

L'entrepreneuriat féminin en Algérie, Entre les exigences du changement social et les stéréotypes du genre.

CHALAL Ferroudja

Maitre assistante « A » Département des sciences sociales
Université de Bejaia, Algérie.

Résumé :

Cet article traite le sujet de l'entrepreneuriat féminin en Algérie entre les exigences du changement social et les stéréotypes du genre. Nous avons procédé d'abord par une définition minutieuse de la femme entrepreneure comme étant un acteur socioéconomique émergent suite à un ensemble de facteurs qui ont marqué l'évolution et le changement social en Algérie dont une analyse de la dimension genre nous a été exigé du fait que la femme est un membre crucial de la société autour duquel s'articule toute la vie sociale. La situation concrète de l'entrepreneuriat féminin est présentée sous forme de données statistiques récentes. Nous avons détaillé celles de Bejaia en raison de leur disponibilité. Un portrait d'une femme entrepreneure exerçant dans la même wilaya sera exposé comme une récapitulation finale.

Mots clés :

Travail féminin, entrepreneuriat, femme entrepreneure, changement social, stéréotypes de genre, création d'entreprises.

الملخص:

تتناول هذه المقالة موضوع المقاتلاتية النسائية في الجزائر بين مطالب التغيير الاجتماعي والقوالب النمطية للجنسين. شرعنا أولا بتعريف دقيق للمرأة المقاتلة بصفاتها ناشطة اجتماعية واقتصادية ناشئة ناتجة عن مجموعة من العوامل منها التغيير الاجتماعي في الجزائر، وهذا ما يتطلب منا تحليلا للبعد الجنساني باعتبار أن المرأة عضو حاسم في المجتمع وهي التي تتمحور حولها الحياة الاجتماعية كلها. نعرض الوضعية الملموسة لريادة الأعمال النسائية في شكل بيانات إحصائية حديثة، وقد أخذنا معطيات من ولاية بجاية بسبب توفرها، وسيتم عرض صورة لسيدة أعمال ممارسة في نفس الولاية كتلخيص نهائي.

الكلمات الرئيسية:

المرأة العاملة، المقاتلاتية، المرأة المقاتلة، التغيير الاجتماعي، القوالب النمطية الجنسانية، إنشاء المؤسسات.

La promotion de la situation de la femme passe forcément par le travail qui est au centre de la construction sociale des individus. « *L'analyse de l'entrepreneuriat féminin est intimement liée à l'analyse du marché du travail et du salariat d'une manière générale et de la place de la femme au sein de la société* »¹. Le travail féminin en Algérie existe sous des formes multiples, on cite notamment le travail salarié, le travail à domicile, le travail informel et l'entrepreneuriat, ce dernier, représente enfin une réalité répondant aux exigences de la vie moderne qui « *imposent une nouvelle structuration de la société qui va dans le sens favorable à l'émancipation de la femme et lui donne de ce fait un caractère d'inéluctabilité* »².

1. Conceptualisation et problématisation :

De nos jours l'entrepreneuriat se présente comme une donnée cruciale dans le développement économique et social, la création de richesses et d'emploi, c'est la clé d'évaluation du développement des nations. Réellement, les recherches en entrepreneuriat n'ont commencé réellement à se développer qu'à partir de la fin des années 70 qui coïncide avec l'avènement de la mondialisation, notamment, son signe distinctif, l'exacerbation de la concurrence internationale.

Il existe plusieurs définitions à ce concept mais la plus part se rencontrent pour déterminer l'activité de l'entrepreneur. Le terme entrepreneuriat « *est aussi utilisé de manière plus équivoque pour désigner une attitude professionnelle, voire existentielle, qui serait faite de créativité, d'initiative, de prise de risque ou encore de capacité à rebondir après un échec* »³. Dans un sens plus large l'entrepreneuriat est compris comme « *une attitude qui recouvre des situations professionnelles diverses comme la création d'entreprise, mais aussi la reprise d'entreprise, le statut d'auto-entrepreneuriat et les professions libérales, l'entrepreneuriat social notamment dans des structures associatives, ainsi que l'entrepreneuriat dans des organisations existantes* »⁴.

