

L'ENTREPRENEURIAT FÉMININ EN ALGÉRIE, QUELS OBSTACLES ? المقاولاتية النسوية في الجزائر، ما هي العقبات؟

Soumeya BELHIMER¹, Meriem CHERFOUH², Hassiba DJEMA³
Ecole des hautes études commerciales EHEC (Algérie)

Received: 23/09/2019

Accepted: 02/12/2019

Published:31/12/2019

Résumé :

Aujourd'hui, la femme fait partie intégrante de l'écosystème entrepreneurial, elle joue un rôle important dans le développement économique et social.

En Algérie, bien que le taux des entrepreneuses augmente continuellement, le nombre des entreprises créées par des femmes demeure faible. De ce fait, la présente étude tente de détecter les entraves qui freinent l'entrepreneuriat féminin dans notre pays.

Pour ce faire, une enquête a été menée auprès de 35 femmes chefs d'entreprises issues des régions nord et des hauts plateaux, établie à partir d'un questionnaire distribué à la totalité des participantes et un entretien effectué avec 13 d'entre elles.

Nos principaux résultats indiquent que les entraves à l'entrepreneuriat féminin réfèrent à la lourdeur des démarches administratives, à l'accès aux financements, à la perception de l'entourage, au faible engagement des clients et fournisseurs, à la conciliation entre la vie personnelle et la vie professionnelle ainsi qu'à la gestion du personnel.

Mots clés : femme entrepreneuse, entrepreneuriat féminin, obstacles, Algérie.

Code JEL : M13

المخلص :

تعد المرأة اليوم جزءا لا يتجزأ من النظام المقاولاتي، حيث تلعب دورا فعالا في التطور الإقتصادي والإجتماعي. في الجزائر، ورغم أن نسبة سيدات الأعمال تتزايد باستمرار، إلا أن عدد المؤسسات التي تنشؤها وتسيرها النساء لا يزال ضئيلا. ابتداء من هذه المعطيات، يسعى هذا البحث لاكتشاف العراقيل والصعوبات التي تثبط النشاط المقاولاتي النسوي في بلدنا.

لإنجاز هذا العمل، تم توزيع نموذج استبيان على عينة من سيدات الأعمال الجزائريات واللاتي بلغ عددهن 35 امرأة، بالإضافة إلى إجراء مقابلة على انفراد مع 13 منهن.

تشير النتائج الرئيسية التي توصلنا إليها إلى أن العقبات التي تعترض سبيل ريادة الأعمال لدى الإناث تتمثل في ثقل الإجراءات الإدارية، صعوبة الوصول إلى التمويل، نظرة المجتمع السلبية لسيدة الأعمال، نقص العملاء والموردين، وعقبة التوفيق بين الحياة الشخصية والحياة المهنية بالإضافة إلى صعوبة إدارة شؤون الموظفين.

الكلمات المفتاحية : المرأة المقاولاتية، المقاولاتية النسوية، العراقيل، الجزائر.

تصنيف JEL:M13

1. Introduction :

* Auteur expéditeur : Belhimer Soumeya, e-mail : s.belhimer@hec.dz

L'entrepreneuriat féminin devient de plus en plus un phénomène important à étudier tant en Algérie qu'ailleurs dans le Monde.

Quelques décennies auparavant, les femmes étaient quasi absentes dans les entreprises, alors qu'aujourd'hui, elles rivalisent les hommes dans des postes de directions, elles détiennent les idées, les compétences et les motivations pour diriger des entreprises, créer de la richesse, de l'emploi pour elle-même et d'en offrir pour les autres et elles sont reconnues comme l'une des sources de la croissance économique, de création d'emplois et d'innovation.

