

Engagement entrepreneurial des femmes: Aspects mondiaux et nationaux

Himrane Mohammed*, Hassani Hocine**

Reçu le :06/09/2019

Accepté le :28/09/2019

Publié le : 10/10/2019

Résumé:

L'intérêt croissant pour l'entrepreneuriat féminin est lié à son rôle et à sa place très importante dans le développement économique et social des pays, à travers la création d'emplois, de revenus et de richesses. Ce type d'entrepreneuriat peut jouer un rôle primordial dans la diversification des économies.

Le but de la présente étude est d'explorer l'état des lieux de l'entrepreneuriat féminin à travers le monde et en Algérie, où celui-ci peut servir comme un levier de relance économique. En effet, après une exploration très approfondie dans la littérature sur ce sujet, les pouvoirs publics peuvent influencer l'acte de création d'entreprises féminines à travers des actions de diversification sociale et économique.

Mots clés: Entrepreneuriat, entrepreneuriat féminin, création d'entreprises.

Classification JEL: L26, J23, L22.

Abstract:

The increasing interest in women entrepreneurship is related to its role and its very important place in the economic and social development of countries, through the creation of jobs, income and wealth. This type of entrepreneurship can play a key role in the diversification of economies.

The goal of this study is to explore the overview of the situation of women entrepreneurship around the world and in Algeria, whereby it can serve as a lever for economic recovery. Indeed, after a very deep exploration in the literature on this subject, the public authorities can influence the act of creation of women businesses through social and economic diversification measures.

Keywords: Entrepreneurship, female entrepreneurship, business creation.

JEL classification: L26, J23, L22.

* Maître de conférences 'A', Université de Jijel, Algérie, m_himrane@univ-jijel.dz (**Auteur correspondant**)

** Maître de Conférences 'A', Université de Chlef, Algérie, h.hassani@univ-chlef.dz

1.Introduction

Le rôle que peuvent jouer les femmes entrepreneurs dans le développement socioéconomique des pays a été largement mis en évidence par la littérature théorique et les travaux empiriques. En effet, les femmes entrepreneurs créent de l'emploi et contribuent à la création de la richesse dans toutes les économies.

Toutefois, jusqu'à la fin des années 1980, l'entrepreneuriat féminin est considéré comme un domaine de recherche un peu négligé par les chercheurs et n'a commencé son évolution qu'à partir du début des années 1990.

Dès lors, notre objectif est d'évaluer l'entrepreneuriat féminin à travers le monde. Il s'agira donc de répondre à la question suivante :

Quelle place occupent les entreprises dirigées par les femmes dans le monde ?

Pour ce faire, nous allons suivre le plan suivant :

1. L'intérêt économique de l'entrepreneuriat féminin.
2. L'évolution de la recherche sur l'entrepreneuriat féminin.
3. L'engagement entrepreneurial des femmes à travers le monde.
4. La différences entre les hommes et les femmes entrepreneurs.
5. La place de l'entrepreneuriat féminin dans l'économie algérienne.
6. Les obstacles et la tendance de l'entrepreneuriat féminin en Algérie.

2.L'intérêt économique de l'entrepreneuriat féminin

L'un des aspects pertinents de l'entrepreneuriat féminin est le fait qu'il est une importante source de croissance. La femme entrepreneur crée de nouveaux emplois pour elle-même et pour les autres, et surtout fournit des biens et services pour satisfaire des besoins multiples. En réalité, la littérature met en évidence l'impact positif de l'entrepreneuriat féminin sur le développement socioéconomique. Cet impact comprend la création d'emplois, la croissance économique, l'innovation et la diversité en entrepreneuriat (Verheul et al, 2006).

Selon Brush et al, (2006), la population des femmes chefs d'entreprises est l'une des populations entrepreneuriales les plus croissantes au monde. Le nombre de femmes entrepreneurs se multiplie de façon rapide particulièrement dans les dernières années, alors que la croissance des hommes entrepreneurs est beaucoup plus modeste (Evans and Leighton, 1989).

L'entrepreneuriat féminin a pris une évolution croissante dans la plupart des pays industrialisés depuis une dizaine d'années, mais aussi dans des pays en voie de développement, avec souvent des caractéristiques spécifiques (des microentreprises). Les États-Unis par des actions volontaristes engagées depuis plus de trente ans ont montré la voie à suivre aux autres nations en matière des programmes d'accompagnement des femmes entrepreneurs dont ils recueillent aujourd'hui les fruits.

Au Canada, une étude de Robichaud et McGraw (2003) fondée sur des statistiques canadiennes a montré qu'entre 1991 et 1994, les entreprises dirigées par des femmes ont créé quatre fois plus d'emplois que la moyenne canadienne (Carrier et al, 2006).

Par ailleurs, les études empiriques démontrent que le rôle de l'entrepreneuriat féminin dans la réduction de la pauvreté est fondamental, à ce titre: l'expérience de la banque Grameen en Bangladesh est exemplaire.

Cette banque a principalement focalisé sur les femmes, il a été découvert que l'octroi des crédits à cette catégorie crée des profits non seulement pour les femmes et leurs familles mais aussi pour la communauté. Son fondateur et prix noble Yunus (2007) montre que la contribution des entreprises féminines est un instrument efficace pour la lutte contre le chômage et l'émergence de ce type d'entreprises au Bangladesh a contribué d'une façon remarquable à la diminution de la pauvreté dans les zones rurales.

Beaucoup de femmes se lancent en premier lieu pour créer leur propre emploi. On parle donc "d'entrepreneuriat de nécessité", par opposition à l'entrepreneuriat de croissance" qui est plus répandu chez les hommes (GEM, 2010).