D'un point de vue sociologique les travaux se basent dans la plus part des cas sur l'aspect comportemental, autrement dit, « *l'entrepreneur dispose de qualités et compétences requises pour exercer réellement ces fonctions. D'où la nécessité de recourir à l'approche descriptive ou causale qui cherche à mieux comprendre les causes du comportement, autrement dit, les caractéristiques fondamentales internes et externes du sujet* »⁵.

L'intérêt pour l'entrepreneuriat féminin est cependant récent, les données statistiques sexuées et les études sur le sujet restent rares et parcellaires. Ce manque de visibilité conduit à négliger un potentiel de croissance qu'il conviendrait au contraire de stimuler, a fortiori dans un contexte d'évolution démographique qui interdit de se priver de l'apport et des talents féminins.

On peut penser que les entreprises appartenant à des femmes joueront un rôle encore plus important pour l'économie au cours du siècle qui commence. « *Une femme entrepreneur se définit comme une femme personne physique, venant d'une situation d'inactivité, de chômage ou de salariée dépendant d'un employeur, ... crée une nouvelle entreprise indépendante, en assumant les responsabilités managériales et les risques qui sont liés à la production de richesse envisagée* »⁶. La femme est donc entrepreneure dans la mesure où elle change de statut, de métier, ou d'organisation à fin de créer une nouvelle richesse.

L'entrepreneuriat féminin désigne « *le processus de création, de gestion et de croissance des entreprises développées par les femmes, y compris la catégorie de travailleuses indépendantes, les créatrices, les associées et dirigeantes des entreprises, les entrepreneuses salariées en portage ou en couveuse, et les repreneuses d'activités et d'entreprises* »⁷. D'autre part et « *Selon la définition de*

l'AFEM, nous entendons par « Femme chef d'entreprise » une femme occupant l'une des fonctions suivantes : Président directeur général, vice-président directeur général, président du conseil de surveillance, président ou membre de directoire, administrateur directeur général, directeur général, directeur général adjoint, gérante ou cogérante »⁸.

L'intérêt scientifique pour ce sujet en Algérie est récent, la plus part des études menées traitent des caractéristiques sociodémographiques des femmes entrepreneures, l'intention entrepreneuriale, les sources de financement et les obstacles rencontrés laissant ainsi le poids des facteurs qui ont amené à l'apparition de ce phénomène et la dimension genre notamment dans les études sociologiques.

Notre orientation dans cet article est de jeter un regard sur l'impact du changement social qu'a connu l'Algérie après l'indépendance et sa contribution dans l'apparition des femmes entrepreneures comme étant un acteur qui va prendre sa part de participation au développement en dépit des stéréotypes du genre et le poids des normes socioculturels qui ne sont pas à la faveur de la femme active.

1. L'impact du changement social :

L'entrepreneuriat féminin en Algérie est le résultat d'un processus de changements qui ont marqué la société algérienne et le statut de la femme. En effet, et Selon Mebtoul A. « *la question de l'entrepreneuriat féminin devrait être posée dans le cadre de la problématique du développement et de la transformation générale de la société* »⁹. Cette dernière « *si traditionnelle et conservatrice que soit elle doit pour continuer à vivre et à se reproduire, être virtuellement porteuse de changement. Ce changement ne peut être seulement subi du fait de la domination-pénétration de la société hégémonique, qui tente d'imposer son modèle économique et culturel, il doit également être négocié. L'enjeu de cette négociation qui donnerait aux acteurs sociaux la possibilité de se définir non seulement par rapport au groupe mais en tant qu'individu spécifique* »¹⁰.

Jusque-là, la femme algérienne joue un rôle important par rapport au groupe social dont elle fait partie, essentiellement un rôle de reproduction et de dynamique sociale celui-ci détermine le passage d'une forme de société à une autre. En conséquent, « *on peut alors émettre l'hypothèse qu'elle ne va pas subir le changement, mais qu'elle va en être un des principaux agents, tentant par ce biais une « définition de soi », élaboration d'une individualité féminine* »¹¹. Cette quête d'une identité féminine remet en cause tous ses rapports avec la société traditionnelle ou la construction de son identité se définit en fonction du groupe en général et l'homme en particulier.

