

L'entrepreneuriat féminin en quête de défis et d'opportunités : Profils, motivations et freins dévoilés.

Female entrepreneurship in search of challenges and opportunities: Profiles, motivations, and barriers revealed.

OUYAHIA Zoubida¹, TOUIL Rachid-sofiane²

¹ Université Oran 2 Mohamed Ben Ahmed, LIDD-RUIS, Algerie, ouyahia.zoubida@univ-oran2.dz

² Université Oran 2 Mohamed Ben Ahmed, LIDD-RUIS, Algerie, ouyahia.zoubida@univ-oran2.dz

Reçu le : 03/02/2023

Accepté le : 20/03/2023

Résumé :

L'entrepreneuriat féminin est un domaine en évolution qui apporte de nombreux avantages pour les femmes et pour l'économie globale. Le but de notre étude est d'établir le profil de la femme entrepreneur en Algérie, ainsi que de comprendre ses motivations et freins à la création de son projet. Cette étude est basée sur une analyse réalisée auprès de femmes entrepreneures en Algérie en 2023. Les résultats ont relevé que les femmes algériennes entreprennent à un âge mature, créent généralement des entreprises individuelles avec un nombre très réduit d'effectifs, est motivée par un fort désir de réussir et par la volonté de s'accomplir. Les femmes entrepreneurs en Algérie ne semblent pas être confrontées à la discrimination ni aux difficultés de financement ou de formation, mais sont frustrées par la bureaucratie qui freine leur activité.

Mots Clés : *Entrepreneuriat féminin, conciliation vie privée-vie famille, chômage, motivations, freins.*

Jel Classification Codes : *J16, J26, M13*

Abstract:

Female entrepreneurship is a growing field that brings many benefits for women and the global economy. The goal of our study is to establish the profile of female entrepreneurs in Algeria and understand their motivations and barriers to starting their projects. This study is based on an analysis of female entrepreneurs in Algeria in 2023. The results showed that Algerian women become entrepreneurs at a mature age, generally create individual businesses with a very small workforce, and are motivated by a strong desire to succeed and a desire for personal fulfillment. Women entrepreneurs in Algeria do not seem to face discrimination or difficulties with financing or training, but are frustrated by bureaucracy that hinders their business activity.

¹ *Auteure correspondant :* OUYAHIA Zoubida, ouyahia.zoubida@univ-oran2.dz

Keywords : *Female entrepreneurship, balancing private life-family life, unemployment, motivation, barriers.*

Jel Classification Codes : *J16, J26, M13*

Introduction :

La littérature sur l'entrepreneuriat féminin se concentre sur l'analyse de la participation des femmes dans le monde des affaires et sur les facteurs qui peuvent les encourager ou les freiner. Les études ont montré que les femmes affrontent de nombreux obstacles tels que la discrimination de genre, la manque de soutien financier et social, ainsi que des stéréotypes de genre persistants. Cependant, il existe également des facteurs qui peuvent favoriser l'entrepreneuriat féminin, tels que l'accès à l'éducation, l'émancipation économique et politique, ainsi que des politiques publiques qui encouragent l'entrepreneuriat féminin. En général, la littérature sur l'entrepreneuriat féminin souligne la nécessité de soutenir les femmes dans leur parcours entrepreneurial afin de réduire les obstacles et de les aider à réaliser leur potentiel en tant qu'entrepreneures.

L'emploi des femmes est un élément crucial pour une croissance économique durable et équitable. Dina Lavoie (1988) définit la femme entrepreneure comme « la femme qui, seule ou avec un ou des partenaire (s), a fondé, acheté ou accepté en héritage une entreprise, qui assume tous les risques et responsabilités financières, administratives et sociales et qui participe quotidiennement à sa gestion courante ». Une autre définition relevée de la littérature la définit comme une femme personne physique, venant d'une situation d'inactivité, de chômage ou de salariée dépendant d'un employeur, qui seule ou en équipe, crée une nouvelle entreprise indépendante en assumant les responsabilités managériales et les risques qui sont liés à la production de richesse envisagé » (Marie-Thérèse Um, Ahmadou Aly, & Félix, 2017).

La thématique des femmes qui entreprennent était encore sous-étudiée (Brush et Cooper, 2012), elle a cependant atteint « une maturité théorique incontestable et fait partie, à part entière, de la recherche académique sur l'entrepreneuriat » (Léger-Jarniou, et al., 2015, p 19). L'entrepreneuriat a évolué (Boutillier et Uzunidis, 2015), et avec lui la motivation des entrepreneurs (hommes et femmes). Il faut attendre les années 2000, pour constater que certains auteurs commencent à investiguer la diversité des femmes qui entreprennent en s'appuyant principalement sur l'étude des facteurs motivationnels. A l'issue de cette analyse, ils proposent les premières typologies d'entrepreneuriat féminin. Par exemple, Bruni, Gherardi, et Poggio (2004) présentent sept groupes de femmes : celles cherchant un emploi suite au chômage, celles considérant l'entrepreneuriat comme une stratégie principale de long terme, celles qui cherchent à contourner le problème de plafond de verre, celles qui cherchent la conciliation travail-famille ainsi que celles qui réintègrent la vie active après avoir quitté leur emploi pour s'occuper de leur famille, celles qui suivent une tradition familiale entrepreneuriale et finalement, la femme féministe. L'entrepreneuriat féminin n'est pas un ensemble homogène. Il regroupe des réalités économiques très diverses. C'est pourquoi, la diversité des trajectoires entrepreneuriales des femmes doit être appréhendée dans sa globalité et dans sa pluralité dans le cadre d'un écosystème entrepreneurial d'ensemble.

L'entrepreneuriat féminin est devenu un excellent dispositif d'intégration de la femme Algérienne dans la vie active, en lui offrant un statut social très important (Benachenou &

Attar, 2022), il constitue une révolution, contre certaines résistances sans valeurs qui font de la femme un être incapable d'entretenir un projet de travail individuel, ou d'aborder le domaine des affaires économiques souvent réservé à l'homme (Ouadah Rebrab, 2016)

Ce qui nous conduit à poser différentes questions liées principalement à la nature des opportunités et des obstacles que représente l'environnement qui façonnent leurs esprits d'entreprendre :

- Quel est le portrait des femmes qui ont réussi à franchir le pas de la création d'entreprise ?
- Quel est le secteur qui attire le plus les femmes entrepreneures ?
- Quelles sont leurs motivations pour créer leur propre entreprise ?
- Quels sont les obstacles auxquels les femmes entrepreneurs ont fait face lors de la création de l'entreprise et au cours de leur gestion quotidienne de leur business ?

Notre recherche présente donc une description de la situation de la femme entrepreneur en Algérie, et ce à l'appui d'une étude faite sur le terrain au titre de l'année 2023

Le but de notre étude est de cerner le profil de la femme entrepreneure Algérienne (âge, niveau d'instruction et les secteurs les plus fréquentés par cette dernière). Ainsi que de développer la réflexion autour de l'entrepreneuriat féminin qui reste encore discret.

1. Marché de l'emploi féminin en Algérie :

La question de l'emploi demeure un défi pour tous les pays, cependant avec des degrés variables. Les pays en développement, dont l'Algérie, sont beaucoup plus touchés par le chômage en général, La population en Chômage au sens du BIT², est estimée à 1 337 000 personnes, atteignant un taux de chômage global de plus de 11% au niveau national, atteignant 9,9% auprès des hommes et 16,6% auprès des femmes. L'amélioration significative de l'éducation des femmes (parfois en avance sur les hommes) n'a pas eu de traduction marquée en termes d'emploi. Le taux affiché de chômage des femmes diplômées de l'enseignement supérieur sont plus déplorables : ils avoisinent les 35%, allant jusqu'à 40% dans certaines régions. En Septembre 2015, la population active du moment, au sens du BIT, a atteint 11,932,000 personnes, avec un volume de la population active féminine atteignant 2 317 000, constituant ainsi 19,4% de l'ensemble de la population active. (Ons, 2015).

