

État de l'art sur les obstacles et les freins à l'entrepreneuriat féminin

State of the art on obstacles and brakes to female entrepreneurship

Wafaa Berbar Berrached^{1*}, Wassila Tabet Aouel²

¹ MECAS Laboratory, Tlemcen University, Algeria
Email, wafaa26dz@yahoo.fr

² LARMHO Laboratory, Tlemcen University, Algeria
Email, tabet_wassila@yahoo.fr

Date de réception: 2021-12-23 Date de révision: 2022-01-20 Date d'acceptation: 2022-05-27

Résumé

L'entrepreneuriat n'est plus l'apanage des hommes, en effet le monde constate un très grand bond de cette frange les femmes dans les différentes sociétés. L'activité entrepreneuriale dépend de l'interaction dynamique entre caractéristiques individuelles et facteurs socio-environnementaux (Gasse, 2003), d'où l'utilité de développer des approches liées aux contextes (Ahl et Marlow, 2012; Bloom et Van Reenen, 2010; Ahl et Nelson, 2014). Prendre en compte le contexte local de l'entrepreneuriat permet de mieux en comprendre les caractéristiques ainsi que les freins et leviers au développement (Constantinidis, 2017), par exemple en Algérie les femmes entrepreneures ne dépassent pas les 400000.

Dans la même optique, l'entrepreneuriat féminin est devenu un vrai sujet d'étude ces trente dernières années (Adria, Gabaret, 2016) et d'analyse académique avec des problématiques qui lui sont propres notamment celles relatives aux freins, et obstacles que rencontrent les femmes vu leurs particularités (personnelles) et leurs motivations entrepreneuriales (besoins de

Abstract

Entrepreneurship is no longer the preserve of men, indeed the world is seeing a very big leap in this segment of women in different societies. Entrepreneurial activity depends on the dynamic interaction between individual characteristics and socio-environmental factors (Gasse, 2003), hence the usefulness of developing approaches linked to contexts (Ahl and Marlow, 2012; Bloom and Van Reenen, 2010; Ahl and Nelson, 2014). Taking into account the local context of entrepreneurship allows us to better understand its characteristics as well as the obstacles and levers to development. (Constantinidis, 2017), for example in Algeria women entrepreneurs do not exceed 400000.

In the same vein, female entrepreneurship has become a real subject of study over the past thirty years (Adria, Gabaret, 2016) and of academic analysis with its own issues, in particular those relating to brakes and obstacles encountered women in view of

créations).

La plupart des auteurs qui ont étudié l'entrepreneuriat féminin sont unanimes sur la nature de ces difficultés et les répertorient comme suit :

1. Les contraintes personnelles,
2. Les difficultés de financement externe
3. Le manque de soutien ou de reconnaissance
4. La faible intégration des femmes dans les réseaux d'affaires.

A ce propos, nous allons dans cet article mettre en revue ces différents points sous couvert de la littérature et discuter de leurs validités dans le contexte Algérien.

Mots clés : Entrepreneuriat féminin, l'activité entrepreneuriale, obstacles, freins, Algérie.

* Auteur correspondant: Wafaa Berbar Berrached, Email: wafaa26dz@yahoo.fr

their (Personal) characteristics and their entrepreneurial motivations (creation needs).

Most authors who have studied female entrepreneurship are unanimous on the nature of these difficulties and list them as follows:

1. Personal constraints
2. Difficulties of external financing
3. Lack of support or recognition
4. The weak integration of women in business networks.

In this regard we will in this article review these different points under cover of the literature and discuss their validity in the Algerian context.

Keywords Women Entrepreneurship, Entrepreneurial activity , obstacles, brakes, Algeria.

1. Introduction:

L'étude de l'entrepreneuriat féminin a beaucoup progressé dans les pays développés, néanmoins reste encore peu développée en ce qui concerne les pays en émergence et c'est ainsi qu'une analyse des contextes (Aarsti, Parturel 2006) reste une condition nécessaire afin d'aborder cette thématique dans tous ses aspects. (Welsh, Memili, Kaciak et Al-Sadoon, 2014), (Saleh, 2011 ; Arasti, 2008 ; Tahir-Metaiche, 2013).