On peut retracer le processus du changement social juste après l'indépendance par les mouvements d'exode vers les villes, rampant ainsi avec le mode de production agricole et l'économie familiale et le passage vers un autre mode d'économie et du travail industriel basé essentiellement sur le salariat et les relations de travail informel dans un cadre purement socialiste caractérisé par l'appropriation de l'état de tous les moyens de production. Or « *après les changements politiques au niveau mondial, tels que la chute du mur de Berlin et la dissolution de l'union soviétique et du bloc communiste en général, ainsi que le souffle du vent de la mondialisation, l'Algérie s'est tournée vers le modèle capitaliste et l'économie de marché* »¹². Sur le plan politique toujours, les événements de 1988 ont marqué un soulèvement populaire contre le parti unique ce qui a amené l'Algérie à rentrer dans un système libéral qui est le multipartisme politique et de ce fait un changement économique voit le jour par l'orientation vers l'économie de

marché source de privatisation des entreprises et l'encouragement de l'initiative privé, notamment, la création de petites et moyennes entreprises. Dans ce sens des incitations étatiques sont apparues et qui se traduisent par des dispositifs d'aide à la création des entreprises reposant sur le financement et l'accompagnement des jeunes promoteurs de projets dans l'objectif de réduire le chômage et de créer une économie diversifiée loin de la dépendance économique des ressources des hydrocarbures.

Sur un autre plan « *la société algérienne a connu aussi un grand changement socioculturel qui est le résultat de la généralisation de l'éducation à tous les niveaux et l'égalité sans discrimination entre garçons et filles dans le domaine de l'éducation et de l'accès au travail. Cela a encouragé les filles à étudier. Elles sont devenues majoritaires dans l'enseignement supérieur, toutes spécialités confondues, y compris dans les spécialités traditionnellement réservées aux garçons* »¹³. Elles ont accès par exemple à l'école nationale d'administration, l'école polytechnique d'ingénieur d'el Harrach ce qui leur permet de avoir les mêmes diplômes que leurs homologues masculins. « *L'entrée des filles à l'université, implique leur entrée en masse dans le monde du travail, et l'occupation des postes de responsabilités dans les entreprises des secteurs public et privé* »¹⁴. On assiste donc au changement dans la culture de travail en Algérie et la féminisation massive des emplois notamment dans l'enseignement, l'administration, les fonctions libérales et le secteur sanitaire. Et pour celles qui n'ont pas réussi à dénicher un emploi dans le secteur public, l'entrepreneuriat reste le seul issu. Cette situation va provoquer un changement dans les rapports sociaux de genre et l'extériorisation des activités domestiques féminines sur un marché entrepreneurial. Dans ce sens et selon Pierre DENEUIL « *la femme est représentée comme un acteur émergent et promoteur d'une société de mixité : L'exercice du travail par les femmes remet progressivement en cause leurs représentations de la séparation des sexes et crée dans la société de nouveaux espaces de mixité... L'entrepreneuriat féminin contribue à la création et à l'institutionnalisation de lieux de confrontation, des espaces temps mixtes, de rencontres et d'intercompréhension* »¹⁵. De ce fait, la femme entrepreneure est sortie d'un cadre micro social qui est la famille dont elle avait une identité propre à un cadre macro social qui est le monde socioéconomique dont elle est à la quête continue de son identité. Ce monde dans lequel elle n'est pas forcément acceptée et qui lui réserve beaucoup d'obstacles liés principalement au genre.

2. L'impact de la dimension genre :

Le processus de la socialisation de la femme algérienne est complexe, d'abord familial, scolaire puis professionnel, la femme acquiert un ensemble de valeurs, de normes et de traditions qu'il ne faut pas transgresser car ils sont directement liés à son genre c'est-à-dire ils ne sont pas naturels, ils sont le produit de toute la société. C'est ce processus de socialisation générique qui ancre la différence systématique entre les femmes et les hommes. Effectivement, « *les rapports sociaux de sexe s'expriment à travers la division du travail. Cette division prend deux formes: la séparation et la hiérarchisation. En effet, si les travaux féminins et masculins semblent séparés dans toutes les sociétés, ce ne sont pas partout les mêmes. En revanche, l'anthropologue Margaret Mead le faisait déjà remarquer en 1948: quels que soient ces travaux, seuls les travaux masculins sont valorisés. Le travail domestique, souvent invisible, est l'une des formes de cette division sexuelle du travail, rencontrée cependant aussi dans le monde professionnel* »¹⁶.