En Algérie, le nombre de femmes actives continue de progresser. Cette évolution de l'occupation féminine est sensiblement liée aux changements démographiques et socioculturels constatés depuis les années 1990 ainsi qu'à l'élévation de leur niveau d'instruction. Cependant, les statistiques font apparaître de fortes disparités entre les hommes et les femmes sur le marché du travail avec des écarts qui figurent parmi les plus importants au monde.

En 2020, explique l'économiste Mouloud Hedir, le taux d'emploi des femmes en Algérie se situait à 12.9%, au moment où l'Egypte, la Libye, le Maroc et la Tunisie réussissent des scores respectifs de 17.7%, 25.3%, 21.1% et 20.4%, la moyenne mondiale étant de 45.9%. Aussi, remarque M. Hedir, la participation des femmes actives est « anormalement basse » et place l'Algérie loin de la moyenne des pays sus-cités Dans le même registre, l'économiste fait part de la régression enregistrée dans le taux d'occupation des femmes entre 2016 et 2020,

² Bureau international du travail

lequel passe de 13.9 % à 12.1%. Même constat pour le taux d'activité des femmes, qui chute de 16.9% à 15.4%, ainsi que le taux de chômage féminin passant de 18.2% à 21.5%

Se référant à un document du ministère de la Solidarité sur la charte de la femme travailleuse, on a attribué la faible présence de la gent féminine sur le marché de l'emploi à plusieurs obstacles dont le manque de moyens de transport, le manque de garderies, l'éloignement entre le domicile et le lieu de travail, ainsi que la difficulté d'accès au financement bancaire et aux assiettes foncières pour les entrepreneuses. En effet, L'entreprenariat féminin est considéré comme un outil incontournable de la diversification économique, vite l'Etat a compris ce mécanisme qu'elle soutient cette activité.

Le dispositif ANADE³ déclare qu'il a financé 14% de projets aux femmes, l'ANGEM⁴ a affecté 64% des projets aux femmes ce qui est largement supérieur aux financements accordés aux hommes.

D'un autre coté le CNRC⁵ déclare dans son rapport 2021 que l'entreprenariat féminin en Algérie est loin d'atteindre un niveau appréciable. Les [chiffres du CNRC](#) précisent que les femmes inscrites sous le statut de personnes physiques étaient au nombre de 154 662 sur un total de 1 928 567, soit un taux de 08%. Celles inscrites sous le statut de personnes morales étaient au nombre de 13 894 sur un ensemble de 212 432, soit un taux de 6,5%.

L'organisme déclare aussi le nombre de femmes inscrites au registre du commerce est passé de 136 204 à 160 908, soit une augmentation de 24 704 équivalant à une croissance de 18,1%, ce qui est favorable mais très loin d'atteindre l'objectif du gouvernement qui est d'attendre les 40%.

Certes, la législation algérienne favorise le travail des femmes et leur participation au développement de l'économie, mais le chemin est encore long pour concrétiser cette parité sur le terrain, le taux d'activité des femmes Algériennes est parmi les plus bas de la région MENA, ce qui indique que l'économie Algérienne aurait tout à gagner si les efforts visant à accroître le taux d'activité des femmes étaient couronnés de succès.

2. Méthodologie de recherche :

L'objectif de cette recherche est de dresser un état des lieux sur le profil des femmes entrepreneuses Algériennes et leur entreprise, de connaître leur motivation à aller vers l'entreprenariat et les obstacles qu'elles ont rencontré lors de la création de leur entreprise. Pour atteindre notre objectif, nous avons choisi d'interroger les femme entrepreneuses (Algérie). Le questionnaire a été adressé aux entrepreneuses par voie électronique via les groupes Facebook destinées aux femmes et cheffes d'entreprises et le réseau LinkedIn et Survey Circle.ainsi qu'au niveau des salons d'artisanat. Nous avons conçu deux versions du questionnaire, une version en français et une autre version en arabe. Les répondantes ont reçu les questionnaires Les mois de Janvier /février 2023. Les entrepreneuses ont été appelées à mesurer la motivation de créer leur entreprise ainsi que les freins subis sur une échelle de Likert en cinq points. De pas du tout d'accord à extrêmement d'accord Nous avons collecté au

³ L'Agence Nationale d'Appui et de Développement de l'Entreprenariat, par abréviation ANADE, créée en 1996, est un organisme public à caractère spécifique, doté de la personnalité morale et de l'autonomie financière, placé sous la tutelle du Ministre Délégué auprès du Premier Ministre chargé de la micro-entreprise.

⁴ Agence nationale de gestion du micro-crédit .

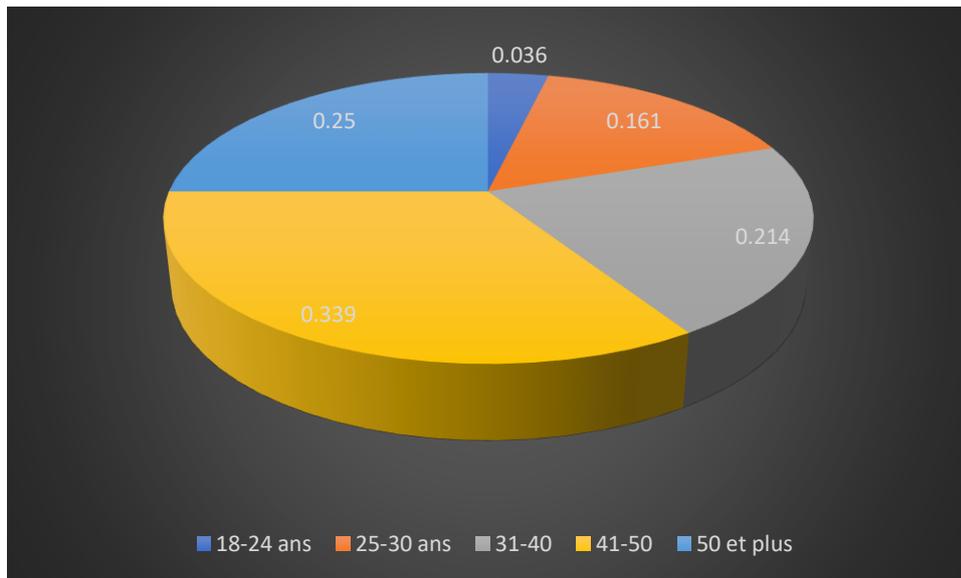
⁵ Le Centre National du Registre du Commerce.

total 127 questionnaires. Douze (12) questionnaires ont été éliminés à cause de la proportion des valeurs manquantes. Ainsi, le nombre final de questionnaires exploitables est de 115 questionnaires.