Ces études mettent en évidence des dynamiques de genre à l'œuvre (Verheul, 2005) dans l'environnement des femmes entrepreneures (Bonnetier, 2005 ; Chang, Memili, Chrisman, Kellermanns et Chua, 2009 ; De Bruin, Brush et Welter, 2007 ; Hughes, Jennings, Brush, Carter et Welter, 2012), (Constantinidis et al, 2017). En effet ces auteurs expliquent que l'acte entrepreneurial est différent selon les motivations et les aspirations et même dans sa pratique car il est en étroite relation avec les spécificités naturelles de l'homme ou de la femme.

2. Quelques statistiques de l'entrepreneuriat féminin en Algérie

En Algérie l'entrepreneuriat féminin est encore très loin d'atteindre un niveau appréciable comparant au pays développé ou en voie de développement. Selon le Centre National du Registre de Commerce enregistre une évolution significative au fil des années. Selon les statistiques arrêtées au 10 février 2021 (CNRC, 2021).

- 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%.
- Les femmes 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%.

- Le nombre total des femmes inscrites au registre du commerce était de 168 556. Fin février 2020, elles étaient au nombre de 160 908 dont 147 928 personnes physiques et 12 980 personnes morales.

Cela explique qu'il y'a une augmentation de 7 648 entrepreneures et cela à préciser que nous étions en pleine crise sanitaire liée à la Covid-19.

Selon le rapport du CNRC, depuis fin février 2015 à fin février 2020, 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%.

Selon les statistiques enregistrées à la même période, le CNRC révèle que les wilayas du sud se montrent de plus en plus orientées vers l'entrepreneuriat et la création d'entreprise, et Bechar vient en tête avec un taux de 18.4%, suivi de Naama avec une évolution de 17.3% et El Bayadh 17%. Nous remarquons qu'Alger arrive loin derrière, Laghouat, Souk Ahras, Biskra, Tindouf et autres, avec un taux de seulement 05,9%.

Par contre si on parle de femmes commerçantes, Alger enregistre le nombre le plus élevé soit 12440, suivie d'Oran 9 414.

Pour les personnes physiques, la tranche d'âge qui domine est celle située entre 39 et 48 ans, avec un taux de 25,56%, suivie de la tranche 49-58 ans, avec un taux de 24,58%. 49.22% de ses entrepreneures travaillent dans l'activité de la distribution du détail, suivie de celle des services avec un taux de 38,62%.

Pour les personnes morales, la tranche d'âge 39-48 ans représente 32,54%, suivie de la tranche 49 - 58 ans, avec un taux de 24,73%. Le secteur des services représente 39,96%, suivie de la production des biens (26,16%). En troisième position arrive celle de l'importation avec un taux de 14,45%. Quant à l'export, elle ne représente que 1,14%. Elle est encore plus faible

chez les femmes, personnes physiques : 0,02%, soit un nombre total de 32 femmes. (CNRC, 2021).

Malgré cette évolution constatée en Algérie en cette période de Covid, l'entrepreneuriat **féminin** reste de nos jours une des préoccupations majeures des chercheurs et que ce phénomène de **femmes qui veulent devenir entrepreneures** devient de plus en plus courant. Et de plus en plus étudié. Mais est-ce pour autant que c'est plus facile pour elles ? Non ! Elles doivent se battre contre des obstacles qui n'ont pas forcément à voir avec le lancement de leurs activités, et cela, tout simplement et justement parce que ce sont des femmes.

Plusieurs études, plus ou moins récentes (Cread 2019,2020), ont mis à jour les sujets de préoccupations et/ou les obstacles que seules les femmes entrepreneures peuvent rencontrer.

Par ailleurs, dans l'étude du processus entrepreneurial beaucoup de facteurs sont mobilisés afin d'expliquer l'acte entrepreneurial (Gasse 2007) tels, la désirabilité qui axe sur les facteurs personnels et les traits de caractères, la faisabilité qui ont un lien avec l'environnement proche de l'entrepreneur telles les opportunités d'affaires et les aides financières, enfin la création qui est la concrétisation de la vision de l'entrepreneur.

