon le contexte historique et culturel ; elles façonnent l'identité sociale d'un individu et déterminent son rôle et sa place dans la société. » financé par le PNUD Gender Thematic Trust Fund (GTTF) « institutionnalisation de l'approche genre dans les politiques et programmes du bureau du PNUD en Algérie. »

l'objet de beaucoup d'attention de la part des chercheurs et des médias. L'approche genre ; pourquoi ?

### **1.1. Théorie du genre**

« L'approche genre » suppose d'examiner les opportunités offertes aux hommes et aux femmes les rôles qui leur sont assignés socialement et les relations qui existent entre eux. Il s'agit de composantes fondamentales qui influent sur le processus de développement de la société et sur l'aboutissement des politiques, des programmes et des projets des organismes internationaux et nationaux.<sup>1</sup>

Cette théorie s'ajoute comme un nouveau cadre de recherche intimement lié à tous les aspects de la vie économique et sociale. Avec cette nouvelle vision, chaque individu joue un rôle spécifique dans le développement économique et social qu'il soit homme ou femme.

### **1.2. Historique<sup>2</sup> :**

**En 1970 l'approche, « viser le bien-être de la femme » (FED) 3 avec cette approche où les femmes sont des bénéficiaires passives de l'aide et non des actrices du développement.** Cette approche a mis l'accent sur le rôle reproductif: épouses, mères. Elle opte pour l'allègement des tâches dans le cadre de leurs rôles sociaux.

Ce n'est qu'à la suite de la conférence de Mexico en **1975**, que les femmes sont vues comme des actrices de l'économie et de la société, leur rôle productif est pris en compte. Cette nouvelle approche nommée **(IFD)<sup>4</sup>** « **vise à intégrer les femmes dans le processus en suscitant leur participation aux projets de développement et en créant des projets spécifiques pour les femmes afin d'améliorer leurs conditions de vie »<sup>5</sup>**. Cette approche se traduit par des stratégies innovantes, telle que l'accès des femmes aux **Micro-crédits**. Malgré ses stratégies, cette approche n'a pas amélioré la situation des femmes, du fait qu'elle négligeait les obstacles au changement liés aux questions de pouvoir, de conflit et de relations entre les sexes.

**En 1990**, l'approche **GED<sup>6</sup>** globale du développement tient en compte l'ensemble des rapports sociaux dans une communauté donnée et plus précisément, les rapports entre hommes et femmes, et vise à les transformer vers des rapports plus égalitaires en vue d'un

---

<sup>1</sup> [www.fao.org](http://www.fao.org)

<sup>2</sup> : **Villa Mandarine** «Formation en statistique de genre et en analyse de genre de la pauvreté » ATELIER DE FORMATION, Rabat, 7 au 9 Décembre 2005.

<sup>3</sup> Femmes et développement.

<sup>4</sup> 'Intégration des Femmes dans le Développement.

<sup>5</sup> OP. Cit Guide pour l'institutionnalisation de l'approche genre

<sup>6</sup> Genre et Développement

développement humain durable.

Cette analyse en termes de relation sociale met l'accent sur la question du pouvoir qui désavantage les femmes dans la société, il s'agit d'assurer une meilleure participation des femmes dans l'économie.

Actuellement, les chercheurs économistes<sup>1</sup> relient la dimension de cette approche avec celle du champ de l'entrepreneuriat afin de pouvoir promouvoir l'entrepreneuriat féminin. La promotion de la femme entrepreneure implique une efficacité économique des entreprises créées par celle-ci.

## **2. Femme entrepreneure:**

Selon La voie (1988) « *L'entrepreneure* est : la femme qui, seule ou avec un ou des partenaires, a fondé, acheté ou accepté en héritage une entreprise, qui en assume les responsabilités financières, administratives et sociales et qui participe activement à sa gestion courante »<sup>2</sup>

L'observatoire de l'entrepreneuriat féminin FUDICIAL la définit comme la « Personne (*la femme qui possède et dirige une entreprise*) que l'on peut désigner comme femme entrepreneure »<sup>3</sup>. Cet observatoire est créé par le groupe Fiducial pour rendre compte l'évolutions des créatrices et pour dégager les bonnes pratiques mises en place à l'international<sup>4</sup>.

Pour compléter ces deux définitions, on peut retenir celle de Filion (1997) « Une personne qui prend des risques financiers pour créer ou acquérir une entreprise, et qui dirige de manière innovante et créatrice en développant de nouveaux produits et en conquérant de nouveaux marchés. »<sup>165</sup>.

« Des femmes passionnées et déterminées qui ont choisi de créer leur entreprise ou travailler à leur compte pour avoir le contrôle sur les décisions, et gérer leur temps avec un sentiment de flexibilité, exploiter au maximum leurs capacités et les

---

<sup>1</sup> D'autres chercheurs s'intéressent à valoriser les spécificités et les atouts du management féminin

<sup>2</sup> « Étude des besoins des entrepreneuses propriétaire de micro entreprises privées ou travailleuses autonome de la ville de Longueuil » Collège condition féminine CLD Longueuil, Société Conseil BPS inc, janvier 2004, page 10

<sup>3</sup> : Christian Latouche « L'observatoire de l'entrepreneuriat féminin », FUDICIAL, 2006, Page 13.

<sup>4</sup> <http://www.enviedentreprendre.com>

<sup>5</sup> Ibid, Collège condition féminine CLD Longueuil, 2004, page 10

compétences avec un objectif personnel de se réaliser à travers ce projet de vie »<sup>1</sup>.

D'après ses différentes définitions, on constate que le mot entrepreneur avec un (e) à la fin désigne:

- Le genre féminin du métier entrepreneur ;
- Femme autonome qui contrôle, décide et gère une entreprise;
- Femme créatrice d'une entreprise de qualité innovante.

### **3. Le rôle de la femme entrepreneure en tant qu'agent économique:**

#### **☞ Moteur de croissance économique :**

Daniela Gressani, vice-présidente de la Banque mondiale pour la Région MoyenOrient et Afrique du Nord affirme que «Les entreprises sous le contrôle des femmes sont aussi bien établies et aussi avancées que celles de leurs homologues masculins »<sup>2</sup>. A cet effet, il est évident que les femmes chefs d'entreprises peuvent jouer un rôle beaucoup plus important dans la croissance économique de la région. D'un point de vue strictement économique, Ahl (2002), Orhan (2003) et Verheul (2005) ont démontré combien l'entrepreneuriat féminin constituait un moteur déterminant pour un pays ou un territoire<sup>3</sup>.

#### **☞ Investissement et diversification :**

Nadereh Chamlou, conseillère senior à la Région MENA explique que «Dans le contexte d'un climat plus facile pour l'investissement, elles ont plus de chances de monter une affaire au niveau du secteur formel, ce qui peut contribuer à renforcer la concurrence et à diversifier les économies de la région. »

#### **☞ Facteurs de développement:**

L'entrepreneuriat féminin permet d'améliorer le statut social, la formation et l'état de santé des femmes et de leurs familles.<sup>4</sup> La femme peut participer au développement économique et social de son pays.

#### **☞ Compétition et concurrence :**

D'après le chercheur Verheul , qui insiste surtout sur le fait que les entrepreneures féminines ont relancé la compétition au sein de nombreux secteurs d'activité en proposant des services plus personnalisés ou plus centrés sur les besoins du client (Chaganti et Parasuraman, 1996) que ceux proposés par leurs collègues masculins.

---

<sup>1</sup> Op.Cit Collège condition féminine CLD Longueuil, 2004,page 33

<sup>2</sup> [www.worldbank.org/mena](http://www.worldbank.org/mena)

<sup>3</sup> Op.Cite,Renaud Redien-Collot

<sup>4</sup> <sup>20</sup> Un manuel pour les praticiens «*promotion de l'entrepreneuriat féminin* -les stratégies et outils du cycle de projet» Page 1, 2003, [www.int.ercooperation.ch/sed/download/wep-manuel](http://www.int.ercooperation.ch/sed/download/wep-manuel).

☞ **Innovation :**

D'un point de vue strictement économique, Ahl (2002), Orhan (2003) et Verheul (2005) ont démontré combien l'entrepreneuriat féminin constituait un moteur déterminant pour un pays ou un territoire. Elles sont à l'origine de l'émergence de nombreux marchés de niches à haut potentiel (Verheul, 2005).<sup>1</sup>

☞ **Création d'emploi:**

« Impact important sur l'économie par la création d'emplois, le nombre de PME à créer & la capacité des femmes à les faire prospérer.. »<sup>2</sup>.

☞ **Management et organisation :**

« L'entrepreneuriat féminin apporte à la société des solutions différentes et souvent innovantes aux problèmes de management et d'organisation, ainsi que l'exploitation d'opportunités nouvelles. »<sup>3</sup>

☞ **Intérêt mondial :**

L'entrepreneuriat féminin est devenu une préoccupation mondiale : « L'OIE reconnaît l'importance de la promotion de l'entrepreneuriat féminin dans les pays développés et en développement. »<sup>4</sup>

**4. Caractéristiques des entreprises privilégiées par les femmes en affaires :**

☞ **Secteur d'activité**

Même qu'à partir de cette dernière décennie 1990-2000 que le phénomène entrepreneurial féminin prend une place importante dans les recherches dans l'entrepreneuriat et le management des entreprises ; il est toutefois erroné de dire qu'il s'agit d'une nouveauté. L'entrepreneuriat féminin est traditionnellement enraciné dans nos sociétés. Le rôle qui ont joué les femmes dans l'administration de l'économie domestique, leur participation importante à la production agricole, à l'élevage, à la transformation des aliments, au tissage, à la fabrication des vêtements, des tapis et autres teintures, à la fabrication des parfums, à la

---

<sup>1</sup> Op.Cit, Renaud Redien-Collot

<sup>2</sup> : KAMEL BEHIDJI « L'entrepreneuriat féminin comme facteur de réduction d'inégalité des genres en Algérie : enjeux & perspectives» Colloque international sur l'Emergence des femmes dans le monde de l'entrepreneuriat en Algérie : Opportunités contraintes et perspectives, Hôtel Hilton, Alger le 31/03/2008.

<sup>3</sup> OCDE «Promouvoir l'entrepreneuriat et les PME innovantes dans une économie mondialisée : Vers une mondialisation plus responsable et mieux partagée» Istanbul, Turquie, 3-5 juin 2004, page 04.

<sup>4</sup> Source: <http://www.ioe-emp.org> in International organisation of Employers, 2008.

production artisanale, etc.

Les femmes faisaient toujours l'objet de commercialisation et de production sans toutefois qu'elles soient visibles sur le marché. Elles se présentaient toujours dans le secteur informel. Toutefois, cette existence leur conférait certaines responsabilités et un pouvoir d'initiatives et de décision.

Les récentes recherches menées sur l'entrepreneuriat féminin se sont intéressées à dresser l'état d'évolution des secteurs choisis par les femmes.

Dans cette perspective, les chercheurs pensent que la reconnaissance et la capacité d'émergence de la femme entrepreneure sont liées au secteur d'activité : la femme chef d'entreprise entrepreneure en confection, tissage, pâtisserie aurait apparemment moins de difficultés d'intégration dans le milieu des entrepreneures du secteur et concurrents, que la femme chef d'entreprise des industries mécaniques, du bâtiment ou du transport.

En effet, l'emploi des femmes est très polarisé. Diverses études faites sur les femmes entrepreneures ont montré que les femmes en affaires sont davantage concentrées dans le secteur des services que dans tout autre secteur. En ce sens, il est indéniable que le développement d'une économie de services a permis aux femmes de prendre une place plus grande dans le monde des entrepreneures. C'est probablement chose plus difficile dans une économie axée sur les industries manufacturières et le secteur primaire (RATTE, 1999)<sup>1</sup>.

De plus, certains chercheurs avancent que face à cette ère d'ouverture et de libéralisation, la nouvelle économie de savoir sied particulièrement bien aux femmes entrepreneures qui, plus jeunes et très scolarisées, peuvent y saisir de belles occasions d'affaires.

Bien que les femmes aient gagné du terrain au niveau de services, elles ont gardé leur place principale dans le secteur du textile, habillement, secteur qui est largement été féminisé. Les autres secteurs industriels sont quasiment été fermés aux femmes, elles n'y ont profité que 6 à 8% de création d'emploi (Statistique Canada, 1997).

Le secteur du commerce compte aussi une proportion non négligeable des femmes, par contre, l'attrait de ce secteur est en régression depuis les années 90.

☞ **Taille de leurs entreprises créées :**

Vu que les femmes entrepreneures sont concentrées sur des secteurs tertiaires (commerce, textile, artisanat...), nécessitant peu de mains d'œuvres, cela favorise leur exploitation dans les micros entreprises. Ces sont des entreprises avec moins de 10 employés.

---

<sup>1</sup> S. Ratté (1999), « Les femmes entrepreneurs au Québec : qu'en est-il », Fédération de l'Entreprise Indépendante, Montréal, mars, p.4-5.

Les récentes recherches sur les femmes entrepreneures confirment que les femmes exploitent en exclusivité des micros entreprises. Ainsi, une part non négligeable d'entre elles se trouve en exploitation des PME<sup>1</sup>.

En ce sens, les auteurs s'accordent sur l'existence d'une disparité importante entre la taille d'une entreprise gérée par une femme ou un homme. Les hommes se trouvent généralement en grandes entreprises c.à.d. entreprises à plus de 100 employés.

De prime abord, le recours des femmes aux micros entreprises ou parfois aux PME a été expliqué par les auteurs par plusieurs raisons dont on cite deux qui sont les plus indicatives :

- Tout d'abord, les femmes ne disposent pas d'un grand revenu lors du démarrage de son projet entrepreneurial (fond personnel limité, difficulté au recours aux institutions financières...),
- de plus, les femmes autonomes consacrent moins du temps à leurs entreprises que les hommes. Elles se trouvent dans l'obligation de concilier leurs responsabilités entrepreneuriale avec celles familiales qui leur incombent traditionnellement telles que les soins prodigués aux enfants et donc profiter davantage de la flexibilité du travail autonome<sup>2</sup>.

Au total, les chercheurs se rendent évident compte que, partout dans le monde, les femmes seront plus ambitieuses que les hommes à entreprendre dans les petites affaires nécessitant un travail individuel ou peu d'employés.

### **Style du management spécifique :**

Nul ne peut nier l'apparition des femmes à un cadre d'analyse totalement différent du reste de la population présentant des comportements et des styles de management spécifiques à elles. Auparavant, les premières femmes cadrent, au début, et parce qu'elles n'avaient pas d'autres modèles, ont adhéré aux « règles de conduite » qui avaient façonné la réussite des hommes, basé sur l'autorité et la hiérarchie.

---

<sup>1</sup> S. RATTÉ (1999), op. cit.

<sup>2</sup> L. ROBERT (2003), op. cit.

Toutefois, ces femmes d'affaires de la seconde génération ont tiré partie de ce qui est unique en elles et ouvrent de nouvelles voies pour accéder au sommet des entreprises. Et les entreprises fassent bien d'adopter un style de management plus « féminin ».

Les résultats de recherches établies sur ce sujet montrent que les femmes réussissent grâce, et non pas en dépit, de certains traits de caractère « typiquement féminin », généralement considérés comme négatifs chez un entrepreneur.

La structure typique qu'adoptaient les femmes dans leurs entreprises est telle d'un réseau dans lequel chacun est en contact avec chacun, chaque personne étant une ressource potentielle pour chacun des autres. Les dirigeants se sentent plus à l'aise au centre des choses qu'au sommet d'une pyramide.

Le succès de ces femmes montre que ce nouveau style convient tout à fait à certains environnements de travail et favorise les chances de survie d'une entreprise.

D'après une enquête réalisée par ROSENER (1991) pour le compte de l'International Women's Forum, il s'avère que lorsque les femmes et les hommes parlent de leur travail et des styles de management adopté, les différences surgissent.

Les hommes ont davantage tendance à se décrire en des termes qui caractérisent ce que les experts appellent le « leadership transactionnel » et leurs relations avec leurs subordonnés se présentent comme la récompense et la punition. Les hommes utilisent également plus facilement le pouvoir que leurs confèrent plus facilement leurs positions et l'autorité hiérarchique. La structure de leurs entreprises est hiérarchique et pyramidale où l'information est amassée plutôt que partagée.

Néanmoins, les femmes, elles seraient plutôt adeptes d'un leadership de type « transformationnel ». En effet, elles incitent leurs subordonnés à assimiler leurs intérêts personnels à celui du groupe. Par ailleurs, leurs charismes, leurs compétences, leurs ardeurs au travail et un dialogue constant sont les sources de leurs pouvoirs, plutôt que leurs positions hiérarchiques<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> J. ROSENER (1991), op. cit.



Selon l'expression du HEIN, les femmes ont tendances à transférer leurs « expériences maternelles » dans leurs travaux<sup>1</sup>. Dans ce sens, les auteurs affirment que l'atmosphère de travail dans l'entreprise gérée par une femme reflète les valeurs et les caractéristiques féminines : sens de relation, l'indépendance et de la coopération. LEVY TADJINE (2004), LEVY TADJINE, LANOUX, NKALKEU (2004), NKALKEU, LEVY TADJINE (2005) ont montré que l'altruisme constituait une caractéristique fréquente de l'entrepreneuriat féminin<sup>2</sup>.

Ces conclusions ont pu être observées sur les entrepreneurs partout dans le monde de l'Est à l'Ouest.

L'ethos de la notabilité, la recherche d'une importante position sociale dans la vie communautaire prenait le dessus sur l'ethos de la rentabilité, dans la motivation entrepreneuriale féminine. Il en résulte alors des ambitions et des comportements singuliers pour l'entrepreneuriat féminin par rapport au commun des entrepreneurs (LEVY TADJINE et ZOUTEN, 2005).

GASSE et D'AMOURS mettent en exergue les expériences des femmes de la gestion qui sont plus réduites et pourtant, les femmes d'affaires connaîtraient davantage le succès que leurs correspondants males. Ces deux auteurs mentionnent que l'intuition féminine a bien sa place dans la gestion. Presque plus de moitié des femmes entrepreneures interrogées se disent qu'elles sont plus prudentes lors du démarrage en affaires, avec une connaissance subséquente plus modérée et sont autant rationnelles qu'instructives alors que leurs homologues males sont juste un peu moins nombreux à l'avouer.

Cette influence du genre dans la manière de gestion d'une entreprise a été conforme aux attentes. Ce point confirme implicitement l'hypothèse que l'entrepreneuriat féminin se présentait comme phénomène spécifique ayant des caractéristiques spécifiques.

---

<sup>1</sup> F. K. HIEN (2002), « L'Entrepreneuriat féminin au Burkina Faso : une étude exploratoire », Septembre, p.14.

<sup>2</sup> T.LEVY TADJINE, J. ZOUTEN (2005), « Les femmes et les immigrés ont-ils besoins d'un accompagnement entrepreneurial spécifique ? », IVème Congrès de l'Académie de l'Entrepreneuriat, paris, 24-25 Novembre, p.3-4.

## Section 02 : spécificité de l'entrepreneuriat féminin

### 1. Caractéristiques socio démographiques des femmes entrepreneures :

C'est l'aspect le plus couramment abordé dans la littérature. Les questions traitées couramment concernent les données démographiques de la femme entrepreneure à savoir l'âge, la formation, l'influence familiale, les valeurs personnelles, la carrière antérieure, le style de direction, le type de l'entreprise créée. Et depuis, le nombre de recherches qui se sont focalisées sur les femmes entrepreneures a augmenté. Ces études ont été menées partout dans le monde. Cependant, les résultats de ces recherches sont divers et contradictoires (FISHER, REUBER et DYKE, 1993). La plupart d'entre elles révèlent des différences entre les femmes et hommes entrepreneurs, prenons l'exemple des études menées par BUTTNER et ROSEN (1989), CHRISMAN et Al. (1990), RIDING et SWIFT (1991) et encore HISRISH et PETERS (1991).

Ces différences se manifestent aussi bien du point de vue de leurs motivations (GEOFFE et SCASE, 1995) que de leurs expériences et leurs besoins pour la création. Toutefois, d'autres travaux montrent l'existence de ces différences entre les deux sexes du point de vue de leurs traits de personnalité (SEXTON et BOWMAN- UPTON, 1990), de leurs expériences et de leurs besoins (BELKOURT et Al., 1991)<sup>1</sup>.

De ce fait, une revue de la littérature succincte nous permet de relever les résultats contradictoires de ces enquêtes.

Dans un angle de vue quasiment différent, des études menées par l'Agence de la Promotion de Création d'Entreprise APCE (1999) et l'Organisme de Création et Développement d'entreprises OCDE (1998) ont montré que le profil de la personne créatrice d'activité entrepreneuriale varie selon les territoires et l'histoire du milieu (dotation d'infrastructures, niveau de compétences et de qualification de la main d'œuvre, culture du pays...)<sup>2</sup>.

---

<sup>1</sup> J. ZOUITEN, T. LEVY TADJINE (2005), « Les femmes et les immigrés ont-ils besoin d'un accompagnement entrepreneurial spécifique ? », IVème Congrès de l'Académie de l'Entrepreneuriat, Paris 24-25 Novembre, p. 11-12.

<sup>2</sup> G.TCHAOUSSI (2002), « Eveil entrepreneurial, engagement et coaching des femmes créatrices d'activités entrepreneuriales au Cameroun ».

Somme de toute, il est clair que dans la pratique la personne créatrice d'activité entrepreneuriale que ce soit femme ou homme doit posséder un potentiel entrepreneurial et des qualités qui soient liées à la création. Néanmoins, des qualités personnelles, des attitudes, des comportements, des antécédents personnels incontournables s'imposent, ces sont semblé-t-il les clés d'entrée dans la décision de création<sup>1</sup>.

### ✦ Âge

La relation entre l'âge de la femme créatrice d'entreprise et sa carrière entrepreneuriale a fait l'objet de recherches minutieuses (RONSTADT, 1983).

HISRISH et PETERS ont fait la distinction entre l'âge de l'entrepreneurance (tel qu'il se reflète dans son expérience) et l'âge chronologique<sup>2</sup>. L'expérience de l'entrepreneurance est l'un des facteurs les plus prédictifs de la réussite, particulièrement lorsque l'entreprise nouvelle et l'expérience professionnelle relèvent du même domaine d'activité.

En termes d'âge chronologique, les études sur les femmes entrepreneures montrent une distinction différente et mettent en relief une plus grande diversité d'âges. WELSCH et YOUNG (1984) ET BIRLEY, MOSS et SAUDRES ont montré qu'aux Etats-Unis les femmes sont plus jeunes que les hommes, au moment du lancement de leur projet entrepreneurial. Elles indiquent que l'âge moyen se situe entre 25 et 40 ans, alors que pour les hommes, c'est plus que 43 ans<sup>3</sup>.

En revanche, d'autres enquêtes menées aux Etats Unis démontrent le contraire notamment celle menée par HISRISH et PETERS en 1990 qui indiquent une tendance des hommes à faire leur première tentative significative peu après leur trentième anniversaire et les femmes plutôt autour de 35 ans.

Lille décrit cette situation comme étant « la période du libre choix » où l'on a confiance en soi et où l'on dispose d'une base financière suffisante tandis que les contraintes familiales sont moindres.

---

<sup>1</sup> G. TCHAOUSSI (2002), op. cit.

<sup>2</sup> R. D. HISRISH, M. P. PETERS (1991), « Entrepreneurs hip: lancer, élaborer et gérer une entreprise », Edition. Economica. pp.61-62.

<sup>3</sup> J. ZOUITEN (2005), op.cit.

Selon des études issues du portrait statistique des femmes entrepreneures au Canada (2002), LEGARE et ST- CYR ont montré que les femmes entrepreneures appartiennent à une catégorie d'âge relativement plus jeune que celle des hommes<sup>1</sup>.

En Europe, la situation est assez différente. L'âge moyen des entrepreneures est beaucoup plus élevé. Sans doute dans le contexte européen, la promotion dépend de l'âge et le capital et beaucoup plus difficile à accumuler<sup>2</sup>.

D'après une étude réalisée en 1997 par un institut de recherche européen sur un échantillon de 300 créatrices, une large majorité a entre 30 et 50 ans. En ce sens, d'autres recherches ont tendance à confirmer ces conclusions et indiquent que les femmes sont plus âgées que leurs homologues masculins (WATKINS, 1984 ; BURDETTE, 1990 ; DENG, HASSAN ET JIVAN, 1995 ; HERNANDEZ, 1997).

En Afrique, les femmes sont toujours été considérées comme des minorités et ont tendance à s'orienter vers la création d'activités entrepreneuriale individuelles dans un âge relativement plus élevé que ce des hommes.

Sur ce point, HERNANDEZ et RAJEMISON ont aboutit à des conclusions reflétant que les femmes entrepreneures en Afrique sont plus âgées par rapport à leurs correspondantes des EU et de l'Europe généralement et ce probablement en raison de la valorisation tardive de l'Entrepreneuriat et de la réussite des femmes en affaires.

### Formation

La formation des femmes entrepreneures a fait l'objet d'abondantes recherches que leurs résultats confirment bien les contradictions au sein même d'un pays. En effet, la plupart des sauteurs américains, tel que WATKINS en 1983 ou encore BELKOURT et Al. remarquent que les femmes ont une éducation moins importante.

Par contre, WELSCH et Young constatent que les femmes étaient mieux éduquées que les hommes entrepreneurs. L'étude de BIRLEY et al. (1987) et celle de HISRISH et BRUSH (1984) ne reflètent pas de différence significatives entre les deux genres. Selon ces derniers, le niveau d'éducation des femmes entrepreneures est comparable à celui des hommes, mais ce

---

<sup>1</sup> M. H. LEGARE, L. ST- CYR (2000), « Portrait statistique des femmes entrepreneurs », HEC, Canada.

<sup>2</sup> F. K. HIEN (2002), op. cit.

qui diffère sont les domaines d'études (ingénierie, gestion, sciences humaines...). Ce constat a été presque le même en Canada<sup>1</sup>.

En Europe, les femmes d'affaires sont un peu plus scolarisées que la population en général (LAVOIE, YUDKIN et STARR, 1997). Or, elles sont plus nombreuses que les entrepreneurs males à avoir terminé le secondaire ou le collégial et seulement un peu moins détiendra un diplôme universitaire. La plupart auraient aimé l'école et auraient bien réussi, contrairement à la croyance populaire qui associe les caractéristiques du décrochage scolaire aux entrepreneures féminins (GASSE et D'AMOURS, 1993)<sup>2</sup>.

Selon des statistiques prises du rapport de Line Robert à l'aide du réseau des femmes entrepreneures sur les caractéristiques des femmes francophones, on note qu'en 2003, les femmes créatrices d'activités entrepreneuriales sont parfaitement instructives. Cette population cible a un niveau de scolarité aussi élevé que les entrepreneurs établies avec presque 4 femmes sur 5 ont fait des études post secondaires. Plus de la moitié des femmes interrogées ont fait des études universitaires (55.5%)<sup>3</sup>.

En Afrique, les chercheurs ont mis à l'évidence l'existence des fondements idéologiques des valeurs et des coutumes qui ont été à la base dans les politiques sociales de scolarisation en Occident.

Dans cette perspective, les statistiques qui ont été faites dans nombreux pays africains montrent que les femmes, en général, n'ont pas un niveau d'instruction secondaire appréciable, non plus un niveau supérieur ; en ce sens, le taux d'analphabétisme dans ces pays était plus élevé pour les femmes que pour les hommes.

Par ailleurs, il importe de souligner les efforts de scolarisation consentis par ces pays pour faire face à la libéralisation et la mondialisation des économies. Depuis, le niveau d'instruction des femmes en affaires est amélioré. Toutefois, leur formation est concentrée sur des disciplines toujours attribuées aux femmes telles que les sciences sociales, les études littéraires, linguistiques, etc.

---

<sup>1</sup> J.ZOUITEN (2005), op.cit. p3-4.

<sup>2</sup> Y.GASSE, A.D'AMOURS (1993), « Profession entrepreneur », Les Ed. Transcontinentales, Fondation de l'entrepreneurship, pp.88-89.

<sup>3</sup> L.ROBERT (2003), « Les femmes se prononcent : stratégies féministes d'entrepreneuriat pour les femmes francophones », Réseau Femmes Colombie-Britannique, Mai, p.13-14.

En Tunisie, le taux d'analphabétisme a diminué entre 1994 et 2004 de 11.4% pour les femmes contre 6.4% seulement pour les hommes.<sup>1</sup> De plus, d'après les dernières statistiques relevée par l'INST (2005), on remarque une évolution du nombre de scolarisation des filles de 6.7% contre un taux de 3.3% pour les garçons.