3. Résultats et discussions :

3.1. Profil de la femme entrepreneure en Algérie

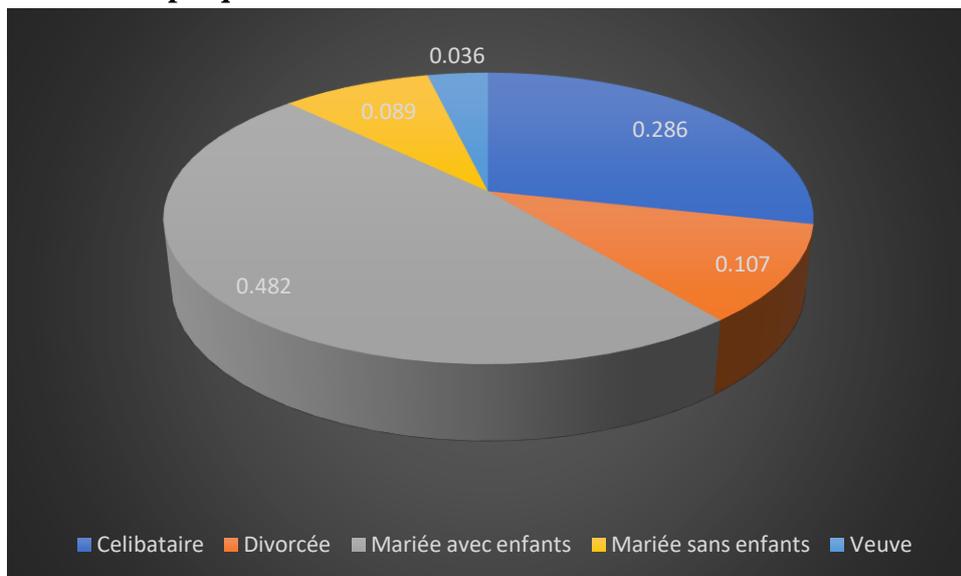
Graphique N° 01 : Age des entrepreneures Algériennes



Source : par les auteurs

3.1.1. **Du point de vue démographique** : d'après notre échantillon, il s'agit de femmes âgées à partir de 31 ans, avec un pourcentage de 80% (Graphique N° 01), la part des créatrices de moins de 30 ans est cependant plus faiblement représentée au sein de notre échantillon avec un pourcentage de 19,7%.

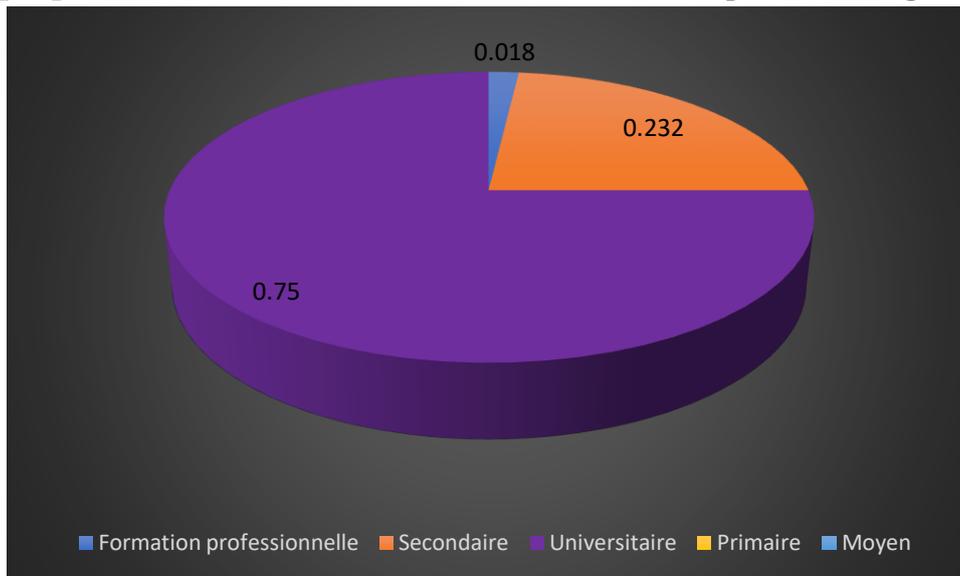
Graphique N° 02 : La situation matrimoniale des femmes entrepreneures



Source : par les auteurs.

La majorité des répondantes sont en couple, ayant des enfants (Figure 2), il apparaît que la majorité des femmes enquêtées (soit 48,2%) ont des enfants, suivi avec les femmes célibataires avec un taux de 28,6%, on compte 10,7% femmes divorcée, et 3,6 % veuves. Neider montrait que les femmes âgées de plus de 50 ans, correspondaient à une première génération des femmes qui avaient créé suite à des crises personnelles (divorce, mort de l'époux, etc.) et celles âgées de moins de 50 ans l'avaient fait afin de poursuivre un désir de satisfaction personnelle. Elle expliquait ces résultats comme l'avènement d'une seconde génération d'entrepreneures.

Graphique N° 03 : Niveau d'instruction des femmes entrepreneures Algériennes



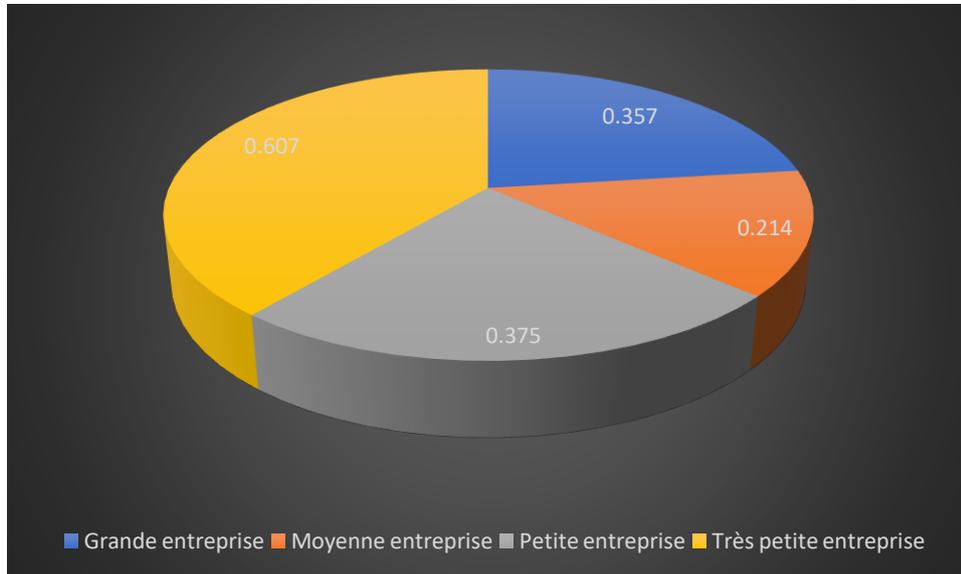
Source : par les auteurs, SPSS v 25

Pour le niveau d'instruction, On remarque que femmes entrepreneures Algériennes sont majoritairement universitaires avec un taux de (75%) suivi par le niveau secondaire (23,2%) et enfin la formation professionnelle avec un taux de (1,8%). Parmi les femmes interrogées il n'y'avait pas d'entrepreneures ayant niveau primaire ou moyen, en effet, Indépendamment de l'expérience professionnelle, le niveau des études joue un rôle en soi : plus il est élevé, plus il est synonyme d'une capacité et une qualification qui permet aux femmes de comprendre les rouages de l'insertion professionnelle et de la création d'entreprise, de rechercher les informations et conseils auprès des bons interlocuteurs et enfin elle permet de dépasser certaines des difficultés inhérentes à la création d'entreprise, qui pourraient ralentir le projet, voire mener à son abandon.

3.2. Profil des entreprises créées par les femmes Algériennes

3.2.1. Forme juridique des entreprises

Graphique N° 04 : Type d'entreprise créées par les femmes Algérienne



Source : par les auteurs, SPSS v 25

Majoritairement des femmes interrogées ont créé de très petites entreprises avec un pourcentage de 77,4% suivi par les petites entreprises avec un taux de 15%, seulement 3,8% des femmes interrogées sont cheffes de moyennes et grandes entreprises. D'après les résultats, plus de 82% des entreprises sont individuelles. La plupart des femmes préfèrent créer des entreprises seules.