En Algérie également, et durant ces dernières années, l'entrepreneuriat féminin connaît une certaine évolution, la femme algérienne a trouvé sa place dans l'économie nationale, elle travaille dans la plupart des domaines et va de plus en plus vers la création des entreprises. Ceci revient en premier lieu aux efforts fournis par l'état pour encourager la femme à se lancer dans le monde des affaires et pour l'intégrer dans le développement économique, ainsi qu'à la volonté des femmes à confronter toutes les contraintes existantes sur leur chemin, Malgré cela, le taux des femmes entrepreneures en Algérie demeure faible par rapport au nombre d'entrepreneurs masculins et au total de la population féminine et la participation des femmes à la création d'entreprises demeure très loin des attentes, un retard justifié soit par des facteurs individuels liés à la condition féminine, soit par des facteurs environnementaux liés au contexte socioculturel Algérien, ainsi la présente étude vise à mieux cerner ses facteurs inhibiteurs, a priori nous cherchons à répondre à la problématique suivante : **Quels sont les principaux obstacles qui entravent les femmes dans la création et la gestion de leurs entreprises ?**

2. Cadrage théorique :

Au cours des quatre dernières décennies, et dans plusieurs pays, les femmes représentent de plus en plus des taux importants de la totalité des chefs d'entreprises. Qui est donc cette femme entrepreneure ? Comment est-elle présente en Algérie ? Et qu'est ce qu'il peut ralentir son activité entrepreneuriale ?

2.1 Définition de la femme entrepreneure :

Selon les études qui ont traité de l'entrepreneuriat féminin, il n'existe pas une définition claire et unique de ce concept. Plusieurs auteurs ont essayé de définir ce concept qui est ambigu et peut parfois porter à confusion.

(Lavoie, 1988) définit la femme entrepreneure comme étant : « la femme qui, seule ou avec un ou des partenaires, a fondé, acheté ou accepté en héritage une entreprise, qui assume les risques et responsabilités financières, administratives et sociales et qui participe quotidiennement à sa gestion courante ».

Quant à (FILION, 1996, p18) l'a défini comme « Une personne qui prend des risques financiers pour créer ou acquérir une entreprise, et qui la dirige de manière innovatrice et créatrice en développant de nouveaux produits et en conquérant de nouveaux marchés. ».

D'après ces définitions, on constate que le concept entrepreneure désigne :

- Une femme indépendante qui crée et dirige une entreprise
- Une femme innovante qui a le goût de l'aventure
- Une femme responsable

Donc la femme entrepreneure est une personne qui crée et gère son activité pour réaliser des objectifs professionnels, être autonome financièrement et accomplir des progrès.

2.2 L'activité entrepreneuriale féminine en Algérie :

L'implication des femmes entrepreneures dans le monde des affaires demeure loin des attentes, ces dernières restent sous-représentées en Algérie et leur participation à la création d'entreprise ne dépasse pas les 7.7% (CNRC, 2019).

Tableau 1 : Nombre de chefs d'entreprise Algériens en fin février 2019

	Hommes	Femmes		Total Femmes	Total
		Personnes physiques	Personnes morales		
Nombre de chefs d'entreprises	1 873 751	144 470	12 187	156 657	2 030 408
Taux des chefs d'entreprises	92,3 %	7,1 %	0,6 %	7,7 %	100 %

Source : centre national du registre de commerce CNRC / APS mars 2019

Les chiffres déclarés par le centre national du registre de commerce (CNRC) indiquent que l'Algérie compte 156 657 femmes entrepreneures en fin février 2019, dont 144 470 personnes physiques et 12 187 personnes morales (gérantes de sociétés), contre 1 873 751 hommes entrepreneurs, les femmes ne représentent donc que 7,7% du total des patrons inscrits au CNRC. (Sans prendre en compte les professions libérales, les métiers et le travail artisanal). Le CNRC a publié en mars 2019 plus de détails sur l'entrepreneuriat féminin en Algérie :

Tableau 2 : Femmes d'affaires selon la tranche d'âge

Tranche d'âge	Taux de l'activité entrepreneuriale
18-19 ans	0,01 %
20-28 ans	3,80 %
29-38 ans	19,30 %
39-48 ans	25,78 %
49-58 ans	24,81 %
59-68 ans	14,11 %
69 ans et +	12,19 %

Source : centre national du registre de commerce CNRC / APS mars 2019

Nous constatons d'après le tableau 16 que la majorité des femmes d'affaires ont plus de 39 ans et moins de 58 ans, nous remarquons également que la femme

Algérienne ne se lance pas très jeune en entrepreneuriat mais plutôt qu'après avoir dépassé les 29 ans.