Par conséquent à travers la voie du processus entrepreneurial telle décrite plus haut associée à une approche liée au genre nous allons aborder les obstacles à l'entrepreneuriat féminin et relever les différents freins retenus par la littérature.

3. Les freins liés aux facteurs personnels

La littérature traditionnelle concernant l'entrepreneuriat n'a jamais évoqué une quelconque influence du sexe dans l'acte entrepreneurial, seulement depuis les années 90, une attention croissante a été accordée à l'influence du sexe dans le comportement entrepreneurial des femmes (S. Marlow Angela Martinez Dy, 2017).

A ce propos beaucoup de réflexions ont émergé introduisant le genre dans l'entrepreneuriat féminin en observant que les femmes et les hommes agissent de diverses manières et avaient des valeurs et des comportements différents en entrepreneuriat. Leurs motivations sont généralement évoquées selon des perceptions propres (Zahra ,2008)

3.1. La désirabilité (un facteur de développement versus frein personnel)

C'est la première étape du processus entrepreneurial qui permet à l'individu homme ou femme de percevoir les valeurs qui pourront l'aider à mieux concrétiser son projet entrepreneurial. Ces perceptions en nombre de cinq (Gasse ,2007) sont en relation avec des facteurs tels : La famille, le milieu immédiat, le niveau d'instruction et les compétences, le profil psychologique, l'expérience et l'âge.

Les obstacles liés à l'entrepreneuriat féminin commencent là, puisque les femmes entrepreneures perçoivent ses facteurs de diverses manières, les auteurs justement arrivent à distinguer des profils et trajectoires selon leurs motivations. Bruni (2004) distingue l'entrepreneuriat féminin par nécessité, à celui d'autoréalisation (opportunité, conciliation), ces deux trajectoires sont en étroite relation avec les facteurs personnels mais aussi relatives au milieu immédiat de la femme entrepreneure.

Le désir d'indépendance, de développement de soi et d'épanouissement sont fréquemment évoqués (Jennings et Brush ,2013); Néanmoins ceci peut être aussi considéré comme étant des freins surtout en ce qui concerne les pays en voie de développement. Plutôt que vouloir entreprendre pour soi les motivations dans ce cas reposent essentiellement sur des facteurs à savoir: vouloir assurer leur subsistance, pallier à une situation de chômage ou l'impossibilité de trouver un emploi, ou encore contourner des pratiques de discrimination ou de marginalisation. L'entrepreneuriat féminin par nécessité est de mise (Gherardi et Poggio, 2004) ; Hughes (2006), ou aussi Le Loane-Lemaire et al. (2012).

Bien au contraire des facteurs tels que le niveau d'instruction et de compétences peuvent être aussi des déclencheurs de l'acte entrepreneurial féminin en général dans les pays développés surtout en ce qui concerne les femmes en transition professionnelle avec des compétences importantes depuis longues années d'expériences.

La plupart des études (St-Cyr, Hountondji & Beaudoin, 2003, Hughes, 2006,) dans ce domaine évoquent la sur diplomation des femmes en entrepreneuriat par rapport à celle des hommes Hughes, 2006 ; Gatewood & al, 2009), et créent ainsi des entreprises à très forte croissance.

D'un autre côté, la famille et les proches sont une valeur centrale (Brière *et al.*, 2014) ,(De Vita, Mari & Poggesi, 2014) ; (Borges & Simard, 2008) ; (Roomi, Harrison et Beaumont-Kerridge, 2009) et jouent selon les contextes des rôles différents, ils peuvent à la fois constituer des déclencheurs de la création d'entreprise voire de sa croissance par les aides qu'elles procurent tant sur le plan psychologique que matériel, mais aussi être un réel frein pour la femme entrepreneure.

C'est ainsi que dans les pays en voie de développement diverses études montrent l'influence négative que peut avoir un environnement socioculturel caractérisé par des préjugés sur le rôle et la place de la femme dans la société (De Vita, Mari & Poggesi, 2014 ; Sadi & Al-Ghazali, 2012 ; Levy-Tadjine & Sawma, 2010 ; Kane, 2009).