La femme entrepreneure en Algérie est influencée dans son projet d'entrepreneuriat par le cadre socioculturel dont elle est socialisée. Souvent le projet doit être conforme à la nature

psychologique et physique de la femme pour cela on les voit s'investir majoritairement dans le secteur des services. Elles s'éloignent des projets coûteux et pénibles. De plus, la répartition des tâches ménagères et les responsabilités familiales structurent en grande partie le choix du projet et l'activité entrepreneuriale. Ainsi « *le projet socioprofessionnel de création d'entreprises est tout à la fois un reflet et produit d'une logique de la vie sociale « hors-travail »* »¹⁷.

Au niveau des structures de financement les femmes ont plus de facilités que les hommes mais leurs projets ne représentent pas un intérêt en terme d'importance financière du fait qu'elles empruntent des petits crédits d'une part, et le choix du secteur d'activité du fait qu'elles s'investissent dans des secteur purement féminins et local et ne prennent pas des risques pour des projets d'une grande importance économique national.

L'impact du genre dans l'entrepreneuriat féminin est reflété par le mode de gestion de l'entreprise. Une fois son entreprise est montée, la femme entrepreneure doit s'identifier à un homme dans sa manière de gérer le travail soit par sa façon de s'habiller (pantalon, éviter d'être attirante et sexy) ou la manière de donner des ordres (crier, gueuler, fermeté...etc.). Cette manière de faire lui permet de se classer dans une position de dominante. Il est donc évident que « *L'intrusion dans cet espace masculin semble négociée par le recours à la négation de la féminité, ses charmes et ces attributs. La femme s'efface pour ne pas apporter le désordre « attirer l'attention ». Elle cesse d'être femme. La référence à la socialisation et de par la même à la contrainte sociale s'exprime à travers la référence à « l'éducation et aux principes »* »¹⁸.

Certaines se trouvent assistées dans la gestion par un membre masculin de sa famille, que se soit le père, le frère ou l'époux. Cela est apparent notamment dans l'exercice du travail hors bureau. En effet, les femmes entrepreneures ne peuvent pas accéder aux endroits non conventionnels (cafés, bars, restaurants...) ou des affaires entrepreneuriales pourrait dans ce cas être réglées que par un homme. En conséquent, le genre peut constituer un obstacle dans l'accès de la femme au marché donc elle doit présenter une façade masculine auprès des partenaires entrepreneuriaux, les administrations et les institutions financières pour élargir son activité et développer son entreprise.

En ce sens, la pratique entrepreneuriale féminine ne peut être conçue en dehors des valeurs sociales, culturelles et symboliques émanant des rapports sociaux de genre.

3. La situation de l'entrepreneuriat féminin en Algérie, analyse statistique et sociologique.

La crise financière mondiale et la conjoncture actuelle du marché pétrolier pousse encore l'Algérie à diversifier son économie pour qu'elle soit compétitive. « *A ce propos, d'importants chantiers ont été engagés en vue d'entamer la relance de l'outil de production nationale à travers l'assainissement de l'environnement de l'entreprise, l'appui aux PME et la redynamisation des partenariats* »¹⁹. Donc il y'a une nécessité de promouvoir la création d'entreprises et l'amélioration du climat des affaires et encore l'utilisation de toutes les ressources humaines du pays dont les femmes qui constituent une force de travail non négligeable et à encourager.

En termes de statistiques, « *la population globale des PME nationales au 31/12/2015, s'élève à 934 569 entités, soit une évolution de 9,7 % par rapport à 2014. Le tissu de la PME algérienne est constitué dans sa majorité de taille très petite (TPE), avec 97% de l'ensemble de la population* »²⁰ dont 84 223 PME sont créées en 2015, et 83 701 PME privé ce qui représente 42.39%

dont 19% des professions libérales et 23% sont des activités artisanales. L'importance du tissu des PME est apparente dans le nombre d'emplois créés qui s'élève à 2 371 020 selon la même source.