Tableau 3 : Répartition des femmes d'affaires par wilaya

Wilaya	Nombre de femmes d'affaires	Taux de l'activité entrepreneuriale
Alger	17 222	11 %
Oran	10 155	6,5 %
Tizi-Ouzou	5 734	3,7 %
Tlemcen	5 672	3,6 %
Sidi Bel Abbes	5 646	3,6 %
Constantine	5 634	3,6 %
Blida	5 156	3,3 %

Source : centre national du registre de commerce CNRC / APS mars

2019

D'après le tableau 19, les femmes d'affaires se centralisent dans les sept grands pôles économiques et urbains, majoritairement à Alger, puis Oran, suivi de Tizi-Ouzou, nous constatons que le taux de l'entrepreneuriat féminin est le même dans les villes de Tlemcen, Sidi Bel Abbes et Constantine. Il est important de noter aussi qu'à l'exception d'Illizi et Tindouf, le nombre de femmes entrepreneures varie entre 1000 et 5000 dans les 39 wilayas restantes.

2.3 Les obstacles à l'entrepreneuriat féminin en Algérie :

La femme Algérienne comme toute autre femme dans le monde, trouve des difficultés pour démarrer et maintenir son activité entrepreneuriale, quelques chercheurs académiques en Algérie se sont intéressés au sujet, et ont mené des enquêtes auprès des femmes entrepreneures pour détecter les contraintes qui entravent leurs parcours professionnels.

2.3.1 L'accès au financement :

Le besoin de financement est avéré crucial tout au long du cycle de vie d'une entreprise, l'accès des femmes au financement est tellement difficile et compliqué que 85.10% des enquêtées par (TAHIR METAICHE, 2012, pp17-18) investissent leur épargne personnelle ou font recours à leurs familles et amis pour financer leurs projets, que ce soit en phase de création ou de développement, 75% de ces dernières expriment leur non-satisfaction à l'égard des services de financement qui exigent des taux d'intérêt élevés, trop de garanties et des délais de traitement des dossiers très longs.

2.3.2 L'environnement socioculturel :

Tous les chercheurs qui ont traité de l'entrepreneuriat féminin en Algérie sont d'accord sur le rôle primordial de ce facteur dans le blocage à l'acte entrepreneurial des femmes, ils indiquent que les entrepreneures font face à des freins liés aux mentalités conservatrices de la société Algérienne, tels que les

stéréotypes sociétaux et traditionnels qui lui assignent surtout un rôle de mère et d'épouse et qui jugent ses sorties de soir pour les diners d'affaires, ses rencontres avec les responsables et hommes d'affaires, ses voyages d'affaires (toute seule)... Cet environnement donc n'encourage guère les femmes à se lancer dans un projet entrepreneurial (OIT, 2017)

2.3.3 L'accès au marché et à l'information :

Plusieurs femmes entrepreneures ont du mal à accéder aux marchés d'affaires, certaines d'entre elles ressentent des pratiques discriminatoires à leur égard, elles soulèvent le manque de transparence et la non clarté des règles du jeu du marché d'appels d'offres. De plus, les entrepreneures en Algérie trouvent d'énormes ennuis pour obtenir des données et des informations fiables à cause du système administratif, ce qui freine le développement de leurs entreprises (OIT, 2017)

2.3.4 La conciliation vie privée-vie professionnelle :

Selon l'étude de (TAHIR METAICHE, 2012, p18), Equilibrer entre le travail et la famille figure parmi les principales préoccupations de la femme entrepreneure Algérienne, en plus de ses multiples fonctions au sein de son entreprise, cette femme doit consacrer du temps aux tâches domestiques et ménagères, au mari et aux enfants, elles doivent donc fournir beaucoup d'efforts pour résoudre cette célèbre équation « la conciliation vie privée-vie professionnelle »

2.3.5 Le besoin d'une formation spécifique :

La même étude démontre que les femmes entrepreneures rencontrent des problèmes de gestion au quotidien, ce qui nécessite une formation particulière dans le domaine managérial surtout, pour se doter des pratiques et outils managériaux qui leur épargnent ces problèmes.

