

## **L'entrepreneuriat Féminin et son Accompagnement en Algérie - Bilan et Perspectives -**

*Dr. BESSOUH Nadira*

*l'Ecole Supérieure de Management Tlemcen - Algérie*



### **Résumé**

Aujourd'hui, l'entrepreneuriat féminin s'avère être vital pour le dynamisme de l'économie algérienne. Ce type particulier d'entreprise permet de générer de la valeur ajoutée, susciter la créativité, inciter à l'innovation, et surtout créer de l'emploi. En outre, même si pour certains chercheurs la nature et la structure de l'entrepreneuriat féminin change d'un pays à un autre, et d'une femme à une autre, il n'en demeure pas moins qu'il existe une forte corrélation entre l'entrepreneuriat féminin et le développement économique du pays; cet entrepreneuriat devrait améliorer la croissance économique. Pour cela, les pouvoirs publics algériens ont intensifié des actions et ont pris des mesures en faveur du développement de l'entrepreneuriat féminin. Ainsi, l'objectif du présent article est d'évaluer les programmes qui ont aidé, encouragé et soutenu la création de l'entrepreneuriat féminin en Algérie et aussi de déterminer les principales entraves qui ralentissent toujours son développement.

**Mot clés:** Entrepreneuriat, Femme, Dispositifs de soutien, PME, Algérie.

### **Abstract**

Today, female entrepreneurship proves to be vital for the dynamism of the Algerian economy. This particular type of business can generate added value, enhance creativity, encourage innovation and, above all, create jobs. In addition, though for some researchers the nature and structure of female entrepreneurship varies from one country to another and from one woman to another, there is still a strong correlation between women's entrepreneurship and the country's economic development; this entrepreneurship should enhance the economic growth. For this reason, the Algerian public authorities have stepped up actions and have taken measures to promote the development of female entrepreneurship. Thus, the objective of the present article is to evaluate the programs that have helped, encouraged and supported the creation of women's entrepreneurship in Algeria and to study the main obstacles that still slow down its development.

**Keywords:** Entrepreneurship; Woman; Support systems; Small and medium-sized enterprises (SMEs); Algeria.

## **Introduction :**

Les femmes entrepreneures représentent une partie de plus en plus grande du monde économique, et participent au développement réel de tout pays (Fayolle, 2005 ; Gharbi, 2006 ; Alexandre, 2016 ; Tahir et Bendiabdellah, 2016). Elles ont été capables de créer des entreprises très diverses et ont contribué remarquablement au développement d'un large éventail de services et de produits (D'Andriat & Gabarret, 2016). Dans les pays dont les économies sont plus développées, l'augmentation en force du nombre de femmes entrepreneures est une réalité indéniable (Hisrich et Brush, 1984 ; Hisrich et Brush, 1985 ; Brush, 1992 ; Gillet, 2007). Ainsi, on trouve qu'aux États Unis, au Canada, en Australie et en France, les femmes entrepreneures sont propriétaires de 30 à 40% des petites et moyennes entreprises. Ce constat est confirmé par de nombreuses recherches qui affirment que les femmes sont en mesure de créer de nouvelles voies pour l'entrepreneuriat; elles contribuent à la création de la richesse, la diversification économique, l'innovation et l'amélioration du bien-être social. Par ailleurs, on note que l'entrepreneuriat féminin est devenu aujourd'hui un domaine de recherche d'une importance capitale. Diverses études ont été menées, sous diverses approches, dans le but de décrire ce genre d'entrepreneuriat et de déterminer les facteurs qui peuvent mener à la réussite ou à l'échec des entreprises féminines. Ces facteurs sont ainsi classés et examinés selon quatre thèmes qui nous semblent être les plus importants, à savoir (1) Les caractéristiques de la femme entrepreneure, (2) Les motivations d'une femme pour lancer et diriger une entreprise, (3) Les styles de leadership chez la femme, (4) et Les obstacles rencontrés par la femme dans le lancement ou le développement de son entreprise (Gillet, 2005). A l'époque actuelle, la question de l'entrepreneuriat féminin est devenue une priorité pour tous les programmes de développement, qu'ils soient nationaux ou internationaux. Cet intérêt nouveau pour les femmes entrepreneures est le résultat d'une prise de conscience sur le plan international de l'importance des femmes dans la société, vu que la proportion du genre féminin dans toute société est en progression (Daval & al, 1999 ; Cornet & Constantinidis, 2004 ; Gabarret & Vedel, 2015). Il est important de rappeler que malheureusement le rôle de la femme a été pendant longtemps négligé (Benhabib et al, 2014a). Dans la majorité des pays, la part de la participation des femmes en entrepreneuriat dépend de celle des hommes. Ainsi Jackman et al. (2014) affirment que si le taux de masculinité est élevé, celui de la féminité est lui aussi très important. Cependant, ces mêmes auteurs attestent que les femmes sont souvent moins nombreuses que les hommes dans l'entrepreneuriat, et ceci est vrai dans presque tous les pays du monde. C'est pour cette raison que notre recherche se propose de répondre à la problématique suivante:

***Quels sont les effets des plans d'investissement publics sur la promotion de l'entrepreneuriat féminin en Algérie ?***

L'objectif principal de cette recherche est de:

- mettre en lumière la réalité de l'entrepreneuriat féminin en Algérie,
- faire connaître les différents dispositifs de soutien à l'entrepreneuriat en Algérie, et leurs contributions à la création des entreprises féminines.

## I. Entrepreneuriat féminin -Etat des lieux

L'entrepreneuriat féminin est devenu un domaine de recherche qui attire de plus en plus de chercheurs dans les pays développés et ceux en voie de développement (Peneff, 1982, Benhabib et al, 2014b); ceci est dû à l'importance grandissante qu'il a acquis depuis la fin des années 80. Une telle évolution est justifiée par le rôle croissant que joue l'entreprise féminine dans le développement de l'économie nationale et internationale.

Les sujets de recherche relatifs à l'entrepreneuriat étaient particulièrement dominés par le prisme d'analyse masculin, ce qui ne permettait pas de se rendre compte des spécificités de l'entrepreneuriat féminin (Tounès et Assala, 2007 ; Onana, 2009). D'après Belcourt et al. (1991), la femme entrepreneure « *est cette femme qui recherche l'épanouissement personnel, l'autonomie financière et la maîtrise de son existence grâce au lancement et à la gestion de sa propre entreprise* ». Dina Lavoie (1988) définit la femme entrepreneure comme une propriétaire d'entreprise (firm owner), chef d'entreprise (firm manager), propriétaire-dirigeante d'entreprise (*owner-managed firm*) ou encore femme chef d'entreprise (business woman); elle décrit la femme entrepreneure comme « *La femme qui, seule ou avec un ou des partenaires, a fondé, acheté ou accepté en héritage une entreprise, qui en assume les risques et les responsabilités financières, administratives et sociales et qui participe quotidiennement à sa gestion courante* ». Ainsi, le rapport d'un Groupe de travail sur l'entrepreneuriat féminin au Canada présente la femme entrepreneure comme:-  
- Une personne, qui seule ou avec des collaborateurs (collaboratrices) a créé, acheté ou reçu en héritage une entreprise dont elle accepte les responsabilités financières, administratives et sociales et qui est responsable de son administration quotidienne,  
- Une personne qui coure des risques financiers, pour créer ou devenir propriétaire d'une entreprise, et qui la dirige d'une manière innovante et créative en développant de nouveaux produits et en découvrant de nouveaux marchés.

Les premières études qui ont marqué l'émergence de ce nouvel axe de recherche entrepreneuriale sont celles de Schrier (1973,1975) et Schwartz (1976); elles constituent une percée fondamentale dans le domaine de la recherche en entrepreneuriat. Ces études ont été basées sur l'approche par les traits, tout en relevant des caractéristiques psychologiques et sociologiques des femmes entrepreneures. Hisrich et Brush (1986) ont publié un livre intitulé « *The Woman Entrepreneur: Starting, Financing, and Managing a Successful New Business* ». Cet ouvrage est considéré comme le premier du genre dans la littérature relative à l'entrepreneuriat féminin (Female entrepreneurship). Brush et Hisrich (1991) ont été parmi les premiers chercheurs à suggérer l'existence d'un style de gestion distinct chez les femmes entrepreneures, et à mettre en valeur un mode de gestion « purement féminin ». Ces deux auteurs ont exploré une autre facette du phénomène de l'entrepreneuriat féminin, à savoir celle de « la croissance des entreprises féminines ». Ils ont étudié la relation existant entre la croissance des entreprises appartenant aux femmes et les facteurs supposés influencer cette croissance (profil personnel, éducation, expériences professionnelles antérieures, motivations, compétences et connaissances des femmes entrepreneures). Aujourd'hui, plus de 200 chercheurs, originaires d'environ 40 pays, se sont engagés dans ce projet international