Il est maintenant plus visible que l'entrepreneuriat au féminin crée de l'emploi et contribue à la création de la richesse dans toutes les économies (Brush et al, 2006). Les femmes entrepreneurs contribuent au développement économique en créant non seulement des emplois mais aussi des richesses.

En effet, il est aujourd'hui tenu pour acquis que l'entrepreneuriat est considéré comme un important mécanisme pour le développement économique, et ce pour son impact sur l'emploi, l'innovation et le bien-être (Acs et Audretsch 1988). En effet, l'intérêt à l'entrepreneuriat féminin dans les pays en voie de développement est plus visible, en raison de l'évolution du rôle de l'entrepreneuriat dans le développement économique (Naudé, 2010), et pour aussi l'augmentation du nombre de femmes chefs d'entreprises à cause du phénomène du «plafond de verre» en partie qui empêche les femmes à s'épanouir au-dessus d'un certain niveau dans l'organisation (Daily et al., 1999).

3. L'évolution de la recherche sur l'entrepreneuriat féminin

3.1 L'émergence de la recherche sur les entreprises féminines

L'évolution des facteurs sociologiques encourage les femmes à pénétrer le monde du travail. Depuis la Seconde Guerre Mondiale, l'influence des femmes n'a fait qu'augmenter sur le marché du travail occidental, motivée en partie par leur besoin d'indépendance financière et d'auto-suffisance. Il faut y ajouter aussi l'incapacité d'une seule paie à répondre aux besoins financiers d'un certain nombre de familles de la classe moyenne, la croissance du taux de divorce, et l'augmentation du nombre de femmes vivantes seules. En outre, les valeurs et les attitudes envers le travail payé ont changé, et les femmes en sécurité financière allaient chercher l'épanouissement à l'extérieur de leur foyer.

En fait, les premiers travaux en entrepreneuriat avaient été principalement centrés sur les entrepreneurs masculins, en raison de la représentativité des hommes et de leur taille. C'est uniquement à partir de la fin des années 1970 que l'entrepreneuriat féminin a

commencé à apparaître, commençant par l'étude des caractéristiques psychologiques et sociologiques des femmes entrepreneurs (voir Schwartz, 1976).

Au milieu des années 1970, les hommes constituent de loin la principale composante de la population entrepreneuriale et il n'y a pas à cette époque une perception du statut de la femme entrepreneur comme étant un phénomène distinct (US Bureau of the Census, 1977). Il avait été tout simplement supposé que les hommes et les femmes entrepreneurs possédassent essentiellement les mêmes caractéristiques.

Cependant, dans cette période, les pays développés ont connu des changements fondamentaux en matière de leur législation. À ce stade, le gouvernement des États-Unis a observé que l'adoption de la loi sur la l'égalité en matière de crédit (*Equal Credit Opportunities Act*) de 1975 et la loi relative aux mesures palliatives dans le domaine de l'emploi (*Affirmative Action Act*) de 1978 ont été cruciales pour le développement des entreprises dirigées par les femmes (hitt, 2002).

En effet, ces lois ont considérablement éliminé les principaux obstacles structurels entravant le développement des entreprises féminines. En 1979, un autre rapport parrainé par le Département du Commerce intitulé *The Bottom Line* (Département du Commerce des États-Unis, 1979) a davantage légitimé le statut des femmes chefs d'entreprises aux USA (hitt, 2002).

Ces législations remettent le statut des femmes à l'avant-garde des débats politiques et académiques et conduisent à l'apparition du premier document relatif aux femmes entrepreneurs: " Entrepreneurship: A New Female Frontier" par Eleanor Schwartz, au début des années 1970, au moment où il y avait seulement 5% des entreprises féminines aux USA représentant approximativement 700 000 entreprises (Greene et al., 2006).

Bien que ce travail pionnier reste le seul dans son genre jusqu'à la fin de la décennie 70, il représente le début effectif d'un courant de recherche qui décrit les caractéristiques des femmes entrepreneurs, leurs entreprises, et leurs contributions à la croissance économique.

Sur le plan académique, c'est Hisrich et Brush, (1983) qui ont lancé la première étude nationale longitudinale sur les femmes entrepreneurs aux États-Unis en suivant évidemment les traces de Schwartz.

En réalité, la littérature différencie entre trois niveaux d'analyse (des études micro, meso et macro). Dans le domaine des études micro, l'accent est centré sur le processus décisionnel entretenu par les individus afin de devenir entrepreneur. Par exemple, les facteurs personnels tels que les traits psychologiques, le niveau d'éducation et la qualification, la capacité financière, l'environnement familial et l'expérience acquise. Au contraire, les études dans le domaine macro tentent d'agréger le niveau micro et meso et concentrent sur une série de facteurs environnementaux, tels que les variables technologiques, économiques, et culturelles ainsi que les régulations gouvernementales.

3.2 La recherche en entrepreneuriat féminin durant la période 1970-1990

En général, les chercheurs semblent devenus plus conscients de la sensibilité des différences entre les sexes, et le genre devient de plus en plus employé comme une variable de contrôle (Verheul, 2005). Au milieu des années 1970, il n'y avait aucune perception que

les femmes entrepreneures étaient des sujets distincts. En effet, lorsque les études sur l'entrepreneuriat des femmes sont apparues, elles analysent le sexe comme une variable secondaire. Cependant, l'intégration du concept de genre par la suite dans les modèles a permis de dépasser la dichotomie homme-femme pour tendre vers la considération du masculin et du féminin dans l'entrepreneuriat (Chabaud et Lebègue, 2013).

De surcroît, les 30 dernières années ont connu des changements significatifs sur le statut et le poids des femmes entrepreneurs dans la société ainsi qu'une évolution de la recherche sur ce sujet. En fait, après la publication du premier papier sur les femmes entrepreneurs, la recherche sur cette spécialité d'entrepreneuriat a été élargie de plus en plus à tous les pays et à toutes les disciplines avec des méthodes diversifiées.