3.2.2. Secteur d'activité des entreprises :

Les projets envisagés ou réalisés par les femmes que nous avons interrogées sont très diversifiés. Nous remarquons que les femmes investissent généralement dans les secteurs : services avec un taux de 42,9%, suivi par plus de 20% des femmes qui exercent dans le commerce, 14,3% dans l'artisanat, les secteurs qui n'intéressent pas les femmes sont l'agriculture et l'industrie et les BTP⁶. Avec des taux respectifs de 1,9%,5,4% et 10,7%

Pour les entreprises de services on a pu recenser des femmes qui font de la pâtisserie, cuisines traditionnelle, préparation événementiel, traiteur à la demande, soins et beauté

Nous avons constaté que les femmes entrepreneures qui sont dans le BTP, c'est généralement une société familiale ou un héritage, et parfois gérés conjointement avec le mari, d'autres exemple tel que l'hôtellerie, la restauration, ainsi que l'industrie, des secteurs où la femme algérienne ne s'y aventure pas seule, selon les réponses des femmes interrogées.

⁶ Bâtiments et travaux publics

On retrouve aussi les femmes entrepreneures algériennes à la tête de cabinets de formation et de consulting, école de langues ou de cours de soutiens ainsi que dans des professions libérales.

Les femmes se lancent aussi dans le commerce particulièrement sur internet : prêt à porter, cosmétiques, lingerie...etc

La majorité des femmes interrogées (46 ,4%) sont à la tête d'entreprise depuis plus de 6 ans, et plus de 28% ont des entreprises entre 3 et 6 ans, cela veut dire que ces femmes détiennent des projets réussis et déclarent même être très satisfaites de leur projet avec un taux de 76,8%.

3.4.Les motivations pour créer sa propre entreprise

Les motivations ayant déclenché la démarche de création plus rentable (Arenius et Minniti, 2005),soit suite à la difficulté de trouver un emploi stable et suffisamment rémunérateur, soit parce qu'elle espère gagner davantage, Cependant, comparées aux hommes, les femmes ont plus de barrières face à l'emploi. Elles sont, comme le montre une étude de l'Organisation Internationale du Travail (ILO, 2004), les dernières à être embauchées et les premières à être licenciées (Elam et Terjesen, 2010). Certaines recherches montrent qu'il y a plus d'entrepreneures dans les pays en développement que dans les pays développés (Minniti et al., 2006). Une part de ce résultat peut sans doute s'expliquer par la difficulté pour les femmes de trouver un emploi dans des pays où elles sont reléguées à des activités domestiques. Souvent moins instruites, elles trouvent le moyen de s'insérer dans l'économie locale au travers de l'entrepreneuriat (Ascher, 2012).

Certains auteurs partagent l'idée que les femmes des pays en voie de développement seraient plus tournées vers la création par nécessité, contrairement aux femmes des pays développés plus enclines à créer des entreprises par opportunité.

la motivation fait parfois référence à un désir profond d'épanouissement professionnel et personnel, Ainsi, (Verstraete et Saporta, 2006) montrent également que le besoin de réalisation, la possibilité de créer son propre emploi, ou le désir d'autonomie, sont souvent au premier rang des facteurs de motivation, et qui peut même survenir après un divorce ou la perte de son conjoint.

La motivation de créer son entreprise reflète également une volonté de quitter l'environnement de travail qui n'est pas compatible avec sa vie familiale, la conciliation travail-famille, s'avère un facteur important de motivation pour certaines femmes (Buttner et Moore, 1997). Des recherches supplémentaires présentent l'idée que les femmes entreprennent plus par volonté que par nécessité, en fonction du style de vie qu'elles désirent et par rapport aux arrangements familiaux (Hakim, 2000).

l'approche push/pull reste encore la plus utilisée dans les études de motivation entrepreneuriale (Williams et Williams, 2012 ; Eijdenberg et Masurel, 2013),

Pour Ducheneaut (1997), les facteurs push qui motivent les femmes sont l'insatisfaction au travail (plafond de verre inclus), la nécessité économique et le besoin de flexibilité. De leur côté, Moul et Anderson (2005) mettent en avant l'insuffisance des revenus, l'insatisfaction dans le travail, le chômage et la nécessité d'équilibrer les responsabilités professionnelles et familiales. Concernant les facteurs motivationnels pull, les auteurs s'accordent principalement sur leur caractère intrinsèque comme : le désir d'indépendance, le besoin de réalisation, l'attrait de la richesse ou du statut. Ainsi, Holmen et al. (2011) mettent en avant la découverte d'une opportunité d'affaires, le désir d'indépendance, le désir d'épanouissement personnel, la

réalisation de soi et une plus grande satisfaction dans le travail. Il en est de même pour Jennings et Brush (2013) pour qui les facteurs pull se manifestent par le désir d'indépendance, d'épanouissement personnel, et la recherche de revenus (D'andria& Gabarret, 2016)
 Les principales motivations repérées par les auteurs en entrepreneuriat féminin ont été récapitulées dans le Tableau N°01.

Tableau 01. Principaux facteurs de motivation entrepreneuriale féminine

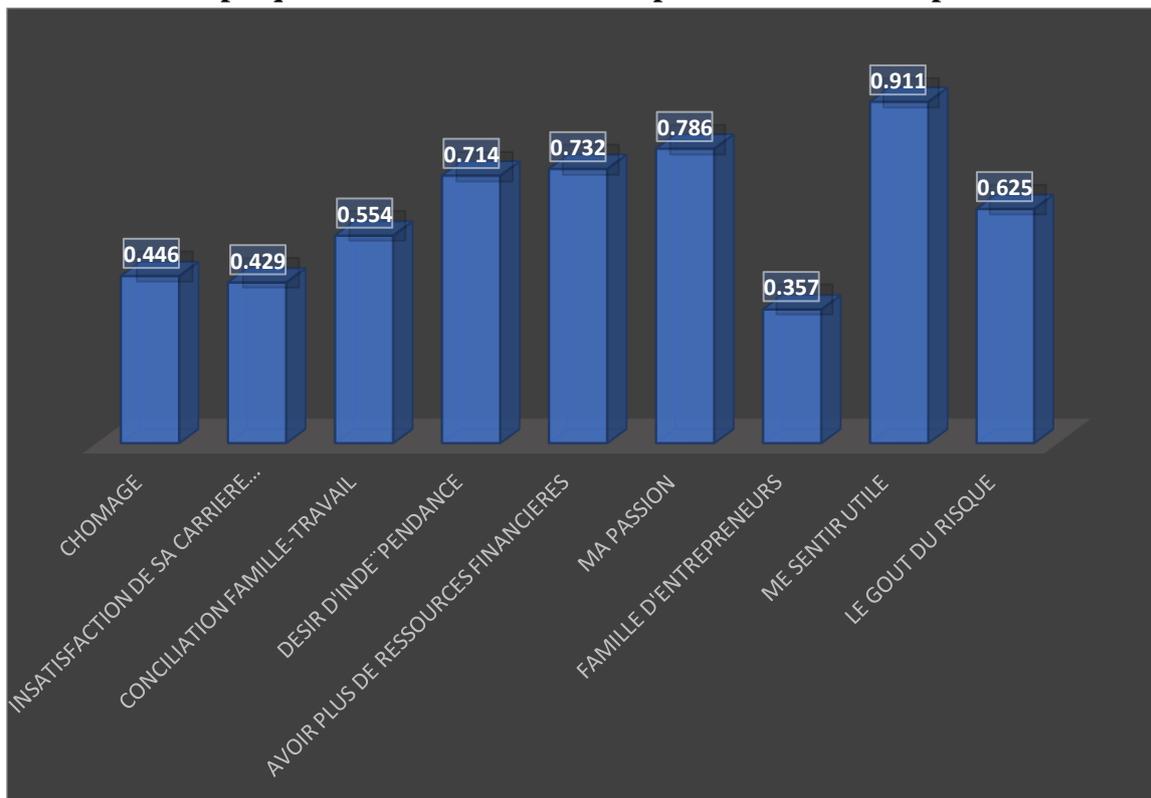
Auteurs	Principaux facteurs motivationnels des femmes
Hisrich (1986)	Désir d'indépendance, de réalisation, de satisfaction au travail, d'accomplissement de soi, d'indépendance financière, de combler l'ennui d'être une femme au foyer, réponse à une nécessité économique
Buttner et Moore (1997)	Désir de relever un défi, d'autodétermination, de conciliation travail-famille, réponse à une frustration face aux possibilités d'avancement de carrière, à la discrimination
Tzemah (2000)	Développement personnel, nécessité économique, désir de réalisation, sur les conseils d'amis ou de la famille, haut degré d'estime, besoin de créativité
Hughes (2006)	Désir d'indépendance, de liberté, d'être son propre patron, de relever un défi, d'opportunité financière, d'équilibre travail-famille, d'horaires flexibles, réponse au chômage, possibilité de travailler à domicile, possibilité de gagner plus d'argent, reconnaissance d'un travail rémunéré
Simonin (2006)	Désir d'indépendance, d'accomplissement de soi, passion pour l'initiative, envie de générer des revenus, d'un statut social, d'exercer un pouvoir, pour pallier un faible revenu familial, en réponse à une insatisfaction de salaire, à des difficultés à trouver un emploi, meilleure conciliation travail-famille
Humbert et Drew (2010)	Désir d'indépendance, recherche de satisfaction, désir de relever un défi, opportunité de marché, envie de gagner plus d'argent, conciliation travail-famille, rêve d'être entrepreneur