Il existe peu de chiffres réels qui représentent la création d'entreprises par les femmes. Elles s'investissent sur le marché à un rythme lent mais sûr. « Environ 130 416 femmes d'affaires, dont 8163 d'entre elles gèrent des entreprises, selon les statistiques du centre national du registre du commerce (CNRC), établi durant l'année 2014. Le rythme de progression des femmes dans l'entrepreneuriat est encore lent, en dépit d'une évolution positive enregistrée ces dernières années. Les femmes ne représentent que 7,4% seulement du nombre global des opérateurs inscrits au registre de commerce. Durant 09 ans, le nombre des femmes opératrices économiques n'a connu qu'une hausse de 33%. Il était de 98 117, l'année 2006, avant d'atteindre 115 741 en 2011, puis 123 157 en 2013, pour augmenter enfin à 130 416 en 2014. Le nombre de nouvelles opératrices économiques a atteint 7 259, l'année 2014, soit une augmentation de 5,8% par rapport à l'année 2013, d'après le bilan du CNRC »²¹. Ce dernier ne représente pas forcément la réalité parce que bon nombre de femmes gèrent des activités très rentables sans être déclarées, autrement dit, le secteur informel en Algérie reste un point sombre économiquement du fait qu'il n'est pas inclut dans la rentabilité nationale.

Par ailleurs, « les activités économiques les plus répandues chez femmes sont le commerce de détail avec 48%, les services avec 38, 5%, la production industrielle et le BTPH avec 25,1% et enfin l'import-export avec 18,7%. Bien sur, la capitale Alger vient en tête avec 13 615 opératrices économiques, soit 10,43% du total national, suivie de la wilaya d'Oran avec 8 374, soit 6,42%, Tlemcen avec 5 211, soit 4% et Constantine avec 4962, soit 3,8%.

Pour rappel, le CNRC a enregistré l'année 2014, 1 606 878 personnes physiques, soit 91,1% et 157 122 personnes morales, soit 8,9% »²².

Selon les données de l'ONS les plus récentes, et sur une population active estimée en 2015 à près de 12 millions de personnes, seulement 2.3 millions sont des femmes soit un taux de 19.4% dont 1.7% d'entre elles occupent des postes d'encadrement, 42.7% des femmes occupées ont un niveau d'instruction supérieur. Dans le domaine de l'entrepreneuriat, les femmes employeurs et indépendantes ne représentent que 19% contre 30.9% chez les hommes. Les femmes employeurs sont à la tête de très petites entreprises atteignant 88%. Elles sont majoritaires dans les services, de l'industrie et de l'artisanat avec un niveau d'instruction supérieur à celui des hommes²³.

Une analyse approfondie de ces chiffres et du marché du travail en Algérie aboutie à dire que malgré les efforts fournis en terme de politique de scolarisation des filles, d'élaboration des programmes étatiques d'aide à la création d'activités, la participation des femmes à la vie économique reste timide en raison des obstacles auxquels, elles doivent faire face et qui sont dans la majorité des cas, liés à des stéréotypes socioculturels spécifiques à la société algérienne. Une société masculine à part entière dont l'espace publique de la femme est réduit.

4. Le cas de la wilaya de Bejaia :

L'étude statistique de l'activité entrepreneuriale des femmes à Bejaia va dans l'objectif de montrer le dynamique de la femme et son rôle dans le développement socioéconomique local à travers la création d'emplois durables et des richesses.

Globalement, Les données arrêtées au 31/12/2015 du marché du travail au niveau de Bejaia montrent que la population active est de 383 650 soit un taux de 40%. La population active occupée est de 337 615. Un taux de chômage de 12% est enregistré pour la même période²⁴.

Notre quête des données chiffrées sur l'activité féminine dans la wilaya de Bejaia nous démontre que les femmes entrepreneures existent et sont relativement nombreuses. La création de leur entreprise est réalisée soit par un financement personnel ou consolidée par un dispositif étatique d'aide à la création d'activité. De ce fait, beaucoup de femmes ont réussi à sortir de la situation de chômage et contribuent à la création d'emplois et de richesses. Dans cet élément nous allons nous intéresser à quatre dispositifs d'aide à la création d'entreprises, à savoir, l'ANSEJ, l'ANGEM, la CNAC et l'ANDI dont nous présentons des statistiques nationale et celles de Bejaia en particulier.