4. Les freins liés à l'accès aux financements

De même pour l'entrepreneuriat masculin il subsiste des facteurs indépendants liés à l'environnement sur lequel l'individu homme ou femme n'a aucune influence.

Ce sont donc tous ces signaux extérieurs que peut percevoir l'entrepreneur dans sa quête de faisabilité de l'acte entrepreneurial.

Souvent l'accès au financement est évoqué comme un frein majeur de l'expansion de l'activité entrepreneuriale et le plus souvent dans les pays en voie de développement.

Plus encore lorsqu'il s'agit de l'entrepreneuriat féminin, et c'est ainsi que les stratégies d'affaires pensées et appliquées par les femmes sont conséquentes de certaines politiques de financement présentes dans leurs contextes.

4.1 La faisabilité (perceptions versus obstacles)

Selon Gasse en 2006, pour que la désirabilité soit reconnue, il faut la consentir par une série d'accessibilité aux ressources et moyens pertinents à la création d'entreprises. Des facteurs sont mis en avant telles les perceptions de l'entrepreneur comme la reconnaissance du statut, les attitudes du milieu et les groupements d'entreprises.

En ce qui concerne l'entrepreneuriat féminin ces critères, comme les facteurs personnels, sont très importants, en revanche, ils peuvent aussi être un frein pour un choix d'activité ou une croissance souhaitée.

C'est ainsi que les auteurs montrent que les femmes entreprennent dans des secteurs moins lucratifs voire moins couteux par difficulté d'accès au financement par exemple (Coleman et Robb, 2009 ; Welter, 2007). En

général, les femmes préfèrent financer le lancement de leurs entreprises grâce à leurs ressources propres plutôt que de faire appel aux acteurs du marché (Cohn et Coleman, 2005 ; Kwong, Evans et Thompson, 2012 ; Logan, 2012).

En effet, les entreprises des femmes sont plus présentes dans le secteur des services et de la vente au détail (Global Entrepreneurship Monitor, 2010 ; 2018 Saleh, 2011 ; Tahir-Metaiche, 2013). Les choix en termes de secteur et de taille sont liés à des préférences personnelles, à l'expérience antérieure, à des contraintes financières, mais aussi à une construction de leur projet autour d'une vision traditionnelle des compétences, connaissances et rôles sociaux féminins (Cornet et Constantinidis, 2004 ; Fairlie et Robb, 2009).

Il existe peu de femmes qui investissent le secteur hautement technologique par manque de financement mais aussi par difficulté d'accès aux réseaux d'affaires.

L'importance des réseaux professionnels formels et informels dans le processus entrepreneurial a été longuement évoquée par les auteurs (Gasse et al., 2002), Bogren, Von Friedrichs, Rennemo et Widding, 2013 ; Hampton, Cooper et McGowan, 2009). Ceci est plus frappant dans les pays en voie de développement qui enregistrent un large déficit en matière de financement de la création en général et des réseaux d'affaires en particulier. L'emplacement de l'entreprise peut aussi jouer un très grand rôle dans l'expansion ou non de l'entrepreneuriat féminin, beaucoup d'auteurs dont porter en 1990 parlent de grappes d'entreprises ou d'entreprises spécialisées dans un secteur donné. Les avantages récoltés peuvent constituer un attrait important pour la création d'entreprise.

Diverses stratégies d'intégration verticales sont de mise dès lors. Néanmoins, comme souvent répétées les femmes créent plus dans les

secteurs traditionnels plus faciles et surtout plus conciliants pour elles, de petite taille, moins structurées ont moins présentes au sein des groupements d'intérêt économique et des réseaux, ce qui peut constituer un obstacle à la commercialisation de leurs produits. Ce qui confine les femmes dans des secteurs moins innovants.

5. Les freins liés au contexte

Comme cités précédemment, les motivations qui peuvent déclencher l'acte d'entreprendre sont très multiples et varient d'un individu à un autre encore plus d'une femme à une autre (Santoni, 2016). Constantinidis et al. (2006) considèrent les femmes qui entreprennent comme un groupe hétérogène, avec des réalités multiples, les femmes sont ainsi différentes dans leurs caractéristiques personnelles, le type d'entreprise qu'elles vont créer et le type de financement qu'elles vont chercher.