de l'entrepreneuriat féminin. Ils ont réalisé et continuent de réaliser des travaux qui ont fait l'objet de plusieurs *numéros spéciaux dans des revues universitaires reconnues* mondialement; ils ont aussi rédigé des rapports académiques. Leur objectif est d'orienter les perspectives de la recherche vers la mise en place de politiques pour la promotion de l'entrepreneuriat féminin au niveau international tout en examinant les écarts apparents entre les opportunités et les ressources pour l'accès à un financement équitable.

## **II. Recherche sur l'entrepreneuriat féminin en Algérie**

Gillet (2007) confirme l'absence flagrante de recherches qui traitent spécifiquement l'entrepreneuriat féminin en Algérie; elle critique aussi l'absence presque totale de statistiques sur la dimension genre dans le monde de l'entrepreneuriat. L'auteure ajoute aussi que les chiffres officiels relatifs aux effectifs des femmes entrepreneures sont rares et peu précis, à l'exception de quelques articles dans la presse journalistique où le consensus est toujours de mise par rapport à l'idée selon laquelle il y a très peu de femmes entrepreneures en Algérie. Il s'avère très difficile d'obtenir des statistiques sur le nombre exact de femmes chefs d'entreprises en Algérie. Pour sa part, Ghiat (2014) affirme que peu de travaux de recherche ont porté sur les femmes entrepreneures algériennes. En outre, il ajoute aussi qu'il est quasiment impossible d'avoir des statistiques fiables sur le nombre de femmes chefs d'entreprises.

## **III. Des politiques spécifiques pour les femmes entrepreneures en Algérie?**

Indubitablement, le développement de l'entrepreneuriat féminin constitue une partie intégrante de la stratégie de développement du pays où la création d'emplois est une priorité essentielle et urgente. Il importe aussi de mettre l'accent sur l'activité non salariée et d'encourager la création de micro-entreprises. Il convient à ce propos de confirmer la sensation d'une certaine prise de conscience de la part du gouvernement algérien qui vise à donner plus de considération à la création et au développement des entreprises féminines afin de promouvoir ce phénomène émergent de l'entrepreneuriat féminin.

En effet, malgré quelques progrès enregistrés, le domaine de l'entrepreneuriat reste encore à conquérir par les femmes algériennes. Les institutions qui ont la charge d'octroyer des microcrédits pour la création de micro-entreprises doivent encourager les initiatives venant de femmes porteuses de projets. Ces institutions doivent offrir des mécanismes capables de prendre en charge les préoccupations du genre féminin, puisque parmi leurs objectifs majeurs figurent la lutte contre le chômage et la précarité; elles doivent favoriser l'auto-emploi, le travail à domicile, les activités artisanales et les petits métiers, en particulier chez la population féminine. Ces institutions doivent développer l'esprit d'entrepreneuriat afin de faciliter l'intégration sociale et l'épanouissement individuel des personnes. D'autre part, il a été constaté tout récemment l'implication remarquable d'un nombre de plus en plus grand de femmes rurales dans différents programmes de développement local et national, dont celui du Plan National du Développement Agricole (PNDA) qui a réussi à mettre en place des dispositifs d'aides au financement de projets. Deux dispositifs fondamentaux ont été mis en œuvre par le PNDA:

- Le FNDIA (Fond National du Développement de l'Investissement Agricole).

- Le FNRPA (Fond National de Régulation de la Production Agricole).

L'enjeu majeur pour les femmes est donc de saisir toutes les opportunités qui sont offertes à elles par ces organismes et de savoir les canaliser de manière à en profiter au maximum; elles sont appelées aussi à contribuer à l'émergence de l'entrepreneuriat féminin d'une manière plus efficiente. Cette émergence reste certainement tributaire d'une connaissance large et riche du terrain et des données se rapportant aux différents dispositifs existants.