Le nombre des femmes ayant un niveau supérieur a presque multiplié par plus de quatre fois en dix ans (1994-2004), dépassant celui des hommes.

Désormais le taux de scolarisation tunisien des filles se situe bien au delà de la moyenne des PVD et dépasse la moyenne mondiale ainsi que la norme des Etats Arabes.<sup>2</sup>

En plus, le parcours des deux catégories des entrepreneurs soit hommes ou femmes sont peu différenciés grâce à des campagnes de sensibilisation menées par l'Etat ; selon ZGHAL, SLAMA (2006), un rattrapage régulier et sensible des femmes dans les filières scientifiques, secteurs traditionnellement réservés aux hommes, comme par exemple les sciences et l'ingénierie.<sup>3</sup>

### Influence familiale

Une bonne partie de la littérature soutient l'influence de la famille comme vecteur moteur au développement de l'esprit créatif chez leurs filles. Les aspects scientifiquement étudiés de l'environnement familial de l'entrepreneur d'une façon général portent sur son même rang de naissance, la profession et le statut social de son père ou de sa mère et de se relations avec ses parents.

Nombreux auteurs comme COOPER et DUNKELBERG, 1982 ; HISRISH et BRUSH, 1987, COLLINS et MOORE, 1970 ; SHAPIRO, 1971 ont admis qu'un pourcentage élevé d'entrepreneures femmes descendent de père lui-même entrepreneur. Il est donc évident que ce lien filial devrait expliquer le désir d'entreprendre plus tard.<sup>4</sup>

---

<sup>1</sup> INST (2005).

<sup>2</sup> M.BEN SLAMA (2006), « Libéralisation commerciale et dynamique de l'emploi féminine : le cas de la Tunisie », Gender Impact of Trade Libéralisation in the Mena Région, p 26-27.

<sup>3</sup> J.ZOUITEN (2004), op.cit.

<sup>4</sup> F.K.HIEN (2002), « L'Entrepreneuriat féminin au Burkina Faso : une étude exploratoire », Septembre, p15.

Une étude Américaine réalisée auprès de 58 entrepreneures révèle que la femme entrepreneure est quatre fois plus sujette à une influence parentale (père ou mère) que la population en général (SMITH, CAIN et WARREN, 1982).

Néanmoins, HISRISH et PETERS ont montré dans leurs recherches sur l'entrepreneuriat que la profession des parents des entrepreneurs marque fortement la personnalité de l'entrepreneur, cela est également vrai pour les femmes que pour les hommes. Les entrepreneures s'habituent dès le plus jeune âge à la nature indépendante et à la souplesse d'un statut dont le père incarne l'exemple. Comme remarquait une entrepreneure : « mon père était si plein de l'entreprise qu'il créait et m'a donné un tel exemple qu'il ne m'est jamais venu à l'idée »<sup>1</sup>.

Ce constat n'a pas été confirmé par les autres chercheurs s'intéressant à la spécificité de l'entrepreneuriat féminin. Selon l'expression d'AROCENA dans son rapport sur la création d'entreprise comme une affaire de réseaux, les femmes entrepreneures rencontrées ne créent pas « au hasard » et se situent toujours en terrain connu dans le cadre de réseaux constitués avec le temps. Il y a autour d'elles tout un creuset favorable, « un milieu support »<sup>2</sup>.

Selon une enquête réalisée par WATKINS et WATKINS (1983) sur 58 femmes entrepreneures britanniques, 37% avait un père travailleur indépendant ; 16% avait une mère propriétaire en tout ou partie d'une entreprise ; 10% descendent des pères dont l'occupation avait un lien étroit avec le monde de l'entreprise.

HISRISH et PETERS indiquent que la présence d'une mère entrepreneure renforce plus le sentiment d'indépendance chez sa fille ; bien que les résultats soient moins homogènes, la proportion des mères entrepreneures paraît en tout cas moins élevée parmi les parents des femmes entrepreneures.

En somme, les parents jouent le rôle de soutien et favorisent l'indépendance, l'épanouissement et la responsabilité dans le caractère de leurs filles. Cette relation parentale paraît très importante pour les femmes entrepreneures considérées traditionnellement comme des minorités.

---

<sup>1</sup> R. D. HISRISH, M. P. PETERS (1991), op. cit.

<sup>2</sup> P. N. DENIEUIL (2004), « femmes et entreprises en Tunisie : essai sur les cultures du travail féminin », Ed. L' Harmattan, Paris.

Mais l'occupation parentale n'est qu'un des facteurs familiaux qui influencent la création d'entreprise : les attentes familiales constituant également un autre facteur. En particulier, l'attitude positive envers la prise de responsabilité est également corrélée au choix de l'entrepreneuriat chez les femmes. Dans ce cas, la position de l'aînée dans une famille devra jouer un rôle important.

Cependant, la place dans l'hierarchie des naissances n'a pas toujours été sensibilisée dans la plupart des études sur L'entrepreneuriat féminin ou masculin.

Pour d'autres, les résultats sont souvent contradictoires, faute d'insuffisance des données lors des entretiens. D'abord, les auteurs ne disposent pas des données sur les autres frères et sœurs pour savoir leurs profils s'il est entrepreneurial ou non ; de plus, les observations ne sont pas limitées par un intervalle précis du nombre des enfants dans la famille.

Cette question n'a pas de relation avec l'entreprenance et mérite une analyse plus approfondie.

Un autre aspect de l'influence familiale est le statut matrimonial. La plupart des hommes entrepreneurs sont mariés et le mariage joue le rôle de stabilisateur dans leurs métiers. La situation est beaucoup plus controversée au sein des femmes entrepreneures. Le mari peut constituer soit un frein, soit un stimulateur pour la création d'entreprise.

Dans la même étude de WATKINS et WATKINS (1984), ils ont montré que 48% des femmes entrepreneures sont mariées ou ont un statut similaire, 29% sont divorcées et 19% sont célibataires. Le rôle du mariage stabilisateur semble moins vérifié pour la femme que pour l'homme.

Cet état de vue sera plutôt concentré dans les pays arabes qu'européens vu la nouvelle place qu'occupe les femmes dans cette nouvelle ère d'ouverture et de mondialisation.

Ce point sera décortiqué d'une manière plus détaillée dans la troisième section de cette partie comme obstacle majeur rencontré par les femmes.

### **✂ Expérience professionnelle antérieure**

Plusieurs sont les auteurs qui ont mis à l'évidence l'existence des liens étroits entre l'expérience professionnelle antérieure et le recours au travail indépendant. Le salariat a été



d'abord considéré comme une école. Plusieurs femmes estiment que la réussite passe nécessairement par l'existence préalable du salariat. Celui-ci permettrait en effet d'acquérir l'expérience technique, la connaissance des fournisseurs, l'accumulation des connaissances et des réseaux, voire des fonds nécessaires à la création de leurs entreprises.

S'agissant d'un tel point de vue, les résultats de recherches existantes sont contradictoires. La plupart des auteurs montrent que pour une grande majorité d'entrepreneurs, aussi bien hommes que femmes, ils ont eu une expérience professionnelle avant leur projet de création de leur propre entreprise. La différence résiderait plutôt au niveau du type d'expérience.<sup>1</sup>

Par ailleurs, l'analyse de l'emploi par profession montre que les femmes ne sont pas également présentes dans toutes les professions. Certaines professions sont clairement féminines, d'autres sont plus féminisées que la moyenne, mais de nombreuses professions restent fortement masculines et hermétiques aux femmes.

Dans cette logique d'idées, les chercheurs montrent que les femmes ont une expérience importante de type administratif, de niveau hiérarchique moyen et souvent axée sur les domaines liés aux services, par exemple, la formation, le secrétariat ou encore la vente en détails plutôt que les domaines techniques, industriels et financiers.<sup>2</sup>

Contrairement, les entrepreneurs hommes ont une expérience un peu plus axée sur la gestion, l'import-export, l'industrie, la finance et tout ce qui relève du domaine technique.

De ce fait, selon HISRISH et PETERS (1991), le type d'activité de l'entreprise créée par les femmes sera en fonction du type d'expérience professionnelle déjà acquis. De ce fait, nous retrouvons plus d'entreprises créées par les femmes dans les domaines liés aux services tels que le commerce en détail, les relations publiques, les services éducatifs et le conseil alors que les hommes sont plutôt portés vers l'industrie, la construction ou la haute technologie.

---

<sup>1</sup> Jihéne Zouiten (2004), op. cit.

<sup>2</sup> CREDIF (2002), « Les femmes en Tunisie 2000 », p.242-244.

## 2. L'entrepreneuriat féminin un contexte socioculturel

La contribution des femmes dans le domaine de l'entrepreneuriat féminin est en rapport avec les exigences et les valeurs culturelles de leur société qui sont différentes d'un pays à l'autre (Robert Paturel, Zahra Arasti 2006). Ceci, justifie la nécessité d'étudier la création d'entreprises par les femmes de manière contextuelle.

### 2.1. Le contexte socioculturel une particularité

Les chercheurs spécialistes dans l'étude de l'entrepreneuriat féminin. Considèrent le contexte socioculturel comme étant des barrières **socioculturelles**<sup>1</sup> « **De manière générale on attribue les limites de la participation des femmes à la vie active, à leur environnement socioculturel et économique** »<sup>2</sup>

«Les valeurs, les croyances, les normes, le système d'éducation sont des éléments mobilisateurs qui permettant l'émergence, ou non de l'entrepreneuriat . . . . Les éléments culturels sont déterminants pour donner prise et cohérence à un élan entrepreneurial. .... L'entrepreneuriat apparaît simultanément comme le produit et le producteur d'une culture »<sup>3</sup>

Ainsi, il est clair que cette particularité rend l'étude de l'entrepreneuriat féminin comme un sujet contextuel, étroitement lié aux facteurs socioculturels de chaque pays. ***Donc qu'est-ce qu'on entend par facteurs socioculturels?***

### 2.1. Les facteurs socioculturels

---

<sup>1</sup> Ce terme, provient des travaux des auteurs **Bauer, Yamey, Friedman** sur la théorie «Esprit d'entreprise et développement économique » qui cherche à rendre compte en quoi les barrières socioculturelles et psychologiques aux attitudes entrepreneuriales pourraient expliquer l'incapacité de la société sous-développée à générer et à mettre en œuvre l'innovation technologique et organisationnelle  
<http://www.ladocumentationfrancaise.fr/revues-collections/problemes-economiques/theories/theoriesdevelop.shtml#menu>

<sup>2</sup> : S.RAJEMISON «Femme entrepreneurs et dynamique entrepreneuriale : le cas de Madagascar», ed: AUPEL-UREF John Libbey Eurotexte, Paris, 1995, page 229.

<sup>3</sup> C. ALBAGLI «L'innovation socioculturelle comme stimulant entrepreneurial », Ed. AUPELFUREF, John Libbey Eurotext. Paris 1995, page 25, pp. 13-27.

Robert Paturel et Zahra Arasti (2006)<sup>1</sup> déterminent un certain nombre de facteurs socioculturels dans l'étude des principaux facteurs environnementaux spécifiques au modèle de l'entrepreneuriat féminin Iranien.

Selon ces auteurs, les facteurs environnementaux tels que les normes sociales, les coutumes, les régulations politiques et variables économiques sont différents d'un pays à l'autre ou d'une région à l'autre. Robert Paturel et Zahra Arasti (2006) définissent les facteurs socioculturels comme suite:

### **✧ Les nonnes sociales**

Sont les coutumes, le regard de la société à l'égard de l'entrepreneuriat féminin, les modèles présents dans la famille, chez les amis et les proches ;

### **✧ L'optimisme de l'entourage**

Dans les recherches en entrepreneuriat féminin, normalement, l'entourage de l'entrepreneur négatif constitue un obstacle. Les femmes qui sont devenues entrepreneures, sont celles dont le soutien de leur entourage a joué un rôle décisif dans la création de leurs entreprises;

### **✧ Les convictions traditionnelles de la Société**

Convictions traditionnelles et religieuses du pays telles que le travail injustifié des femmes dans le cas où le revenu familial est suffisant, les rumeurs liées au rôle de la femme entrepreneure au sein de sa famille telles que l'opinion défavorable (affaiblissement de l'autorité du mari, diminution de son engagement au sein de la famille) ou de l'opinion plutôt favorable au travail au foyer en tant qu'activité primordiale des femmes, l'intolérance envers certains métiers et professions exercés par des femmes, la présence injustifiée des femmes dans la communauté de travail masculine, la non prise des femmes au sérieux en tant que directrices ou patronnes, le manque de confiance de la société par rapport aux capacités des femmes au niveau du management, la nécessité d'obtention de la permission du mari pour le séjour des femmes à l'étranger, l'insécurité sociale pour les femmes et les problèmes que

---

<sup>1</sup> : Robert Paturel, Zahra Arasti «Les principaux déterminants de l'entrepreneuriat féminin en Iran», L'internationalisation des PME et ses conséquences sur les stratégies entrepreneuriales, 25, 26, 27 octobre 2006, Haute école de gestion (HEG) Fribourg, Suisse.

posent les femmes seules dans les hôtels)

### **✧ Le niveau de formation**

Le niveau de formation et son action sur l'activité de l'entreprise, sur la créativité, le marketing, le business plan, la gestion de l'entreprise, les technologies d'informations, les sources d'informations. Selon Robert Pature! et Zahra Arasti la formation au management existe, mais reste encore très peu développée et n'a pas la performance nécessaire pour entraîner l'adhésion des entrepreneures-femmes diplômées. Cela exige donc une programmation de formations appropriées, spécifiques pour les femmes entrepreneures qui souhaitent se perfectionner.

### **✧ Le rôle des modèles**

L'existence de modèles dans la famille et chez les amis a été reconnue par plusieurs recherches comme facteur influençant la motivation pour l'entrepreneuriat (Brockhaus et Nord, 1979; Hisrich et Fulop, 1995; GEM, 2004);

### **✧ Les catalyseurs sociaux**

De nombreuses recherches ont étudié les catalyseurs sociaux en tant que facteurs poussant ou obligeant les femmes à devenir entrepreneures (Fried, 1989 ; Deng, Hassan et Jivan, 1995 ; Lacasse, 1990 ; Breen, Calvert et Olivier, 1995 ;Orhan et Scott, 2001 ; Turner, 1993).

Robert Pature! et Zahra Arasti précisent qu'en Iran, l'insatisfaction du dernier emploi, l'impossibilité d'envisager une promotion à terme, les opportunités offertes par certaines relations directement issues du dernier emploi et la connaissance d'une nouvelle occasion de créer une entreprise, restent sans conteste les éléments favorisant la création d'entreprises par les femmes de leur population

### **✧ L'équilibre entre la famille et le travail**

L'un des obstacles à l'entrepreneuriat féminin plus particulièrement, est la difficulté à gérer le travail extérieur et le travail domestique (Pellegrino et Reece, 1982 ; Hisrich et Brush, 1983 et 1987; Honig, Haftel et Martin,1986; Neider, 1987; Brush, 1990; Ufuk et Ozgen, 2001). D'après les travaux de Robert Pature! et Zahra Arasti 36 % des entrepreneurs féminins diplômées ont mentionné un équilibre difficile entre la vie professionnelle et la vie familiale.

Selon ces deux chercheurs, cette situation constitue l'une des difficultés les plus fortes lors du lancement de leurs affaires.

### **3. Les caractéristiques de la femme entrepreneur Algérienne :**

#### **3.1. Classification des femmes entrepreneures Algérienne :**

L'absence d'étude sur l'entrepreneuriat féminin en Algérie, implique un questionnement sur la réalité de ce phénomène. Anne Gillet (2003) propose une première classification du profil socioprofessionnel de la femme chef d'entreprise algérienne, à savoir :

##### **♣ Femme issue d'une construction « Familiale » :**

Ce sont des femmes qui ont suivi peu d'études et qui ont travaillé dès leur jeune âge, elles ont un parcours « atypique ». D'autres ont créé leurs entreprises à un âge jeune, avec l'aide de la famille et avec un capital élevé de départ. Ici Anne Gillet donne deux exemples différents de femmes qui sont issues d'une construction culturelle familiale qui soutient la femme créatrice d'entreprise.

##### **♣ Femme héritière d'entreprise « Héritage entrepreneuriat d'entreprise » :**

Il s'agit de femmes d'un certain âge, qui héritent de leurs maris et qui reprennent avec succès et compétence la direction de l'entreprise. Elles n'ont généralement pas suivi d'études. D'autres qui sont jeunes héritières de leur père et qui ont fait des études universitaires poussées arrivent à développer des pratiques de travail nouvelles. Pour Anne Gillet l'héritage constitue un moyen pour ces femmes d'être repreneuses d'entreprises.

##### **♣ Jeune Femme créatrice d'entreprise soutenu d'un réseau familial « Tradition familiale entrepreneuriale » :**

Ce sont des jeunes femmes qui se lancent dans la création d'entreprises dont le niveau d'études se situe au baccalauréat. L'aide leur vient de la part du père et/ou du mari (qui ont déjà une entreprise). Ces jeunes femmes créeront leurs entreprises à partir des ressources financières personnelles et familiales (grâce aux réseaux sociaux). Anne Gillet décrit le soutien familial comme étant une tradition familiale entrepreneuriale.

##### **♣ Femme issue du milieu universitaire « Un aboutissement logique des études » :**

Certaines professions (exemple des professions libérales) sont un aboutissement logique de fin de parcours universitaire. Elles impliquent la création d'entreprises avec

quelques salariées (cabinet d'étude ou juridique). Les jeunes femmes qui créent ces activités recourent à des économies personnelles ou à l'aide de la famille.

♣ **Femme innovatrice «des idées nouvelles en rupture avec les parcours professionnels antérieurs» :**

Ces femmes chefs d'entreprises développent des idées de produits ou de services nouveaux, qui accompagnent et facilitent les évolutions des femmes en Algérie. Anne Gillet, cite l'exemple de celles qui ont développé l'idée originale de rendre service aux femmes qui travaillent et n'ont plus le temps de préparer tous les repas selon un mode traditionnel, elles proposent ces produits avec une grande qualité.

♣ **Femme issue du milieu professionnel «la continuité d'expériences professionnelles dans un métier» :**

Ce sont les femmes qui ont eu un parcours professionnel comme « ouvrières » dans une entreprise, et qui décident de créer dans le même domaine professionnel (exemple habits traditionnels) ou celles qui ont eu un parcours d'études poussées (en économie et gestion) puis occupent un poste de cadre dans une administration commerciale. Anne Gillet précise que le choix de la création est le fruit de l'exercice d'un métier, d'une conviction sociale et des opportunités locales (ateliers de tricot artisanal).

**3.2. L'Entrepreneuriat féminin en Algérie « un contexte socioculturel» :**

L'entrepreneuriat féminin en Algérie, dépend d'un certain nombre de facteurs socioculturels de la société Algérienne à savoir :

❖ **Famille et compétition :**

C'est le milieu direct de l'entrepreneure femme ; il comprend deux étapes dans la vie de la femme entrepreneure et il intervient différemment sur chacune de ces deux étapes, à savoir :

**Etape 1 :** Où la femme entrepreneure est célibataire, le milieu direct c'est donc celui de ses parents, ses frères et sœurs, ses grand parents, ... etc.

**Etape 2 :** La femme a deux milieux directs, le premier est celui de sa famille biologique et le second est celui de sa famille conjugale, c'est-à-dire son mari. Pour cette étape, la situation matrimoniale de la femme entrepreneure peut être mariée ou veuve ou divorcée.

❖ **Religion et tradition :**

Les traditions issues d'une interprétation néfaste de la religion «**Islam** » font de la femme un être domestique. Pour l'islam, il n'existe aucune forme de discrimination entre

l'homme et la femme, le travail est la mission de tout être humain sur terre.

❖ **Education :**

C'est l'apport de l'enseignement dans la formation de la femme entrepreneure, en d'autres termes, l'éducation a-t-elle éveillé l'esprit d'entrepreneuriat chez les femmes en Algérie?

❖ **Facteurs historiques et régionaux:**

Le colonialisme et la participation de la femme à la révolution, ont stimulé l'éducation de la femme de génération en génération. La femme algérienne a acquis une qualité entrepreneuriale «le défi de prendre des risques ». L'histoire algérienne et le régionalisme ont-ils construit des femmes entrepreneures ?

❖ **Egalité et promotion de la femme<sup>1</sup> :**

La discrimination envers la femme au sein de la société « organisation, entreprises, institutions, Etc. » ont conduit la femme à chercher un moyen d'indépendance et d'autonomie pour se procurer un moyen de richesse ou de se réaliser en tant que femme chef d'entreprise."

❖ **Culture et esprit d'entreprise:**

Est-ce un concept réservé seulement au genre masculin? Comment ce constitue cette culture chez les femmes ? Est-il relatif à un besoin personnel ou ce n'est qu'une tentative de défier le genre masculin ?

❖ **Mode de financement :**

Moyens de financement « apport personnel, familial, associés, crédit bancaire, », La volonté de l'Etat Algérien de promouvoir l'auto-emploi par la mise en place de différents organismes d'appui à la création de projets d'entreprises.

❖ **Réseaux sociaux :**

Le réseau relationnel, les liens existants et leur impact sur la création d'entreprise par le genre féminin, l'appui apporté par le milieu familial et amical (père directeur d'une banque étatique, un membre de la famille est un haut responsable administratif).

---

<sup>1</sup> En sociologie « être indépendant financièrement c'est être indépendant idéologiquement »

❖ **Accès aux ressources :**

Les différentes ressources nécessaires à la création d'une entreprise.

❖ **Mouvement associatif:**

Les associations pour la promotion de la femme entrepreneure sont des associations qui offrent l'accompagnement à ces femmes en termes de soutien financier (Micro-crédit), d'information et de formation.

❖ **Immigration :**

Ce facteur a une signification dans la mesure où les femmes issues de l'immigration ou celles qui ont émigré dans un pays favorisant l'entrepreneuriat féminin apportent avec elles depuis le premier jour de leur arrivée sur le lieu d'origine l'idée de la création d'entreprise.

❖ **Femme entrepreneur leader et effet de mode:**

L'effet de mode de la femme entrepreneure dans la société et son impact sur l'esprit entrepreneurial chez les femmes en général et les jeunes femmes en particulier.



### Section 03 : les motivations et les freins de l'entrepreneuriat féminin

#### 1. Les motivations des femmes entrepreneures et les déclencheurs de l'entrepreneuriat

« Qu'est-ce qui pousse une femme à prendre des risques et à lancer une entreprise nouvelle, à vouloir faire carrière dans l'entrepreneuriat en dépit des terribles aléas de la réussite ? ». Comme s'interrogeaient MACHADO, GIMENEZ, GOMES, PELLISSON et ALIGELERI dans leurs recherches sur le comportement managérial des femmes et des hommes entrepreneurs : cas de la Brésil (2002)<sup>1</sup>.

Contrairement aux hommes qui sont le plus souvent attirés par des facteurs positifs (gains matériels, promotion sociale, etc.), les femmes sont incitées à construire leurs propres entreprises pour plusieurs raisons qui sont d'ordre personnelles ou dues aux circonstances extérieures, positives ou négatives (SHANE, KOVEREID et WEWTHEAD).

Selon les termes de Duchéneaut, on peut faire la différence entre des facteurs « push » qui poussent les femmes vers le travail indépendant sans qu'il y ait réelle volonté mais plutôt nécessité, et des facteurs « pull » qui les attirent positivement et débouchent sur une véritable volonté de création<sup>2</sup>.

#### \* Les facteurs de poussée « push »

Ils se caractérisent plus précisément par l'insuffisance du revenu familial soit du conjoint, qui est dû nécessairement à l'augmentation du niveau des ménages, soit les cas des femmes célibataires, veuves ou divorcées qui sont plus contraintes d'agir face à leurs situations familiales.

---

<sup>1</sup> H. P. VIER MACHADO, F. A. PRADO JIMENEZ, V. GOMEZ, C. PELLISSON, L. A. ALIGELERI, L. M. ALIGELERI (2002), « Female and Male Entrepreneur' Managérial Behaviour : A Brazilian Study », Management International, Vol 7, N° 1, Automne, HEC, Montréal, p. 1.

<sup>2</sup> B. DUCHÉNEAUT, Groupe ESC Rennes, EURO. PME (1997), « Les femmes entrepreneurs à la tête de PME », Conférence de l'OCDE sur « les femmes entrepreneurs à tête de PME : une nouvelle force pour l'innovation et la création d'emploi », Avril.

L'insatisfaction dans le travail salarié à cause des conditions du travail inacceptables, horaires trop rigides, une trop grande différence des salaires entre hommes et femmes, une ségrégation dans l'attribution des postes, les frustrations d'un avancement bloqué, la désillusion quant aux relations traditionnelles des employés et des employeurs<sup>1</sup>.

Les femmes sont souvent affectées à des postes subalternes qui n'est pas acceptables par elles vu l'amélioration de leur niveau d'instruction (HISRISH et BRUSH, 1986 ; BRUSH, 1992).

Dans certains pays, le haut niveau de chômage est un facteur de poussée. Ce cas de figure a été dénommé par Duchéneaut comme un facteur à part, centré sur une partie accomplissement personnel/ nécessité contextuelles qui permettrait de moduler les motivations des femmes entrepreneures<sup>2</sup>.

A titre d'exemple, avant la chute du mur de Berlin, 94% des femmes de la République Démocratique travaillaient ; aujourd'hui, le taux de chômage de 20% a encouragé les femmes entrepreneures : depuis 1990, c'est 150000 entreprises dirigées par les femmes qui ont été créés.

**\* Les facteurs positifs « pull » :**

Qui attirent les femmes vers la carrière d'entrepreneures sont multiples.

Les femmes comme les hommes entreprennent par besoin d'indépendance et d'accomplissement et par refus de travailler pour une tierce personne. De ce fait, les femmes entrepreneures sont prêtes à assumer les risques sociaux, psychologiques et financiers afin d'assouvir leur besoin d'indépendance<sup>3</sup>. Ce facteur de motivation est presque le seul facteur qui rassemble autant les femmes que les hommes entrepreneurs d'après les études réalisées sur la motivation dans différents pays.

Toutefois, pour ces femmes, le désir d'indépendance domine largement sur les autres motivations de création d'entreprise. Ceci est expliqué dans la littérature, essentiellement, par le statut social de la femme (comme déjà énuméré plus haut). En d'autres termes, être

---

<sup>1</sup> D. C. SARCHER (2005), op. cit.

<sup>2</sup> B. DUCHÉNEAUT (1997), op. cit.

<sup>3</sup> J. ZOUITEN (2004), op. cit.

dirigeantes de sa propre entreprise leur permet d'être flexible quand à la gestion de temps, afin de trouver l'équilibre entre le travail et la famille.

Quand, aux hommes entrepreneurs, la principale motivation à vouloir entreprendre réside dans le désir de détenir plus d'argent. Cette raison n'est plus primordiale chez les femmes. Dans une étude Allemande, les femmes ne placent le profit qu'à la quatrième ou la cinquième place, derrière leur désir autonome et de développer leurs idées propres.

D'autres facteurs ont intéressé les chercheurs et qui reflètent des différences quand aux motivations des hommes et des femmes. Ces facteurs sont énumérés par les femmes interrogées comme des facteurs secondaires qui ont des influences moindres que la première dans leur choix entrepreneurial ; Toutefois, ces motivations ne peuvent pas être négligeables pour les femmes. On cite à titre non exhaustif, l'épanouissement personnel, le goût d'entreprendre, le statut social, pouvoir, revenu, besoin de flexibilité et désir de gérer son propre temps. Ce dernier point était parfois le fondement même de la démarche entrepreneuriale de plusieurs participantes. Il s'agit leur première raison d'être en tant qu'entrepreneure. Certaines femmes se disent qu'elles intègrent la famille et ses besoins aux besoins de l'entreprise (Etude Canadienne en 2003).

En ce qui a trait aux déclencheurs de l'entrepreneuriat, plus de 80% des femmes d'affaires créent leurs entreprises lorsqu'une occasion favorable se présente ; Pour elles, l'intérêt pour un secteur d'activité serait plus fréquent que chez leurs homologues masculins.

Certaines femmes auraient profité des répit consécutifs du travail à la naissance des enfants pour penser à la création d'une affaire autonome, au contraire de leur homologues males qui ne sont mêmes pas concernés par le nombre de leurs enfants dans la famille. GASSE et D'AMOURS réclament que seulement les considérations liées aux facteurs de marché viennent comparables les deux groupes masculins et féminins telles qu'une croissance de la demande, une concurrence faible ou une région non desservie.