C'est pour cela qu'il est quasiment impossible d'identifier une raison majeure de création d'entreprise.

5.1 La création d'entreprise (Enterprise versus moyens)

Très souvent d'ailleurs la décision de créer son entreprise marque un nouveau départ (Badia et al, 2013), pour une femme qui dans son passé a rencontré des difficultés personnelles familiales ou professionnelles.

L'interférence des sphères peut rendre l'arbitrage fragile et souvent réajustable selon les priorités du moment.

Le projet entrepreneurial peut dans ce cas être remis à plus tard si un projet de naissance d'enfant ou le projet professionnel du conjoint est d'actualité.

La femme entrepreneure contrairement à son homologue homme met en avant ses projets familiaux par rapport à ses ambitions ce qui peut affecter l'opportunité entrepreneuriale, et pour stimuler l'entrepreneuriat féminin, la

compréhension des éléments du déclenchement de l'acte d'entreprendre demeure importante tant sur le plan microéconomique macroéconomique voire méso économique.

Les trois trajectoires repérées en général par les auteurs (la création par nécessité, opportunité, ou conciliation de vie) peuvent être des leviers à l'accomplissement de l'acte entrepreneurial dès lors que le contexte peut être boosté par des agissements approbateurs. Par exemple il a été avéré que la présence d'universités ou d'écoles spécialisées peuvent avoir un grand impact sur le nombre de créations d'entreprises.

De même la présence d'entreprises dans un contexte donné est aussi un berceau pour les nouveaux arrivants dans le sens où elles peuvent constituer des éléments d'accompagnements et de soutiens.

Ace propos, et encore plus frappant, l'accompagnement dans l'entrepreneuriat féminin est mis en avant comme activateur et neutraliser de freins à l'entrepreneuriat féminin.

5.2 -L'accompagnement une solution pour l'entrepreneuriat féminin

Une étude menée aux Etats-Unis et en Belgique sur la prise de risque dans l'entrepreneuriat féminin (Lacle; Andria,2017) a montré un manque de compétence en gestion, d'un manque de reconnaissance et de soutien et aussi d'un manque de financement au démarrage (Godwin et al, 2006 ; Menzies 12 et al, 2004 ; St Jean et al, 2013.Santoni (2016) relève également leur moindre accès aux réseaux et à l'accompagnement.

C'est ainsi et suite à ces constats des structures dédiées à l'accompagnement des femmes dans leurs vocations entrepreneuriales ont montré leurs effets positifs en matière de climat motivationnel (Badia, 2013)

d'un côté, mais aussi d'un renforcement du capital social via des partages d'expériences avec d'autres entrepreneures d'un autre.

Les organismes d'accompagnements ainsi sont des sources d'apprentissage et d'orientation surtout en ce qui concerne la relation avec l'administration et les structures publiques.

A ce sujet beaucoup de femmes porteuses de projets ou entrepreneures affichent leur mécontentement sur la qualité des services offerts. La complexité des procédures et les tracasseries administratives sont les principaux obstacles pour la création, la gestion et le développement de leurs entreprises.

Avoir recours à l'accompagnement pour les femmes constitue une aide majeure afin de minimiser certains freins qu'elles peuvent rencontrer.

6. Que retenir des freins et obstacles à l'entrepreneuriat féminin

Après avoir relaté les différentes facettes de l'entrepreneuriat féminin, il semble que des tendances propres sont à relever dans le processus entrepreneurial depuis sa désirabilité passant par la faisabilité du projet entrepreneurial enfin à sa mise en œuvre.

C'est ainsi que nous pouvons selon la littérature consultée et présentée avancer que :

Les femmes en général combinent de manière spécifique les facteurs de contexte individuels, familiaux, professionnels, institutionnels et socioculturels ce qui aboutit à des expériences singulières.

A la recherche d'un statut dans leurs sociétés, quel que soit l'élément déclencheur de l'acte entrepreneurial, la femme entrepreneure veut être reconnue et valorisée à travers son activité Cette reconnaissance est en premier familiale par la validation du projet entrepreneurial tant du point de vue émotionnel que matériel.