Davis et Abdiyeva (2012)	(En contexte d'économie en développement) Se créer son propre emploi, besoin de trouver des revenus pour échapper à la pauvreté, besoin de subsistance
McGowan et al. (2012)	Désir de relever un défi, de s'accomplir, d'être son propre patron, d'avoir une meilleure conciliation entre vies professionnelle et personnelle, insatisfaction au travail

Source : (D'andria& Gabarret, 2016).

Loarne-Lemaire et al. (2012). Les auteures distinguent six profils de femmes : la femme qui entreprend après avoir eu des enfants, celle qui entreprend après avoir été au chômage, l'étudiante entrepreneur, la femme cadre à la recherche de plus de temps pour soi, la femme aventurière à la recherche d'un nouveau défi et la « business women » qui entreprend après la cinquantaine.

Graphique N° 05 : Les motivations pour créer son entreprise



Source : par les auteurs, SPSS v 25

D'après les résultats, la majorité des femmes interrogées ont créé leur entreprise (91,1%) pour se sentir utiles et renforcer leur estime personnelle et professionnelle, en prenant des responsabilités, en décidant de leur avenir et en s'affirmant à travers leurs réussites ou échecs. Certaines femmes (78,6%) ont créé leur entreprise pour poursuivre leur passion, comme la pâtisserie, la cuisine ou la couture. D'autres (44,6%) ont créé leur entreprise pour échapper à l'incertitude du marché du travail en raison d'une part de la persistance du chômage, elles sont

fatiguées et éprouvent un sentiment de lassitude par rapport au marché de travail qui leur semblent précaire, le travail indépendant devient un refuge, soutenu par les dispositifs d'aide publics, et peut émerger comme une solution en période d'érosion de la société salariale. D'une autre part pour insatisfaction de leur carrière professionnelle, pour obtenir une stabilité financière. Certaines cherchent également à augmenter leurs ressources financières (73,2%).

Un autre groupe de recherche a étudié des femmes qui, ont fait cette transition d'une carrière professionnelle à la création d'entreprise. Les raisons peuvent être liées à l'insatisfaction au travail y compris le plafond de verre et qui recherchent l'épanouissement et l'indépendance et ressentent l'envie de s'impliquer et d'exprimer leur créativité (Badia, Brunet, & Kertudo, 2013)

Près de 71,4% des femmes ont répondu être motivée par le désir d'indépendance ; le résultat d'une personnalité autonome et forte, d'un caractère ne supportant pas le cadre contraignant de la hiérarchie. Le désir de liberté est clairement revendiqué. La femme veut être son propre patron, créer son propre cadre de travail et ne pas être soumise.

55,4% des femmes de notre échantillon recherchent aussi l'équilibre travail-famille comme est le cas des mampreneurs, Comme l'indiquent Loarne-Lemaire et al. (2012) dans leur livre au titre évocateur « Femme et entrepreneur, c'est possible », certaines femmes se lancent dans la création de leur entreprise afin de concilier vie familiale et vie personnelle, Pour Cromie (1987), l'entrepreneuriat est un moyen pour les femmes de répondre simultanément à leurs propres besoins de carrière et à ceux de leurs enfants.

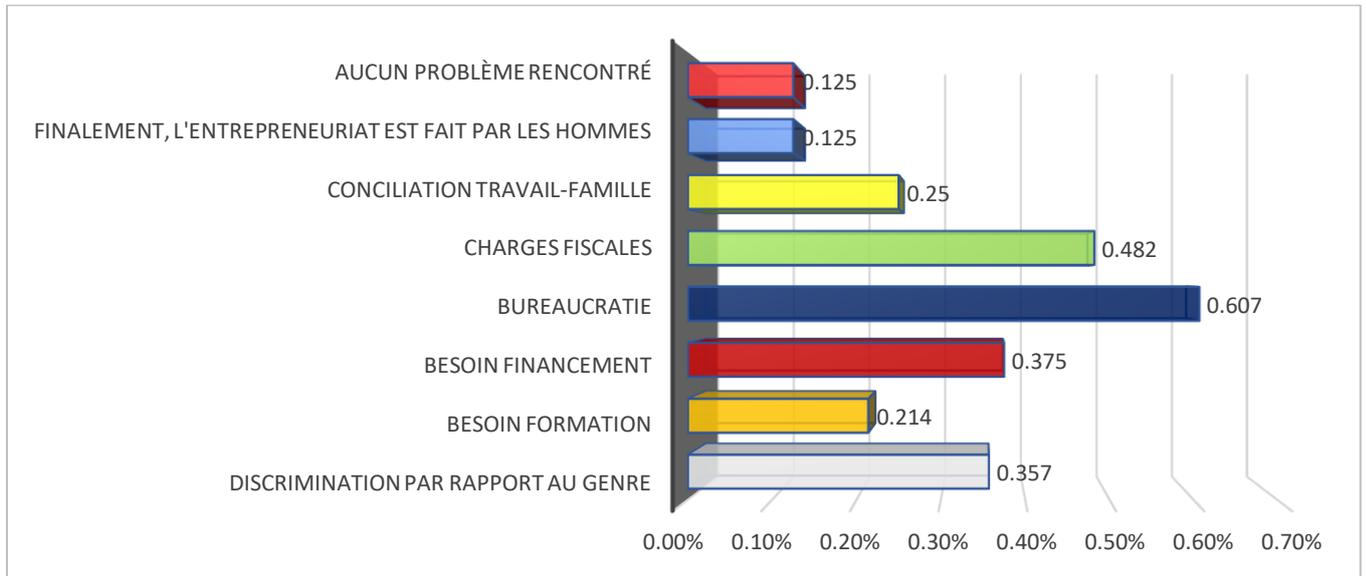
C'est aussi ce que souligne Simonin (2006) qui stipule que les femmes choisissent une carrière entrepreneuriale en raison de l'autonomie et de la souplesse qu'elles y trouvent. Peu satisfaites de leur carrière en entreprise, elles perçoivent l'entrepreneuriat comme un outil pour ajuster leur carrière à leurs « devoirs » familiaux. Selon Hugues (2006), ce groupe d'entrepreneures qu'elle désigne comme « entrepreneures travail-famille » comprend les personnes qui citent : « l'équilibre travail-famille », les « horaires flexibles », « la possibilité de travailler à la maison » comme principaux facteurs de motivation