Comme le phénomène d'entrepreneuriat féminin était dans une phase naissante et son intérêt était encore au début, la plupart des études n'avaient pas testé la théorie, mais plutôt elles considéraient le genre comme une variable (Greene et al, 2006). Ce type de recherche en entrepreneuriat féminin à l'instar des autres types d'entrepreneuriat durant cette période de temps était principalement dominé par des études liées à la psychologie des traits de personnalité.

De sa part, Schwartz (1976) qui a focalisé sur l'ensemble des attitudes et des caractéristiques des femmes entrepreneurs a démontré que la nécessité économique et le désir d'indépendance étaient de principales motivations conduisant les femmes à l'auto-emploi. Par contre, la discrimination bancaire était un obstacle majeur pour les femmes créatrices d'entreprises.

Schwartz a aussi témoigné qu'une femme bien formée dispose très peu de différences entrepreneuriales comparativement à son homologue masculin. Quant à l'étude de Hisrich and Brush (1983), elle décrit essentiellement la femme entrepreneur de cette période comme une universitaire, issue d'une classe moyenne, mariée avec des enfants, et jouissant du soutien de son conjoint.

Une série d'études suivra les premiers travaux sur l'entrepreneuriat féminin, employant souvent les mêmes questions de recherche et les mêmes mesures. Aux États-Unis, Kaplan (1988) qui a traité le sujet des motivations entrepreneuriales a trouvé des différences de genre en ce qui concerne l'âge et les caractéristiques des entreprises.

Pellegrino et Reece (1982) ont constaté que la gestion financière et la disponibilité des capitaux dans la phase de démarrage avaient été les plus grands défis pour les femmes entrepreneurs. De sa part, Scott (1986) avait exploré les sujets du plafond de verre et du désir des femmes d'assurer la combinaison de la vie familiale et professionnelle.

Minniti (2009) souligne que des études internationales, fournissant des résultats complémentaires sur les mêmes sujets, ont été également publiées par Birley et al., (1987); Holmquist et Sundin, (1988); Watkins and Watkins, (1983), parmi d'autres. Par ailleurs, certaines études ont exploré des différences entre les hommes et les femmes par rapport aux styles de gestion des entreprises, et ont trouvé que les entreprises appartenant à des femmes avaient plus de tendance à l'informel (Chaganti, 1986 ; Neider, 1987).

De point de vue méthodologique, l'approche psychologique des traits de personnalité a profondément impacté la période des années 1970 et 1980. Ainsi, beaucoup de recherches

ont été centrées sur deux thématiques : " ce qui est une femme entrepreneur " et " la comparaison entre femmes entrepreneurs et hommes entrepreneurs ". Dans l'ensemble, cette première vague de recherche a suscité l'intérêt des universitaires et sensibilisé le public sur la place des femmes dans l'entrepreneuriat et dans l'économie.

3.3 La recherche en entrepreneuriat féminin après l'année 1990

La recherche en entrepreneuriat féminin au début des années 1990 focalise sur une ou plusieurs localités d'un pays (au lieu d'un pays tout entier), elle peut être caractérisée par une vocation descriptive, employant des échantillons de commodité et manque de groupes de comparaison entre pays (Brush, 2006).

Verheul (2005) reporte que la recherche contemporaine en entrepreneuriat (après l'année 1990) utilise des méthodes plus sophistiquées pour enquêter sur les questions de genre. La plupart de ces études utilisent des échantillons mixtes comportant un groupe de contrôles pour comparer entre les femmes entrepreneurs (Ahl, 2002).

À partir des années 1990, le genre commence à apparaître comme une lentille au moyen de laquelle des recherches sont conduites, et non plus comme une variable mathématique incluse dans les analyses de régression (Greene et al., 2006).

La période des années 90s a aussi connu un développement remarquable des études au regard du comportement entrepreneurial des femmes. Minniti et Naudé (2010) soulignent que la majorité de ces études sont inspirées des principes de mouvements féministes. Ils reportent cependant que les études sont restées empiriques et n'ont pas abordé le domaine théorique d'une façon explicite (Greer and Greene, 2003) . Dans ce contexte, Fischer et al, (1993) parmi d'autres ont articulé la théorie féministe au contexte de l'entrepreneuriat des femmes et ont observé un peu de différences entre les hommes et les femmes par rapport aux motivations. Dans le même ordre d'idée, Brush (2006) a appelé à une approche intégrative considérant à la fois la vie professionnelle et la vie familiale des femmes.

En revanche, dans une approche économique qui se veut alternative à l'approche féministe, Claudia Goldin a publié un livre intitulé "*Comprendre le Décalage du Genre*". Son approche met en évidence l'impact économique et significatif des décisions de l'emploi des femmes et légitimé ainsi l'étude du comportement des femmes au travail.

De sa part, Minniti (2009) précise que des travaux comme ceux de Blau, (1998); Blau et Ferber, (1987); Blau et Devaro (2007); Blau et Kahn, (2000), (2007) et ceux du prix Nobel Gary Becker (Becker (1996), (1973); Becker et al., (1990) ont fortement inspiré des recherches théoriques et empiriques liées au sujet des femmes entrepreneurs, tels que l'allocation des ressources familiales, les décisions de mariage et de maternité, les perceptions d'opportunités, la confiance en soi, et la pauvreté.

En parallèle avec l'évolution générale du domaine des études sur l'entrepreneuriat depuis le début de ce siècle, la recherche sur l'entrepreneuriat féminin a évolué de façon exponentielle. En plus de l'examen du thème des caractéristiques et des réalisations des femmes entrepreneurs, la recherche a été répondue à d'autres sujets: la santé des femmes, la maternité, la position familiale et la satisfaction de vie (Williams, 2004). Egalement, une attention croissante a été attribuée aux réseaux d'entreprises, à la croissance et la

performance, au style de gestion, au financement et au capital humain (voir, Aldrich et al., 2002).