2.3.6 L'absence de soutien et d'accompagnement aux projets :

Le rapport de (l'OIT, 2017) indique que la plupart des entrepreneures Algériennes soulignent l'absence d'un suivi après la création de leurs entreprises, selon elles, les programmes d'appui (coaching, mentorat...), les centres de conseil spécialisés (en marketing, fiscalité, finance ..) et les services d'accompagnement sont inexistantes, elles se dirigent donc vers les associations d'entrepreneurs, les consultants et les mécanismes d'aide publics qui sont malheureusement loin de pouvoir combler ce vide.

2.3.7 La psychologie des femmes Algériennes :

Un facteur de blocage invisible et peu abordé, mais il constitue souvent un frein face à la prise d'initiative entrepreneuriale chez les femmes Algériennes, ces dernières et à force d'être soumises à leurs familles (parents, frères et maris) perdent leur notion d'individualité qui est primordiale dans le concept entrepreneurial. Ainsi, la nature psychologique de la femme lui impose des craintes et des peurs en ce qui concerne la prise de risque et l'aventure, elle a

tendance à se sous-estimer et à se croire incapable de réaliser tel projet, elle ne va pas au bout de ses ambitions (CHABOUR, 2013, p33)

D'autres contraintes à l'entrepreneuriat féminin en Algérie peuvent s'ajouter aux précédentes tels que les tracasseries administratives bureaucratiques et la lourdeur des procédures réglementaires, la difficulté d'accès aux réseaux d'affaires, le manque de soutien de l'entourage surtout la famille qui décourage dans la plupart des temps la femme à entreprendre, certaines pratiques discriminatoires à l'égard des femmes.

Nous avons constaté que l'entrepreneuse en Algérie doit fournir beaucoup d'efforts pour affronter les multiples obstacles socioculturels et même psychologiques. Pour dépasser ces difficultés il lui faut d'abord une forte personnalité, une grande motivation et détermination mais aussi un encouragement et un soutien moral de son entourage.

3. La démarche méthodologique :

Afin de récolter le maximum d'informations concernant le parcours des femmes entrepreneures, les obstacles auxquels font face au début et en cours de leurs aventures entrepreneuriales ainsi que les solutions qu'elles ont trouvé pour affronter ces freins, nous avons opté pour une étude descriptive analytique d'ordre quantitatif par le biais d'un questionnaire distribué auprès d'un échantillon de 35 femmes entrepreneures des wilayas suivantes : Alger, Boumerdes, Constantine Sétif, Annaba, Bejaia, Blida et Tipaza, et qualitatif à travers un entretien semi directif effectué avec 13 femmes de notre échantillon.

3.1 Taille et choix de l'échantillon :

Nous avons opté pour la méthode d'échantillonnage aléatoire en se dirigeant vers le forum des chefs d'entreprises FCE l'association des femmes Algériennes chefs d'entreprises SEVE et enfin le dispositif ANSEJ afin de nous communiquer les coordonnées des entrepreneures inscrites dans ces organismes après avoir obtenu leurs accords. De plus, nous avons fait des recherches de notre côté sur le réseau professionnel Linkdin, visionné des émissions télévisées enregistrées sur Youtube dont les invitées étaient des femmes entrepreneures et assisté à trois évènements traitant de l'entrepreneuriat féminin en Algérie : la conférence « Women's entrepreneurship day » au siège de la wilaya d'Alger, le séminaire « Evolution de la femme chef d'entreprise dans la région MENA » à l'hôtel l'Aurassi et enfin la conférence « Women of developer circles » au siège de la wilaya d'Alger, c'est ainsi qu'on a pu rencontrer et contacter 49 femmes chefs d'entreprises au total, qui ont accepté de nous consacrer un peu de leur temps et répondre à nos questions.