Dans une perspective orientée sur le genre, il convient de relever quelques constats positifs, à savoir la volonté du Ministère Délégué Chargé de la Famille et de la Condition Féminine qui a pris conscience de l'importance de l'intégration effective de la femme dans le monde du travail en général, et dans celui de l'entrepreneuriat en particulier. Ce même Ministère s'est engagé dans un processus d'appréhension exhaustive de la situation en se basant sur les résultats des enquêtes sur le terrain; il vise à atteindre plusieurs objectifs dont certains sont:

- Cerner la réalité de l'entrepreneuriat féminin en Algérie, son évolution et les bonnes pratiques,
- Identifier les opportunités existantes et leur impact sur l'entrepreneuriat féminin,
- Recenser les différents obstacles qui entravent une véritable émergence de l'entrepreneuriat féminin et qui s'opposent à l'intégration réelle des femmes dans les mécanismes de création d'emplois.

C'est sous cet angle que Le Ministère Délégué chargé de la Famille et de la Condition Féminine affirme qu'il a « [...] la volonté de définir les termes d'une stratégie lui permettant d'être le catalyseur d'une synergie active et positive entre les différents acteurs institutionnels et associatifs en faveur de l'entrepreneuriat féminin».

#### **IV. Les dispositifs d'accompagnement à l'entrepreneuriat féminin en Algérie**

Le succès des femmes entrepreneures est considéré comme essentiel pour la création de richesses, l'innovation et le progrès économique dans le monde entier. Dans les pays développés, on observe une grande disparité dans les politiques d'encouragement, de support financiers et mises en œuvre de projets. Par exemple, les Etats Unis ont montré la voie à suivre avec des actions volontaristes engagées depuis plus de vingt ans; aujourd'hui ce pays voit les fruits de leur politique puisqu'il a réussi à atteindre un taux de 48 % de femmes entrepreneures. En France, elles représentent 45 % des créateurs d'entreprise (INSSE, 2015) et 27 % des dirigeants de PME /TPE, ce qui correspond à la moyenne européenne. En Algérie, la création d'entreprises féminines dépend d'un ensemble de dispositifs publics d'appui à la création des entreprises. Ces dispositifs ont été élaborés en 1988, car il s'agissait d'inscrire le chômage des jeunes comme une priorité majeure des pouvoirs publics. Aujourd'hui, on trouve beaucoup de femmes cadres et directrices d'entreprises publiques ou occupant des postes de responsabilité, mais malheureusement peu de femmes entrepreneures à la tête de moyennes et grandes entreprises. Ceci montre que les femmes algériennes préfèrent le travail rémunéré et ne pensent pas à créer leur propre entreprise. Ainsi, on peut dire que l'entrepreneuriat féminin en Algérie est un entrepreneuriat de nécessité.

Comme pour les hommes, les femmes algériennes ont elles aussi bénéficié de tous les avantages relatifs à l'emploi et aux programmes nationaux, tels que les mécanismes de soutien à l'emploi des jeunes, le programme de la relance économique, le programme national du développement agricole et le programme du développement rural. Les programmes d'aide à la création d'entreprises féminines ont été soutenus notamment par des organismes nationaux tels que l'ANSEJ, la CNAC, et l'ANGEM dont l'une des missions est d'accompagner tous les projets de femmes porteuses d'idées à travers le soutien financier et la formation.

#### 4.1. L'ANSEJ

L'Agence Nationale de Soutien à l'Emploi des Jeunes a été mise en place en 1996. Les modalités d'attribution des aides ont évolué au cours de ses 20 années d'existence. Aujourd'hui, l'ANSEJ s'adresse aux jeunes âgés de 19 à 40 ans, chômeurs, et dont la valeur financière du projet n'excède pas le seuil des 10 millions de dinars. L'ANSEJ octroie au postulant un prêt non rémunéré (sans intérêt) et une bonification sur les taux d'intérêt bancaires (de 100%) pour un crédit qui n'excède pas 70% du coût total du projet. L'apport personnel doit être de 1 à 2 % du coût total lorsqu'il est fait appel au crédit bancaire. Il est de 71 à 72% dans l'autre cas. Des prêts non rémunérés supplémentaires peuvent être consentis pour des cabinets groupés, véhicules, atelier ou location du local (ANSEJ, 2016). Sur la période 2010-2015 (Tableau 1), 238856 projets ont été financés, dont plus de 19000 pour des femmes, soit 8 % du nombre total.