Toutefois, l'une des évolutions les plus remarquables de l'entrepreneuriat féminin durant les dernières années a été l'augmentation significative du niveau de rigueur menée dans les recherches empiriques. La rigueur dans la production des preuves empiriques a contribué à la légitimation de la recherche sur l'entrepreneuriat féminin dans des disciplines variées.

Il est espéré qu'avec plus de prise de conscience dans l'avenir, les chercheurs produiront des contributions plus théoriques afin de faire évoluer l'état de connaissance dans le domaine du comportement entrepreneurial en général et de l'entrepreneuriat féminin en particulier (Verheul, 2005).

4. L'engagement entrepreneurial des femmes à travers le monde

L'explication des comportements des femmes entrepreneurs et leurs différences sont complexes et très variées. En effet, les femmes entrepreneurs disposent de plusieurs caractéristiques distinctives des hommes entrepreneurs, et mêmes parmi elles-mêmes.

Selon les résultats de GEM ¹2012, les femmes représentent entre 1,5% et 45,4% parmi la population adulte, qui exploitent activement une entreprise ou comptent s'engager dans une démarche entrepreneuriale (tableau 1). Au Panama, le Venezuela, la Jamaïque, le Guatemala, le Brésil, la Thaïlande, la Suisse et Singapour, les taux des hommes et des femmes engagés dans la création des entreprises sont égaux (GEM, 2012).

Cependant, l'enquête GEM 2015 montre que l'activité entrepreneuriale reste encore dominée par les hommes, même si les femmes ont enregistré une progression significative ces dernières années, le taux de TEA² féminin moyen est de 11,09, comparativement au TEA masculin qui est de l'ordre de 15,41% à l'échelle mondiale.

La seule économie dans laquelle il y a plus de femmes entrepreneurs que d'hommes entrepreneurs est le Ghana: 55% d'entreprises sont dirigées par des femmes (GEM, 2010). Concernant les pays du Moyen-Orient et de l'Afrique du Nord (MENA), ils ont généralement le plus faible taux de femmes entrepreneurs dans le monde. De même, l'Iran et le Pakistan ont des niveaux des plus bas aussi dans le monde.

D'après le rapport Gender Gap (2012) la question d'égalité des sexes au Pakistan est très critique et les femmes pakistanaïses profitent très peu de la formation. Ainsi, elles se retrouvent politiquement sous-représentées et disposent d'un pouvoir décisionnel très faible dans tous les niveaux administratifs.

Dans une thèse de Doctorat, Léna Saleh (2011) explique que la France figure parmi les pays du monde où la création d'entreprises est très souvent envisagée comme un choix moyennement faible. Ce constat est corroboré par d'autres recherches telles que GEM 2009,

¹ Global General Monitor (GEM)

² Activité entrepreneuriale à un stade précoce (TEA): Pourcentage de femmes des 18–64 ans qui sont soit entrepreneurs naissants soit propriétaires gérants d'une nouvelle entreprise.

en effet, devenir un créateur d'entreprise en France reste un parcours atypique (Boissin et al., 2009). Les femmes représentent 30% des créateurs et 27% des dirigeants de TPE /PME, ce qui place la France dans la moyenne des pays occidentaux (Léna Saleh, 2011).

Tableau N°1. Part des femmes entrepreneurs dans la force de travail au monde (TEA femmes).

Pays	2012	2013	2014
LATIN AMERICA & CARRIBEAN: (la moyenne)	15	15	16.11
Argentine	14	13	11.22
Brésil	15	17	17.45
Moyen orient et l'Afrique du Nord (la moyenne)	4	6	-
Algérie	3	3	-
Tunis	5	-	-
Egypte	2	-	-
Iran	6	6	10.47
SUB-SAHARAN AFRICA (la moyenne)	27	26	24,59
Afrique du Sud	6	9	6.29
Angola	31	20	20.37
Uganda	36	25	37.15
Asie pacifique et du Sud (la moyenne)	7	11	11.35
Chine	11	12	14.18
Japon	2	3	1.5
Malaysia	6	5	6.78
Union Européenne (la moyenne)	5	6	5.45
France	4	3	4.3
Allemagne	4	4	3.97
USA	10	10	11.2

Source : Global Entrepreneurship Monitor GEM (2012)

Léna Saleh reporte qu'en Turquie 13% de la population féminine ont l'intention de créer des entreprises (1,83 million), mais 64% ont seulement vu leurs entreprises créées. La première raison de création est le désir de réalisation et de succès. La même étude montre aussi que 47% de ces entreprises emploient un seul travailleur, 40% emploient entre deux et cinq employés, et 13% emploient plus de cinq personnes (Çakir, 2008).

En Afrique et plus précisément au Cameroun, des données issues d'une enquête effectuée par Onana (2006) auprès de 117 femmes entrepreneuses ont tenté de caractériser les motivations des femmes entrepreneurs. L'analyse montre que l'altruisme communautaire est la principale motivation des femmes entrepreneuses de l'échantillon. Autrement dit, l'auteur souligne que la création d'entreprises est d'abord une réponse à leur désir de contribuer au bien-être de la communauté, notamment à la famille.

5. Les différences entre les hommes et les femmes entrepreneurs

Il est constaté qu'il y a des différences importantes au niveau individuel et dans une certaine mesure au niveau macro. Les études comparatives entre les femmes et les hommes

entrepreneurs sur les caractéristiques personnelles montrent l'existence de plus de ressemblances que de différences (Brush, 1992, p11).

Kyrö, (2009) reporte que le phénomène de ségrégation professionnelle a été identifié dans la recherche au niveau individuel (micro). Il a été constaté que les femmes ont des différences en matière d'éducation, de formation professionnelle et moins d'expérience dans le domaine de gestion et des finances (Sundin, 1996; Yeager, 1999).