Sur ces 49 femmes, nous avons pu recontacter après plusieurs relances 35 d'entre elles qui ont réellement constitué notre échantillon en répondant à toutes nos questions sans exception, pour le reste des femmes, 11 parmi elles n'ont pas tenu leur promesse et n'ont pas voulu répondre à nos nombreuses sollicitations, nous

avons dû aussi éliminer les réponses de 2 participantes de notre échantillon ayant ignoré plusieurs questions, et supprimer une autre réponse d'une entrepreneuse Algérienne mais qui a lancé son entreprise à Marseille-France.

Notre échantillon s'est donc aléatoirement composé de 35 femmes chefs d'entreprises activant principalement dans les régions nord et hauts plateaux.

3.2 Outils de traitement des données obtenues :

Pour le questionnaire, nous avons opté pour un traitement informatisé à l'aide du logiciel Excel pour obtenir les fréquences, pourcentages et moyennes exactes du tri à plat, mais aussi pour mieux représenter ces statistiques par des graphes et des schémas.

Pour l'entretien, en plus des notes prises durant l'interview, l'utilisation des enregistrements vocaux ou sonores nous a été très bénéfique, nous avons pu par la suite reprendre toutes informations déclarées par les répondantes.

4. Analyse et interprétation des résultats :

Nous allons présenter dans cette partie les principaux résultats de l'étude quantitative et l'étude qualitative :

4.1 Profil sociodémographique des participantes

Nous allons dans ce qui suit, donner un aperçu du profil personnel et sociodémographique des femmes chefs d'entreprises qui ont participé à notre enquête, les principales variables listées sont :

4.1.1 La tranche d'âge :

Dans l'ensemble, la plupart des participantes (34,3%) sont âgées entre 30 et 39 ans. Il n'en demeure pas moins qu'un taux important de répondantes (28,6%) ont 40 à 49 ans, tandis que les moins jeunes (20-29 ans) et les plus âgées (50-59 ans) ne représentent pas plus de 17,1% de notre échantillon, ce dernier compte une seule et unique entrepreneuse ayant dépassé les 60 ans (2,9%).

4.1.2 L'état civil :

Elles sont pour la majorité (60%) mariées avec enfants, surnommées aussi des mam-entrepreneures, leurs multiples responsabilités familiales ne les ont pas empêché de se lancer, ni de poursuivre leur activité entrepreneuriale. Les participantes célibataires sont moins nombreuses (25,7%), elles sont également moins préoccupées et plus consacrées à leur projet comparées aux mam-entrepreneures. Les femmes mariées sans enfants ne représentent que 5,7% de notre échantillon, même taux pour les femmes divorcées (5,7%). Enfin, la femme veuve fait aussi partie de notre liste d'enquêtées avec un taux très minime de 2,9%.

4.1.3 Le niveau d'instruction :

Toutes les participantes ont atteint un niveau intellectuel assez élevé, puisque 94,3% d'entre elles sont formées et diplômées de l'université, tandis que les femmes restantes (5,7%) ont arrêté leurs études au lycée, l'une d'entre elle s'est contentée de son niveau « terminal » et l'autre a fait une formation artisanale.

4.2 Profil organisationnel des entreprises

Nous allons dans ce qui suit, donner un aperçu global du profil des entreprises créées et gérées par les femmes de notre échantillon, les principales variables listées sont les suivantes :

4.2.1 L'âge de l'entreprise :

La plupart (21) d'entre elles ont été créées dans les quatre années précédentes, d'autres (5) sont âgées de cinq à neuf ans, tandis que les plus anciennes (9) existent depuis plus de dix bonnes années.

4.2.2 Le Statut juridique de l'entreprise :

Il s'avère que la plupart (57,1%) des participantes ont préféré créer et gérer seules leurs entreprises, elles ont donc créé des EURL. D'autres (31,4%) ont fondé des SARL avec un ou plusieurs associé(s). Enfin, une minorité de femmes (11,5%) n'ont pas créé de sociétés, mais possèdent plutôt elles-mêmes la personnalité juridique de leurs entreprises, ce sont des indépendantes, appelées aussi les personnes physiques.