Selon Winn (2004 , p144) les femmes avec de jeunes enfants sont de plus en plus à quitter la population active pour devenir mères à temps plein, certaines femmes choisissent de ne pas redevenir employées et préfèrent créer leur propre entreprise, afin d'avoir un meilleur équilibre entre travail et famille. Il y a une littérature grandissante sur les "mampreneurs", considérées comme des nouvelles figures en entrepreneuriat féminin. Ce terme, qui signifie "maman et entrepreneur" (Cobe et Parlapiano, 2002), prend en compte une nouvelle réalité d'entrepreneuriat où les entreprises et les enfants sont conçus en même temps. Les mampreneurs se considèrent à la fois comme des mères et des femmes d'affaires, et elles créent une entreprise pour trouver un équilibre professionnel et personnel difficile à obtenir dans le salariat. Leur opportunité d'affaires est souvent liée à leur expérience de maternité. Selon Korsgaard (2007), la motivation principale des mampreneurs est de concilier leur vie professionnelle et familiale en trouvant un équilibre entre leur carrière et les besoins de leur famille tout en ayant une expérience de travail intéressante (D'Andria, 2014).

3.5. Les freins et les obstacles rencontrés par la femme Algérienne pour créer son entreprise.

Le graphe ci-dessus montre que chaque facteur est susceptible de freiner le projet entrepreneurial féminin, seulement par des degrés différents. Il trace une vue d'ensemble sur les difficultés et les obstacles au développement de l'entrepreneuriat féminin en Algérie.

Graphique N° 06 : Les freins à la création d'entreprise



Source : par les auteurs, SPSS v 25

Les femmes peuvent avoir du mal à accéder à des postes de responsabilité du fait que certains pensent que la nature du travail ne convient aux femmes. S'ajoute à cela les stéréotypes de genre et les représentations sociales liées à la place et le rôle de la femme dans la société (Barry & Dandachli, 2020). Mais dans notre échantillon, les femmes interrogées ne semblent pas rencontrer ce type de discrimination du genre. Seulement 35,7% déclarent subir une discrimination.

Au sein de notre échantillon, les femmes ne sont pas très d'accord que la complexité de recours au moyens financiers soient un frein, elles n'estiment pas aussi qu'il y'aurait un manque de formation, 78,-% des femmes ne sont pas d'accord que le manque de formation constitue un frein, d'ailleurs l'état fait des actions dans ce sens afin d'encourager la femme à s'engager dans l'entrepreneuriat en lui accordant des sessions de formation sur l'acquisition des capacités de gestion dans ce domaine et l'acquisition de moyens financiers par des organismes publics tel que l'ANADE (ex ANSEJ), pour 70% des femmes interrogées la bureaucratie est un réel handicap et constitue un frein majeur. Les réponses des femmes interrogées sont partagées entre celles qui sont d'accord et celles en désaccord avec le fait que les charges fiscales sont considérées comme frein.

Huit mythes repérés par Brush et al. (2001) sur les femmes qui entreprennent, l'un des tout premier a été d'associer implicitement l'entrepreneuriat au genre. Dès lors, l'entrepreneuriat étant perçu originellement comme une question d'hommes. 87,5% des femmes interrogées ne sont pas d'accord que finalement l'entrepreneuriat est fait pour les hommes.

La personnalité des femmes, et plus précisément leur « propension au risque », leur désir d'indépendance et d'accomplissement constitue le levier principal à l'accomplissement des projets. Les femmes qui, au sein de notre échantillon, ont à ce jour effectivement créé leur entreprise, se décrivent toutes comme des optimistes et peuvent même concurrencer des hommes.

La perméabilité de la sphère professionnelle, familiale et personnelle rend certains arbitrages difficiles et incite les femmes à changer constamment leurs priorités, ce qui se produit souvent à leur désavantage, et s'exerce souvent au détriment de la sphère professionnelle et du projet entrepreneurial : Les projets de carrière du conjoint, la naissance et l'éducation des enfants sont des facteurs qui peuvent nuire à un projet d'entreprise. Mais pour les femmes de notre échantillon la conciliation de la vie de famille avec la vie professionnelle ne semble pas freiner son projet, 25% des femmes seulement sont d'accord que la conciliation leur pose problème. 16,1% des femmes interrogées déclarent ne rencontrer aucun problème lors de la création de leur entreprise.

3.6.L'effet des données sociodémographiques sur la motivation des entrepreneures à créer leur entreprise

Analyser l'effet des données sociodémographiques sur la motivation à créer son entreprise suppose de faire jouer à chaque fois trois variables, que sont : l'âge, la situation matrimoniale, Niveau d'instruction par les répondantes.

Afin de vérifier que la motivation à créer son entreprise dépend des données sociodémographiques, nous avons procédé au test du khi-deux. Celui-ci calcule, dans un premier lieu la distance entre le tableau observé et celui attendu si les deux variables étaient indépendantes à travers la valeur statistique du khi-deux (χ^2). Dans un second lieu, le nombre de degrés de libertés du test (ddl). Et en dernier, la valeur asymptotique (p-value) qui indique la probabilité d'obtenir une valeur du χ^2 sous l'hypothèse d'indépendance.

Tableau N°02 : Test khi-deux (χ^2).variables sociaux démographique et facteurs de motivation pour crée entreprise

Motivations	Age			Situation matrimoniale			Niveau d'instruction		
	Value	ddl	Asymptotic Significance (2-sided)	Value	ddl	Asymptotic Significance (2-sided)	Value	ddl	Asymptotic Significance (2-sided)
Chômage	20,965 ^a	16	,180	12,117 ^a	16	,736	17,051 ^a	8	,030
Insatisfaction de la carrière professionnelles	14,345 ^a	16	,553	20,660 ^a	16	,192	3,794 ^a	8	,875
Conciliation travail-famille	17,856 ^a	16	,332	24,938 ^a	16	,071	11,877 ^a	8	,157
Indépendance	14,927 ^a	16	,530	14,587 ^a	16	,555	9,254 ^a	8	,321
De meilleures ressources financières	21,708 ^a	16	,153	16,722 ^a	16	,404	6,654 ^a	8	,574
passion	11,042 ^a	16	,807	10,774 ^a	16	,823	3,019 ^a	8	,933
Famille d'entrepreneurs	20,208 ^a	16	,211	19,302 ^a	16	,253	6,668 ^a	8	,573
Se sentir utile	8,630 ^a	16	,928	11,083 ^a	16	,804	5,370 ^a	8	,717
Le gout du risque	18,624 ^a	16	,289	10,383 ^a	16	,846	8,694 ^a	8	,369

Source : les auteurs, SPSS V25

L'examen du khi-deux nous a révélé qu'il existe une dépendance significative entre la motivation de créer son entreprise à cause du chômage et le niveau d'instruction (p-value calculé est inférieur à la valeur retenue : P-value calculé 0.03 ; P-value retenue= 0,05). Nous déduisons que vu que la majorité des répondantes sont des universitaire, et c'est la tranche d'Age la plus touchée par le chômage, ce groupe de femmes se dirigent vers l'entrepreneuriat et optent pour la création de leur propre entreprise pour fuir le chômage pour conclure la motivation de créer son entreprise à cause du chômage est dépendante du niveau d'instruction, contrairement à l'âge et la situation matrimoniale, d'après les résultats , la valeur asymptotique est non significative. Nous pouvons conclure qu'il n'y a pas de relation

entre ces deux facteurs et tous les types de motivations des entrepreneures à créer leur entreprise.