## **2. Les freins (obstacles) rencontrés par les femmes en affaires :**

Les différentes enquêtes réalisées jusqu'à maintenant révèlent des contradictions des résultats lors de l'analyse de l'entrepreneuriat féminin soit par l'influence des pays ou par genre. Toutefois, lorsqu'il s'agit d'analyser les difficultés rencontrées par l'entrepreneure lors du démarrage ou exploitation de son entreprise, la littérature évoque traditionnellement des

problématiques spécifiques à l'entrepreneuriat féminin à savoir l'accès de financement et la conciliation vie familiale et vie professionnelle<sup>1</sup>.

Contrairement aux hommes qui doivent faire face à des difficultés pour créer leur entreprise, les femmes ont à vaincre des barrières qui leurs sont propres, notamment les attitudes socio culturelles négatives encore prévalentes, des barrières externes tout à fait pratiques et des difficultés personnelles<sup>2</sup>.

Les attitudes négatives ont souvent pour origine la discrimination sexuelle. Dans ses rapports quotidiens avec les différents partenaires associés à son entreprise : fournisseurs, banquiers, ou clients, la femme souffre souvent d'un manque de crédibilité. En affaires, certains hommes ne prennent pas les femmes au sérieux. En conséquence, ils considèrent les entreprises gérées par les femmes comme des passe-temps ! (SARCHER).

En faisant objet de recherches sur la transposabilité de l'entrepreneuriat immigré sur l'entrepreneuriat féminin, LEVY TADJINE et ZOUITEN ont montré que les femmes comme les immigrés sont souvent appréhendées comme étant victimes de discrimination sur le marché du travail ; Et elles subissent de discrimination dans l'accès au crédit ou à certains services au cours du processus entrepreneurial et dans la vie des affaires qu'en résulterait un « Business Model » singulier<sup>3</sup>.

Cette discrimination à l'égard des femmes semble être plutôt comme privilège que comme problème. A cet effet, les américains aperçoivent cette discrimination positivement et « s'attachent à aider les femmes, les minorités ethniques, les personnes handicapées à devenir entrepreneur... » (Rapport BESSON, 1998).

Cette pratique de discrimination positive a été confirmée en France seulement en ce qui concerne les femmes et ce par le biais du fonds de Garantie Initiative Femmes et Action Elle (spécialisées seulement dans l'accompagnement des femmes créatrices) (LEVY TADJINE et ZOUITEN, 2005). ROSA et CARTER (1994) pensent que même si les difficultés rencontrées par les femmes pour obtenir des prêts bancaires sont des freins

---

<sup>1</sup> J. LAMBRECHT et F. PIRNAY ; P. AMEDODJI et Z. AOUNI (2003), « Entrepreneuriat féminin en Wallonie », Centre de Recherche PME et d'Entrepreneuriat, Université de Liège, Centre d'études pour l'Entrepreneuriat, Brussel, Septembre, p.29.

<sup>2</sup> D. C. SARCHER (2005), op. cit.

<sup>3</sup> J. ZOUITEN, T. LEVY TADJINE (2005), op. cit.

fréquemment observés, elles ne font pas forcément l'objet d'une discrimination particulière liée au genre.

En ce sens, DENG, HASSAN et JIVAN (1995) indiquent qu'une bonne partie des femmes qui ont obtenu de financements bancaires n'a pas rencontré de problèmes avec leurs banques.

Il existe un débat dans la recherche sur le sujet de la discrimination en raison du sexe dans les institutions financières. Une étude menée par la Fédération Canadienne des entreprises indépendantes concluait que les femmes étaient plus susceptibles de se voir refuser une demande de financement par une banque que leurs homologues masculins qui exploitent une entreprise semblable (MARLEAU, 1995)<sup>1</sup>.

D'autres études (Statistique Canada, 2000 ; HAINES et Al., 1999) indiquent que les femmes n'ont pas plus de difficultés à obtenir du financement que les hommes et que leurs difficultés sont reliées au secteur dans lequel elles œuvrent et à la taille de leur entreprise plutôt qu'à leur sexe. Il est important ainsi de noter qu'aucune de ces études ne s'est penchée sur la question de l'impact différent que peuvent avoir les diverses politiques et méthodes d'évaluation du dossier financier selon le sexe du demandeur et les réalités différentes de leurs vies.

De plus, ils arrivent que les femmes soient gênées par des lois ou par des politiques institutionnelles qui reflètent cette attitude négative à l'égard des femmes.

Il n'est pas rare dans le monde occidental qu'une femme qui veut devenir entrepreneure, demandant des prêts pour fonder son entreprise ait l'obligation d'être endossé par un proche parent (son père, son mari).

En Tunisie, diverses lois sont révisées et modifiées de la façon que respecte le statut évolutif de la femme et que protègent leurs droits (accès égalitaire à la fonction publique, identité fiscale indépendante de la femme, etc.).

---

<sup>1</sup> L. ROBERT (2003), « Les femmes se prononcent : stratégies féministes d'entrepreneuriat pour les femmes francophones », Réseau Femmes Colombie-Britannique, Mai, p.13-14.

Ces difficultés sont aggravées par une absence d'accès à l'information, aux expertises techniques ou aux réseaux informels d'informations qui excluent les femmes et qui pourtant sont d'importantes sources d'aide et de conseil pour les hommes.

De plus, l'augmentation importante du nombre des femmes entrepreneures étant un phénomène relativement récent, les femmes ont peu d'exemples à imiter et de grandes difficultés à trouver des mentors féminins.

Ce problème a été renommé par Line ROBERT comme étant l'isolement des femmes, chose que la recherche a qualifié de « cage de verre » (BELCOURT et Al., 1991).

Viennent s'ajouter à ses problèmes, les barrières personnelles qu'incombent les femmes pour devenir entrepreneure. Etant la responsabilité des enfants, de la maison et des membres âgées de la famille, peu d'entre elles peuvent consacrer tout leur temps et de leur énergie à leurs affaires. C'est ainsi que la conciliation famille et travail présente une contradiction dans le cheminement entrepreneurial des femmes (BELCOURT et Al., 1991). Pourtant, en dépit de ces responsabilités, la plupart des femmes s'organisent pour le faire en efficacité.

Bien qu'il s'agisse d'un des facteurs qui contribue à l'isolement de la femme dans sa « cage de verre » et qui limite son potentiel en affaires, elle est aussi la raison d'être de plusieurs entrepreneures. Plusieurs de leurs raisons pour se lancer en affaires sont étroitement liés à la conciliation famille et travail et à la qualité de vie (MOORE et BUTTNER, 1997).

Malgré que l'entrepreneuriat soit pour plusieurs une réponse aux problèmes de rigidité du temps de travail, certaines pressions continuent à se faire sentir (GAY, 1997 ; YACCATO et JUBINILLE, 1998 ; FENWICK et HUTTON, 2000). Le magazine américain Working Woman (la femme qui travaille) attribue un grand nombre d'échecs des entreprises dirigées par les femmes à leurs habilités managériales.

Les femmes se considèrent comme aptes en négociation et en idées, en écoute mais faibles en finances, marketing, comptabilité et surtout en technique.

Ces appréhensions expliquent en particulier leur choix des secteurs, étroitement lié aux expériences passées qui se déroulent souvent dans l'administration, du secrétariat et de l'éducation (HISRISH et BRUSH, 1984).

Somme de toute, il incombe de signaler que nombreuses sont les études empiriques et les recherches qui ont levé la voile sur l'entrepreneuriat féminin et qui ont enrichi la connaissance sur les caractéristiques démographiques des femmes entrepreneures, leur familles, leurs expériences professionnelles et leurs formations, leurs motivations pour créer une entreprise et les problèmes qu'elles rencontrent. Ces recherches ont touché les femmes dans les pays développés ou en voie de développement.

En synthèse, les caractéristiques démographiques des femmes créatrices d'entreprises semblent diverger selon les pays et les obstacles qu'elles rencontrent apprennent en particuliers liés au statut social, lui aussi est très dépendant du contexte national.

De plus, à la lumière des nombreux constats réalisés dans la littérature entrepreneuriale et dans le terrain, les chercheurs sont mis d'accord que les femmes entrepreneures vivent les mêmes réalités que les entrepreneurs hommes mais avec des motivations et des comportements différents (BENOIT,1999)<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> H. P. VIER MACHADO, F. A. PRADO JIMÉNEZ, V. GOMEZ, C. PELISSON, L. A. ALIGELERI, L. M. ALIGELERI (2002), op. Cit.

**Conclusion :**

Dans ce chapitre, on a étudié l'aspect théorique de l'entrepreneuriat féminin. Comme nous l'avons déjà souligné, le contexte socioculturel constitue un élément fondamental dans l'étude de l'entrepreneuriat de manière générale et de l'entrepreneuriat féminin en particulier.

Donc la question qui se pose si l'entrepreneuriat féminin en Algérie croise des freins, c'est ce qu'on va conclure d'après l'analyse de l'étude dans le chapitre suivant



# **Chapitre III :**

## **Etude de cas**

### **L'entrepreneuriat féminin à Guelma**

**Section 01 : Le profil de l'entrepreneuriat féminin en Algérie**

**Section 02 : Le profil de l'entrepreneuriat féminin à la wilaya de Guelma**

**Section 03 : L'analyse de l'enquête**

## **Introduction :**

À la lumière de ce qui a été présenté dans la partie théorique de cette recherche, le présent chapitre sera porté sur la détermination de la méthodologie d'enquête employé, la construction de l'échantillon, le choix des techniques ainsi que l'analyse des données et interprétation des résultats et des statistiques .

On a choisi les femmes entrepreneures de la wilaya de Guelma dont leurs entreprises ont été créées dans le cadre du programme de soutien pour l'emploi des jeunes « ANSEJ » comme échantillon de recherche parce que c'est la seule administration qui a accepté de fournir des informations concernant les coordonnées de ses bénéficiaires ; contrairement au « CNAC » et « ANGEM » qui les ont considérés comme des données confidentielles.

La première section a pour objet de présenter le profil de l'entrepreneuriat féminin en Algérie, les taux de participation de la femme algérienne à l'entrepreneuriat.

La deuxième section est consacrée aux résultats obtenus des statistiques offertes par l'ANSEJ, l'ANGEM, et la CNAC. Elle comprend les analyses descriptives des données.

Et finalement, La troisième Section contient la description de la méthodologie de recherche, les objectifs de la recherche, les hypothèses a testés et le modèle du questionnaire utilisé dans cette recherche l'interprétation des résultats et teste les hypothèses. Et la conclusion.

## Section 01 : le profil de l'entrepreneuriat féminin en Algérie

Il est intéressant d'étudier l'entrepreneuriat féminin en Algérie selon des statistiques fiables et officielles. Mais cela reste un défi car « Il est en général admis que les données statistiques publiées sur le travail féminin sont sous-estimées en Algérie. Il n'existe aucune statistique officielle sur l'entrepreneuriat féminin ... Il n'existe pas de classification selon le sexe au niveau des statistiques officielles sur les entreprises en Algérie<sup>89</sup> ».

### 01. La place des femmes entrepreneures

Le nombre de femmes entrepreneures en Algérie reste relativement faible (9439 femmes, soit 3% du tissu économique algérien selon la Banque Mondiale en 2007), avec une majorité dans l'artisanat (2830 selon l'ANGEM). Ce constat contraste avec la part des femmes dans le nombre total des entrepreneurs naissants. En effet, elles représentent 40 % des entrepreneurs naissants en Algérie (source : Rapport GEM 2009). Cependant, ces chiffres sont à relativiser car il semble difficile d'avoir des statistiques fiables sur les femmes chefs d'entreprise car la majorité sont des prête-noms utilisés par leurs proches de l'autre sexe pour l'obtention du registre de commerce (source : Rapport Invest in Med, 2010). La parité Hommes-femmes qui apparaît relativement équilibrée (1,5 hommes pour 1 femme) reste toute relative (source, Rapport GEM 2009). Trois principales difficultés sont soulevées par les femmes entrepreneures en Algérie (source : Rapport Invest in Med, 2010). D'abord, la lenteur et la lourdeur des procédures administratives ; ensuite, les difficultés d'accès au marché ; enfin, les difficultés à attirer/trouver du personnel compétent.

---

<sup>89</sup> **Anne Gillet** «L'entrepreneuriat des femmes en Algérie : Dynamiques économiques et sociales motivation et trajectoires socioprofessionnelles», CNAM-GRIOT, Paris, 2003, Page 7.

**02. Secteur d'activité des femmes créatrices d'entreprise (selon l'ANGEM) :**

Secteurs d'activités des petites entreprises gérées par des femmes	Nombre
Agriculture	1661
Artisanat	2830
Bâtiment et travaux publics	3

**Tableau n°4 : secteur d'activité des femmes créatrices d'entreprise (selon l'ANGEM)**  
 Source : Agence Nationale de gestion des micros crédits

**03. Taux d'activités**

Années	2005	2006	2007	2008	2009
Taux d'activité	41 %	42,5 %	40,90 %	41,7 %	41,4 %
Féminin	14,6%	16,9%	15,7%	15,6%	13,9%
Masculin	85,4%	83,1%	84,3%	84,4%	68,7%

**Tableau n°5 : Taux d'activités par genre**  
 Source : Office national des statistiques -Enquête emploi auprès des ménages collection N° 126, 132, 139,146 Algérie-

En termes de création d'activité, le genre féminin participe de 14.6% dans l'année 2005 et de 16.9%, 15.7% ; 15.6%, 13.9% dans les années 2006, 2007, 2008, 2009.

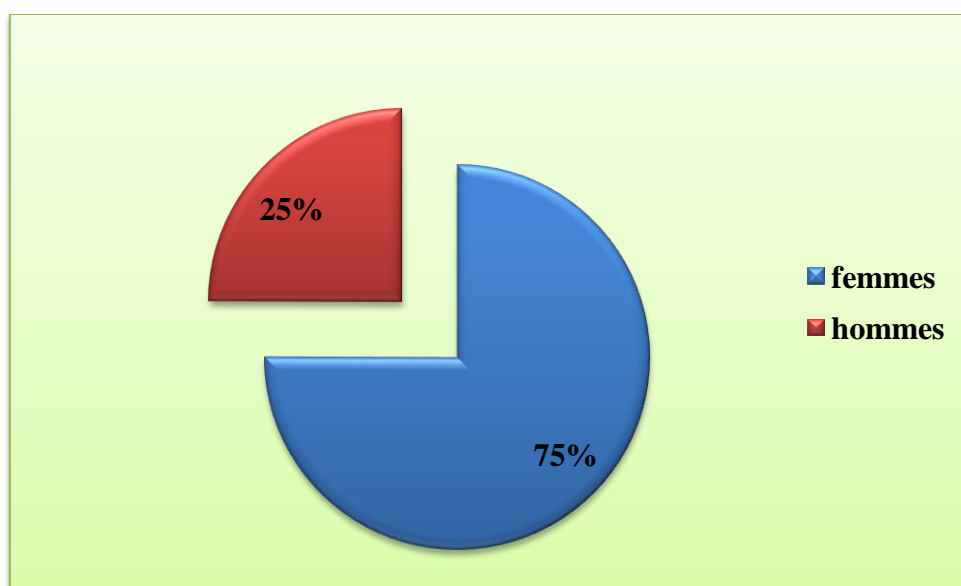
## Section 02 : le profil de l'entrepreneuriat féminin à la wilaya de Guelma :

### 01. Le taux des femmes entrepreneures de la wilaya de Guelma d'après l'ANGEM :

#### 01.01. Bilan de financement (2013) :

DAW	nombre de crédit octroyés AMP					
	total	%	femmes	%femmes	hommes	% hommes
<b>GUELMA</b>	1760	100%	1321	75,06%	439	24,94%

Tableau n°6: Bilan de financement (ANGEM 2013) de crédit octroyés AMP  
Source : ANGEM Guelma (2013)



Graphique n° 1: crédit octroyés AMP (achat matière première)

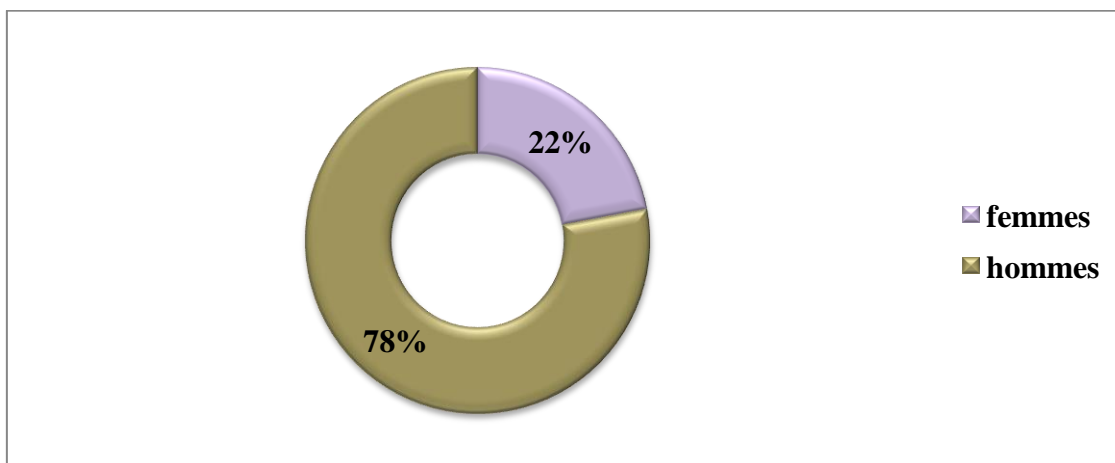
Source: graphe élaborer par nos soins "ANGEM GUELMA 2013"

Selon les statistiques retenus, le genre féminin est estimé à 75% pour celles qui ont bénéficié d'un crédit octroyé AMP (Achat Matière Première) contre 25% du genre masculin et cette différence traduit par l'orientation des femmes vers les micros et les très petite entreprise qui ne dispose pas beaucoup d'argent.

**01.02. Bilan de financement (2013) :**

DAW	nombre de crédit octroyés PROJET					
	total	%	femmes	%femmes	hommes	%hommes
	136	100%	30	22,06%	106	77,94%

**Tableau n°7: Bilan de financement (2013) nombre de crédit octroyés PROJET**  
 Source : ANGEM Guelma (2013)



**Graphique n°2: Crédit octroyés PROJET**

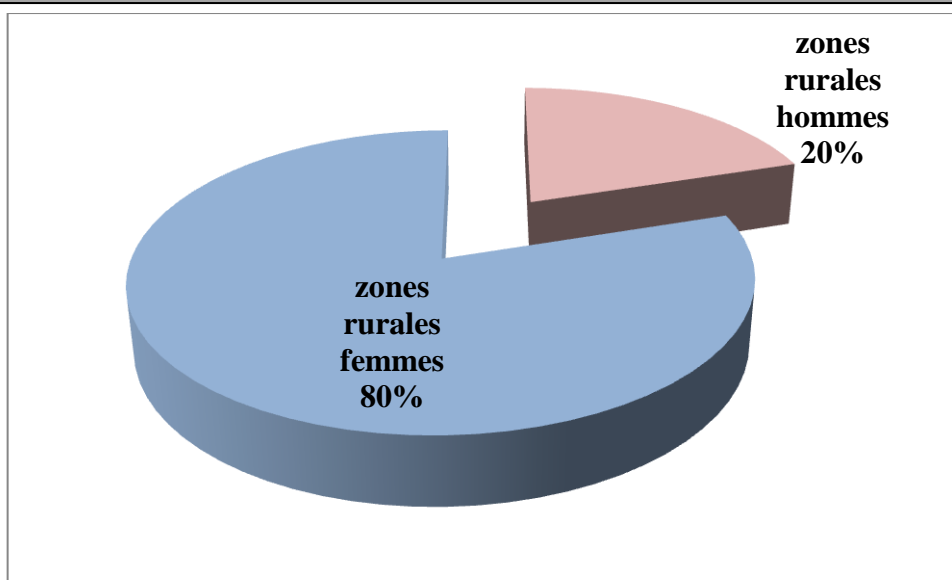
Source: graphe élaborer par nos soins “ANGEM GUELMA 2013”

Dans le cadre de ce type de financement le pourcentage des femmes apparait très faible à un taux de 22% par rapport au type précédent dont le taux des femmes est plus élevé que ce des hommes, on peut l’expliqué par l’esprit de prendre le risque, et par l’orientation des femmes vers les secteurs artisanal qui ne dispose pas d’un grand capital.

**01.03. Bilan de financement par zones et par genre année 2013 (PNR-AMP) :**

DAW	zones rurales				
	hommes	%hommes	femmes	%femmes	total
<b>Guelma</b>	101	20,08%	402	79,92%	503

**Tableau n°8 : Bilan de financement par zones et par genre année 2013 (PNR-AMP) – zones rurales**  
 Source : ANGEM Guelma (2013)



**Graphique n°3: financement PNR-AMP zone rurale**

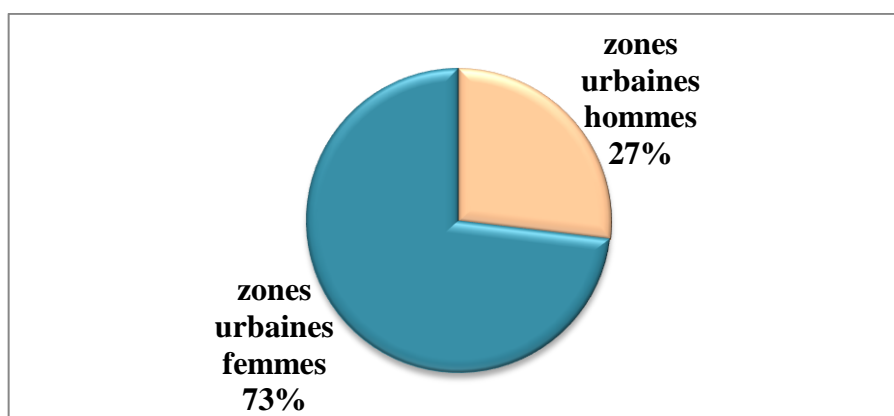
Source: graphe élaborer par nos soins “ANGEM GUELMA 2013”

Toujours le taux des femmes dans le type de financement (achat de matière première) est le plus élevé soit par rapport au taux des femmes dans les autres secteurs soit par rapport aux hommes.

DAW	zones urbaines				
	hommes	%hommes	femmes	%femmes	total
Guelma	318	26,89%	919	73,11%	1257

**Tableau n°9 : Bilan de financement par zones et par genre année 2013 (PNR-AMP) – zones urbaines**

Source : ANGEM Guelma (2013)



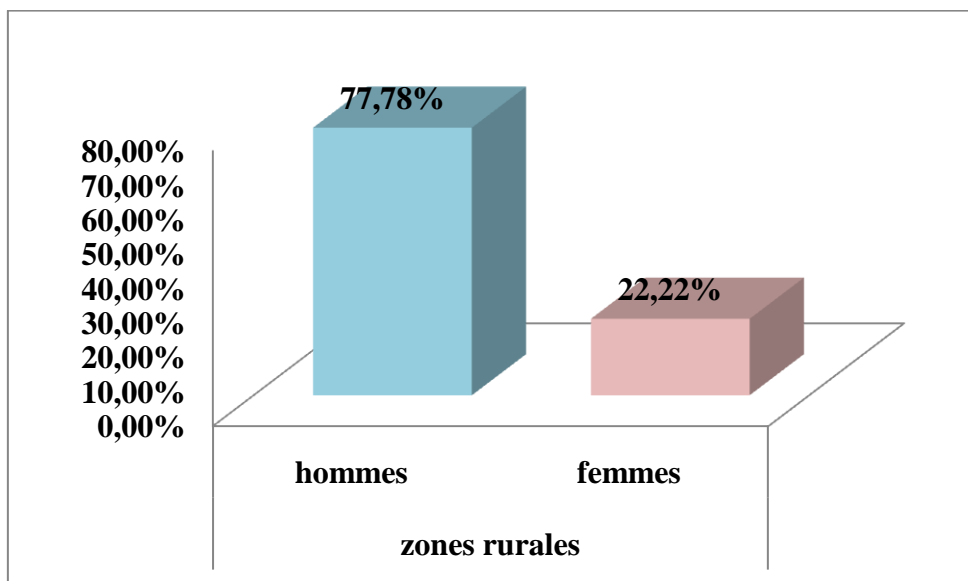
**Graphique n°4: financement PNR-AMP zones urbaines**

Source: graphe élaborer par nos soins “ANGEM GUELMA 2013”

DAW	zones rurales				
	hommes	%hommes	femmes	%femmes	total
Guelma	28	77,78%	8	22,22%	36

Tableau n°10 : Bilan de financement par zones et par genre année 2013 (PNR-PROJET) –zones rurales

Source : ANGEM Guelma (2013)



Graphique n°5: financement PNR-PROJET zones rurales

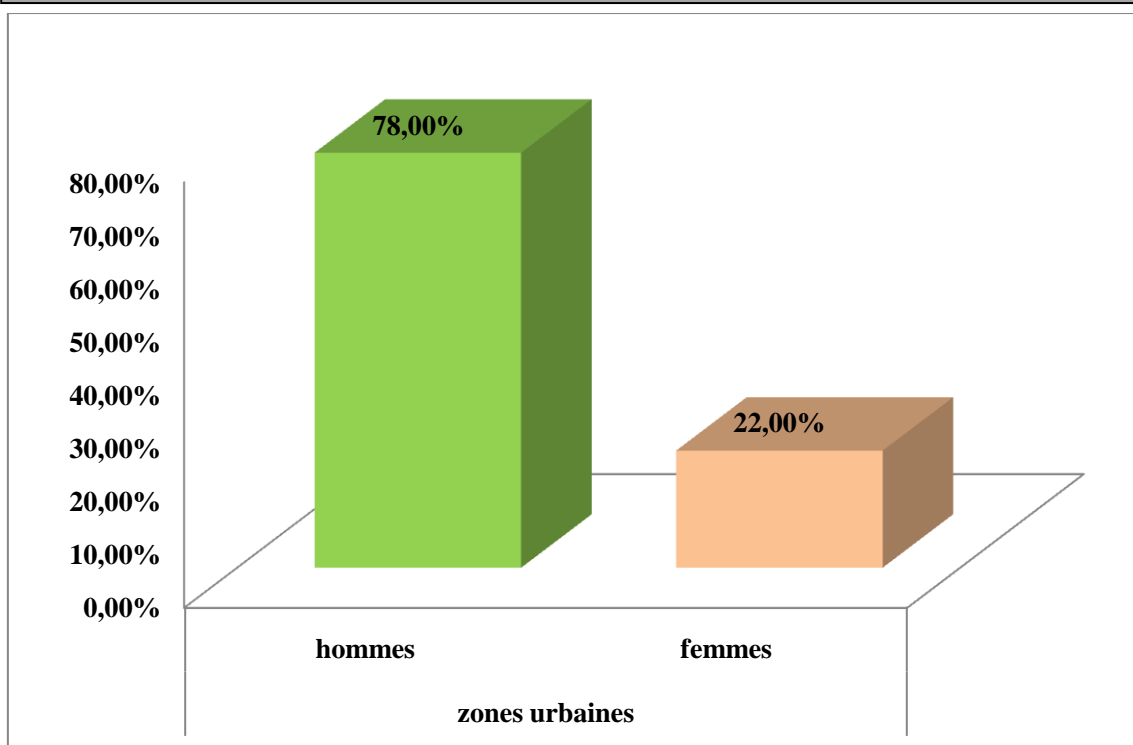
Source: graphe élaborer par nos soins “ANGEM GUELMA 2013”

DAW	zones urbaines				
	hommes	%hommes	femmes	%femmes	total
Guelma	78	78%	22	22,00%	100

Tableau n°11 : Bilan de financement par zones et par genre année 2013 (PNR-PROJET) –zones urbaines

Source : ANGEM Guelma (2013)





**Graphique n°6: financement PNR-PROJET zones urbaines**

Source: graphe élaborer par nos soins “ANGEM GUELMA 2013”

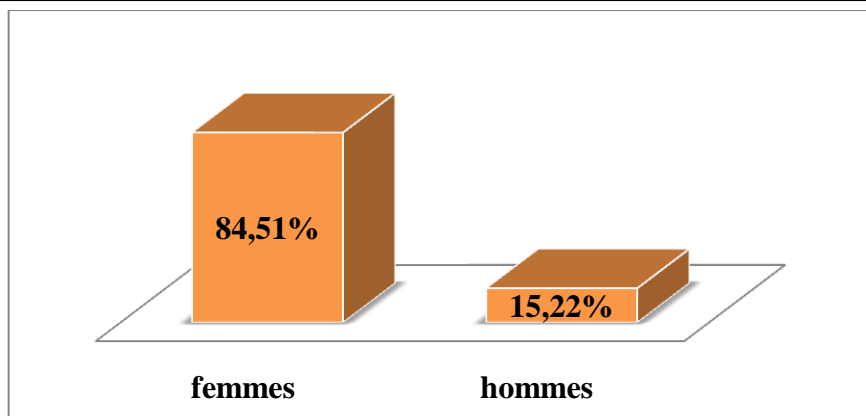
La même remarque pour l’année 2013 dont le taux des femmes bénéficiaires d’un type de financement pour l’achat du matière première et toujours élevé (soit dans les zones rurales ou urbaines) par rapport au celles du type de financement pour projet.