Au niveau de l'ANSEJ et l'échelle nationale, « depuis sa mise en œuvre à fin Décembre 2015, le dispositif ANSEJ a permis, d'accompagner 321 079 entrepreneurs hommes contre 35 639 entrepreneures femmes soit un taux de féminisation global de 10%. La femme entrepreneure occupe une place importante des activités libérales avec 44%. Les wilayas dominantes en termes de nombre de projets financés par l'ANSEJ sont : Béjaia, Tlemcen, Oran, Tipaza, et Tizi Ouzou ». ²⁵ Jusqu'à Décembre 2015, Bejaia compte 17 761 projets financés par l'ANSEJ²⁶. Les statistiques recueillies auprès de l'agence de Bejaia sont réparties par genre selon deux critères essentiels qui sont les projets financés par secteurs d'activités et par niveau d'instruction de 2012 à 2015. Ce choix s'argumente par rapport au nombre important de femmes s'adressant à ce dispositif comparativement au début de sa création. Cependant, Les statistiques de 2016 ne sont pas encore établies par cette agence.

La répartition des projets financés par secteur d'activité montre que le secteur des services l'emporte avec des chiffres relativement importants. 183 micros entreprises en 2012, ce chiffre diminue pour atteindre 27 entreprises en 2015. Les autres secteurs sont aussi représentés notamment l'industrie et la maintenance avec 101 entreprises au total, les professions libérales et l'artisanat avec 105 et 63 entreprises respectivement. Une lecture globale permet de dire que les femmes sont présentes dans tous les secteurs d'activité même ceux considérés masculins comme le BTPH, la pêche et l'agriculture mais avec des taux relativement réduits.

Il reste à dire que 600 entreprises financées pendant une période de cinq ans reste un chiffre minime qui pourrait se justifier par des variables socioéconomiques comme l'orientation des femmes vers le petit crédit qui est facilement remboursé et la crise financière que traverse l'Algérie qui rend plus difficile d'accorder des crédits importants à des promoteurs de projets notamment des femmes.

La répartition des micros entreprises financées selon le niveau d'instruction nous démontre que le niveau universitaire est plus important part rapport à d'autres niveaux avec un total de 194 entreprises, surtout en 2015 avec 36 entreprises. La formation professionnelle pour sa part joue un rôle dans l'insertion entrepreneuriale des femmes à travers l'apprentissage de petits métiers qui leur permettent de créer des petits ateliers comme la couture, la coiffure, des industries de gâteaux et de bijoux traditionnelles. les femmes s'orientent vers l'entrepreneuriat même avec des niveaux d'instruction plus bas comme le moyen avec 85 entreprises en 2012 et le primaire avec 14

entreprises au total de 2012 à 2015. Chose qui explique la diffusion d'une culture entrepreneuriale chez les femmes.

L'ANGEM est un autre dispositif non moins important, qui a pris son envol depuis 2004, le micro-crédit, avec comme support une agence nationale de gestion du micro-crédit (ANGEM), répondant aux trois types de financement : mixte (Promoteur-ANGEM, Promoteur-Banque), et triangulaire, impliquant le promoteur, la banque et l'ANGEM.

Le nombre des crédits octroyés par type de financement cumulés au 31/12/2015 au niveau national est de 763 954 crédits, avec un impact emploi de 1 145 933. Par secteur d'activité, les TPI (très petites industries), les services, l'artisanat et l'agriculture sont les secteurs ayant bénéficié de la majorité des prêts octroyés avec 91,15% du total²⁷.

Les statistiques recueillies au niveau de l'ANGEM se limitent à l'année 2015 et le premier trimestre de 2016. Le petit crédit attire plus de femmes que des hommes notamment pour le type de financement AMP ou le crédit est moins de 100 000 DA. L'agence de Bejaia enregistre en 2015 un total de 1661 projets financés ou l'industrie est en premier rang avec 1399 projets. Pour le deuxième type de financement ou le crédit dépasse un million de dinars les femmes sont moins représentées comparativement aux hommes avec seulement 65 entreprises, l'industrie prend le dessus avec 29 entreprises financées.

La prise du risque par rapport à la demande des crédits est moins important chez les femmes, ainsi elles s'orientent vers des petits crédits ou le remboursement ne représente pas un obstacle. Un nombre de 11 femmes ont désistées en 2015 avant même le financement de leur projet pour des raisons de non remboursement des crédits explique le chargé des statistiques de l'ANGEM.