En outre, Brush,(1992) souligne que le chiffre d'affaires, le nombre d'employés et le taux de croissance des entreprises, sont plus faibles chez les femmes que chez les hommes. Les résultats montrent en général que la performance financière des entreprises appartenant aux femmes et leurs contributions à l'économie sont plus faibles que celles de leurs homologues masculins. Les entreprises appartenant à des femmes rencontrent également plus de difficultés à obtenir des prêts et à générer des profits.

D'autre part, nous observons que les entreprises gérées par des femmes sont plus petites par rapport à celles qui sont gérées par des hommes (Coleman, 2007). De même, les entreprises féminines penchent à être moins rentables que celles des hommes. Aussi, la propension des femmes à la création d'entreprises peut être différente de celle des hommes pour des raisons culturelles comme la discrimination. Par conséquent, la dimension de genre est d'une grande importance dans l'analyse des hommes et des femmes entrepreneurs.

Par ailleurs, les différences des motivations entrepreneuriales pour les hommes et les femmes entrepreneurs se traduisent par de différentes perceptions vis-à-vis de la réussite entrepreneuriale. Généralement, il est d'un commun accord que les femmes ont souvent des aspirations différentes par rapport aux hommes, et se lancent dans des activités pour des motivations non pécuniaires. Des études récentes ont suggéré que le choix de démarrer une affaire peut être plus complexe pour les femmes que pour les hommes, et que les femmes ont tendance à être plus sensibles au regard des facteurs non monétaires (Burke et al., 2002). D'autre part, le choix de se lancer dans une activité entrepreneuriale est souvent associé à des facteurs de nécessité, un phénomène plus observé chez les femmes que les hommes (Minniti et al., 2006) . À leur tour, Kepler et Shane (2007) ont constaté que l'expérience quoiqu'elle soit pertinente aux deux sexes, les femmes entrepreneurs possèdent moins d'années d'expérience.

D'autres recherches ont montré que les femmes sont moins entrepreneuriales, parce qu'elles prennent moins de risques, et ne disposent pas de compétences et d'apprentissage entrepreneurial convenable (Ahl, 2006). Il est aujourd'hui convenu que l'explication par seulement des études au niveau micro de l'écart d'activité entrepreneuriale entre les deux sexes (Female/Male TEA Ratio - voir tableau2) est insuffisant, il faut tenir compte aussi des autres facteurs contextuels pour vérifier les facteurs nationaux (Brush et al., 2009).

De leur part, Baughn et al,(2006) constatent que l'inégalité des sexes conduit à des ségrégations professionnelles de genre, ce qui pourrait aider à expliquer encore l'écart de création, en particulier l'absence des femmes dans certaines industries.

En outre, les réseaux des femmes d'affaires sont limités et restent encore relativement impuissants à cause de la faible représentativité dans des postes de haute responsabilité. Par contre, les hommes ont tendance à avoir plus de contacts et de réseaux.

Tableau N°2: Female/Male TEA Ratio (2019)

Pays	Female/Male TEA Ratio (2015)	Pays	Female/Male TEA Ratio (2015)
Argentine	0.81	Maroc	0.46
Brasil	0.93	Soudan	0.62
Chine	0.82	Turquie	0.42
Egypte	0.38	USA	0.77
Allemagne	0.5		
Inde	0.62		
Iran	0.5		
Émirats arabes	0.92		

Source : GEM (2019)

6. La place de l'entrepreneuriat féminin dans l'économie algérienne

En ce qui concerne l'Algérie, elle demeure aussi très en retard par rapport au reste du monde en matière de l'activité entrepreneuriale en générale et de l'activité d'entrepreneuriat féminin en particulier. Non seulement le taux d'activité des femmes en Algérie est l'un des plus faibles au monde, mais encore leur taux de chômage est très élevé, en particulier chez les diplômées. Avec un taux d'activité féminine de 14,7% et une proportion de femmes dans la population active qui ne dépasse pas 17%, l'Algérie se situe parmi les 4 pays ayant la plus faible participation économique des femmes au niveau mondial (avec l'Irak, la Syrie et la Palestine).

Le projet du Global Entrepreneurship Monitor (GEM) est une évaluation annuelle des attitudes, aspirations et activités entrepreneuriales (TEA) dans plusieurs pays révèle que le taux de l'activité entrepreneuriale moyen en Algérie durant les années 2009/2012 a été de 14,5% pour les hommes contre seulement 8% pour les femmes. L'écart sexospécifique relevé indique que les hommes sont deux fois plus nombreux à s'impliquer dans le démarrage d'une nouvelle entreprise. Ce constat confirme les études du GEM qui sont menées à l'échelle internationale mais aussi dans les régions spécifiques comme la région MENA. Les données de l'étude GEM Algérie 2012 montrent que le rapport hommes-femmes était plus faible en 2009 et a tendance à augmenter dans les enquêtes GEM 2011 et 2012. Ces données montrent que la participation des femmes dans l'activité entrepreneuriale est en train de diminuer en faveur des hommes. Les taux de TEA féminins suivent la même tendance générale observée chez les hommes. Elles sont plus concentrées dans les catégories d'âges 24-34 ans et 35-44 ans.

À la fin de l'année 2014, sur un total de 157 122 inscrites au CNRC, 8 163 entreprises sont gérées par des femmes, soit 5,2%. Quant aux personnes physiques, sur 1 484 625 activités, 122 253 appartiennent aux femmes, soit 7,6%. De façon globale, 92,4% des opérateurs économiques personnes physiques sont du genre masculin contre 7,6% de femmes. S'agissant des femmes, sur un total de 122 253 personnes physiques, la classe

d'âge la plus fréquente est celle de 39 à 48 ans avec un taux de 26,85%, suivie par la classe des 29 à 38 ans (22,15%). Les femmes sont concentrées essentiellement dans la wilaya d'Alger avec un taux de 8,2% du nombre global, suivie de la wilaya d'Oran avec un taux de 6,2%, et Tlemcen avec 4,2%.