La présence du conjoint est aussi un élément primordial dans la faisabilité du projet entrepreneurial, en étant un garant de l'équilibre familial et professionnel Ronsen (2014).

Les normes sociales, la religion peuvent aussi impacter de façon significative l'entrepreneuriat féminin, par exemple les négociations faites dans des lieux publics constituent un frein pour les femmes surtout dans les sociétés conservatrices (Holmen, Min et Saarelainen (2011)

L'accès à la formation universitaire et donc à l'entrepreneuriat comme style de vie est un atout majeur pour la promotion de l'entrepreneuriat féminin, le diplôme devient un levier pour créer son propre emploi et obtenir la reconnaissance.

La littérature présente les femmes entrepreneures comme ayant un style de leadership relationnel, privilégiant la satisfaction de leurs collaborateurs et un climat chaleureux et familial (Riebe, 2005 ; St-Pierre, Nomo et Pilaeva, 2011 ; Vier-Machado et Rouleau, 2002).

Quoique qu'il en soit la femme entrepreneure est devenue un objet d'étude et d'analyse tant par les caractéristiques de l'entreprise qu'elle crée ou par encore les obstacles qu'elle rencontre.

Beaucoup de ces derniers peuvent être amoindris mais pas complètement supprimés, sans aucun doute ces freins sont pour ainsi dire des motivations de plus pour la femme qui choisit l'entrepreneuriat comme métier.

7. Conclusion : Et pour conclure qu'en est-il en Algérie ?

L'entrepreneuriat féminin à l'algérienne n'est en somme pas très différent dans ses interfaces avec les facteurs individuels et socio environnementaux de ceux cités dans la littérature, ce qui en résulte une diversité sociodémographique des femmes entrepreneures, outre qu'une diversification des secteurs d'activités.

Le processus entrepreneurial selon sa conception genre intervient depuis une forte désirabilité jusqu'à la création, toutefois les facteurs enclencher versus déclencheurs semblent différents de ceux des hommes puisqu'ils interfèrent plus intensément surtout ceux du milieu.

Par contre, les femmes Algériennes semblent conscientes des obstacles qui pourraient les contrecarrer dans leurs choix entrepreneurial, et chacune selon ses aspirations et surtout sa motivation envisage une voie de sortie.

Ainsi l'entrepreneuriat féminin quoique on dise ou pense, est en réel progression certes lente mais circonscrite et large et touche toutes les franges de la société algérienne, les motivations émanent d'un souci de reconnaissance de la femme algérienne ainsi que de sa légitimité dans la sphère économique.

Les périples des changements structurels ainsi que conjoncturels que connaît l'économie algérienne altère les motivations de l'entrepreneuriat féminin et engendre parfois des entraves et des freins à son expansion.

Comprendre les aspirations des femmes entrepreneures algériennes peut renseigner sur la manière avec laquelle elle peut être prise en charge et accompagnée dans ses perspectives entrepreneuriales.

8. Liste Bibliographique:

- AHL, H. et MARLOW, S. (2012). Exploring the dynamics of gender, feminism and entrepreneurship: advancing the debate to escape a dead end ? *Organization*, 19(5), 543-562.
- AHL, H. et NELSON, T. (2014). How policy positions women entrepreneurs: a comparative analysis of state discourse in Sweden and the United States. *Journal of Business Venturing*, 30(2), 273-291.