3.7.Effet des variables Age, niveau d'instruction, situation matrimoniale ainsi que le type d'entreprise, secteur d'activité et sa forme juridique sur les freins rencontrés par les entrepreneures.

Comme aucune relation de dépendance n'a été trouvée entre les variables sociodémographiques de l'entrepreneur (âge, situation matrimoniale, et niveau d'instruction) à travers la statistique du khi-deux (χ^2). Nous avons choisi de présenter un tableau (Tableau N°03) qui illustre uniquement l'effet des variables liées à l'entreprise et les obstacles rencontrés.

Tableau N°03 : effet du type d'entreprise, secteur d'activité et forme juridique de l'entreprise sur les freins rencontrés

Les freins rencontrés	Type d'entreprise(taille)			Secteur d'activité			Forme juridique		
	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Discrimination /Genre	56,938 ^a	40	,04	35,374 ^a	20	,018	10,237 ^a	5	,069
Besoin formation	60,300 ^a	40	,021	41,119 ^a	20	,004	4,417 ^a	5	,491
Besoin financement	35,297 ^a	40	,682	67,321 ^a	20	,000	1,832 ^a	5	,872
Bureaucratie	52,039 ^a	40	,096	75,947 ^a	20	,000	8,733 ^a	5	,120
Charges fiscales	43,040 ^a	40	,342	48,674 ^a	20	,000	16,800 ^a	5	,005
Conciliation famille-travail	40,749 ^a	32	,138	15,155 ^a	16	,513	14,341 ^a	4	,006
Finalement l'entrepreneuriat est fait pour les hommes	60,264 ^a	40	,021	47,527 ^a	20	,000	2,832 ^a	5	,726
Aucun problème	66,632 ^a	40	,005	34,281 ^a	20	,024	7,500 ^a	5	,186

Source : fait par les auteurs SPSS v25

L'examen du khi-deux nous a révélé qu'il existe une dépendance très significative entre le secteur d'activité et la taille de l'entreprise avec les freins rencontrés lors de la création de son entreprise le niveau d'instruction (p-value calculé est inférieur à la valeur retenue : 0,05. Nous déduisons que le secteur d'activité et le taille de l'entreprise ont un impact sur les obstacles

rencontrés par exemple les industries traditionnellement dominées par les hommes, telles que la technologie ou les finances, peuvent présenter des obstacles plus importants pour les femmes entrepreneurs, tandis que les secteurs plus favorables aux femmes, tels que la santé ou l'éducation, peuvent offrir moins de défis. De plus, l'accès au financement et aux ressources, à la formation, et les charges fiscales peut varier considérablement selon les secteurs et taille de l'entreprise, quant à l'impact de la forme juridique, la valeur asymptotique est non significative. Nous pouvons conclure qu'il n'y a pas de relation entre la forme juridique et les obstacles rencontrés.

Conclusion :

Notre étude a cherché à établir une compréhension sur l'entrepreneuriat féminin en Algérie en étudiant les femmes entrepreneurs. Nous avons constaté que les femmes se tournent vers l'entrepreneuriat à un âge mûr et créent généralement des entreprises individuelles avec peu de personnel. Leur motivation peut être due à la nécessité ou à un désir d'échapper à la précarité de l'emploi, particulièrement dans les pays en développement tels que l'Algérie. Certaines femmes cherchent à s'accomplir et trouvent une réalisation dans l'entrepreneuriat, tandis que d'autres cherchent un moyen de concilier travail et vie familiale. Les femmes algériennes tendent à se tourner vers les services, le commerce et l'artisanat pour leur projet professionnel, tandis que d'autres opèrent dans les secteurs de la construction, de l'agriculture, de l'industrie, de l'hôtellerie et de la restauration lorsque c'est un projet familial. Les femmes entrepreneures Algériennes ne considèrent pas la formation et les ressources financières comme frein contrairement à la bureaucratie qui ralentit leur motivation et ambitions.

L'âge peut influencer la motivation car les plus jeunes entrepreneurs peuvent être plus audacieux et plus disposés à prendre des risques, tandis que les entrepreneurs plus âgés peuvent avoir plus d'expérience et de ressources financières.

La situation matrimoniale peut également jouer un rôle car les entrepreneurs célibataires peuvent être plus libres pour se consacrer à leur entreprise, tandis que les entrepreneurs mariés et ayant des enfants peuvent avoir des obligations supplémentaires qui les motivent à créer une source de revenu stable, ou recherchent la conciliation travail-famille.

Le niveau d'instruction peut également être un facteur de motivation car un diplôme universitaire peut donner aux entrepreneurs plus de confiance en leurs capacités et une meilleure compréhension des marchés et des opérations commerciales, tandis qu'un manque de formation peut les inciter à compenser ce déficit en créant leur propre entreprise.

Le secteur d'activité de l'entreprise peut avoir un impact sur les freins rencontrés lors de la création d'une entreprise. Les différents secteurs peuvent présenter des défis et des opportunités différents pour les entrepreneurs. Par exemple, les industries traditionnellement dominées par les hommes, telles que la technologie ou les finances, peuvent présenter des obstacles plus importants pour les femmes entrepreneurs, tandis que les secteurs plus favorables aux femmes, tels que la santé ou l'éducation, peuvent offrir moins de défis. De plus, le niveau de concurrence, de réglementation et d'accès au financement et aux ressources peut varier considérablement selon les secteurs, ce qui peut impacter la facilité de démarrer et de faire croître une entreprise. Il est donc important pour les entrepreneurs de considérer les défis et opportunités spécifiques du secteur dans lequel ils entrent lors de la création d'une entreprise.

Le type et la taille d'une entreprise peuvent également avoir un impact sur les freins rencontrés lors de la création d'une entreprise. Par exemple, créer une petite entreprise peut être moins difficile que de créer une grande corporation, car les petites entreprises ont souvent des coûts de démarrage plus faibles et font face à moins de réglementation. Cependant, les petites entreprises peuvent également rencontrer des défis plus importants en termes d'accès au financement et aux ressources par rapport aux entreprises plus grandes. D'un autre côté, certains types d'entreprises, comme celles dans les industries à haut risque ou celles qui nécessitent un investissement considérable, peuvent rencontrer des obstacles plus importants à l'entrée. De plus, les entreprises plus grandes peuvent également faire face à des défis liés à la bureaucratie et à la navigation des réglementations complexes. En général, le type et la taille d'une entreprise peuvent affecter les défis rencontrés au cours du processus de création et de croissance, et les entrepreneurs devraient considérer ces facteurs lors de la création d'une entreprise.

Les transformations familiales (divorce, décès mari, naissance des enfants....) ont des conséquences sur les décisions et la création d'une entreprise. Comme le montre l'article de Ronsen (2014), feront l'objet de nos études futures, ainsi que l'impact de l'âge et le niveau d'instruction sur la réussite du projet et le degré de satisfaction de l'entrepreneure.