Le nombre de femmes en Algérie a connu une évolution remarquable du fait de l'existence de nombreux programmes de soutien à l'entrepreneuriat en Algérie. Parmi les plus importants sont les suivants : l'ANSEJ, la CNAC et l'ANGEM. Les structures publiques sont des agences chargées de l'exécution des politiques publiques d'aide et de soutien à la création d'entreprises. Ces agences sont censées apporter un appui important en termes d'accompagnement des promoteurs et de formalisation de leurs activités.

7. Les obstacles et la tendance de l'entrepreneuriat féminin en Algérie

Les femmes entrepreneurs algériennes font face à de nombreux défis. Bien que leur nombre augmente, elles sont largement dépassées par les hommes, surtout dans certains domaines.

Le problème récurrent des femmes entrepreneures en Algérie semble être la recherche de l'équilibre entre les responsabilités familiales et celles professionnelles. Malgré qu'il existe beaucoup d'exemples de femmes qui ont réussi en affaires, la quête d'articuler vie familiale et vie professionnelle reste un enjeu majeur pour elles.

Un autre obstacle que nous pouvons aussi relever est l'influence des stéréotypes sociétaux et traditionnels. A vrai dire, les femmes entrepreneurs rencontrent ceux-là en raison des valeurs socioculturelles discriminatoires et des traditions incorporées dans l'environnement politique et juridique. Bien que les femmes chefs d'entreprise désirent emprunter souvent de petites sommes et demandent généralement moins de prêts bancaires, leur accès au financement demeure un véritable problème. A cet égard, elles sont plus susceptibles de se voir refuser du crédit en raison de leur manque d'expérience dans les affaires et de leur situation familiale. La problématique d'accès au capital se pose ainsi avec acuité, également la lourdeur des procédures et des délais qui se rattachent aux demandes de financement.

En réalité et très souvent en Algérie, ce n'est pas la femme qui dirige l'entreprise mais plutôt sa famille, tout en laissant penser aux tiers qu'elle agit pour son propre compte. À cet effet, nous devons nous rendre à l'évidence qu'un homme, en l'occurrence, le conjoint, le fils, ou le frère de la femme créatrice qui est le véritable acteur de l'entreprise. A cet effet, le niveau réel de l'entrepreneuriat féminin en Algérie s'affiche beaucoup plus faible que celui communiqué par les statistiques officielles.

D'autre part, les femmes ne disposent pas d'expérience nécessaire pour identifier et exploiter les opportunités entrepreneuriales. Le manque de formation empêche les femmes d'acquérir de l'expérience nécessaire et de former des réseaux indispensables dans des secteurs où les avancées scientifiques et technologiques ne cessent de créer de nouvelles opportunités. Les femmes manquent d'expérience dans la conduite de leur entreprise et ne sont pas insérées dans des réseaux pouvant les alimenter en informations économiques utiles pour la gestion de leur entreprise.

En plus, les institutions et les médias ont un rôle passif vis à vis des contraintes que rencontrent les femmes chefs d'entreprise, tant au niveau de l'intention entrepreneuriale

qu'au niveau de la création et de la gestion des entreprises. Sur ce terrain, il n'existe pas de modèles de femmes algériennes qui pourraient être utilisées comme success-story.

Aussi, les entreprises gérées par des femmes sont d'une façon générale de très petite taille, et les activités les plus sollicitées par les femmes entrepreneurs demeurent toujours les prestations de services. Les femmes préfèrent évoluer dans le domaine des services en raison des coûts faibles lors du lancement de ces activités.

Dans le même ordre d'idée, en dépit des avantages fiscaux consacrés à la création de nouvelles entreprises, le système fiscal semble constituer lui aussi un obstacle à l'émergence des entreprises féminines. En raison de cette difficulté, le gouvernement algérien s'est lancé dans une série de réformes visant à rapprocher l'administration fiscale des contribuables et à réduire la pression fiscale (Belaidi, Himrane, 2016).

En outre, la bureaucratie est un grand problème auquel les femmes font face et constitue l'un des problèmes les plus importants rencontrés non seulement dans le démarrage des entreprises des femmes, mais aussi pour leur croissance future.

Toutefois il convient de noter que la situation des femmes en Algérie a évolué depuis quelques années, une nouvelle génération est née, plus diplômée et moins complexée. A ce niveau, les femmes ont prouvé dans un monde d'hommes leur dynamisme et leur régularité. De ce point de vue, les femmes sont souvent appelées à vaincre les obstacles socioculturels provenant des coutumes et des traditions encore prédominantes dans la société algérienne.

En réalité, la situation des femmes entrepreneurs algériennes est relativement plus favorable que celle de la majorité des pays de la région MENA, et elles semblent souffrir moins de discrimination formelle et légale pour la création d'entreprises (Belaidi et Himrane, 2016).

Cependant, les femmes sont également appelées à savoir qu'entreprendre exige une mixture de qualités principalement : la confiance en soi, la détermination, la persévérance, le sens d'organisation, l'adaptation au changement, la tolérance au stress, la créativité, le sens de communication et de relation ...etc. Selon des résultats, les femmes entrepreneurs semblent être plus motivées par des facteurs personnels (la recherche de l'épanouissement personnel, de l'autonomie et de l'indépendance). En revanche, il est exprimé que les facteurs économiques, réglementaires et socioculturels sont faiblement influents sur la démarche entrepreneuriale (Himrane, 2018).