**01.04.Total des projets financés (1<sup>er</sup> trimestre 2014)**

Genre	femmes	%femmes	homme	%hommes	total
Projet financé	311	84,51%	57	15,22%	368

**Tableau n°12 : bilan de Total des projets financés (1<sup>er</sup> trimestre 2014)**

Source : ANGEM Guelma (2013)



Graphique n°7: projets financés (1er trimestre 2014)

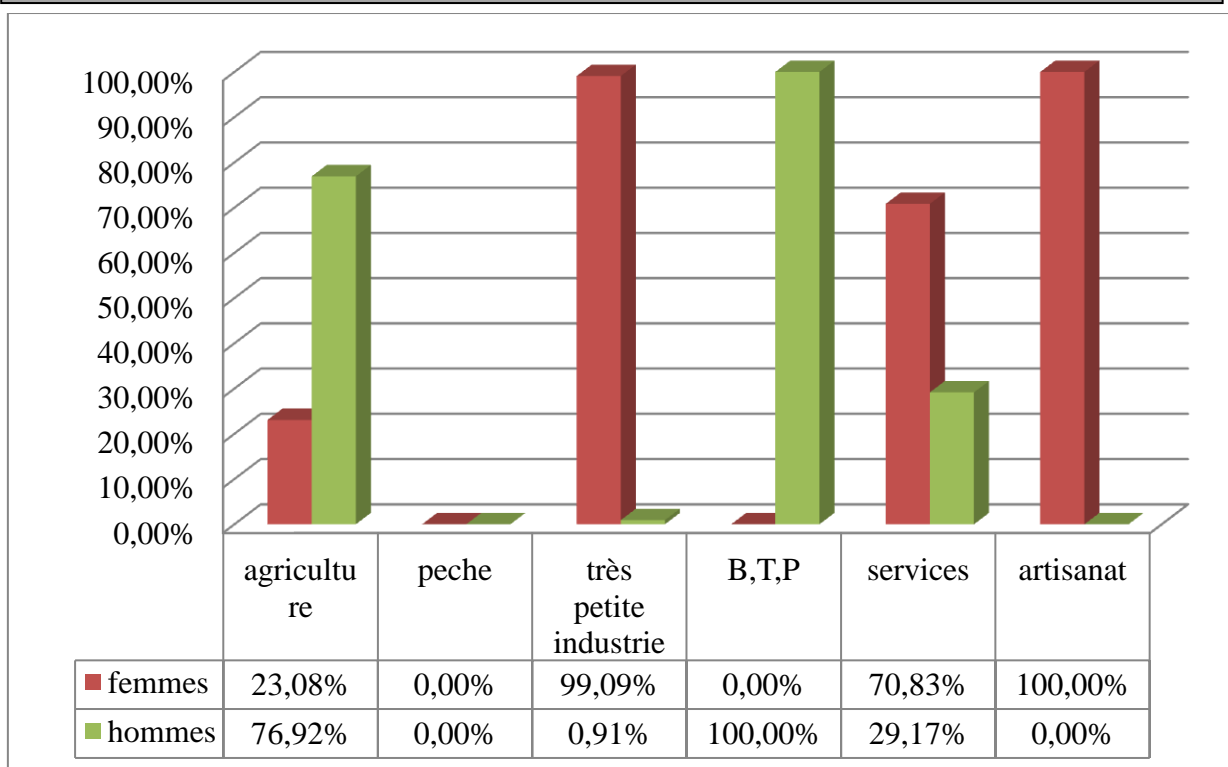
Source: graphe élaborer par nos soins "ANGEM GUELMA 2014"

#### 01.05.Bilan de financement PNR-AMP par secteur d'activité et genre (1<sup>er</sup> trimestre 2014) :

secteur d'activité	nombre de dossier financés				
	femmes	femmes	homme	hommes	total
agriculture	9	23,08%	30	76,92%	39
pêche	0	0,00%	0	0,00%	0
très petite industrie	109	99,09%	1	0,91%	110
B.T.P	0	0,00%	19	100,00%	19
services	17	70,83%	7	29,17%	24
artisanat	176	100,00%	0	0,00%	176
total	311	84,51%	57	15,22%	368

Tableau n°13 : Bilan de financement PNR-AMP par secteur d'activité et genre (1<sup>er</sup> trimestre 2014)

Source : ANGEM Guelma (2014)



**Graphique n°8: financement PNR-AMP par secteur d'activité (1er trimestre 2014)**

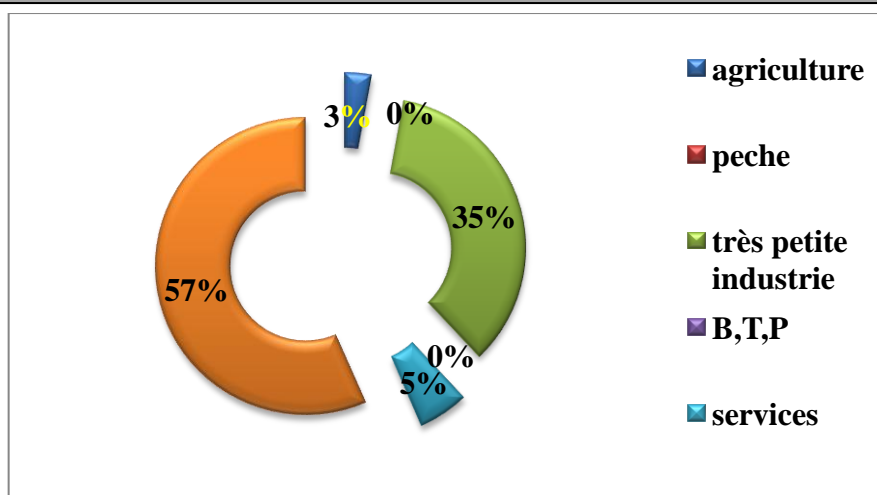
Source: graphe élaborer par nos soins "ANGEM GUELMA 2014"

**01.06.Bilan de financement PNR-AMP femmes par secteur d'activité (1<sup>er</sup> trimestre 2014)**

Secteur d'activité	Nombre de dossiers financés	
	Nombre de femmes	% des femmes
agriculture	9	2,89%
pêche	0	0,00%
très petite industrie	109	35,05%
B.T.P	0	0,00%
services	17	5,47%
artisanat	176	56,59%
<b>total</b>	<b>311</b>	<b>100%</b>

**Tableau n°14 : Bilan de financement PNR-AMP femmes par secteur d'activité (1<sup>er</sup> trimestre 2014)**

Source : ANGEM Guelma (2013)



**Graphique n°9: financement PNR-PROJET par secteur d'activité (1er trimestre 2014)**

Source: graphe élaborer par nos soins "ANGEM GUELMA 2013"

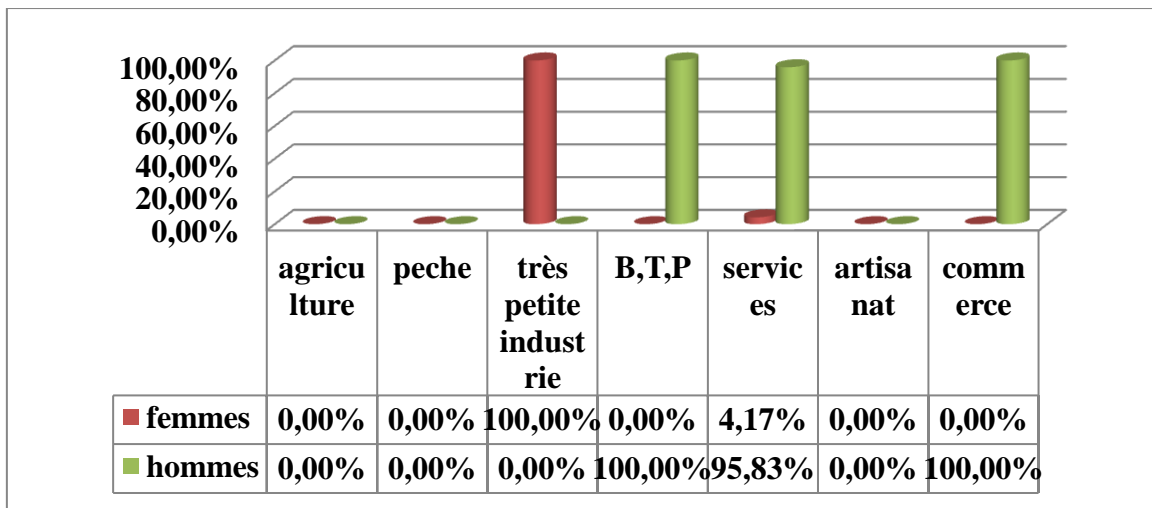
Le 1<sup>er</sup> semestre de l'année 2014 montre que la grande part est encore réservée aux femmes pour ce type de financement d'un taux de 84.51% dont 56.59% entre elles sont concentrées sur le secteur artisanal.

#### 01.07.Financement PNR projet: financement triangulaire (ANGEM- banque - promoteur)

secteur d'activité	nombre de dossier financés				
	femmes	%femmes	hommes	%hommes	total
agriculture	0	0,00%	0	0,00%	0
pêche	0	0,00%	0	0,00%	0
très petite industrie	1	100,00%	0	0,00%	1
B.T.P	0	0,00%	2	100,00%	2
services	1	4,17%	23	95,83%	24
artisanat	0	0,00%	0	0,00%	0
commerce	0	0,00%	4	100,00%	4
total	2	6,45%	29	93,55%	31

**Tableau n°15 : Financement PNR projet: financement triangulaire (ANGEM- banque - promoteur)**

Source : ANGEM Guelma (1<sup>er</sup> trimestre 2014)



**Graphique n°10: Financement PNR projet: financement triangulaire (ANGEM- banque - promoteur)**

**Source: graphe élaborer par nos soins “ANGEM GUELMA 2013”**

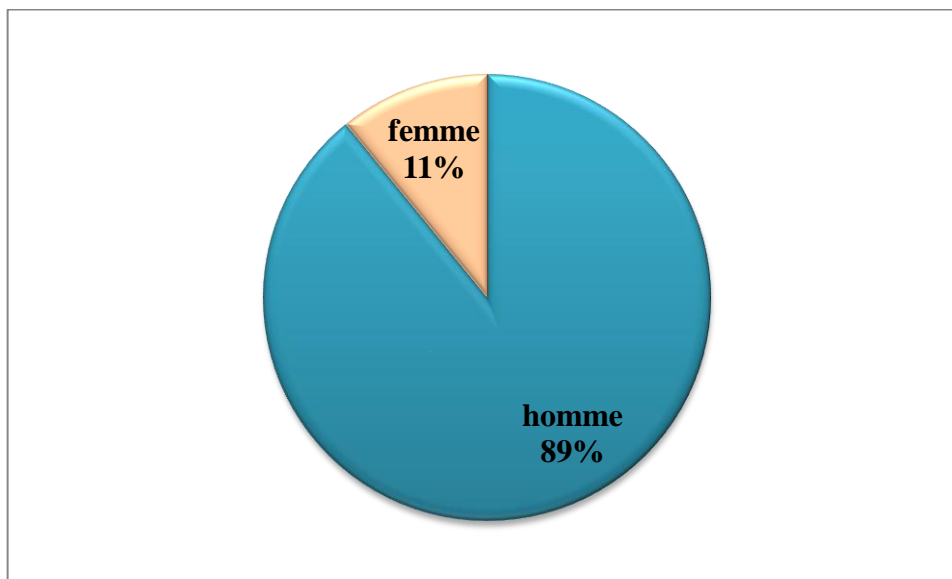
**02. Le taux des femmes entrepreneures de la wilaya de Guelma d’après l’ANSEJ :**

**02.01.Total de projets financés en 2011 :**

Genre	femmes	%femmes	homme	%hommes	Total
Projet financé	131	10.86%	1075	89.13%%	1206

**Tableau n°16 : Total de projets financés en 2011**

Source : ANSEJ Guelma (2011)



**Graphique n°11: Total de projets financés en 2011**

Source: graphe élaborer par nos soins “ANSEJ GUELMA 2011”

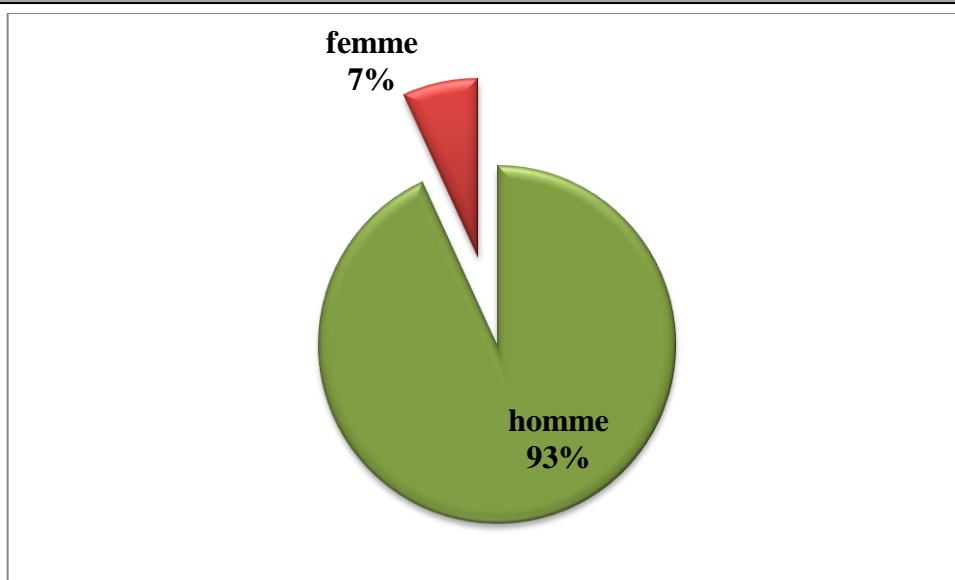
L’année 2011 est distinguée par la faible participation des femmes dans la création d’activité par un taux de 11% contre 89% pour les hommes

**02.02.Total de projets financés en 2012 :**

Genre	femmes	%femmes	homme	%hommes	Total
Projet financé	152	06.83%	2072	93.16%	2224

**Tableau n°17 : Total de projets financés en 2012**

Source : ANSEJ Guelma (2012)



**Graphique n°12: Total de projets financés en 2012**

Source: graphe élaborer par nos soins “ANSEJ GUELMA 2012”

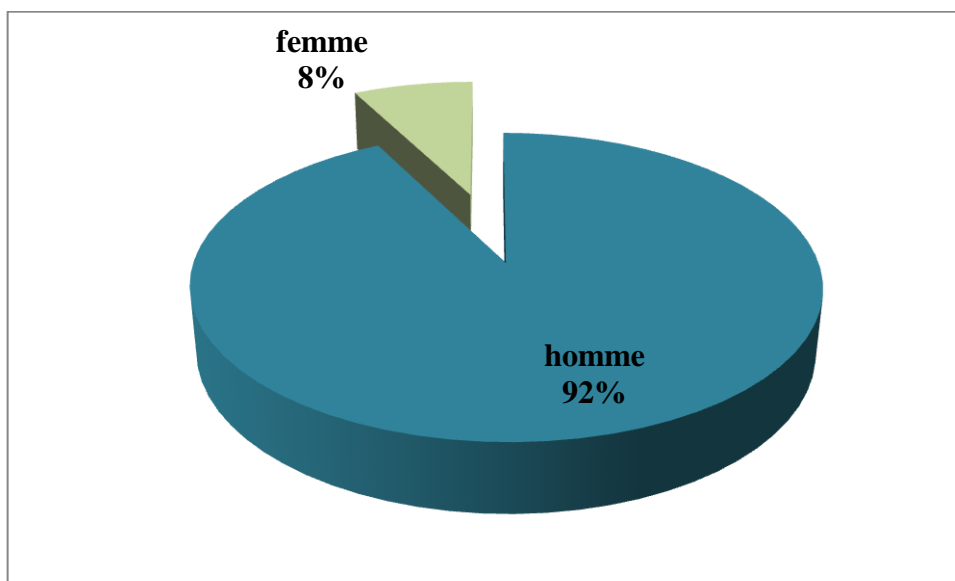
Le taux est encore diminué à 7% l’année de 2012 malgré l’augmentation de nombre des projets financés mais reste toujours la part majoritaire réservée par l’homme.

#### 02.03.Total de projets financés en 2013 :

Genre	femmes	%femmes	homme	%hommes	Total
Projet financé	58	07.58%	707	0.92%	765

**Tableau n°18 : Total de projets financés en 2013**

Source : ANSEJ Guelma (2013)



**Graphique n°13: Total de projets financés en 2013**

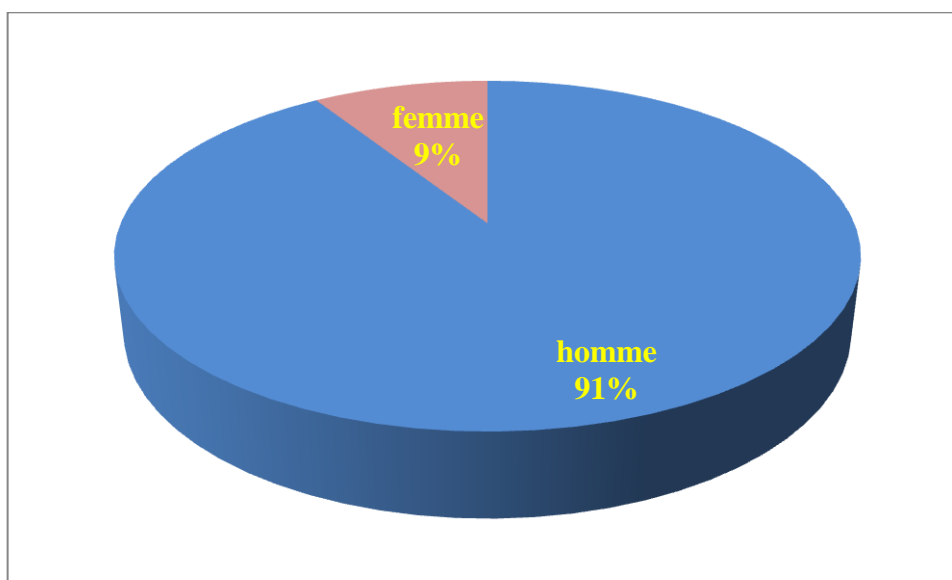
Source: graphe élaborer par nos soins “ANSEJ GUELMA 2013”

La femme à Guelma a entré au domaine des affaires l’année 2013 avec un taux très faible de 8%.

**02.04. Total de projets financés depuis la création jusqu’au 31/12/2013 :**

Genre	femmes	%femmes	homme	%hommes	Total
<b>Projet financé</b>	509	09.09%	5085	90.90%	5594

**Tableau n°19 : Total de projets financés depuis la création jusqu’au 31/12/2013**  
 Source : ANSEJ Guelma (2014)



**Graphique n°14: Total de projets financés depuis la création jusqu’au 31/12/2013 :**  
 Source: graphe élaborer par nos soins “ANSEJ GUELMA 2014”

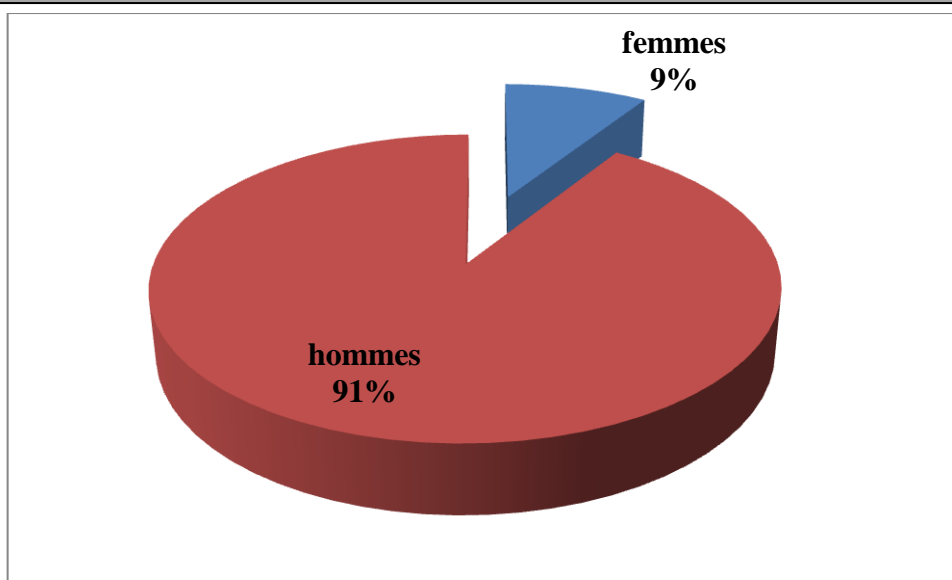
Depuis la création de l’ANSEJ la femme n’a pas marqué un taux remarquable lequel est toujours faible (09%).

**02.05. Total de projets financés par secteur d’activité depuis la création jusqu’au avril 2014 :**

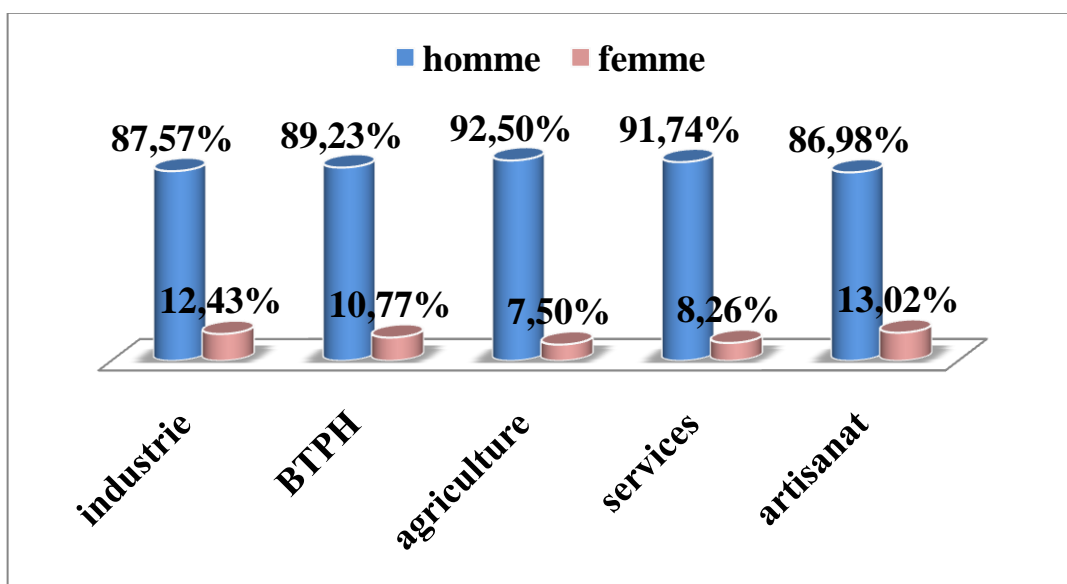
Secteur d’activité	Total	femmes	% femmes	hommes	% hommes
<b>Industrie</b>	362	45	12,43%	317	87,57%
<b>BTPH</b>	483	52	10,77%	431	89,23%
<b>Agriculture</b>	400	30	7,50%	370	92,50%
<b>Service</b>	4128	341	8,26%	3787	91,74%
<b>Artisanat</b>	461	60	13,02%	401	86,98%
<b>Total</b>	<b>5834</b>	<b>528</b>	<b>9.05%</b>	<b>5306</b>	<b>90.94%</b>

**Tableau n°20 : Total de projets financés par secteur d’activité depuis la création jusqu’au avril 2014**  
 Source : ANSEJ Guelma (2013)





Graphique n°15: Total de projets financés depuis la création jusqu’au avril 2014 :  
 Source: graphe élaborer par nos soins “ANSEJ GUELMA 2014”



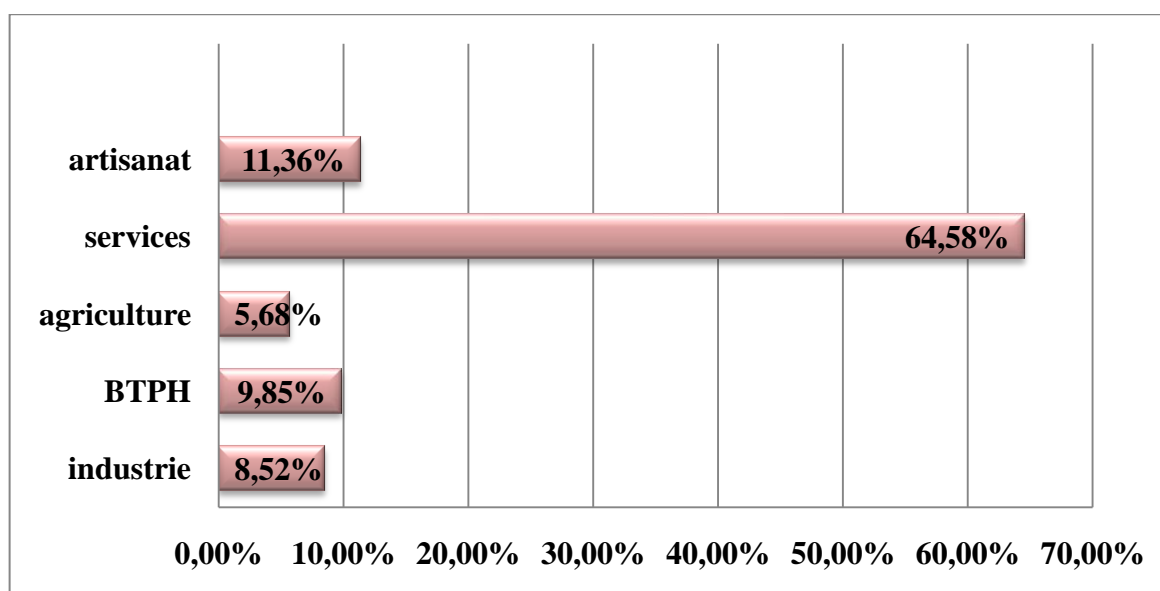
Graphique n°16: projets financés par secteurs depuis la création jusqu’au avril 2014 :  
 Source: graphe élaborer par nos soins “ANSEJ GUELMA 2014”

### 02.06.Répartition des femmes par secteur d'activité depuis la création jusqu'au avril 2014

Secteur d'activité	femmes	% femmes
Industrie	45	8,52%
BTPH	52	9,85%
Agriculture	30	5,68%
Service	341	64,58%
Artisanat	60	11,36%
<b>Total</b>	<b>528</b>	<b>100%</b>

Tableau n°21 : Répartition des femmes par secteur d'activité depuis la création jusqu'au avril 2014

Source : ANSEJ Guelma (2013)



Graphique n°17 : répartition des femmes par secteurs depuis la création jusqu'au avril 2014 :

Source: graphe élaborer par nos soins "ANSEJ GUELMA 2014"

Depuis la création de l'ANSEJ le taux des femmes créatrices des projets ne dépasse pas les 09% divisées comme suit : 64.58% pour le secteur des services, 11.36% pour l'artisanat, 9.85% pour BTPH, 8.52% pour l'industrie et 5.68% pour l'agriculture.