**Tableau1: Statistiques relatives aux entreprises de femmes (ANSEJ)**

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	Total
<b>Projets féminins</b>	2 211	2 951	4 477	3 526	3 665	2 645	19 475
<b>Nombre total de Projets</b>	22 641	42 832	65 812	43 039	40 856	23 676	238 856
<b>Taux</b>	10%	7%	7%	8%	9%	11%	8%

SOURCE : ANSEJ 2016

Il est important de savoir que la plupart des projets féminins, financés par l'ANSEJ, concernent les services hors transports (51.5%), l'artisanat (12.7%), et les professions libérales (8.4%). A eux trois, ces secteurs représentent 81.6% de l'ensemble des projets. Ensuite, viennent les projets industriels (6.3%), le transport de voyageurs et marchandises (5.3%) et l'agriculture (4.5%). Les trois principaux secteurs sont ceux caractérisés par un faible montant d'investissement par projet et par emploi créé.

#### 4.2. La CNAC

Depuis 2004, la Caisse Nationale d'Assurance Chômage (CNAC) est venue compléter le dispositif de l'ANSEJ en permettant aux chômeurs âgés de 30 à 50 ans, ayant déjà travaillé, de créer leur propre entreprise ou de procéder à son extension. Tout comme l'ANSEJ, elle

leur consent un prêt non rémunéré (sans intérêt) et une bonification sur les taux d'intérêt bancaires (de 100%) pour un crédit qui ne peut excéder 70% du coût global du projet. L'apport personnel minimum est de 5 à 10% du montant du projet, selon le coût de l'investissement et la zone géographique de l'implantation du projet.

**Tableau 2 : Statistiques relatives aux entreprises de femmes (CNAC)**

2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	Total
205	326	494	1 067	2 510	2 202	2 345	2 397	11 546
2 429	4 221	7 465	18 490	34 801	21 412	18 823	15 449	123 090
8%	8%	7%	6%	7%	10%	12%	16%	10%

SOURCE : CNAC 2016

### 4.3. L'ANGEM

L'Agence Nationale de Gestion du Microcrédit est un mécanisme différent de l'ANSEJ et de la CNAC. Créée en 2005, elle est placée sous la tutelle du Ministère de la Solidarité Nationale, de la Famille et de la Condition de la Femme. Elle se charge de la suite du microcrédit obtenu antérieurement de l'Agence de Développement Social (ADS), également sous la tutelle du même ministère. Cette agence s'occupe beaucoup plus de la création d'entreprises que de l'auto-emploi et les petits métiers; elle encourage notamment le développement d'activités rémunératrices à domicile. Le microcrédit, dont le montant ne doit pas dépasser 1.000.000 DA, va permettre au bénéficiaire d'acquérir un petit équipement et des matières premières pour travailler à domicile. En vendant les produits fabriqués, le bénéficiaire pourra acheter des matières premières et pérenniser ainsi l'activité et la source de revenus (ANGEM, 2016).

Finalement, l'ANGEM est le dispositif qui a contribué le plus à la création des TPE féminines.

**Tableau 3 : Statistiques relatives aux entreprises de femmes (ANGEM)**

Exercice	Nombre de projets féminins	Nombre total de projets financés	Taux (projets féminins/ nombre total)
2005	2397	3 329	0,72
2006	14 265	22 221	0,642
2007	11 128	17 231	0,6458
2008	23 894	42 099	0,5676
2009	33 192	60 734	0,5465
2010	32 713	51 956	0,6296
2011	68 317	107 956	0,6349
2012	87 598	146 247	0,5982
2013	71 304	110 702	0,6441
2014	76 163	117 543	0,6480
2015	55 863	84 101	0,6642
<b>Total</b>	<b>476 834</b>	<b>763 954</b>	<b>0,6642</b>

Source : ANGEM 2016

## **V. Le rôle de l'entrepreneuriat féminin dans l'économie algérienne**

L'entrepreneuriat féminin est un facteur essentiel pour la création, le fonctionnement et la croissance des entreprises, et par voie de conséquence pour la croissance économique nationale (Assala, 2006 ; Boukhari 2009 ; Frefera & Belarbi, 2006). Son rôle dans la lutte contre le chômage et la création de richesses est de plus en plus ressenti.

L'entrepreneuriat féminin a remarquablement progressé en Algérie mais *reste* toujours lente et demeure au *stade* embryonnaire (Madoui & Gillet, 2005). Toutefois, nul ne peut négliger ou minimiser les efforts consentis par l'Etat algérien en direction des PME. Ces entreprises ont permis aux jeunes femmes de bénéficier de ressources financières considérables dans le cadre des différents dispositifs d'aide à l'emploi.