Pour le même dispositif, la situation arrêtée au 12/04/2016 démontre que l'opération de financement est réduite (28 projets par rapport aux hommes et 07 projets par rapport aux femmes). La crise économique et financière que traverse le pays en est la cause principale selon le chargé des statistiques de la dite agence « *la politique de « taqachouf » laisse que l'état ne nous fournit pas des budgets importants pour financer les promoteurs de projets* ».

Dans le cadre de ce dispositif 7950 projets d'investissements sont enregistrés durant l'année 2015 avec un montant de 1 473 414 de dinars, soit un effet emploi de 143 330 emplois créés²⁸. L'agence nationale de développement de l'investissement avec son guichet décentralisé de Bejaia nous a fourni des statistiques assez détaillées concernant l'activité entrepreneuriale des femmes depuis son année de création qui remonte à 2006. La particularité de l'ANDI c'est son caractère d'accompagnement des promotrices de projets et non pas le financement, autrement dit, l'agence présente un accompagnement pour les propriétaires de capitaux pour les investir dans de bonnes conditions.

L'année 2009 est celle qui a enregistré plus de projets entrepris par des femmes, ils sont au nombre de 72 projets avec 126 emplois créés, suivie des années 2012 et 2013 avec 30 projets entamés. L'ANDI attire moins d'entrepreneur en raison du non financement des projets cela est confirmé par le nombre d'entreprises créées en espace de 11 ans avec 287 seulement. Les secteurs répandus sont le transport avec 186 entreprises, les services 66 entreprises, BTPH 19 entreprises, l'industrie 14 entreprises et la santé 02 entreprises.

Au 31 décembre 2015, le cumul des projets financés par la CNAC au niveau national est de 129 814 projets. La part des femmes est de 12 186 projets, généralement concentrés dans le secteur

des services soit un nombre de 4 805 projets avec « un impact emploi de 266 871 »²⁹. L'année 2015 compte 15 449 projets financés, la part des femmes est de 2 397 projets financés au niveau national.

La création d'entreprises par les femmes dans le cadre de ce dispositif est concentrée dans le secteur des services non marchands fournis à la collectivité avec un total de 88 entreprises pour les trois années 2014, 2015, 2016. Il existe des secteurs où la création est très réduite comme il existe ceux dans la création est nulle comme le secteur du bâtiment.

Ces chiffres qu'on vient de citer témoignent cet écart existant entre l'homme et la femme en terme de possibilité d'entreprendre. Cet écart est traduit par une logique de freins à l'entrepreneuriat des femmes représentée par ces dispositifs qui voient l'incapacité de la femme à se retrouver parmi une grande échelle d'investissement économique. D'après leur perception la femme est faible psychologiquement et socialement pour prendre des risques de gestion économique de ce fait, l'investissement et l'entrepreneuriat reste des attributs masculin.

Conclusion :

En conclusion, l'article fait apparaître qu'on ne peut pas concevoir l'entrepreneuriat féminin en dehors du contexte social. La femme est un acteur social autour duquel s'articule un ensemble de transformations d'abord dans le cadre familial, social et économique.

Concevoir la femme en tant que actrice d'un changement social, par sa détermination à l'émancipation et à l'égalité des opportunités (scolarisation, diplômes, insertion professionnelle, entrepreneuriat...etc.), lui permet-elle d'avoir cette force de changer les mentalités et les schèmes sociaux qui la condamne toujours et l'oblige à rester dans son statut matrimonial ?

En guise d'infirmité, le changement économique entamé par les pouvoirs publics et qui vise à promouvoir la situation de la femme en lui facilitant l'accès à l'entrepreneuriat par la création d'un ensemble de dispositifs de financement qui réduisent la femme entrepreneure à une simple promotrice de projets ou de créatrices d'entreprises au détriment de son statut d'entrepreneure capable de produire des richesses.

Cette perception amoindrie à l'égard de la femme n'est pas seulement institutionnelle, elle est également d'ordre individuel à travers les représentations sociales et de soi dont la dimension genre est largement reproduite par les femmes elle mêmes. Les femmes entrepreneures reproduisent les mêmes discriminations dont elles font l'objet par la manière de l'appropriation de son entreprise, le choix de l'activité, les manières de gestion, son effacement sur le marché à travers son identification à l'homme ou encore l'obligation qu'elle soit assistée par un homme dans certains espaces et situations.