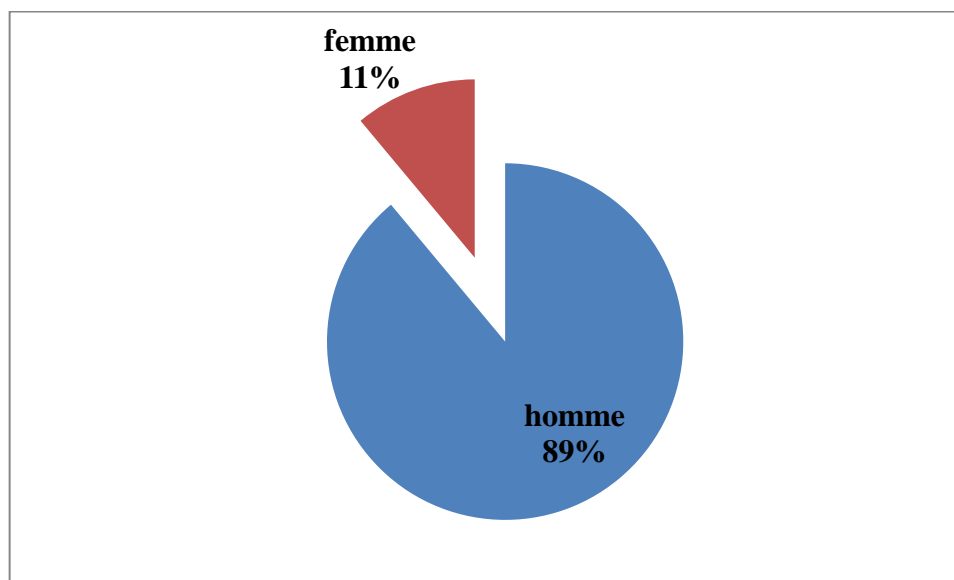
### 03. Le taux des femmes entrepreneures de la wilaya de Guelma dans le cadre du CNAC :

Depuis son lancement dans le programme de financement des projets la CNAC a reconnu une participation non négligeable de la femme dans le domaine entrepreneurial, lequel on va présenter dans cette section :

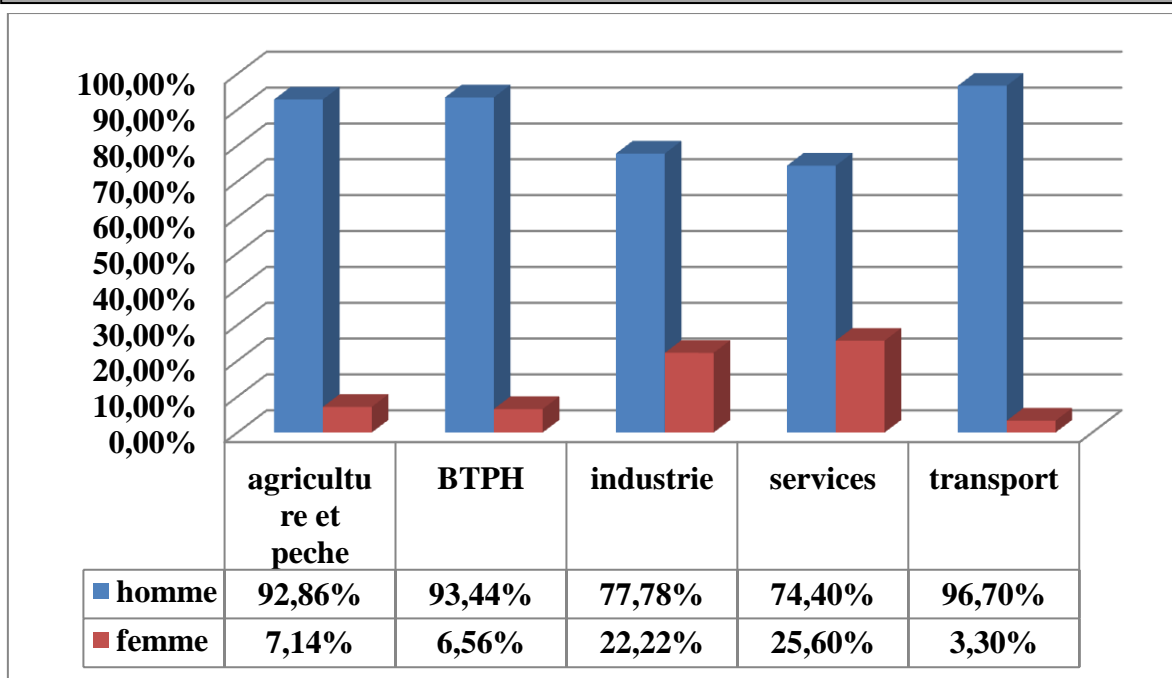
#### 03.01. Projet financé depuis la création jusqu’au 2013

secteur	Hommes	%hommes	Femmes	%femmes	Total
agriculture et pêche	78	92,86%	6	7,14%	84
BTPH	114	93,44%	8	6,56%	122
industrie	126	77,78%	36	22,22%	162
services	494	74,40%	170	25,60%	664
transport	1318	96,70%	45	3,30%	1363
<b>total</b>	<b>2130</b>	<b>88,94%</b>	<b>265</b>	<b>11,06%</b>	<b>2395</b>

**Tableau n°22 : Projet financé depuis la création jusqu’au 2013**  
 Source : CNAC Guelma 2014



**Graphique n°18: total des projets financés depuis la création jusqu’au 2013**  
 Source: graphe élaborer par nos soins “CNAC GUELMA 2014”



**Graphique n°19: projets financés par secteur d'activité depuis le lancement jusqu'au 2013**

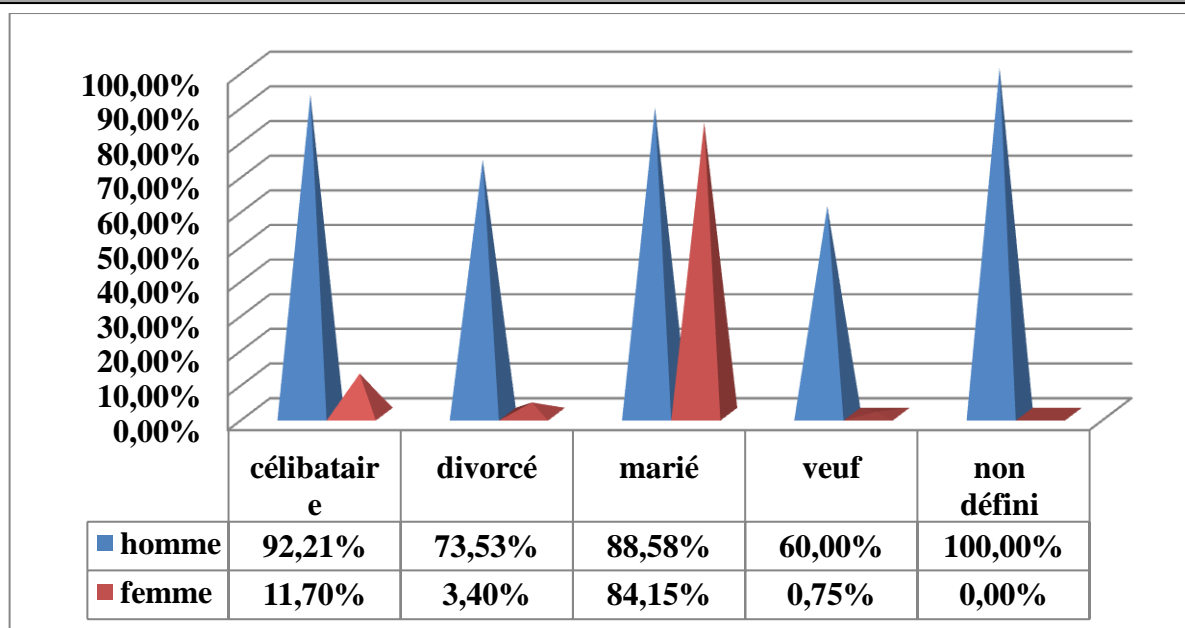
Source: graphe élaborer par nos soins "CNAC GUELMA 2014"

**03.02.Répartition par situation familiale depuis le lancement jusqu'au 2013 :**

situation	Hommes	%homme	Femmes	%femme	Total
Célibataire	367	92,21%	31	7,79%	398
Divorcé	25	73,53%	9	26,47%	34
Marié	1729	88,58%	223	11,42%	1952
Veuf	3	60,00%	2	40,00%	5
Non défini	6	100,00%	0	0,00%	6

**Tableau n°23 : Répartition par situation familiale depuis le lancement jusqu'au 2013**

Source : CNAC Guelma 2014



**Graphique n°20: Répartition par situation familiale (CNAC 2014) :**

Source: graphique élaborer par nos soins “CNAC GUELMA 2014”

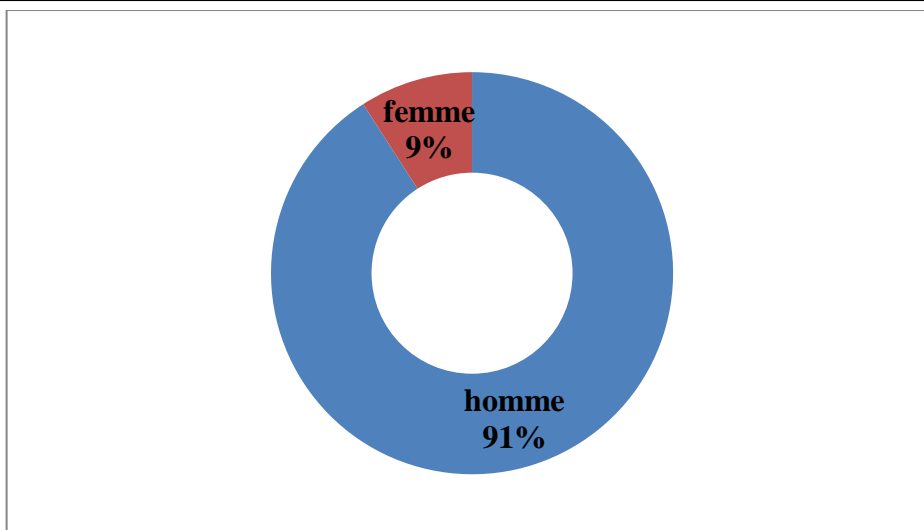
Depuis le lancement du CNAC dans le dispositif d’aide à l’emploi des jeunes a marqué qu’un taux de 11% des projets créés par les femmes dont 84.15% de ces femmes sont mariées, 11.70% sont célibataire, 3.40% sont divorcées et 0.75% veuves.

### 03.03.Projet financé en 2011 par secteur d’activité et par genre :

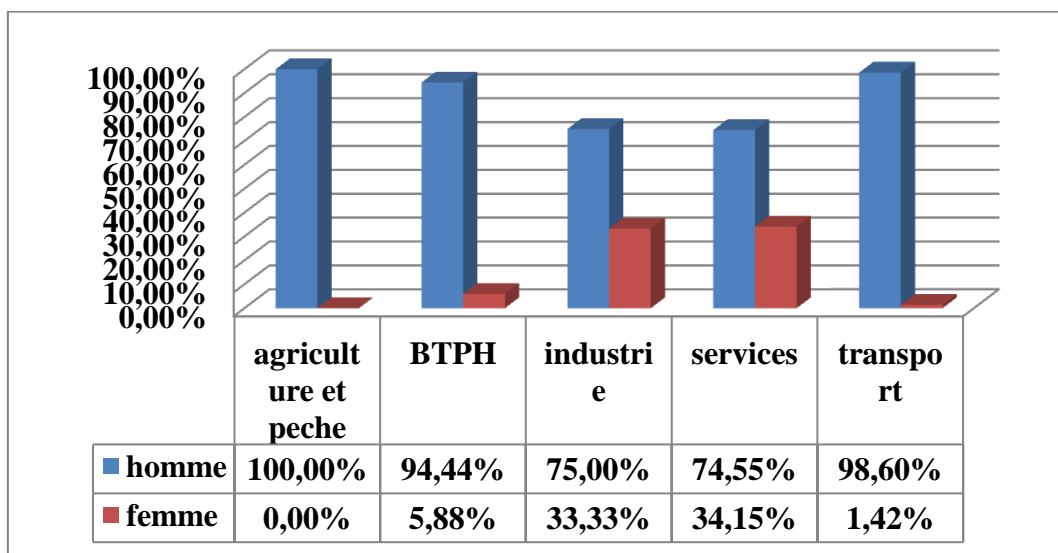
secteur	Homme	%homme	Femmes	%femme	Total
Agriculture et pêche	12	100,00%	0	0,00%	12
BTPH	17	94,44%	1	5,88%	18
Industrie	27	75,00%	9	33,33%	36
Services	82	74,55%	28	34,15%	110
Transport	281	98,60%	4	1,42%	285
<b>Total</b>	<b>419</b>	<b>90.89%</b>	<b>42</b>	<b>9.11%</b>	<b>461</b>

**Tableau n°24 : Projet financé en 2011 par secteur d’activité et par genre**

Source : CNAC Guelma (2014)



**Graphique n°21: projet financé par CNAC en 2011 :**  
 Source: graphe élaborer par nos soins “CNAC GUELMA 2011”



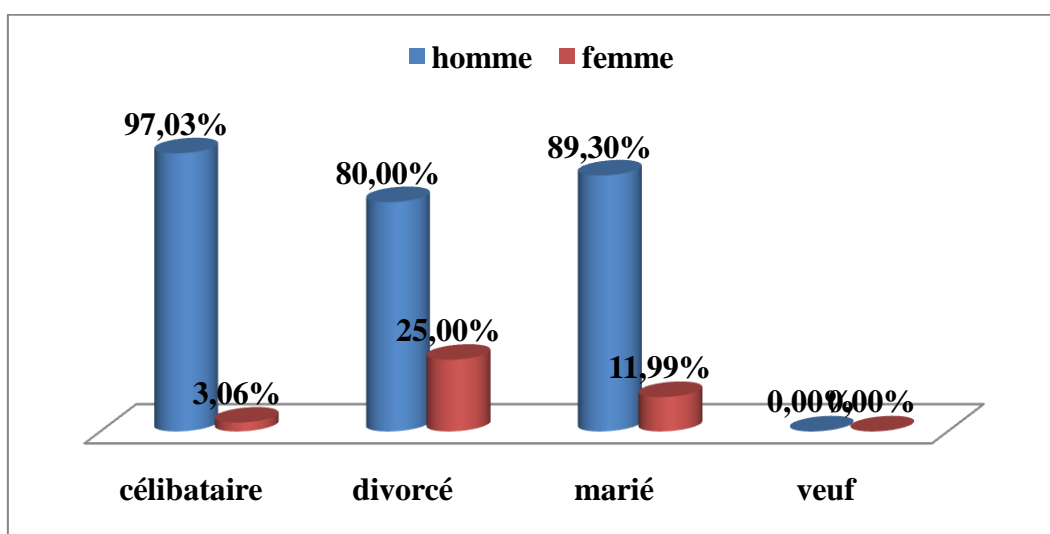
**Graphique n°22: projet financé par secteur d’activité et par genre (CNAC en 2011) :**  
 Source: graphe élaborer par nos soins “CNAC GUELMA 2011”

**03.04.Répartition par situation familiale :**

situation	Hommes	%hommes	Femmes	%femmes	total
célibataire	98	97,03%	3	3,06%	101
divorcé	4	80,00%	1	25,00%	5
marié	317	89,30%	38	11,99%	355
veuf	0	0,00%	0	0,00%	0

**Tableau n°25 : Répartition par situation familiale**

Source : CNAC Guelma 2011

**Graphique n°23: Répartition par situation familiale (CNAC 2011) :**

Source: graphe élaborer par nos soins "CNAC GUELMA 2011"

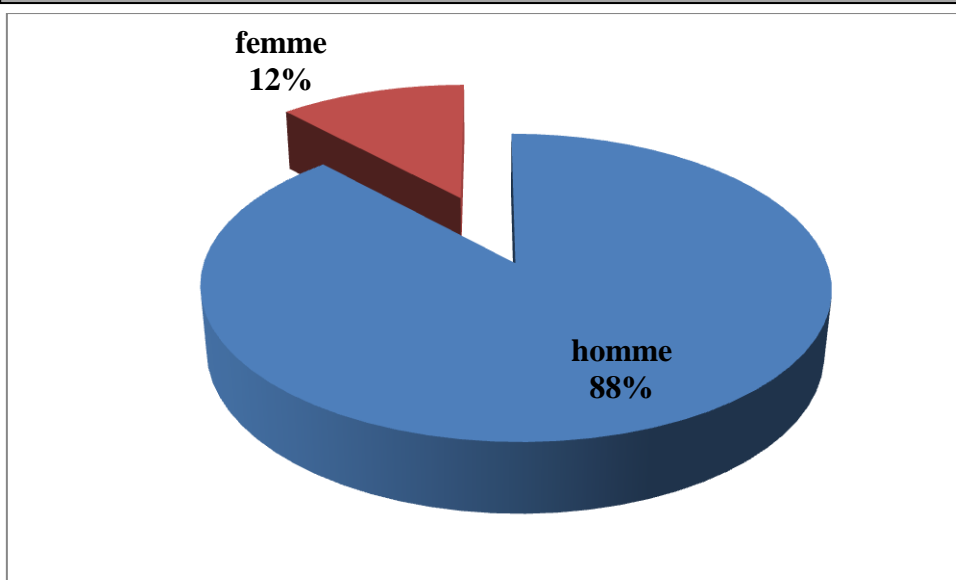
Durant l'année de 2011 CNAC dans le dispositif d'aide à l'emploi des jeunes a marqué qu'un taux de 11% des projets créés par les femmes dont 84.15% de ces femmes sont mariées, 11.70% sont célibataire, 3.40% sont divorcées et 0.75% veuves.

**03.05.Projet financé en 2012 par secteur d'activité et par genre :**

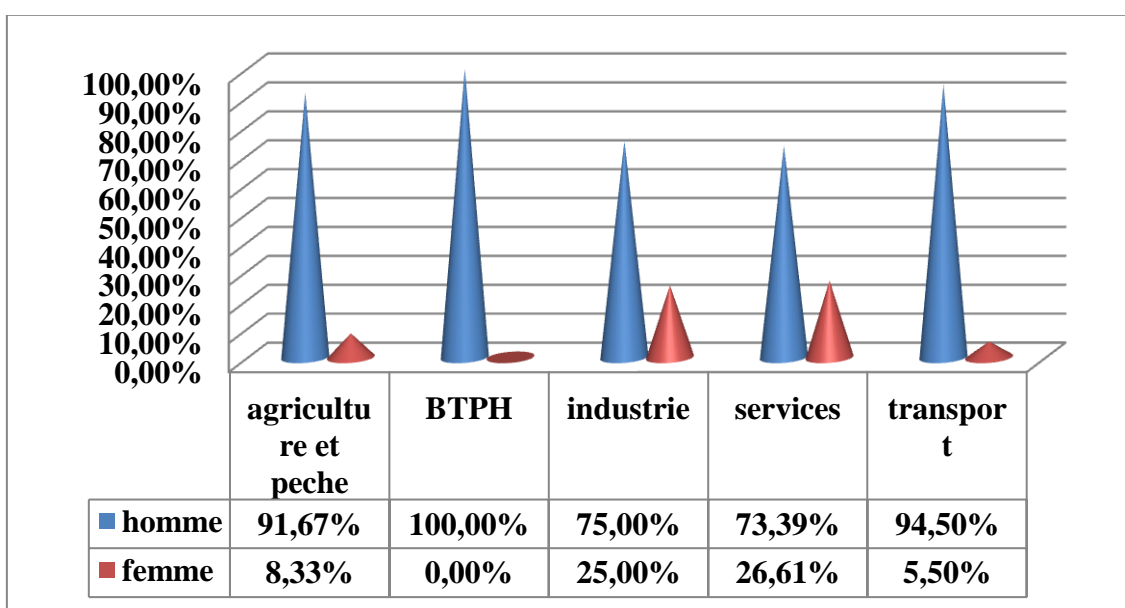
secteur	Hommes	%Homme	Femmes	Femme	Total
Agriculture et pêche	22	91,67%	2	8,33%	24
BTPH	35	100,00%	0	0,00%	35
Industrie	48	75,00%	16	25,00%	64
Services	182	73,39%	66	26,61%	248
Transport	567	94,50%	33	5,50%	600
<b>Total</b>	<b>854</b>	<b>88,16%</b>	<b>117</b>	<b>11,84%</b>	<b>971</b>

**Tableau n°26 : Projet financé en 2012 par secteur d'activité et par genre**

Source : CNAC Guelma 2012



**Graphique n°24: projet financé par CNAC en 2012 :**  
 Source: graphe élaborer par nos soins “CNAC GUELMA 2012”



**Graphique n°25: projet financé par secteur d’activité et par genre (CNAC en 2012) :**  
 Source: graphe élaborer par nos soins “CNAC GUELMA 2012”

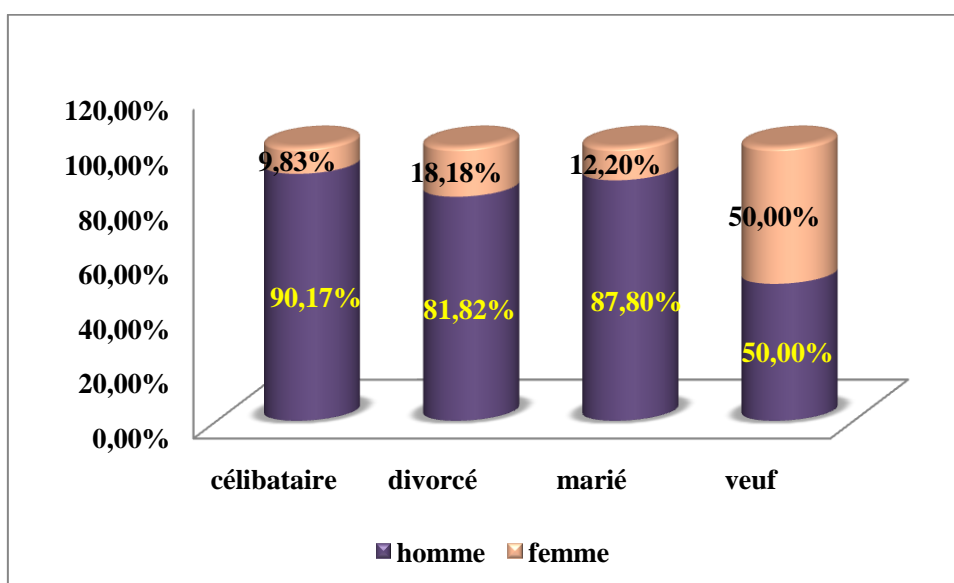


### 03.06.Répartition par situation familiale :

situation	Hommes	%homme	F	%femme	total
célibataire	156	90,17%	17	9,83%	173
divorcé	9	81,82%	2	18,18%	11
marié	684	87,80%	95	12,20%	779
veuf	1	50,00%	1	50,00%	2

Tableau n°27 : Répartition par situation familiale

Source : CNAC Guelma 2012



Graphique n°26: Répartition par situation familiale (CNAC 2012) :

Source: graphe élaborer par nos soins "CNAC GUELMA 2012"

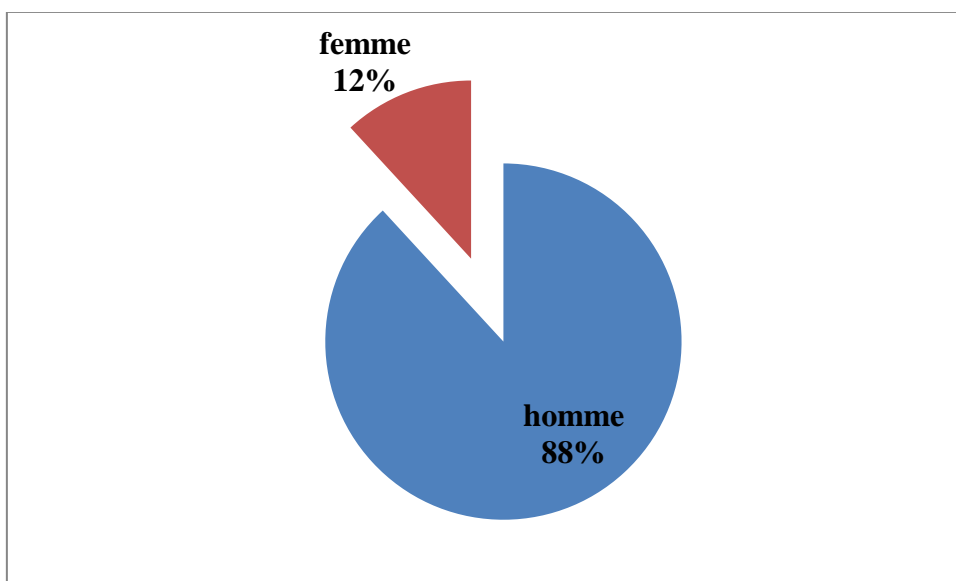
Dans l'année 2012 le taux des femmes est augmenté au 12% réparti entre les secteurs de l'agriculture ; BTPH ; l'industrie ; services...

### 03.07.Projet financé en 2013 par secteur d'activité et par genre :

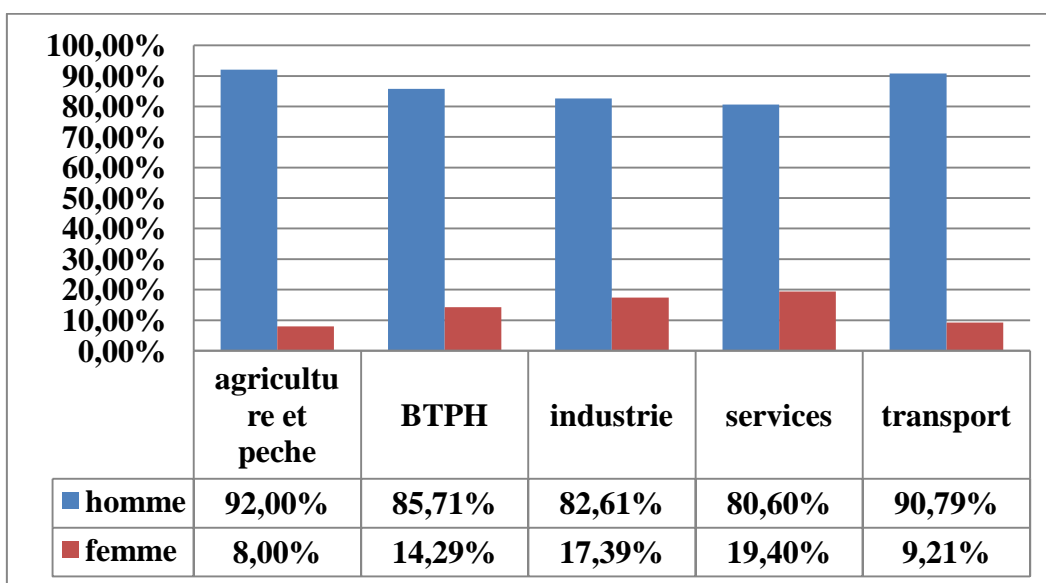
secteur	Hommes	%homme	Femmes	%femme	Total
Agriculture et pêche	23	92,00%	2	8,00%	25
BTPH	18	85,71%	3	14,29%	21
Industrie	19	82,61%	4	17,39%	23
Services	108	80,60%	26	19,40%	134
Transport	69	90,79%	7	9,21%	76
Total	237	88,16%	42	11,84%	279

Tableau n°28 : Projet financé en 2013 par secteur d'activité et par genre

Source : CNAC Guelma 2013



Graphique n°27: projet financé par CNAC en 2013 :  
Source: graphe élaborer par nos soins “CNAC GUELMA 2013”



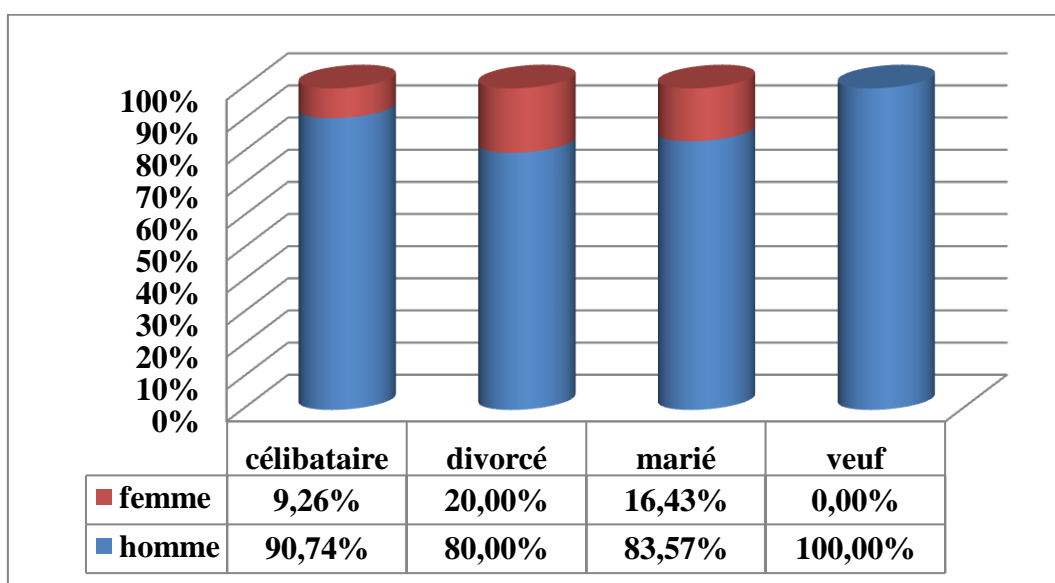
Graphique n°28: projet financé par secteur d'activité et par genre (CNAC en 2013) :  
Source: graphe élaborer par nos soins “CNAC GUELMA 2013”

## 03.08.Répartition par situation familiale :

Situation	Hommes	%homme	Femmes	%femme	Total
<b>Célibataire</b>	49	90,74%	5	9,26%	54
<b>Divorcé</b>	8	80,00%	2	20,00%	10
<b>Marié</b>	178	83,57%	35	16,43%	213
<b>Veuf</b>	2	100,00%	0	0,00%	2

Tableau n°29 : Répartition par situation familiale

Source : CNAC Guelma 2013



Graphique n°29: Répartition par situation familiale (CNAC 2013) :

Source: graphe élaborer par nos soins "CNAC GUELMA 2013"

L'année 2013 le taux des femmes est augmenté au 12% réparti entre les secteurs de l'agriculture ; BTPH ; l'industrie ; services...