- ARASTI, Z. (2008). L'entrepreneuriat féminin en Iran : les structures socioculturelles. *Revue libanaise de gestion et d'économie*, 1(1), 1-29.
- Badia, B., Brunet F., Kertudo, P., (2013), « Les freins et obstacles à l'entrepreneuriat féminin Étude qualitative auprès de créatrices d'entreprise dans l'agglomération de Nancy » Recherche sociale 2013/4 (N° 208), pages 7 à 57.
- BENHABIB.A & MERABET.A, BOUDIA.F & BENACHENHOU S.M & GRARI.Y & BERRACHED.W « Déterminants de l'intention entrepreneuriale féminine en Algérie: Application du modèle des équations structurelles » La revue de CREAD 2019, P39-79. ISBN : 978-9931-395-36-2.
- BRIERE, S., AUCLAIR, I., LARIVIERE, V. et TREMBLAY, M. (2014). Emerging contextual strategies to support women entrepreneurs in Africa : looking beyond traditional and individual approaches. *8th Biennial international interdisciplinary gender work and organization conference*. Keele University, United Kingdom.
- BRUNI A., GHERARDI S., POGGIO B. (2004), "Entrepreneur – mentality, gender and the study of women entrepreneurs", *Journal of Organizational Change Management*, vol. 17, n° 3, pp. 256–268.
- BRUSH C. (1990), Women and enterprise creation: An overview of women-owned business. In *Enterprising Women: Local Initiatives for Job Creation*. Paris: Organization for Economic Co-Operation and Development (OECD).
- BRUSH C. (1992), "Research on Women Business Owners: Past Trends, A New Perspective and Future Direction", *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol. 16, n° 4, pp. 5-30.

- BRUSH C., CARTER N. M., GATEWOOD E. J., GREENE P. G., HART M. M. (2001), *The Diana project: Women business owners and equity capital: The myths dispelled*, Kansas City, Kauffman Center for Entrepreneurial Leadership.
- 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-
- BRUSH C., de BRUIN A., WELTER F. (2009), « A gender-aware framework for women's entrepreneurship », *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, vol. 1, n° 1, pp. 8-24.
- COLEMAN, S. et ROBB, A. (2009). *Characteristics of new firms: a comparison by gender*. Récupéré le 12 septembre 2017 sur le site : <http://ssrn.com/abstract=1352601>.
- CONSTANTINIDIS, C. (2010). Représentations sur le genre et réseaux d'affaires chez les femmes entrepreneurs. *Revue française de gestion*, 3(202), 127-143.
- CORNET, A. et CONSTANTINIDIS, C. (2004). Entreprendre au féminin : une réalité multiple et des attentes différenciées. *Revue française de gestion*, 4(151), 191-204.
- COHN, R. et COLEMAN, S. (2005). *Small firm use of leverage : a comparison of men and women-owned firms*. Récupéré le 12 septembre 2017 sur le <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.195.2678&rep=rep1&type=pdf>.
- Constantinidis, Abboubi, ; Salman et Cornet (2017), » L'entrepreneuriat féminin dans une société en transitions : analyse

de trois profils de femmes entrepreneures au Maroc » [Revue internationale P.M.E.](#) Volume 30, Numéro 3–4–2017, p. 37–68

- CONSTANTINIDIS C., CORNET A., ASANDEI S. (2006), “Financing of Women-Owned Ventures: The Impact of Gender and Other Owner- and Firm-Related Variables”, *Venture Capital*, vol. 8, n° 2, pp. 133–157.
- Cread (2019-2020), *Entrepreneuriat féminin en Algérie, enquêtes et analyses.*
- De BRUIN A., BRUSH C., WELTER F. (2006), « Introduction to the special issue: towards building cumulative knowledge
- DEBRUIN, A., BRUSH, C.G. et WELTER, F. (2007). Advancing a framework for coherent research on women’s entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 31(3), 323-339.
- DEVITA, L., MARI, M. et POGGESI, S. (2014). Women entrepreneurs in and from developing countries :vidences from the literature. *European Management Journal*, 32(3), 451-460.
- D’Andria, A., Gabarret, I., (2016), « Femmes et entrepreneures : trente ans de recherches en motivation entrepreneuriale féminine », *Revue de l’Entrepreneuriat*, Vol. 15, p. 87-107.
- D’Andria, A., (2014), « Un éclairage sur le processus entrepreneurial des mampreneurs : Étude exploratoire de leur dynamique effectuale », *Revue de l’Entrepreneuriat*, Vol. 13, p.11-33.
- Gasse, Y. (2003). *L’influence du milieu dans la création d’entreprises*, Centre d’Entrepreneuriat et de PME, Québec, université Laval
- [Global Entrepreneurship Monitor](#) Nov 13, 2018,