Enfin, nous observons que les mesures économiques et politiques suivies ces dernières années en Algérie n'ont pas du tout conduit au développement de l'entrepreneuriat féminin. Généralement, les pays ayant une réglementation plus lourde pour l'entrée des entreprises se caractérisent par des niveaux de corruption plus élevés et des économies informelles. Nombreuses les femmes entrepreneurs activant dans l'informel en Algérie qui souhaiteraient posséder des entreprises formelles mais les procédures d'entrée coûteuses et la bureaucratie les empêchent de le faire.

Conclusion

Nous assistons ces dernières décennies au développement de l'entrepreneuriat féminin dont son développement est accentué par les changements dans les caractéristiques propres aux femmes : la baisse des taux de fécondité, l'accès meilleur des femmes à l'éducation, le développement économique des femmes et la baisse des inégalités de sexe.

L'Algérie ne peut aspirer à être développée sans s'approprier d'une économie solide et une croissance économique durable. Ce développement est possible à travers l'effort et l'engagement de toute la composante démographique (hommes et femmes) de la nation.

À ce titre, le développement de l'entrepreneuriat féminin a un rôle significatif. Son appui représente une stratégie efficace pour exploiter une ressource sous-utilisée, créer des emplois, activer le développement économique, et encourager la cohésion sociale.

En fait, le niveau de l'entrepreneuriat féminin a évolué de façon très visible dans le monde, mais il a du mal à émerger en Algérie. Non seulement le taux d'activité des femmes en Algérie est l'un des plus faibles du monde, mais encore leur taux de chômage est très élevé en particulier chez les diplômées. Le pays peut compter sur le potentiel important d'une population féminine jeune, de mieux en mieux formée, et qui peut contribuer à la diversification économique vers des secteurs compétitifs au niveau international, axés sur les connaissances, à forte intensité de main d'œuvre, et conduisant à une croissance rapide et à une élévation des niveaux de vie.

Beaucoup de femmes se lancent en premier lieu pour créer leur propre emploi. On parle donc "d'entrepreneuriat de nécessité", par opposition à "l'entrepreneuriat de croissance" qui est plus répandu chez les hommes. L'un des aspects pertinents de l'entrepreneuriat féminin est le fait qu'il est une importante source de croissance. La femme entrepreneur crée de nouveaux emplois pour elle-même et pour les autres, et surtout fournit des biens et services pour satisfaire des besoins multiples.

A ce titre, une amélioration de l'accès et l'utilisation des TIC et technologies de production favorisent la croissance des entreprises dirigées par les femmes entrepreneurs, notamment dans les zones rurales. Ainsi, afin d'améliorer l'attractivité vis-à-vis de l'entrepreneuriat féminin, il faut d'abord améliorer le niveau et la qualité de scolarité des femmes. La compétence humaine est une ressource stratégique qui constitue un avantage pour les femmes de pérenniser leurs entreprises et permet ainsi de développer leurs entreprises.

A ce stade, comprendre les différences et les similitudes des femmes entrepreneurs entre les pays est une étape cruciale pour la compréhension des motivations, des obstacles et éventuellement la suggestion de solutions. À cet effet, il est nécessaire que plus de recherches et de stratégies soient lancées en faveur des femmes entrepreneurs en vue de combiner les affaires et la famille et investiguer le rapport avec les conjoints et les autres membres de la famille. En clair, plus de femmes doivent être encouragées à devenir entrepreneurs grâce aux programmes de soutien à l'accès aux financements, aux services de soutien au développement des entreprises, aux marchés et technologies. Et dans la pratique, les faits ont montré que la croissance du nombre de femmes entrepreneurs tend à être plus élevée dans les pays où des politiques de soutien ciblées sont en place. Ainsi, dans les pays où des approches ciblées ont été maximales, le taux de croissance a été plus élevé.

À ce titre, les initiatives visant à promouvoir l'entrepreneuriat féminin dans les pays en voie de développement devraient prendre en compte les différences et les similarités dans les autres pays industrialisés. Les mesures d'encouragement de l'entrepreneuriat féminin sont aujourd'hui engagées à travers le monde par des professionnels, des décideurs et des parties prenantes du secteur privé. Ils ont lancé des programmes de soutien pour combler l'écart entre les deux sexes en matière de l'activité entrepreneuriale. Les organisations engagées dans la promotion des femmes pour l'entrepreneuriat déploient une variété d'instruments et de méthodes, allant de la formation entrepreneuriale et de soutien technique, au développement d'autonomisation et de financement. Quant à ces organisations, nous pouvons citer: les institutions internationales, les organisations de société civile, les ONG, les organismes de bienfaisance, les entreprises privées, les entrepreneurs sociaux et les partenaires public-privé. De même, le rôle de l'Organisation

Internationale de Travail (OIT) est important dans le domaine de la promotion de l'entrepreneuriat féminin en développant un vaste éventail de ressources et d'instruments, et l'objectif principal de son programme Women's Entrepreneurship Development (WED) est de créer un environnement propice au développement de l'entrepreneuriat féminin qui génère des emplois de qualité et renforce les capacités institutionnelles et le développement d'outils et de services de soutien aux femmes entrepreneurs.

Bibliographies

Acs, Z. J. and D. B. Audretsch (1988), "Innovation in large and small firms: an empirical analysis", *American Economic Review* 78: 678-690.

Ahl, H.J., (2002), *"The making of the female entrepreneur, A discourse analysis of research texts on women's entrepreneurship"*, JIBS Dissertation Series 015, Jönköping University.

Aldrich, H. E., N. Carter, and M. Ruef (2002), *"With very little help from their friends: Gender and relational composition of nascent entrepreneurs' startup teams"*. In: William D. Bygrave et al. (ed.): *Frontiers of Entrepreneurship Research 2002*. Babson Park, MA: Babson College edition, USA.