## **Section 03 : les freins de l'entrepreneuriat féminin (étude de cas de la wilaya de Guelma) :**

### **01. Méthodologie de recherche:**

On a retenu une méthodologie quantitative. On a construit un modèle de questionnaire à partir, d'une part, des variables correspondant à la théorie du comportement planifié, d'autre part, de variables révélatrices de signes précurseurs d'existence des freins à l'entrepreneuriat féminin ou susceptibles de dénoter le manque d'esprit d'entreprendre chez la femme algérienne. Un processus a été ensuite défini pour administrer ce questionnaire.

Cette contribution s'inscrit dans le cadre de recherche sur les freins de l'entrepreneuriat féminin en Algérie notamment à la wilaya de Guelma. Pour établir ces analyses un questionnaire a été utilisé auprès des femmes entrepreneures, lors de la réalisation de l'étude sur les freins de l'entrepreneuriat féminin chez la femme entrepreneure à Guelma.

#### **1.1. Les objectifs de l'enquête:**

- La mise à l'épreuve des hypothèses;
- Mieux connaître les caractéristiques entrepreneuriales des femmes entrepreneures à la wilaya de Guelma ;
- Connaître les motivations externes et les freins pour création des entreprises pour les femmes à la wilaya Guelma;

#### **1.2. Les hypothèses de l'enquête:**

**H1** : les facteurs qui freinent la femme à la wilaya de Guelma à entreprendre sont des freins politique ; des freins d'aspect socioculturel ; éducatif et l'esprit de l'entourage.

**H2** : le taux de participation de la femme algérienne dans les projets entrepreneuriaux est très faible

**H3** : la femme à la wilaya de Guelma entreprend généralement dans le secteur artisanal

**H4** : le choix de secteur d'activité par la femme à Guelma est lié au cursus de formation et l'appui du réseau relationnel (famille, mari...)

#### **1.3. Calendrier de l'enquête:**

- Mars 2014: la préparation du questionnaire.
- Avril et mai 2014: l'administration de l'enquête.

- Juin 2014: analyse des données et l'élaboration d'un rapport des résultats.

#### **1.4. La taille et le choix de l'échantillon :**

L'échantillon a été choisi selon la technique probabiliste ; il est de type «**échantillon aléatoire simple**». Ce type d'échantillon «accorde à chaque individu non seulement une chance connue et non nulle d'être choisi, mais aussi une chance égale.

Une deuxième condition doit être respectée : le tirage d'un élément doit être indépendant du tirage de n'importe quel autre élément appartenant à la population »<sup>13</sup>. En effet, la population globale qui concerne notre échantillon est celle de l'ensemble des femmes entrepreneures de la wilaya de Guelma.

La population enquêtée est égale à 16 femmes entrepreneures de la wilaya de Guelma de différents profils, d'un ensemble de 30 femmes ciblées dont 04 ont pas répondu toutes les questions, 03 ont arrêté leurs projets 03 ont refusé, et 04 ne sont pas concernées du tout par le projet dont la sont des prête-noms c'est tout pour le bénéfice d'un autre membre de famille soit les parents, le mari oui les enfants.

#### **1.5.Le questionnaire:**

Le questionnaire comporte 25 questions de plusieurs types. Ce questionnaire a été élaboré afin de tester notre principale question « quels sont les freins de l'entrepreneuriat féminin en Algérie » ; le questionnaire destiné aux femmes entrepreneures de la wilaya de Guelma se structuré de 03 section qui sont :

- **SECTION I** : informations personnelles générales : les informations sont présentées par les variables : âge, situation familiale, niveau d'étude, domaine d'étude, expérience professionnelle.
- **SECTION 02** : information sur l'entreprise : la date de la création de l'entreprise, le secteur d'activité, l'idée et les raisons de la création de l'entreprise, la source de financement du projet,
- **SECTION 03** : les freins de l'entrepreneuriat féminin : la difficulté d'être entrepreneur, les freins et les problèmes rencontrés, l'accès au financement et à la formation et les sacrifices.

Le questionnaire comporte différents types de questions qui sont :

- Question fermé à réponse unique « exemple question 02 »

- Question fermés à choix multiples « exemple question 13 »
- Question ouverte « exemple question 07 »
- Nous avons utilisé des questions fermées, des propositions à travers une échelle de lickert à 3 postes. Nous avons fréquemment donné la possibilité au répondant de s'exprimer sous l'intitulé «*autre : précisez*», pour respecter la liberté laissée aux femmes lors la réponse aux questions fermées.

#### **1.6. Traitement des données:**

Des outils statistiques comme SPSS V.20 et EXCEL sont utilisés pour:

- Elaboration des graphiques,
- Analyse des résultats ;
- Recoupement des variables ;
- Croisement des données ;
- Les tests statistiques.

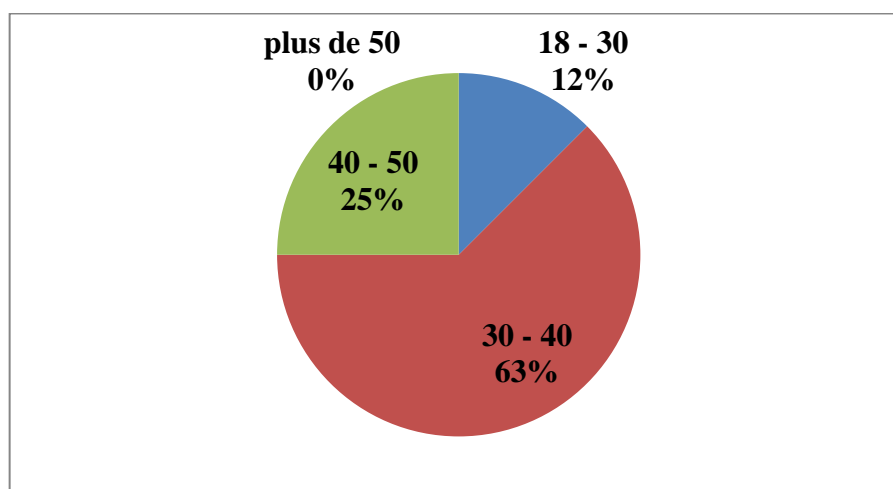
#### **2. Analyse des résultats**

### 2.1. Informations personnelles générales

#### L'âge

Age	18 – 30	30 – 40	40 – 50	Plus de 50
<b>Nombre des femmes</b>	02	10	04	-
<b>Pourcentage</b>	12.5%	62.5%	25%	-

**Tableau n°30 : l'âge des femmes entrepreneures**  
 Source : enquête par questionnaire guidé



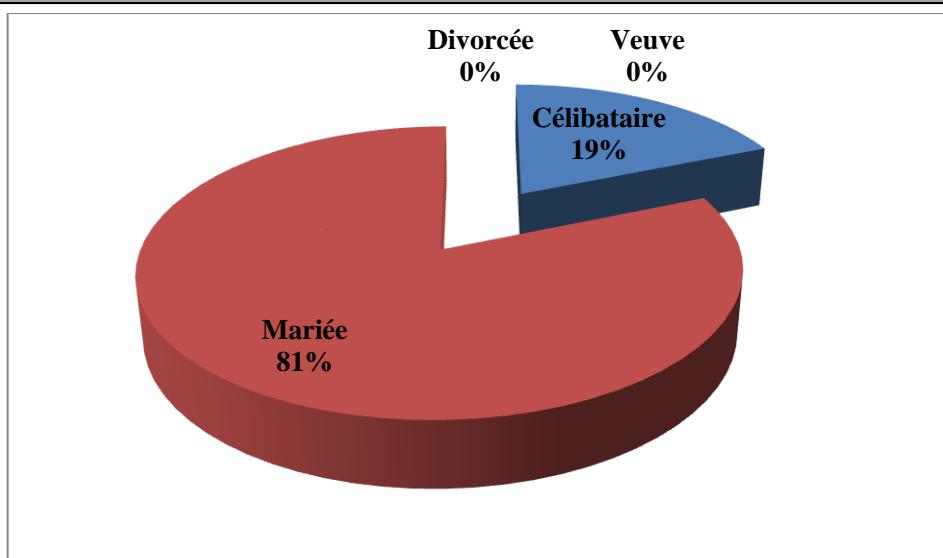
**Graphique n°30 : l'âge des femmes**  
 Source : enquête par questionnaire guidé

L'âge des femmes entrepreneures questionnées varie selon les résultats obtenus, on note que la plus grande portion est celle dont l'âge est entre 30 et 40 ans ; cette tranche d'âge est estimée à un taux de 62.5% contre 25% de la tranche d'âge entre 40 et 50 ans et de 12.5% pour celle entre 18 et 30 ans.

#### ☞ Situation matrimoniale

Situation matrimoniale	Célibataire	Mariée	Divorcée	Veuve
<b>Nombre des femmes</b>	03	13	-	-
<b>Pourcentage</b>	18.8%	81.3%	-	-

**Tableau n°31 : Situation matrimoniale des femmes enquêtées**  
 Source : enquête par questionnaire guidé



**Graphique n°31 : la situation matrimoniale**

Source : enquête par questionnaire guidé

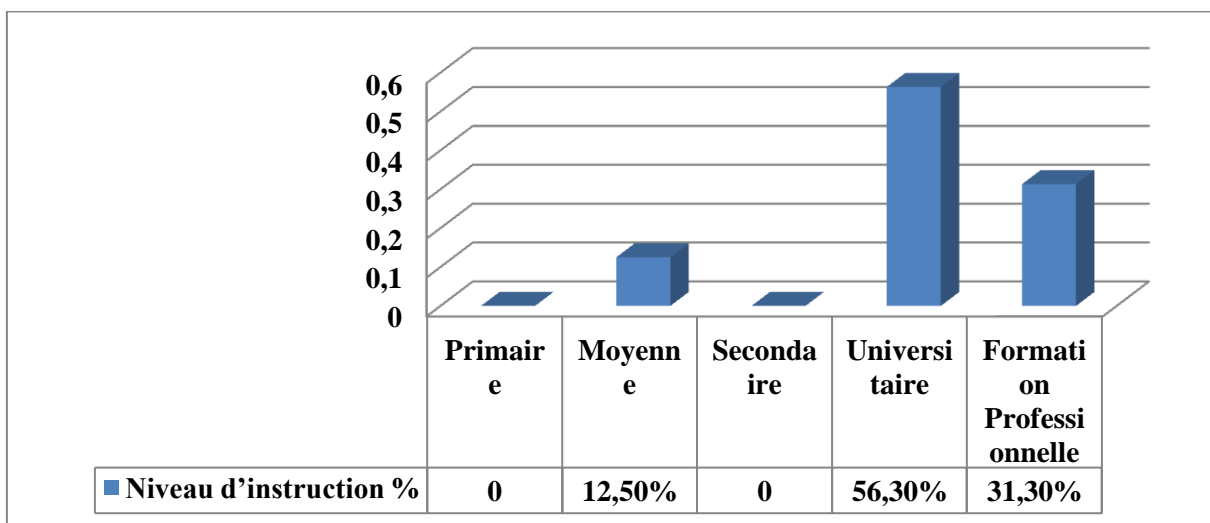
La majorité de notre échantillon sont mariées représentant un pourcentage de 81%, contre 19% célibataire.

☞ **Niveau d’instruction**

Niveau d’instruction	Primaire	Moyenne	Secondaire	Universitaire	Formation Professionnelle
Nombre des femmes	-	02	-	09	05
Pourcentage	-	12.5%	-	56.3%	31.3%

**Tableau n°32 : Niveau d’instruction des femmes enquêtées**

Source : enquête par questionnaire guidé



**Graphique n°32 : niveau d’instruction**



**Source : enquête par questionnaire guidé**

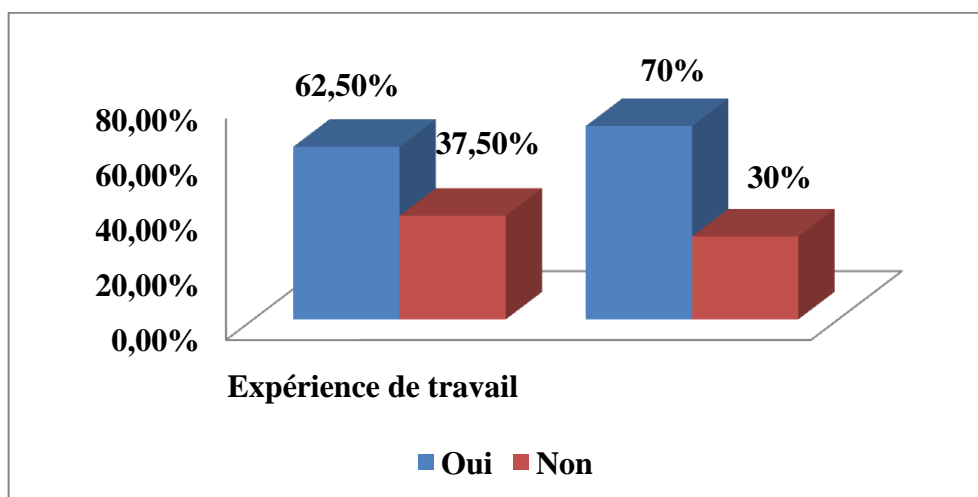
D’après le tableau précédent sur le niveau d’instruction des femmes interviewées le taux le plus élevé des femmes interviewées est celui de l’universitaire à un taux estimé à 56.30%, suivi de la formation professionnelle à 31.30% et moyenne à 12.50%.

☞ **Expériences de travail**

		Oui	Non
<b>Expérience de travail</b>	Nombre des femmes	10	06
	Pourcentage	62.5%	37.5%
<b>Les emplois précédemment occupée</b>	Nombre des femmes	07	03
	Pourcentage	70%	30%

**Tableau n°33 : expériences de travail des femmes enquêtées**

Source : enquête par questionnaire guidé



**Graphique n°33 : expériences de travail des femmes enquêtées**

Source : enquête par questionnaire guidé

La majorité des femmes interviewées ont une expérience professionnelle avec un taux de 62.50%, le reste n’ont pas d’expérience professionnelle avec un taux de 37.50%.

Pour celles qui ont une expérience professionnelle, 70% ont travaillé dans leurs domaines et 30% dans des domaines différents.

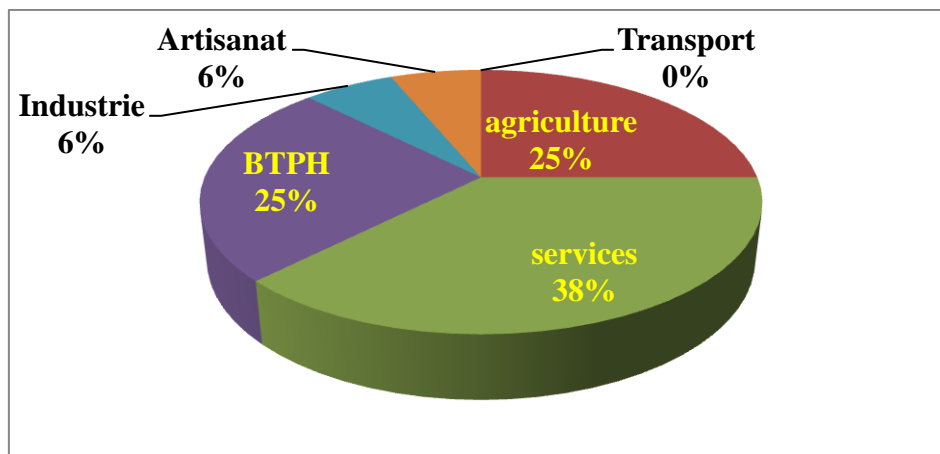
Pour celles qui ont travaillé dans des domaines différents, cette expérience leur a permis d’acquérir un esprit d’entrepreneuriat, à l’encontre de celles qui n’ont pas d’expérience du tout.

2.2. information sur l'entreprise

☞ Secteur d'activité :

Secteur	Transport	Agriculture	Services	BTPH	Industrie	Artisanat
Nombre des femmes	-	04	06	04	01	01
Pourcentage	-	25%	37.5%	25%	6.25%	6.25%

Tableau n°34 : secteur d'activité des entreprises en question  
Source : enquête par questionnaire guidé



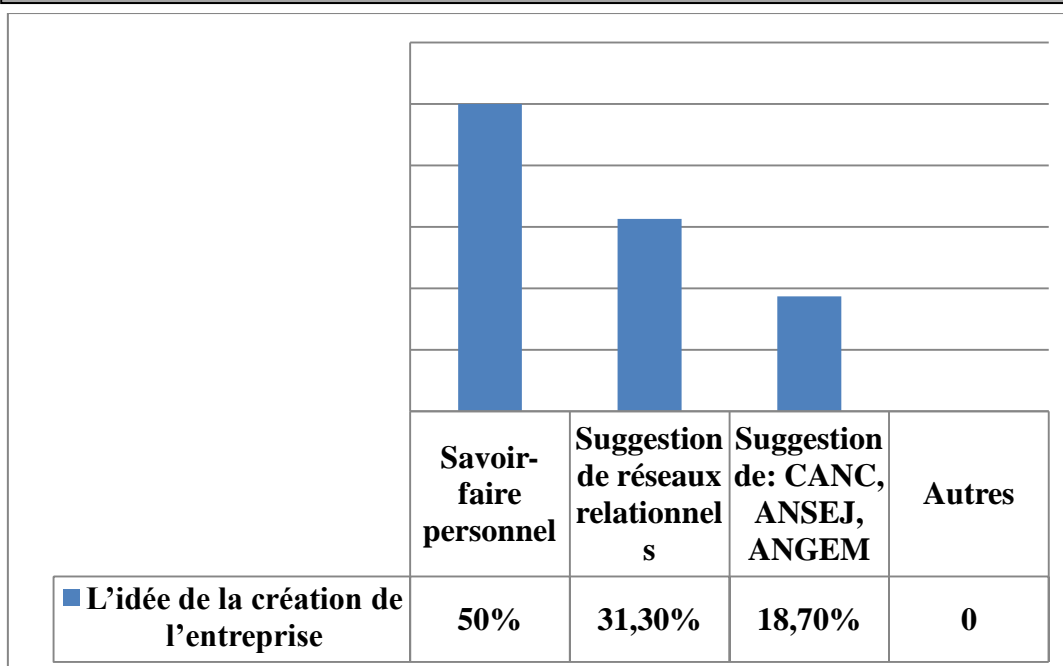
Graphique n°34 : secteur d'activité des entreprises en question  
Source : enquête par questionnaire guidé

On remarque une grande concentration d'activité dans le secteur des services avec un taux de 37.50%, suivi de près le secteur de l'agriculture et le BTPH à 25% chacun et 6% pour chacune des activités d'artisanat et d'industrie.

☞ l'idée de la création

L'idée de la création de l'entreprise	Savoir-faire personnel	Suggestion de réseaux sociaux	Suggestion de : CNAC, ANSEJ, ANGEM	Autres
Nombre des femmes	08	05	03	-
Pourcentage	50%	31.3%	18.7%	-

Tableau n°35 : l'idée de la création des entreprises en question  
Source : enquête par questionnaire guidé



**Graphique n°35 : l'idée de la création des entreprises en question**

**Source : enquête par questionnaire guidé**

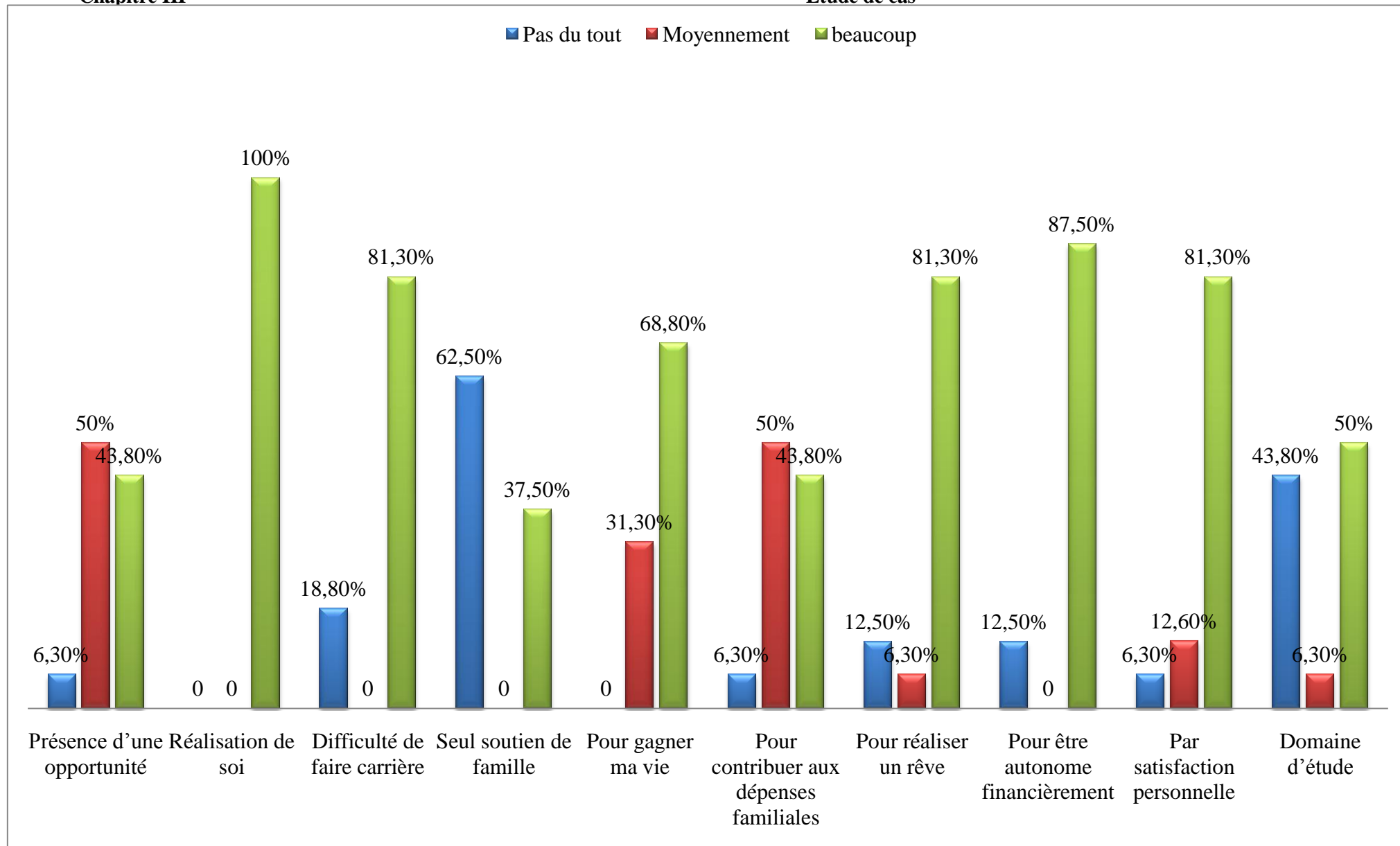
On remarque que 50% des créatrices ont eu l'idée d'entreprendre de leurs savoir-faire personnels acquis par leurs expériences professionnels, alors que 31.30% ont eu cette idée à travers des suggestions de leurs réseaux sociaux (famille, collègues...) et en final 18.70% ont été conseillées par les organismes (ANSEJ) et cela sont ceux qui n'ont pas d'expériences professionnelles.

## ☞ Les raisons de lancement dans les affaires ?

Les raisons	Pas du tout	%	Moyenne ment	%	beaucoup	%
Présence d'une opportunité	01	6.3%	08	50%	07	43.8%
Réalisation de soi	-	-	-	-	16	100%
Difficulté de faire carrière	03	18.8%	-	-	13	81.3%
Seul soutien de famille	10	62.5%	-	-	06	37.5%
Pour gagner ma vie	-	-	05	31.3%	11	68.8%
Pour contribuer aux dépenses familiales	01	6.3%	08	50%	07	43.8%
Pour réaliser un rêve	02	12.5%	01	6.3%	13	81.3%
Pour être autonome financièrement	02	12.5%	-	-	14	87.5%
Par satisfaction personnelle	01	6.3%	02	12.6%	13	81.3%
Domaine d'étude	07	43.8%	01	6.3%	08	50%

Tableau n°36 : Les raisons de lancement dans les affaires des femmes enquêtées

Source : enquête par questionnaire guidé



Graphique n°36 :Les raisons de lancement dans les affaires des femmes enquêtées

source : enquête par questionnaire guidé

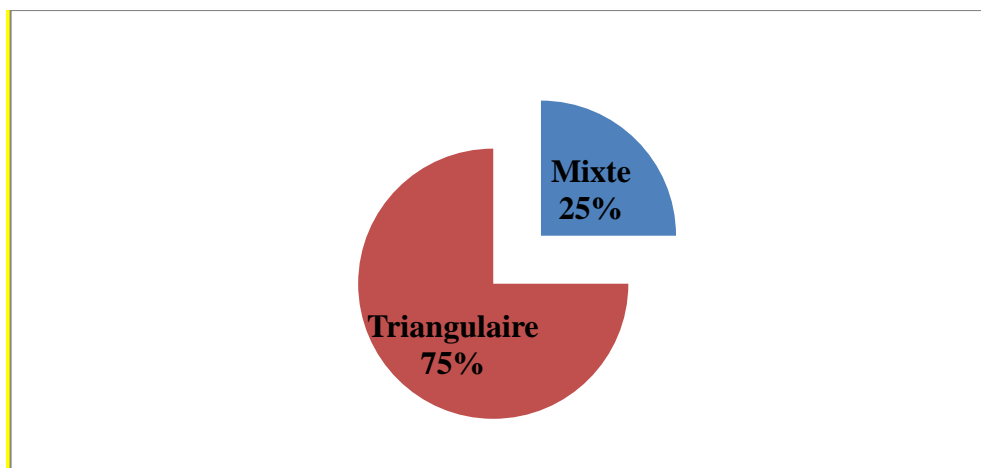
D'après le tableau on remarque que le critère le plus important pour se lancer en affaire c'est la réalisation de soi d'un taux de 100% ; comme on trouve aussi d'autres critères importants comme :

- Etre autonome financièrement à 87.50%
- Difficulté de faire carrière, réalisation d'un rêve, par satisfaction personnelle à 81.30% pour chacune.
- 50% pour l'influence du domaine d'étude

☞ **Type de financement :**

<b>Capital de départ lors du démarrage</b>	<b>Mixte</b>	<b>Triangulaire</b>
<b>Nombre des femmes</b>	04	12
<b>Pourcentage</b>	25%	75%

**Tableau n°37 : Type de financement des entreprises en question**  
**Source : enquête par questionnaire guidé**



**Graphique n°37 : type de financement**  
**Source : enquête par questionnaire guidé**

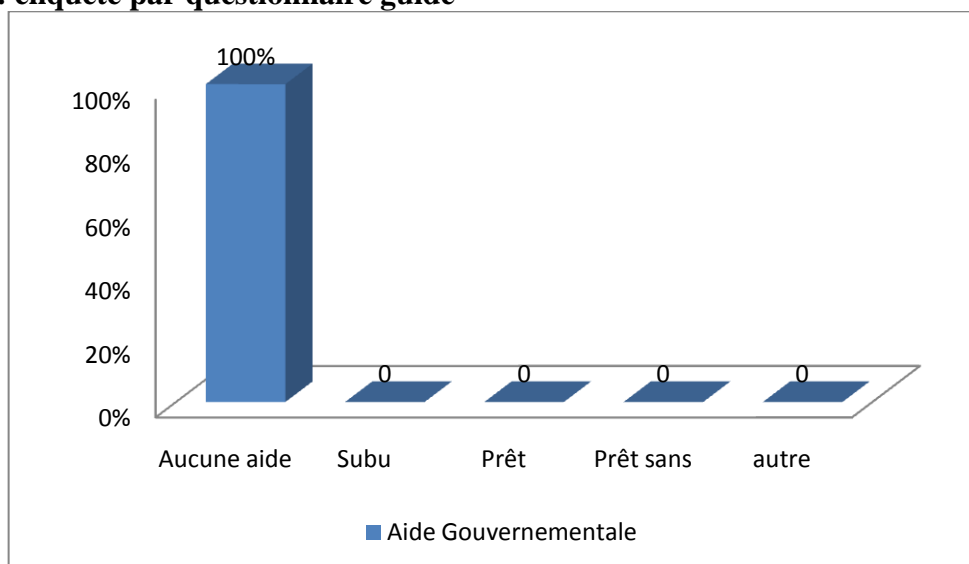
La plus part des femmes en question (75%) ont tendance à s'orienter vers le type de financement triangulaire (apport personnel + emprunt d'organisme + crédit bancaire), et 25% choisissent le type de financement mixte (apport personnel+ emprunt d'organisme) pour bénéficier des avantages fiscaux.