Une telle politique a permis aux entreprises gérées par les femmes d'évoluer d'une manière remarquable. Malheureusement, les entreprises féminines en Algérie demeurent très en retard par rapport à celles du reste du monde. En outre, le taux de chômage des femmes est très élevé, particulièrement chez les diplômées; le taux de femmes actives est égal à 14,7% et le proportion de femmes dans la population active ne dépasse pas les 17%. Au Maroc, en Tunisie et dans bien d'autres pays de la région MENA, ce phénomène semble avoir connu une évolution autrement plus favorable qu'en Algérie, ce qui explique le stade avancé de son développement dans ces pays.

## **VI. Les défis de la femme entrepreneure en Algérie**

Un grand nombre de recherches académiques indiquent que la motivation principale pour la création d'une entreprise vient du désir d'avoir une certaine autonomie (posséder sa propre entreprise et sa propre source de revenu). Cependant, beaucoup d'obstacles demeurent réels et viennent décourager la femme lors de son parcours entrepreneurial. Parmi ces contraintes on peut citer:

- L'absence de soutien et d'accompagnement spécifique et adapté,
- L'accès au marché et à l'information,
- L'accès au financement,
- Les contraintes sociales et culturelles.

### *L'absence de soutien et d'accompagnement aux projets*

Les femmes entrepreneures ont relevé l'absence d'accompagnement et de suivi une fois l'entreprise créée. Il s'agit de services tels que le conseil spécialisé (marketing, juridique, financier, fiscale, etc.), la formation, le coaching et le support des paires. Cet accompagnement est très minime et lorsqu'il est offert, il n'est pas adapté aux besoins des femmes. Ces dernières essayent de développer et renforcer des relations avec les associations d'entrepreneurs et des organismes publics et / ou des consultants afin de pouvoir fournir des services de qualité sur le marché.

### *L'accès au marché et à l'information*

Les femmes entrepreneures soulèvent aussi l'insuffisance de l'accompagnement dans l'accès au marché et les difficultés liées à la recherche de l'information. Il est facile de créer une entreprise mais l'analyse et l'accès au marché restent très difficiles pour les femmes



entrepreneures algériennes. L'absence de données, la méconnaissance du système administratif et la difficulté d'obtenir des informations fiables supposent des contraintes majeures pour le développement et l'épanouissement des entreprises des femmes.

#### L'accès au foncier

Les femmes entrepreneures se trouvent confrontées aussi aux difficultés d'accès au foncier dans les zones d'activité. Certaines entrepreneures reprochent à l'administration de ne pas accorder d'intérêt à leurs projets sous prétexte qu'ils sont de petites tailles. Cette exclusion fragilise leurs activités et réduit leurs opportunités de croissance.

#### L'accès au financement

Nombreuses sont les entrepreneures qui déclarent avoir lancé leurs entreprises à partir d'un capital initial personnel ou familial, souvent très réduit. Le nombre de femmes bénéficiaires des dispositifs publics créés pour faire face aux problèmes du chômage (ANSEJ, CNAC) ne représente que 10% du nombre total. Certaines femmes déclarent que ces dispositifs publics ne sont pas adaptés au profil de la femme entrepreneure algérienne qui souvent se lance dans l'entrepreneuriat après avoir acquis une certaine expérience professionnelle. Elle cherche ainsi à concilier leur vie personnelle avec leurs aspirations professionnelles. Les retards accumulés dans le traitement des dossiers est une autre mesure décourageante pour les femmes car, entre temps, elles demeurent au chômage. Elles estiment aussi que les banques, qui devraient développer des outils financiers adaptés aux besoins et réalités féminines, ne sont pas attentives aux doléances des promotrices et ne les soutiennent pas.

#### L'environnement culturel

Les contraintes liées à la conciliation entre la vie professionnelle et les responsabilités familiales, ainsi que les pressions de la société traditionnelle, freinent le développement et l'épanouissement de l'activité féminine. Les préjugés et stéréotypes culturels sociaux et traditionnels exercent une pression sur les femmes malgré les progrès enregistrés dans le système juridique et institutionnel algérien. Aujourd'hui, tous les chercheurs qui ont traité la problématique du développement de l'entrepreneuriat féminin en Algérie sont unanimes pour affirmer que les facteurs de contingence (l'environnement socioculturel) jouent un rôle fondamental dans le blocage à l'émergence de la femme dans la sphère économique.