Baughn, C., Chua, B.L. and Neupert, K. (2006), *"The normative context for women's participation in entrepreneurship: a multi-country study"*, *Entrepreneurship Theory & Practice*, Vol. 30 No. 5, pp. 687-708.

Belaidi A., Himrane,M, (2016), *"L'entrepreneuriat féminin au Maghreb : Étude comparative et analytique des déterminants macros entre l'Algérie, le Maroc et la Tunisie"*, *Revue des reformes Economique et intégration dans l'économie mondiale*, Vol 11, N° 22, P 37-66.

Brush, C.G. (2006), *"Women entrepreneurs: A research overview"*, *The Oxford handbook of entrepreneurship*, eds., M. Casson, B.Yeung, A. Basu, and N. Wadeson, 611-28. Oxford: Oxford University Press.

Carrier, C.; Julien, P.A.; Menvielle, W. (2006). *"Un regard critique sur l'entrepreneuriat féminin : une synthèse des études des 25 dernières années"*, *Gestion*, Vol. 31, N° 2, p.36-50.

Chabaud, D.,Lebague, T. (2013). *"Femmes dirigeantes en PME :Bilan et perspectives"* *Revue Interdisciplinaire Management et Humanisme*, N° 7, p.43-60.

Daily, C., Certo, S., and Dalton, D. (1999) "Entrepreneurial ventures as an avenue to the top? Assessing the advancement of female CEOs and directors in the Inc.100," *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 4(1): 19-34.

Evans, D. and L. Leighton (1989), 'Some empirical aspects of entrepreneurship'. *American Economic Review* 79, 519-535.

Fischer, E.M., Reuber, A.R., & Dyke, L.S. (1993). A theoretical overview and extension of research on sex, gender, and entrepreneurship. *Journal of Business Venturing*, 8, 152-168.

GEM (2010), *"Rapport régional du Global Entrepreneurship Monitor -GEM MOAN (Moyen Orient et Afrique du Nord)"*,Canada,Décembre 2010, www.gemconsortium.org.

Greene, P. G., C. G. Brush, and E. Gatewood (2006), "Perspectives on women entrepreneurs: Past findings and new directions in entrepreneurship". In: M. Minniti (ed.): *The Engine of Growth — Volume 1 — Perspective Series*. Praeger Publisher — Greenwood Publishing Group.

Himrane M, (2018), "Les caractéristiques personnelles des femmes entrepreneurs" , North African Review of Economics and Management, Vol 05- N° 01.

Hisrich R. D, Brush, C. (1983), "The Woman Entrepreneur: Implications of Family Educational, and Occupational Experience," in *Frontiers of Entrepreneurial Research*, eds. J. A. Hornaday, J. A. Timmons, and K. H. Vesper (Boston, MA: Babson College, 1983), 255–270.

Hitt, M.A., Ireland, R.D., Camp, S.M., & Sexton, D.L. (2002). *Strategic entrepreneurship: Creating a new mindset*. Oxford: Blackwell Publishing.

Kaplan, E. (1988), 'Women entrepreneurs: Constructing a framework to examine venture success and failure'. In: B. A. Kirchoff, W. A. Long, W. Ed McMullan, K. H. Vesper, and W. E. Wetzell, Jr. (eds.): *Frontiers of Entrepreneurial Research*. Boston, MA: Babson College, pp. 643–653.

Kepler, et Shane S. 2007. Are Male and Female Entrepreneurs Really That Different? Working Paper, Small Business Administration, Office of Advocacy.

Kyrö, p. (2009), "gender lenses identify different waves and ways of understanding women entrepreneurship". *Journal of enterprising culture*, 17(4), 393–418.

Léna Saleh (2011) « l'intention entrepreneuriale des étudiantes : cas du Liban » thèse de doctorat ès nouveau régime science de gestion de l'université Nancy, pp 30–56.

Minniti, M. (2009) « Gender issues in entrepreneurship », *Foundations and Trends in Entrepreneurship*, 5(7–8): 497–621.

Minniti, M., Naudé, W. (2010), "What Do We Know About The Patterns and Determinants of Female Entrepreneurship Across Countries?", *The European Journal of Development Research*, 22, 277–293.

Naude, W.A. (2010) "Entrepreneurship, developing countries and development economics: New approaches and insights". *Small Business Economics Journal* 34(1): 1–12.

Onana F-X, (2006), "Motivations et modes de gestion des femmes entrepreneurs au Cameroun : une étude exploratoire", Thèse en cotutelle pour le Doctorat en Sciences de Gestion, Bordeaux 4, novembre 2006.

Pellegrino, E. T. and B. L. Reece (1982), 'Perceived formative and operational problems encountered by female entrepreneurs in retail and service firms'. *Journal of Small Business Management* 20(2), 15–25.

Schwartz, E. "Entrepreneurship (1976): "A New Female Frontier", *Journal of Contemporary Business* 5, no. 1 (1976): 47–76.

U.S. Bureau of the Census (1977), *Women Owned Businesses* (Washington, DC: U.S. Department of Commerce, Bureau of the Census, 1977).

Verheul, I., L. Uhlaner, and R. Thurik (2005), "Business accomplishments, gender and entrepreneurial self-image". *Journal of Business Venturing* 20(4), 483–518.

Verheul, I., Van Stel, A., Thurik, R. (2006), « *Explaining female and male entrepreneurship at the country level* », *Entrepreneurship & Regional Development* 18(2): 151–183.

William, D. (2004), « Effects of Childcare Activities on the Duration of Self-Employment in Europe », *Entrepreneurship, Theory & Practice*, 28 (5) (2004), pp. 467–485.

Yunus, M. (2007), « The Nobel Peace Prize 2006 Nobel Lecture », *Law and Business Review of the Americas*, 13(2): 267–275.