L'opportunité économique pour la femme est disponible, notamment sur le plan local, pour démontrer ses compétences managériales, et prouver qu'elle est capable par le biais de son activité entrepreneuriale de se transformer et de transformer le système socioéconomique global.

Bibliographie

- ¹MEBTOUL Abderrahmane, *Quelle place pour l'entrepreneuriat féminin en Algérie?*, thèses.univ-oran1.dz, consultée le 18/05/2016 à 17h10
- ² VANDEVELDE Hélène, *la femme et la vie politique et sociale en Algérie depuis l'indépendance*, mémoire en vue de l'obtention du diplôme d'étude supérieures de sciences politiques, université d'Alger, Juin 1968, p 64.
- ³Ibid, P 4.
- ⁴Ibid, P 5.
- ⁵BENHABIB Abderrezak, *Recherches en entrepreneuriat: quelles implications conceptuelles?*, in. Revue « sciences humaines », n°14, décembre 2000, pp. 7-13.
- ⁶ORTIZ-DIAZ Sara, *L'impact des réseaux professionnels des femmes sur l'entrepreneuriat féminin: De la reconnaissance à la lutte contre l'isolement dans des clubs des créatrices de Montpellier et ses alentours*, Sous la direction de Madame Sophia Belghiti-Mahut, UNIVERSITÉ MONTPELLIER III – PAUL VALÉRY, Juin 2013.
- ⁷ AFEM, *Guide d'appui au développement de l'entrepreneuriat féminin au Maghreb*, ETUDE N°23 /Septembre 2010.
- ⁸ GADANT Monique, KASRIEL Michel, *femmes du Maghreb au présent, la dot, le travail, l'identité*, éd. CNRS, Paris, 1990, p175.
- ⁹ Ibid, p175.
- ¹⁰ BOUFELDJA Ghiat, *Culture de travail et entrepreneuriat en Algérie*, éd. Publibook, paris, 2015, p 18.
- ¹¹ Ibid, p 18.
- ¹² Ibid, pp 13-14.
- ¹³ DENEUIL pierre, *l'entrepreneuriat féminin en Tunisie*, 2005, in LAROUSSE Houda, « *femme et micro-crédit en Tunisie le micro-crédit, outil de valorisation de la femme au sein de la famille ?* », Revue Tiers Monde, 2009/3n° 199, p. 501-516. DOI : 10.3917/rm.199.0501.
- ¹⁴ UNESCO avec le soutien financier de L'Union Européenne, *théorie du genre*, support des cours universitaire, France, p 04.
- ¹⁵ DENIEUIL Pierre Noel, *la PME tunisienne, émergence et pérennité, le sahel et Sfax*, travaux sociologiques du L.S.C.I n° 39, éd. CNRS, GRET, paris, 1994, p 10.
- ¹⁶ CHALAL Ferroudja, ABBACI Madjid, *La femme entrepreneure entre discrimination et reproduction* in revue référence, université de Bejaia, n° 02, 2014, p 98.
- ¹⁷ Ministère de l'Industrie et des Mines Direction Générale de la Veille Stratégique, des Etudes et des Systèmes d'Information, *Bulletin d'information statistiques*, édition N° 28 de Mai 2016 qui concerne les données de 2015, p07.
- ¹⁸ Ibid, p 07.
- ¹⁹ ALLOUCHE Naima, *Femmes d'affaires en Algérie*, <http://voixdefemmesdz.com/fr/femmes-daffaires-en-algerie/> consulté le 13/07/2016 à 21h 04.
- ²⁰ Ibid
- ²¹ Données de l'ONS publiées dans le quotidien national El Watan en date du 15/05/2016, article écrit par Asma Bersali.
- ²² Direction de la Programmation et suivi budgétaires, *Annuaire statistique de la wilaya de Bejaia*, 2016.
- ²³ Ministère de l'Industrie et des Mines, Direction Générale de la Veille Stratégique, des Etudes et des Systèmes d'Information, *Bulletin d'information statistiques*, édition N° 28 de Mai 2016 qui concerne les données de 2015, pp 23-24.
- ²⁴ Ibid, p56.
- ²⁵ Ibid, p44.
- ²⁶ Ibid, p18.
- ²⁷ Ibid, p25.