☞ **une forme d'aide gouvernementale pour les femmes**

Aide gouvernementale	Aucune	Subvention	Prêt	Prêt sans	autre	Moyenne
Nombre des femmes	16	-	-	-	-	1.00
Pourcentage	100%	-	-	-	-	

**Tableau n°38 : forme d'aide gouvernementale des femmes**

Source : enquête par questionnaire guidé



**Graphique n°38 : les formes d'aide**

Source : enquête par questionnaire guidé

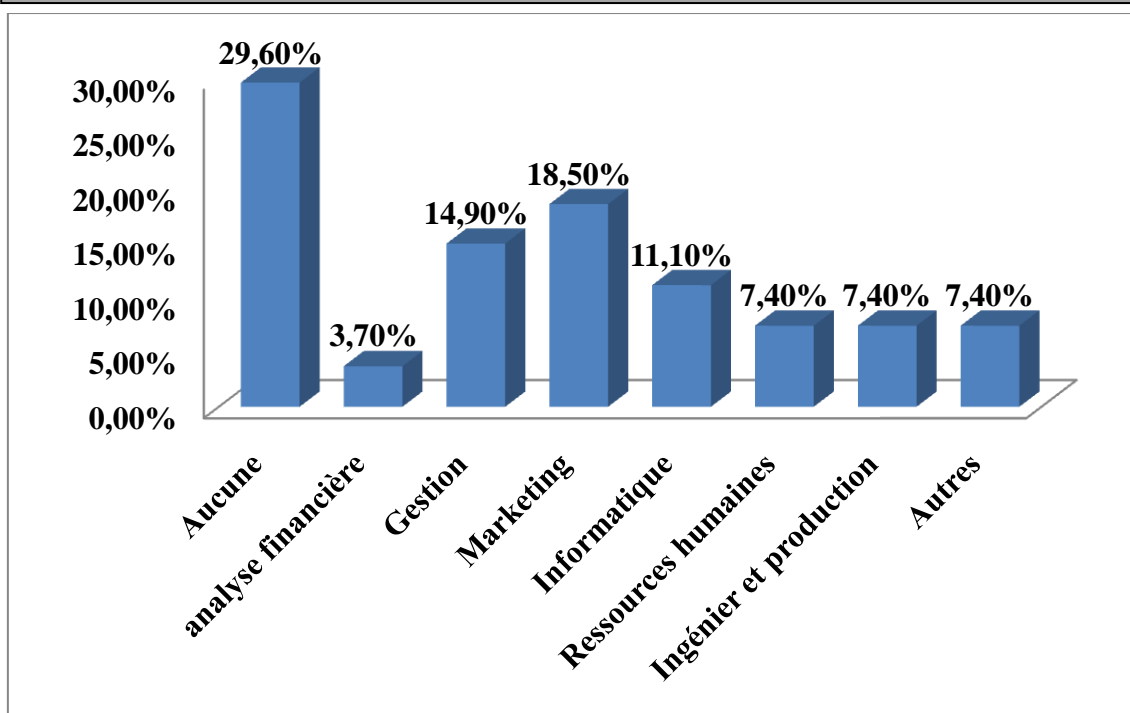
La totalité des femmes interviewées ont déclarées qu'elles n'ont pas obtenues d'aide gouvernementale destinées spécialement aux femmes.

☞ **Les besoins de formation**

Les besoins	Aucune	analyse financière	Gestion	Marketing	Informatique	Ressources humaines	Ingénierie et production	Autres
Nombre des femmes	08	01	04	05	03	02	02	02
Pourcentage	29.6%	3.7%	14.9%	18.5%	11.1%	7.4%	7.4%	7.4%

**Tableau n°39 : Les besoins de formation**

Source : enquête par questionnaire guidé



**Graphique n°39 : le besoin de la formation**  
**Source :enquête par questionnaire guidé**

On souligne que 29.6% des femmes insistent qu'elles n'ont pas besoin d'une formation puisque généralement elles travaillent dans leur domaine d'étude et elles pensent qu'elles peuvent maîtriser leur travail, suivi par un taux de 18.50% pour celle qui veulent des formations en marketing, 14.9% en gestion, on remarque que le taux le moins élevé (3.7%) est pour celle qui veulent une formation dans l'analyse financière, alors que cette dernière est une importance capital et peut conduire à l'échec de l'entreprise dans la plupart des cas

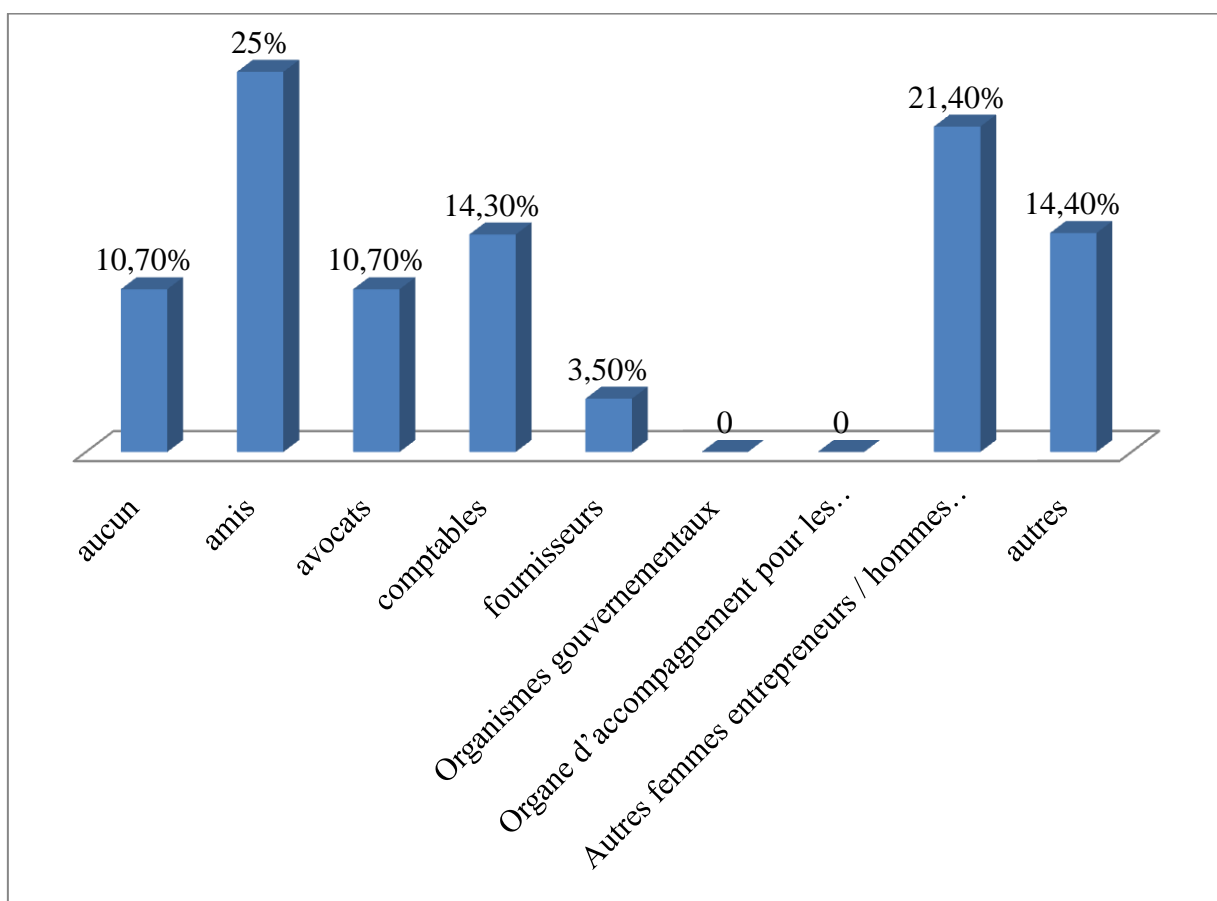


☞ Source d'aide en cas de problèmes :

Source D'aide	aucun	amis	avocats	comptables	fournisseurs	Organismes gouvernementaux	Organe d'accompagnement pour les femmes entrepreneurs	Autres femmes entrepreneurs / hommes entrepreneurs	Autres (conjoint, collègue, famille)
Nombre des femmes	3	7	3	4	1	-	-	6	4
Pourcentage	10.7%	25%	10.7%	14.3%	3.5%	-	-	21.4%	14.4%

**Tableau n°40 : source d'aide**

Source : enquête par questionnaire guidé



**Graphique n°40 : source d'aide**

Source : enquête par questionnaire guidé

25% des femmes interviewées se tournent vers leurs amis et proches pour obtenir d'aides au cas de problème, et 21.4% vers d'autres femmes ou hommes entrepreneurs, 14.3% vers les comptables, 10.7% vers les avocats et on remarque que les femmes entrepreneurs ne se tournent au cas de problèmes vers l'aide des organismes spécialisés ce qui provoque parfois leurs échecs.

### 2.3.les freins de l'entrepreneuriat féminin

☞ les freins que les femmes ont rencontrés

les freins	Pas du tout		Moyennement		beaucoup	
	N. des femmes	%	N. des femmes	%	N. des femmes	%
<b>Le besoin de formation</b>	10	62.5%	2	12.5%	4	25%
<b>Le besoin de financement</b>	2	12.5%	8	50%	6	37.5%
<b>Le besoin d'intégration au réseau pro.</b>	6	37.5%	2	12.5%	8	50%
<b>Les procédures bureaucratiques</b>	7	43.8%	1	6.3%	8	50%
<b>Les charges fiscales</b>	7	43.8%	2	12.5%	7	43.7%
<b>La conciliation vie privée vie pro.</b>	7	43.8%	6	37.5%	3	18.8%
<b>L'entrepreneuriat est une activité réservée aux hommes</b>	8	50%	4	25%	4	25%
<b>Autres</b>	14	87.6%	-	-	2	12.4%

**Tableau n°41 les freins que les femmes ont rencontrés**

**Source : enquête par questionnaire guidé**

**Le besoin de formation :** n'est pas du tout un obstacle pour la plupart des femmes (62.5%).

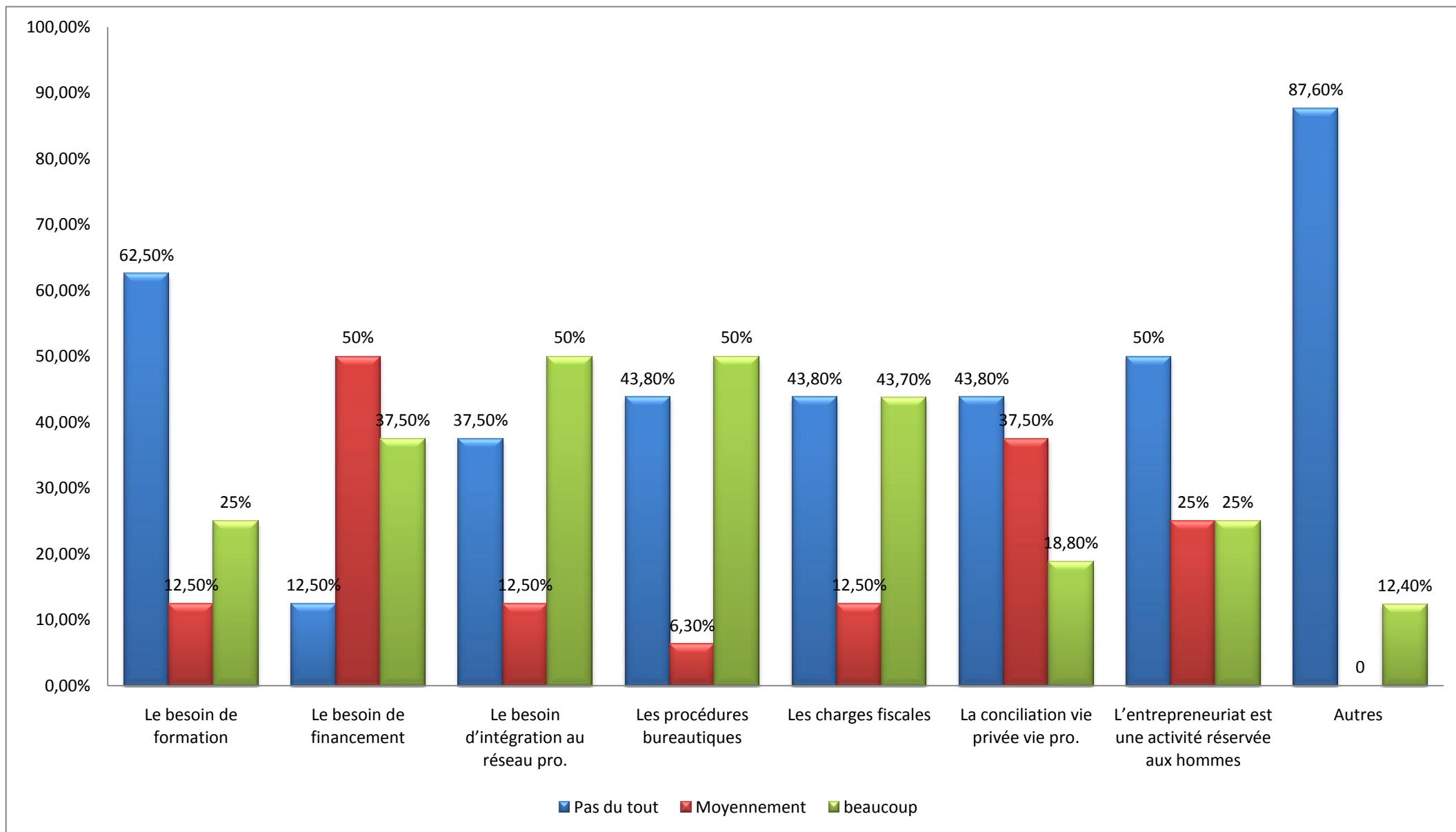
**Le besoin de financement :** la moitié des femmes interviewées affirment que le financement freine moyennement leurs projets, et elles insistent sur la nécessité de faciliter l'accès au financement étatique car la plupart d'entre elles, spécialement lors de la création de l'entreprise, se voient dans l'obligation d'investi leurs épargnes personnels ou se tourne vers l'aide du réseau familial et amical (Généralement est associé à la création de l'entreprise, un membre de la famille parfois)

**Le besoin d'intégration aux réseaux professionnels :** la moitié des femmes interviewées déclarent qu'elles ont trouvées des obstacles pour s'intégrer aux réseaux, ce qui freine leurs activités.

**Les procédures bureautiques et sa lourdeur** la moitié des femmes interviewées déclarent qu'elles ont rencontré des obstacles dans les procédures bureautiques et ceux à cause de leurs choix d'activités.

**La conciliation vie privée vie professionnelle** demeure au cœur des préoccupations des femmes entrepreneures, fort heureusement, cette variable semble toutefois parfaitement bien assumée par ces femmes avec le taux le plus élevé (43.8%), elles disent qu'il ne constitue en aucun cas un obstacle pour elles de marier leurs vie privée et professionnelle. 37.5% disent que ça freine moyennement leurs activités. Ce pourcentage explique le courage et la forte personnalité de ces femmes à faire face au défi quotidiens et à rechercher la solution de la fameuse équation à deux variables « **la conciliation vie privée – vie professionnelle** ».

**L'entrepreneuriat est une activité réservée aux hommes :** 50% des interviewés disent que l'entrepreneuriat n'est pas seulement réservé aux hommes, 25% trouve que cette idée les freine moyennement et 25% trouvent que cette idée constitue un frein pour leur activité.



**Graphique n°41 : les freins que les femmes ont rencontrés**

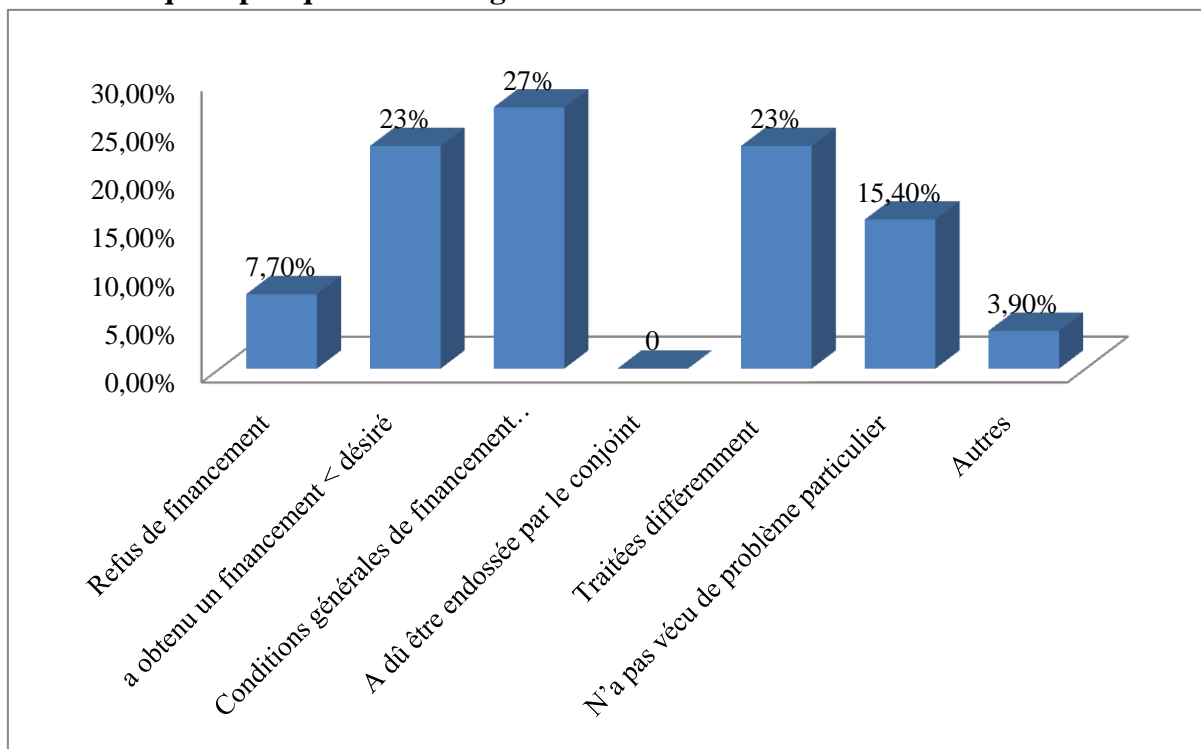
**source : enquête par questionnaire guidé**

☞ Les problèmes vécus par l'entreprise

Les problèmes	Nombre des femmes	Pourcentage
Refus de financement sans justification valable	02	7.7%
A obtenu un financement moins élevé que désire	06	23%
Conditions générales de financement trop élevées	07	27%
A dû être endossée par le conjoint	-	-
Traitées différemment parce que vous êtes une femme	06	23%
N'a pas vécu de problème particulier	04	15.4%
Autres	01	3.9%

Tableau n°42 : des problèmes vécus par l'entreprise

Source : enquête par questionnaire guidé



Graphique n°42 : des problèmes vécus par l'entreprise

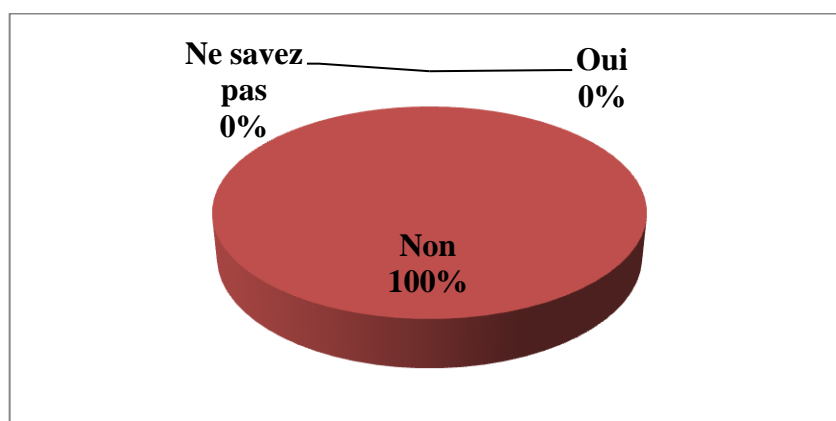
Source : enquête par questionnaire guidé

On remarque que 27% des interviewées trouvent que les conditions générales de financement sont trop élevées précisément le fond de garantie, et 23% ont été traitées différemment parce qu'elles sont des femmes surtout dans les secteurs de l'agriculture et BTPH.

☞ **Règlements et lois spécifiés pour les femmes**

	Oui	%	Non	%	Ne savez pas	%
Y'a-t-il des règlements et des lois spécifiés pour les femmes	-	-	16	100%	-	-

**Tableau n°43: règlements et lois spécifiés pour les femmes**  
**Source : enquête par questionnaire guidé**



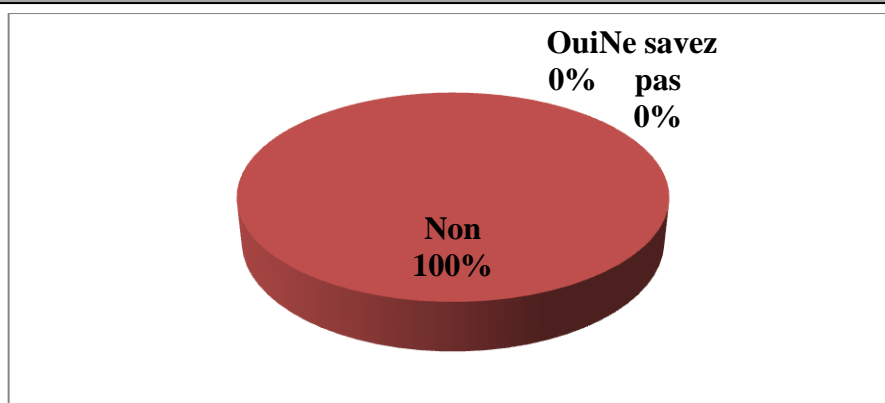
**Graphique n°43 : règlements et lois spécifiés pour les femmes**  
**Source : enquête par questionnaire guidé**

La totalité des femmes interviewées trouvent qu'il n'y'a pas de règlement ou de lois spécifiées aux femmes.

☞ **Les réseaux professionnels ou de contacts**

	Oui	%	Non	%	Ne savez pas	%
Etes-vous intégrée à un réseau professionnel au de contacts	-	-	16	100%	-	-

**Tableau n°44 : Les réseaux professionnels ou de contacts**  
**Source : enquête par questionnaire guidé**



**Graphique n°44 : Les réseaux professionnels ou de contacts**

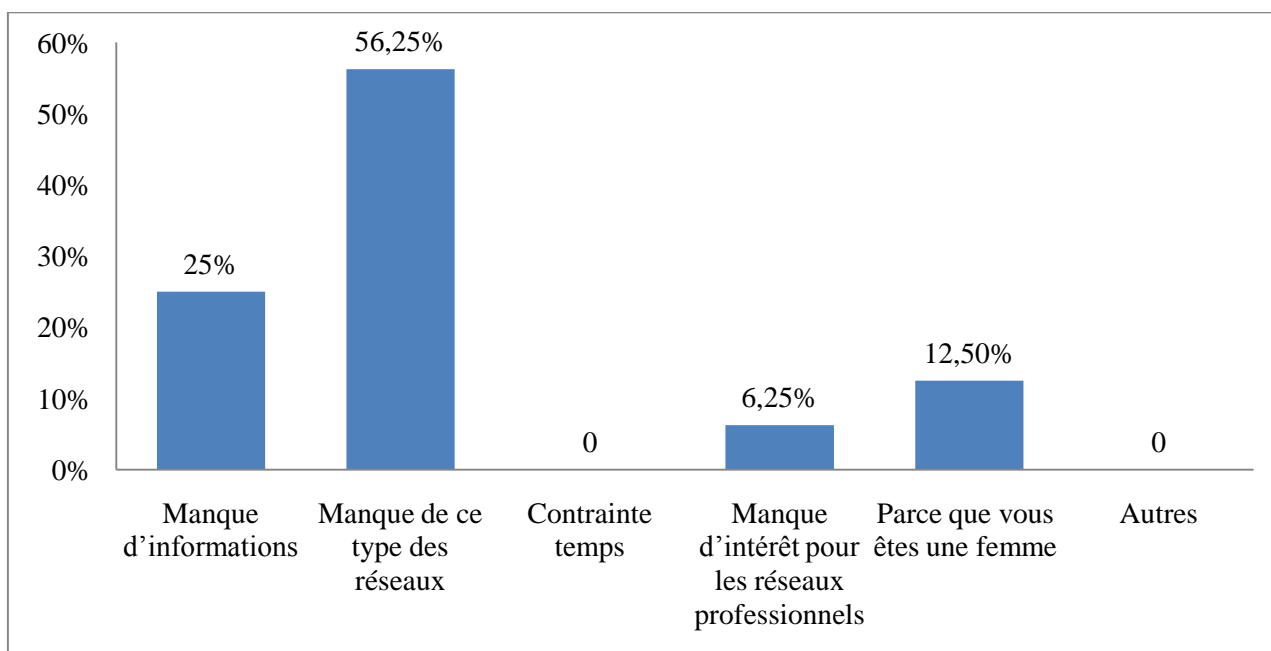
Source : enquête par questionnaire guidé

☞ **Les raisons principales de ne pas intégrer dans un réseau professionnel**

Les raisons	Nombre des femmes	pourcentage
Manque d'informations	04	25%
Manque de ce type des réseaux	09	56.25%
Contrainte temps	-	-
Manque d'intérêt pour les réseaux professionnels	01	6.25%
Parce que vous êtes une femme	02	12.5%
Autres	-	-

**Tableau n°45 : principales raisons de ne pas y assister**

Source : enquête par questionnaire guidé



**Graphique n°45 : principales raisons de ne pas y assister**

Source : enquête par questionnaire guidé

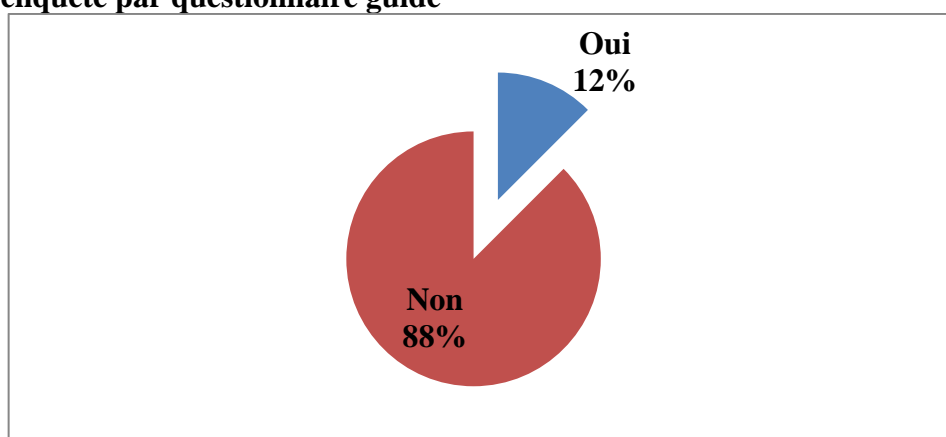
Aucune des femmes en question n'a été intégrées à ces réseaux, elles rendent la cause principale au manque de ce type de réseaux avec un taux de 56.25%, suivi par le manque d'information à 25%, et 12.25% parce qu'elles sont des femmes, et 6.25% à cause du manque d'intérêt.