### **Conclusion**

Cette modeste étude, que nous avons effectuée sur l'entrepreneuriat féminin en Algérie, montre que le rôle des femmes algériennes dans l'économie a évolué considérablement. Cette évolution est principalement due aux dispositifs étatiques de lutte contre le chômage tels que l'ANSEJ, la CNAC et particulièrement l'ANGEM. A travers ces mécanismes d'aide à la création de petites et moyennes entreprises, beaucoup de femmes ont pu réaliser leur rêve et sont passées du statut de chômeuses à celui de femmes chefs d'entreprises. Malheureusement, l'entrepreneuriat féminin en Algérie demeure toujours confronté à d'énormes difficultés (financière, foncière, administrative, socioculturel, accompagnement inadapté, absence de culture d'entreprise,...). C'est pour cela que le taux de femmes entrepreneures en Algérie reste en deçà des espérances malgré la politique volontariste de l'Etat qui cherche à impulser l'activité féminine qui s'avère être la plus faible

en Algérie en comparaison avec les autres pays du Maghreb. Seulement 5 % des entrepreneurs sont de sexe féminin au niveau national. En dépit de la volonté politique affichée et l'importance des dispositifs engagés par le gouvernement algérien, les réformes de l'environnement économique n'ont pas évolué au rythme souhaité. En outre, la majorité des femmes s'orientent vers des secteurs traditionnellement féminins, prolongeant ainsi un savoir-faire déjà acquis dans le domaine domestique. En définitive, les législateurs et décideurs algériens devraient accorder beaucoup plus d'importance à l'entrepreneuriat féminin car beaucoup reste à faire pour développer l'aspect culturel et encourager l'environnement entrepreneurial en Algérie. Des décisions courageuses devraient être prises afin d'éliminer, une fois pour toutes et rapidement, les différents obstacles qui entravent l'épanouissement et le développement de l'entrepreneuriat féminin en Algérie; il faut œuvrer tout particulièrement en faveur d'un meilleur climat de confiance entre les hommes et les femmes pour développer un entrepreneuriat réel.

## **Références**

- [1] Alexandre L., (2016), « Typologie d'entrepreneurs, une approche par le genre », Revue de l'Entrepreneuriat, Numéro Spécial Typologie des Entrepreneurs Coordonné par Sophie Boutillier, N°3/4, volume 15, pp. 105-122. Revue Classée FNEGE rang 2.
- [2] Assala Khalil (2006). « Pme en Algérie : de la création à la mondialisation ». In 8eme Congrès International Francophone en Entrepreneuriat et PME. Université du sud Toulon-var.
- [3] D'Andria Aude et Gabarret Inès, (2016), « Femmes et entrepreneurs : trente ans de recherches en motivation entrepreneuriale féminine », Revue de l'Entrepreneuriat, Volume 15, pp. 87-107
- [4] Belcourt Monica; Burke Ronald J & Lee-Gosselin Hélène (1991). Une cage de verre : les entrepreneurs au Canada, Conseil consultatif canadien sur la situation de la femme, Ottawa, 101p.
- [5] Benhabib, A; Merabet, A; Benachenhou S.M; Grari ,M; Boudia MF and Merabet ,H.(2014a) "Individual and Environmental Determinants of Female Entrepreneurship in Algeria" Entrepreneurial Business and Economics Review , Vol .2, (2),(1), 65-80.
- [6] Benhabib, A; Merabet, A; Benachenhou S.M; Grari, M; Boudia MF and Merabet, H. (2014a). « Les déterminants de l'intention entrepreneuriale féminine en Algérie, cas des diplômées de l'enseignement supérieur », Les cahiers du CREAD, '110), 75-99.
- [7] Boukhari Mohamed (2009). « La vulnérabilité des TPE et des PME dans un environnement mondialisé ». In : 11es Journées scientifiques du Réseau Entrepreneuriat, INRPME, Canada.
- [8] Brush, C. G., & Hisrich, R. D., (1991). « Antecedent influences on women-owned businesses ». Journal of Managerial Psychology, USA.
- [9] Brush C., (1992), « Research on Women Business Owners: Past Trends, and New Perspective and Future Directions », Entrepreneurship Theory and Practice, vol. 16, n°4, pp. 5-30.
- [10] Cornet A. et Constantinidis C. (2004), « Entreprendre au Féminin : Une Réalité Multiple et des Attentes Différenciées », Revue Française de Gestion, vol. 30, N°151, pp. 191-204.
- [11] Daval H, Deschamps B. et Geindre S., (1999), « Proposition d'une grille de lecture des typologies d'entrepreneurs », 1er congrès de l'Académie de l'entrepreneuriat.
- [12] Fayolle Alin. Introduction à l'entrepreneuriat. Edition Dunod, paris, 2005.
- [13] Ferfera Mohamed Yassin et Belarbi Yassine. « L'impact des caractéristiques entrepreneuriales sur le développement des entreprises en Algérie : Etude de cas ». In : Colloque International : Création d'entreprises et territoires. Université Tamanrasset, 03-04 Décembre 2006.
- [14] Gabarret I., Vedel B. (2015), « Pour une nouvelle approche de la motivation entrepreneuriale », La Revue de Sciences de Gestion, Vol. 1, N° 271, pp. 13-20.