- HUGHES K.D. (2006), "Exploring Motivation and Success among Canadian Women Entrepreneurs", *Journal of Small Business and Entrepreneurship*, vol. 19, n° 2, pp. 107-120
- HUGHES, K., JENNINGS, J.E., BRUSH, C., CARTER, S. et WELTER, F. (2012). Extending women's entrepreneurship research in new directions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 36(3), 429-
- Jennings, J.; Brush, C., (2013), « Research on women entrepreneurs: challenges to (and from) the broader entrepreneurship literature? », *The Academy of Management Annals*, vol. 7, no1, p. 663-715.
- Lacle, Andria, (2017), *Entrepreneuriat, Croissance et Compétitivité : Expériences Comparées Femmes, Entrepreneuriat et Société* Congrès, AEI Dakar - 5, 6, 7 Décembre 2017
- Lebègue, T., (2015), « L'accompagnement institutionnel des femmes entrepreneures, Quel modèle d'accompagnement pour les femmes créatrices de très petites entreprises ? » *Revue de l'Entrepreneuriat*, Vol. 14, n°2, p. 109-138.
- LEVY-TADJINE, T. et SAWMA, S. (2010). À propos de la désirabilité et de la faisabilité entrepreneuriales perçues pour les jeunes femmes libanaises : une enquête exploratoire. *Lebanese Association for the Advancement of Science*, (17).441
- LÉLOARNE-LEMAIRE, S. (2013). Le couple, pilier de l'entrepreneuriat au féminin. *L'Expansion Management Review*, 1(148), 109-116.
- Menzies, t.V., Gasse, Y., Diochon, M. & Garand, D. (2002, June). *Nascent Entrepreneurs in Canada : An Empirical Study*, Paper presented at the ICSB 47th World Conference, San Juan, Puerto Rico.

- Paturel, R., (2007), « Grandeurs et servitudes de l'entrepreneuriat » *Revue Internationale de Psychologie*, Vol. 13, n°31, p.27-43.
- Porter M,E. (1985). *The Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*. NY: Free Press, **1985**. (Republished with a new introduction, 1998.)
- ROOMI, M.A., HARRISON, P. et BEAUMONT-KERRIDGE, J. (2009). Women-owned small and medium enterprises in England : analysis of factors influencing the growth process. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 16(2), 270-288.
- SANTONI, J., (2016), « Spécificités, obstacles et levier potentiel de l'entrepreneuriat des femmes, état des littératures francophones et anglophones » *Revue internationale de Psychologie et Gestion des comportements Organisationnels*, vol.22, p. 207-228.
- SAIDI, S. (2003). Genre et économie : la participation des femmes à la vie économique. Dans H. Alami M'Chichi, M. Benradi, A. Chaker, M. Mouaquit, M.S. Saadi et A.-I. Yaakoubd (dir.), *Féminin-masculin : la marche vers l'égalité au Maroc 1993-2003* (p. 149-192). Maroc, Éditions Diwan 3000.
- ST-CYR, L., HOUNTONDI, S. et BEAUDOIN, N. (2003). *Mémoire présenté au Groupe de travail du Premier ministre sur les femmes entrepreneures*. Laval, Québec, Chaire de développement et de relève de la PME, HEC Montréal.
- Site internet <https://sidjilcom.cnrc.dz/web/cnrc/elaboration-des-statistiques>
- Site internet <https://www.dzentreprise.net/cnrc-emploi-femmes>

- TAHIR-METAICHE, F. (2013). Les femmes entrepreneures en Algérie : savoir, vouloir et pouvoir ! *Marché et Organisations*, 2(26), 219-240.
- VERHEUL I., VAN STEL A., THURIK R. (2006), “Explaining female and male entrepreneurship at the country level”, *Entrepreneurship & Regional Development*, vol. 18, pp. 151-183.
- WELTER F.F. (2011), “Contextualizing Entrepreneurship—Conceptual Challenges and Ways Forward”, *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol. 35, pp. 165-184.
- W.B. GartnerA. (1985), Conceptual framework for describing the phenomenon of new venture creation *Academy of management review*, 10 (4) (1985), pp. 696-706.