☞ **activités de perfectionnement**

	Oui		Non	
	N des femmes	pourcentage	N des femmes	pourcentage
Poursuivez-vous des activités de perfectionnement en rapport avec votre entreprise	02	12.5%	14	87.5%

**Tableau n°46 : activités de perfectionnement**

Source : enquête par questionnaire guidé



**Graphique n°46 : activités de perfectionnement**

Source : enquête par questionnaire guidé

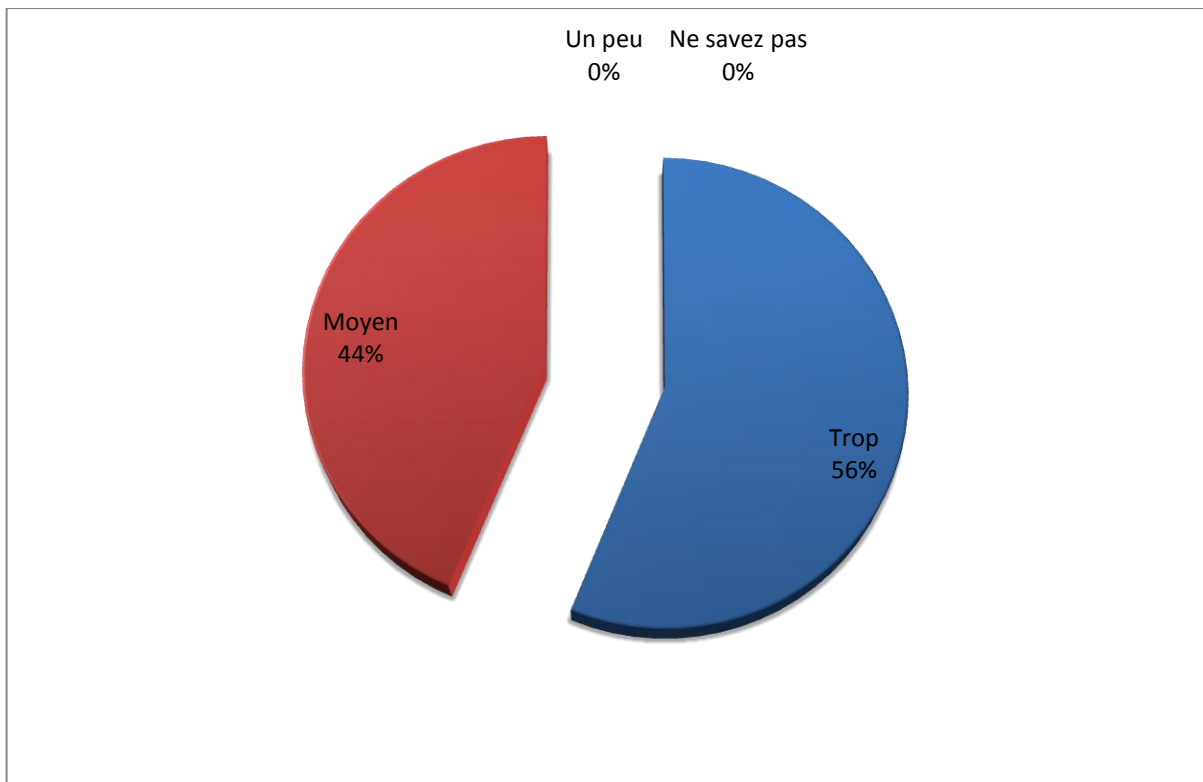
☞ **Difficulté d'être une entrepreneure**

Difficulté d'être une entrepreneure	trop	Moyen	Un peu	Ne savez pas
Nombre des femmes	9	7	-	-
Pourcentage	56.25%	43.75%	-	-

**Tableau n°47 : Difficulté d'être une entrepreneure**

Source : enquête par questionnaire guidé





**Graphique n°47 : difficulté d'être entrepreneur**

**Source : enquête par questionnaire guidé**

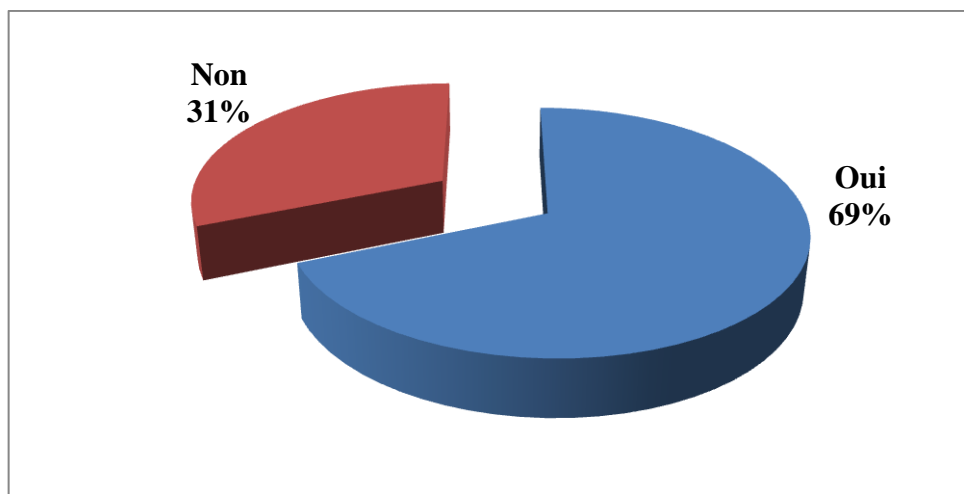
La majorité de ces femmes avec un taux de 56.25% la trouvent trop difficile et le reste avec un taux de 43.75% la trouve d'une difficulté moyenne, cette dernière est constituée des femmes qui ont une expérience professionnelle dans leurs domaine.

## ☞ les sacrifices

La question	Oui		Non	
	Nombre des femmes	Pourcentage	Nombre des femmes	Pourcentage
Faire des sacrifices	11	68.75%	05	31.25%

Tableau n°48 : les sacrifices

Source : enquête par questionnaire guidé



Graphique n°48 : les sacrifices

Source : enquête par questionnaire guidé

72% des femmes interviewées ont sacrifiées de leurs temps, de leurs vies privées, et même de leurs biens personnels (de l'or) pour la réalisation de leurs projets.

### 3. Interprétation des résultats et teste des hypothèses :

Les obstacles, que nous avons recensés, sont triés à partir d'un ensemble d'interviews avec des femmes entrepreneures à la wilaya de Guelma et sont comme suit :

- ☞ **Conciliation vie familiale, vie professionnelle** : « Toutes les femmes entrepreneures interviewées déclarent travailler dur ; le temps consacré aux tâches domestiques, aux enfants en plus de celui consacré au travail au sein de l'entreprise fait d'elles des (superwoman)».
- ☞ **Environnement à risque** : « Les femmes entrepreneures interviewées considèrent qu'elles exercent leurs activités dans un environnement hostile».
- ☞ **L'accès difficile au marché**: «Le marché des appels d'offres insuffisamment structuré (information , transparence des règles du jeu) »,
- ☞ **Difficulté liée à la gestion de leurs entreprises** : «Une perception des difficultés de gestion del' entreprise plutôt égalitaire. Un peu plus du 1/3 des entrepreneures estiment que les femmes connaissent plus de difficultés que les hommes».
- ☞ **Marché pour le secteur BTPH**: « Les femmes activant dans le secteur des travaux publics disent avoir des problèmes pour se faire obéir sur les chantiers, surtout au début de leur carrière».
- ☞ **Valeurs socioculturelle négative** : « La femme entrepreneure subit des contraintes liées aux mentalités de la société »,
- ☞ **Difficultés pour accéder au crédit** : « Trop de documents à fournir, trop de garanties à donner dans les délais de traitement des dossiers de crédit, Intérêt trop élevés pour l'investissement».
- ☞ **Difficultés liées à leur statut de femmes chefs d'entreprises**: «L'administration, Les difficultés de sortir le soir pour les dîners d'affaires, Rencontrer des responsables, Visiter des salons & des foires à l'étranger ».



# **Conclusion générale**

Les rapports de l'ANSEJ, L' ANGEM et la CNAC ont montré qu'au niveau de la wilaya de Guelma, le taux de participation féminine ne dépasse pas les 12%, et que le taux le plus faible des femmes entrepreneures est celui de la tranche d'âge 18 et 30 ans. Cette catégorie de femmes entrepreneures est au cœur des programmes de l'ANSEJ (selon l'échantillon étudié).

Selon l'enquête menée à la wilaya de Guelma et qui a concerné 16 femmes entrepreneures, nous avons pu détecter plusieurs éléments qui peuvent influencer l'entrepreneuriat féminin.

Ces éléments peuvent être classés comme suit :

**A) Les éléments motivant à créer une entreprise sont :**

- ✓ La réalisation de soi est un fort motivant déclaré par la totalité des femmes enquêtées.
- ✓ La volonté d'être autonome financièrement pour la satisfaction personnelle.
- ✓ L'idée du projet est une propre initiative de la femme, qu'elle soit issue d'un milieu familial d'entreprendre ou pas.
- ✓ Le jeune âge peut être un atout qui incite à la volonté d'entreprendre. Ici l'idée de créer une entreprise apparaît comme une aventure de réalisation de soi.
- ✓ La spécialité peut inciter à l'intention entrepreneuriale. Selon l'enquête, nous avons remarqué que les idées de création de projets des femmes enquêtées sont fortement liées à leurs domaines de formation.
- ✓ Le niveau d'étude, de type cycle court, peut inciter à l'esprit entrepreneurial chez les femmes.
- ✓ Les spécificités du secteur d'activité sont à l'origine des idées de création de projets. Elles peuvent avoir directement une relation avec la personnalité de la femme, ou simplement d'une opportunité d'investissement.
- ✓ La difficulté de faire carrière est un facteur qui pousse la femme vers la création d'entreprise.
- ✓ La contribution aux dépenses familiales.

**B) Les éléments démotivant à la création d'une entreprise sont :**

- ✓ Le milieu familial n'incite pas à l'intention entrepreneuriale. Celle-ci apparaît le plus chez les femmes dont le milieu familial n'est pas celui d'entrepreneur.
- ✓ Les traditions de la société et le système éducatif incitent au travail salarial plutôt qu'à l'intention entrepreneuriale.

- ✓ La spécificité du métier d'entrepreneur telle que "la prise de risque" démotive les femmes à l'intention entrepreneuriale.
- ✓ Les traditions de la société et le système éducatif incitent au travail salarial qu'à la création d'entreprise.

Ces résultats obtenus, nous renseignent sur le profil psychologique et social de la femme entrepreneure.

Selon les données de l'ANSEJ et la CNAC, la participation des femmes à la création d'entreprise est nettement inférieure à celle des hommes avec un taux de (ANSEJ : 09% contre 91%, CNAC 11.06% contre 88.94%), et ce durant toute la période d'activité de ces organismes jusqu'à la fin de 2013. Ces femmes porteuses de projet affrontent moins les problèmes d'accès au financement bancaire que les hommes.

Pour celles qui arrivent à créer des entreprises, il y a celles qui sont âgées entre 30-40 ans et 40-50 ans leurs niveaux d'étude varient entre une formation professionnelle et une formation universitaire. Effectivement le niveau d'étude de ces femmes entrepreneures explique le choix du type de projet. « Exemple : les professions libérales pour celles qui ont du niveau universitaire, et les métiers artisanaux pour celles qui sont issues de la formation professionnelle » (**confirmation de l'hypothèse 4**).

Les interviews avec des femmes promotrices dans le cadre du dispositif ANSEJ, nous ont permis de synthétiser les principaux éléments qui freinent l'entrepreneuriat féminin au niveau de la wilaya de Guelma. En effet, nous avons regroupé ces éléments en fonction de leur type. Ensuite, nous les avons classés par ordre d'importance, à savoir : (**confirmation de l'hypothèse 1**)

- **Les freins économiques :**
  - Difficultés liées au choix de secteur d'activité.
  - Difficultés financières.
  - Difficultés commerciales.
  - Le fond de roulement.
  - Les problèmes de gestion.
- **Les difficultés d'ordre social :**
  - Difficultés familiales.
  - Difficultés liées aux réseaux sociaux.
  - Difficultés liées à l'image la femme chef d'entreprise.

- Problèmes d'harcèlement.

Pour conclure notre étude, que nous avons menée sur l'entrepreneuriat féminin dans la wilaya de Guelma, nous dirons que même s'il existe une forte intention entrepreneuriale chez les femmes de Guelma, l'entrepreneuriat reste encore faible. **(Et cela confirme l'hypothèse 2)**

On remarqué d'après les statistiques données par les différents organismes au niveau de la wilaya de Guelma, que la grande partie des femmes qui investissent préfèrent s'orienter encore plus vers les activités artisanales, et cela est du essentiellement à la mentalité est à l'esprit conservateur de la société Guelmoise. Un esprit qui freine les ambitieux, et qui ne tolère que les activités artisanales le plus simples. **(Confirmation de l'hypothèse 3)**

Notre souhait et d'apporter à travers ce mémoire, une modeste contribution dans le domaine de l'entrepreneuriat féminin. Cependant, quel que soit nos efforts pour le présenter, ce sujet restera toujours vaste et inépuisable.



# Bibliographie



**Bibliographie****Les livres :**

1. C. ALBAGLI «L'innovation socioculturelle comme stimulant entrepreneurial », Ed. AUPELFUREF, John Libbey Eurotext. Paris 1995
2. D. STOKKINK, A. HOUSIERE, N. MAURICE-DEMOURIoux, ESS, RSE, Entreprise sociale et Développement durable, Working paper, Pour la Solidarité, janvier 2012
3. P. N. DENIEUIL (2004), « femmes et entreprises en Tunisie : essai sur les cultures du travail féminin », Ed. L' Harmattan, Paris.
4. R. D. HISRISH, M. P. PETERS (1991), « Entrepreneurs hip: lancer, élaborer et gérer une entreprise», Edition. Economica.
5. S. RAJEMISON (1995), « Femmes entrepreneurs et dynamiques entrepreneuriale : cas de Madagascar »; les facteurs de performance de l'entreprise, Edition AUPELF- UREF, John Libbey Eurotext, Paris
6. S.RAJEMISON «Femme entrepreneurs et dynamique entrepreneuriale : le cas de Madagascar», ed: AUPEL-UREF John Libbey Eurotexte, Paris, 1995.
7. V. DE BRIEY, F. JONSON (2005), « Les structures d'appui à la création d'entreprise par des allocataires sociaux : cadres théoriques explicatif », Belgique
8. Y.GASSE, A.D'AMOURS (1993), « Profession entrepreneur », Les Ed. Transcontinentales, Fondation de l'entrepreneurship,

**Organisations**

1. OCDE «Promouvoir l'entrepreneuriat et les PME innovantes dans une économie mondialisée : Vers une mondialisation plus responsable et mieux partagée» Istanbul, Turquie, 3-5 juin 2004,

**Guides et manuels :**

2. Acronyme français pour « Emergence des Entreprises Sociales en Europe »
3. L'économie sociale de A à Z, Alternatives Economiques Poche n°22, janvier 2006
4. Un manuel pour les praticiens «promotion de l'entrepreneuriat féminin -les stratégies et outils du cycle de projet» 2003.

**Revue et périodiques :**

1. B. DUCHENEAUT, Groupe ESC Rennes, EURO. PME (1997), « Les femmes entrepreneurs à la tête de PME », Conférence de l'OCDE sur « les femmes

- entrepreneurs à tête de PME : une nouvelle force pour l'innovation et la création d'emploi », Avril.
2. G. TCHAOUSSI (2005), « Eveil entrepreneurial, engagement et coaching des femmes en création d'activités entrepreneuriale en Cameroun ; 4ème Congrès de l'Académie de l'Entrepreneuriat, Novembre.
  3. « Étude des besoins des entrepreneuses propriétaire de micro entreprises privées ou travailleuses autonome de la ville de Longueuil » Collège condition féminine CLD Longueuil, Société Conseil BPS inc, janvier 2004
  4. G. TCHOUASSI (2002), « Eveil entrepreneuriale, engagement et coaching des femmes en création d'activité entrepreneuriale au Cameroun », Cameroun.
  5. G. TCHOUASSI (2005), « Eveil entrepreneurial, engagement et coaching des femmes en création d'activités entrepreneuriale au Cameroun ».
  6. Christian Latouche « L'observatoire de l'entrepreneuriat féminin », FUDICIAL, 2006,
  7. CREDIF (2002), « Les femmes en Tunisie 2000 ».
  8. F. K. HIEN (2002), « L'Entrepreneuriat féminin au Burkina Faso : une étude exploratoire », Septembre,
  9. J. LAMBRECHT et F. PIRNAY ; P. AMEDODJI et Z. AOUNI (2003), « Entrepreneuriat féminin en Wallonie », Centre de Recherche PME et d'Entrepreneuriat, Université de Liège, Centre d'études pour l'Entrepreneuriat, Brussel, Septembre.
  10. J. ROSENER (1991), « Les femmes ne dirigent plus comme les hommes : ce style de management varie-t-il en fonction du sexe des managers ? » Harvard - Expansion Été
  11. KAMEL BEHIDJI « L'entrepreneuriat féminin comme facteur de réduction d'inégalité des genres en Algérie : enjeux & perspectives » Colloque international sur l'Emergence des femmes dans le monde de l'entrepreneuriat en Algérie : Opportunités contraintes et perspectives, Hôtel Hilton, Alger le 31/03/2008.
  12. J. DEFOURNY, M. NYSSSENS, Approches européennes et américaines de l'entreprise sociale : une perspective comparative, Les frontières de l'économie sociale se sont-elles déplacées ?, 23ème colloque – Paris, 9 novembre 2010 ;
  13. H. P. VIER MACHADO, F. A. PRADO JIMENEZ, V. GOMEZ, C. PELLISSON, L. A. ALIGELERI, L. M. ALIGELERI (2002), « Female and Male Entrepreneur' Managérial Behaviour : A Brazilian Study », Management International, Vol 7, N° 1, Automne, HEC, Montréal
  14. F. H. GIASSON (1983), « La féminisation du marché du travail et els défis qu'elle pose aux entreprises », Revue Internationale de Gestion, Vol 8 N°1, Février,
  15. McGill JOURNAL OF EDUCATION • VOL. 46 NO 2 SPRING 2011

16. J. D. MC NEIL (1983), « Le travail féminin et les nouvelles technologies : défis à relever », *Revue Internationale de Gestion*, Vol 8 N°2, Février,
17. Rapport de la quatrième conférence mondiale sur les femmes, Nations Unies, 17 octobre 1995, article 46.
18. Panorama des entreprises sociales dans les pays de l'OCDE, Focus sur l'Europe et le Québec, publication de l'Avise en partenariat avec le programme LEED de l'OCDE, *Entreprendre autrement* n°2, Octobre 2007.
19. L. ROBERT (2003), « Les femmes se prononcent : stratégies féministes d'entrepreneuriat pour les femmes francophones », Réseau Femmes Colombie-Britannique, Mai
20. M. H. LEGARE, L. ST- CYR (2000), « Portrait statistique des femmes entrepreneurs », HEC, Canada.
21. M. NYSSSENS, J. DEFOURNY, The EMES approach of Social enterprise in a comparative perspective, WP no. 12/03, EMES, 2012
22. M.BEN SLAMA (2006), « Libéralisation commerciale et dynamique de l'emploi féminin : le cas de la Tunisie », *Gender Impact of Trade Libéralisation in the Mena Région*,
23. Renaud Redien-Collot « pour une approche genrée de l'entrepreneuriat » ; académie de l'entrepreneuriat ; février 2006 ; Réseau de Recherche Genre et Entrepreneuriat ;
24. Robert Paturel, Zahra Arasti «Les principaux déterminants de l'entrepreneuriat féminin en Iran», *L'internationalisation des PME et ses conséquences sur les stratégies entrepreneuriales*, octobre 2006, Haute école de gestion (HEG) Fribourg, Suisse.
25. S. BELAID (2004), « Les facteurs externes de l'entrepreneuriat » ; *l'entreprise, l'investissement et la compétitivité*. IACE, Tunisie.
26. S. Ratté (1999), « Les femmes entrepreneurs au Québec : qu'en est-il », Fédération de l'Entreprise Indépendante, Montréal, mars,
27. T.LEVY TADJINE, J. ZOUITEN (2005), « Les femmes et les immigrés ont-ils besoins d'un accompagnement entrepreneurial spécifique ? », IVème Congrès de l'Académie de l'Entrepreneuriat, paris, 24-25 Novembre
28. **Villa Mandarine** «Formation en statistique de genre et en analyse de genre de la pauvreté » ATELIER DE FORMATION, Rabat, Décembre 2005.
29. Y. GASSE (1983), « L'Entrepreneur moderne : Attributs et fonctions », *Revue Internationales de Gestion*, Vol 7 N°4, Novembre
30. Y. GASSE (2002), « les créateurs d'entreprise et les influences de leur environnement », 6ème Congrès International Francophone sur la PME, Octobre, HEC, MONTREAL.

**Sitographie**

1. <http://www.enviedentreprendre.com>
2. <http://www.ioe-emp.org>
3. [http://www.ladocumentationfrancaise.fr/revuescollections/problemes\\_economiques/theories/theoriesdevelop.shtml#menu](http://www.ladocumentationfrancaise.fr/revuescollections/problemes_economiques/theories/theoriesdevelop.shtml#menu)
4. <http://www.worldbank.org/mena>
5. [www.int.ercooperation.ch/sed/download/wep-manuel](http://www.int.ercooperation.ch/sed/download/wep-manuel)
6. [www.fao.org](http://www.fao.org)

**République Algérienne Démocratique et Populaire**

**Ministère de l'enseignement supérieur  
et de la recherche scientifique**

*Université du 08 mai 45, Guelma*

*Faculté des sciences économiques et commerciales  
et sciences de gestion*

*Département des sciences de gestion*

**Option: Entreprenariat et développement international**

*Questionnaire*

Dans le cadre de la préparation de notre mémoire de fin d'études pour l'obtention d'une diplôme master entrepreneuriat et développement international, dont le thème porte sur « les freins de l'entrepreneuriat féminin en Algérie cas de la wilaya de Guelma ». L'échantillon ciblé est en l'occurrence les femmes de la wilaya de Guelma.

Afin de connaître les freins que vous avez rencontrés, nous sollicitons votre collaboration en vous priant de bien vouloir répondre au questionnaire que nous soumettons à votre appréciation.

Nous vous remercions et assurons que les réponses seront utilisées dans un cadre pédagogique et confidentiel.

## Questionnaire

### SECTION I : informations personnelles générales

**01. Quel est votre âge ?**

- 18-30
- 30-40
- 40-50
- Plus 50

**02. Quel est votre situation matrimoniale ?**

- Célibataire
- Mariée
- Divorcée
- Veuve

**03. Quel est votre niveau d'instruction?**

- Primaire
- Secondaire
- Universitaire
- Formation professionnelle

**04. Quel est le domaine de vos études ?**

.....

**05. Avant de vous lancer en affaires, avez-vous eu une ou des expériences de travail ?**

- Oui
- Non

**06. Les emplois précédemment occupés étaient-ils en lien avec l'entreprise que vous avez mise sur pied ?**

- Oui
- Non

## SECTION 02 : information sur l'entreprise

### 07. Quand avez-vous créés votre entreprise ?

.....

### 08. Dans quel domaine ?

- Transport
- Services
- Agriculture
- BTPH
- Industrie
- Artisanat

### 09. D'où vient l'idée de la création de votre entreprise ?

- Savoir faire personnel (expériences professionnelles...)
- Suggestions de réseaux sociaux (famille, proche, mari, amis, collègues...)
- Suggestions de : ANSEJ, CNAC, ANGEM
- Autres (précisez) .....

### 10. Laquelle des raisons suivantes vous a poussée à vous lancer dans les affaires ?

Perte d'emploi	Beaucoup	Moyennement	Pas du tout
Présence d'une opportunité			
Réalisation de soi			
Difficulté de faire carrière			
Seul soutien de famille			
Pour gagner ma vie			
Pour contribuer aux dépenses familiales			
Pour réaliser un rêve			
Pour être autonome financièrement			
Par satisfaction personnelle			

### 11. D'où provenait votre capital de départ lors du démarrage de votre entreprise ?

- Financement mixte (emprunt personnel + ANSEJ)
- Financement triangulaire (emprunt personnel + ANSEJ + banque)

**12. Avez-vous obtenu une forme d'aide gouvernementale parce que vous êtes une femme ?**

- Aucune aide
- Subvention
- Prêt garanti
- Prêt sans intérêt
- Autres (précisez)

**13. Quels sont vos besoins de formation à l'heure actuelle ?**

- Analyse financière
- Gestion
- Marketing
- Informatique
- Ressources humaines
- Ingénierie et production
- Autres (précisez)

**14. Lorsque vous rencontrez certains problèmes relatifs à la gestion de votre entreprise ou à son avenir vers quelle source d'aide vous tournez vous le plus fréquemment ?**

- Ami(e)s
- Avocats
- Comptables
- Fournisseurs
- Organismes gouvernementaux
- Organe d'accompagnement pour les femmes entrepreneur
- Autre femme entrepreneur homme entrepreneur
- Autres (précisez)



### SECTION 03 : les freins de l'entrepreneuriat féminin

**15. Quels ont été (ou quels pourraient être) pour vous les freins que vous avez rencontrés ?**

	beaucoup	moyen	Pas du tout
Le besoin de formation			
Le besoin de financement			
Le besoin d'intégration au réseau professionnel			
Les procédures bureaucratiques			
Les charges fiscales			
La conciliation vie privée vie professionnelle			
L'entrepreneuriat est une activité réservée aux hommes			
Autres (précisez) :			

**16. Votre entreprise a-t-elle vécu des problèmes particuliers dans ses rapports avec les institutions financières ? (Encercler toutes les réponses valables)**

- Refus de financement sans justification valable
- A obtenu un financement moins élevé que désiré
- Conditions générales de financement trop élevées (taux d'intérêt, garanties)
- A dû être endossée par le conjoint
- Traitées différemment parce-que vous êtes une femme
- N'a pas vécu de problème particulier
- Autres (précisez)

**17. Y'a-t-il des règlements et des lois spécifiés pour les femmes**

- Oui
- Non
- Ne savez pas

**18. êtes-vous intégrée à un réseau professionnel ou de contacts ?**

- oui
- non

**Si non Quelles sont les principales raisons de ne pas y assister ?**

- Manque d'informations
- Manque de ce type des réseaux
- contrainte temps
- manque d'intérêt pour les réseaux professionnels
- parce que vous êtes une femme
- autres (précisez)
- 

**19. Poursuivez-vous des activités de perfectionnement en rapport avec votre entreprise?**

- Oui
- Non

**Si non quels sont les obstacles :**

- Manque de ce type de formation
- Manque d'information
- Faute de temps
- Manque d'intérêt
- Parce que vous êtes une femme
- Autres (précisez)
- 

**20. Etre une entrepreneure est-ce vraiment difficile ?**

- Trop
- Moyen
- Un peu
- Ne savez pas
- 

**21. Avez-vous eu faire des sacrifices ?**

- Oui
- Non

**Si oui notez quelques unes**

- .....
- .....

## **Résumé :**

Jusqu'à les années 80s, l'entrepreneuriat était réservé généralement aux hommes. Des contraintes culturelles, sociales, juridiques, politiques et économiques empêchaient les femmes d'investir des activités entrepreneuriales. Toutefois, au cours des trois dernières décennies et dans de nombreux pays les entrepreneurs femmes représentent une part croissante dans les contingents des chefs d'entreprises. En Algérie, elles en représentent 3,2% selon le registre du commerce. Un taux très faible, par rapport à la population féminine totale ou au nombre total des entrepreneurs.

Nous nous interrogeons sur les entraves qui inhibent les femmes algériennes dans leurs projets entrepreneuriaux.

Nous avons mené une étude exploratoire auprès de 16 entreprises créées et gérées par des femmes algériennes à travers la wilaya de Guelma. Cette enquête est soutenue par des interviews confirmatoires réalisées auprès de ces femmes.

Nos principaux résultats indiquent que les entraves à l'entrepreneuriat féminin renvoient aux lourdeurs bureaucratiques, à la difficulté d'accès à la formation et au financement ainsi qu'à l'intégration de réseaux entrepreneuriaux. Et de façon surprenante, globalement les femmes entrepreneures ne se sentent pas discriminées. Elles estiment avoir acquis un statut dans la société et apprécient l'accueil qui leur est réservée par les différentes parties prenantes.