Recommandations :

En Algérie, il est important de promouvoir la culture de l'entrepreneuriat féminin en offrant un environnement favorable à la création d'entreprises dirigées par des femmes. Cela peut être réalisé en simplifiant les procédures administratives pour la création d'entreprises, en offrant un accès plus facile au financement pour les femmes entrepreneurs, et en les soutenant pour développer leurs activités et pénétrer de nouveaux marchés. Il est également crucial de favoriser l'émergence et le suivi des initiatives économiques des femmes en proposant des programmes d'accompagnement qui leur permettront de mieux comprendre les enjeux de l'entrepreneuriat et de surmonter les obstacles qu'elles pourraient rencontrer sur leur chemin. Grâce à ces mesures, l'Algérie pourra encourager les femmes à devenir des actrices clés du développement économique du pays.

Référence :

- ASCHER, J. (2012), « Female Entrepreneurship : An Appropriate Response to Gender Discrimination », *Journal of Entrepreneurship, Management and Innovation (JEMI)*,. 8(4), p. 97-114
- ARENIUS P., MINNITI M. (2005), “Perceptual Variables and Nascent Entrepreneurship”, *Small Business Economics*, Vol. 24, p. 233-247.
- BRUSH, C., COOPER, S. Y. (2012), « Female Entrepreneurship and Economic Development: An International Perspective », *Entrepreneurship & Regional Development: An International Journal*, vol. 24, n° 1-2, pp. 1-6.
- BRUNI, A., GHERARDI, S., POGGIO, B. (2004) ‘Entrepreneur-mentality, gender and the study of Women Entrepreneurs’, in *Journal of Organizational Change Management*, 17(3), p 256-268.
- D’ANDRIA, A. (2014), « Un éclairage sur le processus entrepreneurial des mampreneurs. Étude exploratoire de leur dynamique effectuale », *Revue de l’entrepreneuriat*, 13(1), p. 11-33
- D’ANDRIA, A., & GABARRET, I. (2016). Femmes et entrepreneurs : trente ans de recherches en motivation entrepreneuriale féminine. *Revue de l’Entrepreneuriat*, 3(15), p. 87-107.
- BADIA, B., BRUNET, F., & KERTUDO, P. (2013). Les freins et obstacles à l’entrepreneuriat féminin, *FORS-Recherche Sociale*, 4(208), p. 7-57.
- BARRY, A., & DANDACHLI, D. (2020). *L’emploi des jeunes et des femmes en Algérie: Obstacles et opportunité*. Education For Employment.
- BENACHENOU, F., & ATTAR, A. (2022, Juin). Réalité et difficultés de L’entrepreneuriat féminin en Algérie. *Les Cahiers du MECAS*, 18(2), p. 242-256.
- BOUTILLIER, S. & UZUNIDIS, D. (2015). De la société salariale à la société entrepreneuriale ou la création d’entreprises au secours de l’emploi: Une analyse critique. *La Revue des Sciences de Gestion*, 275-276, 23-31. <https://doi.org/10.3917/rsg.275.0023>
- BUTTNER, E. H., MOORE, D. P. (1997), « Women’s organizational exodus to entrepreneurship: Self-reported motivations and correlates with success », *Journal of Small Business Management*, 35(1), p. 34-46
- BRUSH C., COOPER S.Y. (2012), « Female Entrepreneurship and Economic Development: An International Perspective», *Entrepreneurship & Regional Development: An International Journal*, vol. 24, n° 1-2, p. 1-6
- CROMIE, S. (1987), « Motivations of Aspiring Male and Female Entrepreneurs », *Journal of Occupational Behavior*, 8(3), p. 251-261.
- COBE, P., PARLAPIANO, E. H. (2002), *Momprenuers. A Mother’s practical Step-by-Step. Guide to Work at Home Success*, 2nd ed., New York, Perigee Books.
- DAOUDI-TAMOUD, M. (s.d.). *Entrepreneuriat et employabilité des femmes dans l’économie verte. Egalité des genres dans la préservation de l’environnement, économie verte et développement*.

- DUCHENEAUT, B. (1997), « Women entrepreneurs in SME's », OECD, Conference on Women Entrepreneurs in Small and Medium Enterprises: A Major Force for Innovation and Job Creation. Paris, France.
- ELAM, A., TERJESEN, S. (2010), « Gendered Institutions and Cross-National Patterns of Business Creation for Men and Women », *European Journal of Development Research*, n° 22, p. 331-348
- EIJDENBERG, E., MASUREL, E. (2013), « Entrepreneurial Motivation in a Least Developed Country: Push Factors and Pull Factors among Mses in Uganda », *Journal of Enterprising Culture*, 21(1), p. 19-43
- HAKIM, C. (2000), *Work-Lifestyle Choices in the 21st Century*. Oxford, Oxford University Press.
- HUGHES, K. D. (2006), « Exploring Motivation and Success among Canadian Women Entrepreneurs », *Journal of Small Business and Entrepreneurship*, 19(2), p. 107-120.
- HOLMEN, M., MIN, T. T. (2011), « Female Entrepreneurship in Afghanistan », *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 16(3), p. 307-331.
- KORSGAARD, S. (2007), « Mompreneurship as a challenge to the growth ideology of entrepreneurship », *Kontur*, 16(1), p. 42-45
- LAVOIE, D., (1988), *les entrepreneurs, pour une économie Canadienne renouvelée, conseil consultatif canadien sur la situation de la femme*, OTTAWA. p.3.
- LEGER-JARNIOU, C., NELSON T. ET CHASSERIO S. (2015), « Perspectives francophones sur les femmes entrepreneurs : au-delà des approches comparatives, vers une approche compréhensives », *Revue de l'Entrepreneuriat*, vol.14, n°2-3, p. 19-30.
- Marie-Thérèse Um, N., Ahmadou Aly, M., & Félix, Z. (2017). *L'économie informelle, L'entrepreneuriat et l'emploi*. Les éditions JFD Inc
- MINNITI, M., ALLEN, E., LANGOWITZ, N. (2006), *The 2005 Global Entrepreneurship Monitor Special Topic Report: Women in Entrepreneurship*, Center for Women Leadership, Babson College.
- MOULT, S., ANDERSON, A. (2005), « Enterprising Women: Gender and Maturity in New Venture Creation and Development », *Journal of Enterprising Culture*, 13(3), p. 255-271.
- NEIDER, L. (1987), « A preliminary investigation of female entrepreneurs in Florida », *Journal of Small Business Management*, 25(3), p. 22-28.
- OUADAH Rebrab, S. (2016). *L'entrepreneuriat féminin en Algérie, Etude statistique sur la dispersion de l'entrepreneuriat féminin en Algérie. Revue d'économie et de statistiques appliquées*, 13(1), p. 256-266.
- RONSEN, M. (2014), « Children and family: A barrier or an incentive to female self-employment in Norway? », *International Labour Review*, 153(2), p. 337-349
- SIMONIN, M. (2006), « Women entrepreneurship », *Business Strategy and International Business*, Helsinki University of Technology, p. 91-167
- VERSTRAETE, T., SAPORTA, B. (2006). *Création d'entreprise et entrepreneuriat*. Les Editions de l'ADREG
- WILLIAMS, N., WILLIAMS, C. (2012), « Evaluating the socio-spatial contingency of entrepreneurial motivations: A case study of English deprived urban neighbourhoods », *Entrepreneurship & Regional Development*, vol. 24, n° 7-8, p. 661-684

WINN, J. (2004), « Entrepreneurship: Not an easy path to top management for women », *Women in Management Review*, 19 (3), p. 143-153.