- [15] Gharbi Samia (2011). « Les PME/PMI en Algérie, Etat des lieux ». In : les cahiers de LAB. RII, n°238.
- [16]Ghiat Boufeldja, Women's Entrepreneurship in Algeria. Lap Lambert Academing Publishing. November 2014.
- [17] Gillet Anne (2007). Emploi et entrepreneuriat des femmes en Algérie: des dynamiques entre traditions et innovations, pme, emplois et relations sociales .France – Maghreb.
- [18] GilletAnne. Les femmes créatrice des petites et moyennes entreprises en Algérie : motivation, parcours socioprofessionnelles et stratégies d'existence, édition l'Harmattan, paris, 2005.
- [19] HisrichRobert &Brush Candy (1984). The Woman entrepreneur: Management Skills and Business Problems. Journal of Small Business Management, Vol. 22, Issue 1, p. 30-37.
- [20] Hisrich R. & Brush C., (1985), « Women and minority entrepreneurs: A Comparison Analysis », Frontiers of Entrepreneurship Research, Babson College, Wellesley, MA, pp. 566-587.
- [21] Hisrich Robert & Brush Candy. *The Woman Entrepreneur: Starting, Financing, and Managing a Successful New Business*. Lexington, Mass. Lexington Books, c1986.
- [22] Jackman L., Brodie J., Thomson E. 2015. Exploring the Female Entrepreneur through the Lens of Identity Theory. ISBE Conference, Glasgow, November 2015. Kapasi, I. and Galloway, L., 2014. Theory of Planned Behaviour and Qualitative Approaches: A Tale of Two Studies. In: Institute for Small Business and Entrepreneurship, Nov, 2014 Manchester.
- [23] Lavoie Dina (1988). Les entrepreneurs: pour une économie canadienne renouvelée, Conseil consultatif canadien sur la situation de la femme, Ottawa, p 64.
- [24] Madoui Mohamed et Anne Gillet (2005). « Crise et mutation du modèle de développement Algérienne, du gigantisme industrielle au développement de PME/PMI ». In : international travail et emploi n°101.
- [25] Onana F.X, (2009), « Les motivations des femmes à entrer en affaires au Cameroun », Colloque International : La vulnérabilité des TPE et des PME dans un environnement mondialisé, 11es Journées scientifiques du Réseau Entrepreneuriat, 27, 28 et 29 mai 2009, INRPME, Trois-Rivières, Canada
- [26]Peneff Jean (1982). « Carrières et trajectoires sociales des patrons algériens ». In: Actes de la recherche en sciences sociales. Vol. 41.
- [27]Tahir Metaiche Fatima & Abdeslam Bendiabdellah (2016), « Les femmes entrepreneures en Algérie : Savoir, Vouloir et Pouvoir ! » Revue Marché et Organisation .L'harmattan /2 N°26 Pages 219-240.
- [28] Schwartz, E.B. (1976). "Entrepreneurship: A New Female Frontier". Journal of Contemporary Business. Winter, 47-76.
- [29] Tounès, A. et K. Assala (2007), « Influences Culturelles sur les Comportements Managériaux des Entrepreneurs Algériens », 5<sup>ème</sup> Congres de l'Académie de l'Entrepreneuriat, Sherbrooke, Canada.