4.2.3 Le secteur d'activité :

Sans surprise, le secteur d'activité le plus attractif pour les femmes est celui des services avec 24 entreprises créées dans ce domaine, suivi du secteur de l'industrie qui a intéressé 6 femmes de notre échantillon, une entreprise active dans le secteur artisanal et une autre dans le secteur des bâtiments et travaux publics. Les 3 entreprises restantes exercent des activités dans le secteur commercial : l'importation, la commercialisation et la distribution des produits.

4.2.4 Les obstacles à l'entrepreneuriat :

La lourdeur et la lenteur des démarches administratives représentent de véritables obstacles pour 77,1% des participantes. De son côté, le problème de financement est rencontré par 60% de ces dernières qui trouvent toujours des difficultés d'accès aux crédits bancaires. L'environnement socioculturel freine plus au moins 31,4% des entrepreneuses de notre échantillon qui n'échappent pas aux jugements et aux stéréotypes de la société. L'obstacle de conciliation entre vie familiale et vie professionnelle est moins fréquent puisque 17,1% des participantes en souffrent. De plus, « La discrimination » de genre n'entrave pas autant les entrepreneuses (11,4%). Le reste des obstacles tels que « Le réseautage », « Le manque de soutien de l'entourage » et « La formation » semblent moins importants avec des taux de 8,6%- 2,9%- 2,9% respectivement. Une seule participante n'a trouvé aucune difficulté lors du lancement de son entreprise (2,9%).

4.2.5 Les difficultés de gestion :

Les femmes managers font face à plusieurs obstacles lors de la gestion de leurs entreprises, le problème le plus répandu (74,3%) concerne le faible engagement des fournisseurs et des clients qui font moins confiance aux femmes chefs d'entreprises que les hommes. Puis celui du financement (31,4%) puisque

ces femmes trouvent des difficultés à obtenir des crédits bancaires. (31,4%) des femmes arrivent difficilement à concilier leur vie familiale et leur vie professionnelle, et gérer leur temps entre les tâches ménagères et les tâches de l'entreprise, sachant que 9/11 femmes ayant ce souci sont des mamans. Ces femmes rencontrent aussi des contraintes pour gérer le personnel masculin (22,9%), sachant que certains employés hommes ne digèrent pas facilement le fait d'être gérés par une femme. D'autres soucis moins fréquents entravent ces managers femmes tels que : la gestion du personnel féminin (20%) où parfois la femme est l'ennemie de la femme, la mauvaise perception de l'entourage (11,4%), due aux mentalités de la société Algérienne conservatrice, ne pas trouver un personnel honnête et de confiance (2,9%) mais aussi le fait d'être trop dans l'exécutif et ne pas donner assez de temps à la réflexion et le développement (2,9%).

Dans le même contexte, (7) femmes de notre échantillon nous ont avoué avoir déjà pensé sérieusement à arrêter et abandonner définitivement leurs entreprises pour des raisons de fatigue, manque de soutien familial, retards de paiements des clients et surtout par manque de rentabilité.

5. Conclusion :

Dans ce modeste travail nous avons essayé de faire correspondre les fondements théoriques de l'entrepreneuriat féminin à la réalité de ce dernier sur le terrain, après avoir consulté les résultats des chercheurs académiques Algériens à propos des obstacles à l'entrepreneuriat féminin, nous avons alors réalisé une enquête auprès de 35 femmes Algériennes chefs d'entreprises choisies aléatoirement.

L'analyse des données quantitatives obtenues à partir du questionnaire, nous a permis d'identifier les caractéristiques sociodémographiques des enquêtées tels que leur âge, état civil, le niveau d'instruction, de découvrir les caractéristiques des entreprises créées et gérées par les participantes, leur âge, taille, forme juridique, secteur d'activité, mais surtout de cerner les principales entraves qui inhibent les entrepreneuses dans la création et la gestion de leurs entreprises, essentiellement : les tracasseries administratives, l'accès aux financements, l'environnement socioculturel, la conciliation famille-travail, l'accès aux réseaux d'affaires, la gestion du personnel et le faible engagement des clients et des fournisseurs.

De son côté, l'analyse des données qualitatives obtenues à partir du guide d'entretien nous a permis de confirmer quelques résultats et d'en acquiescer d'autres tels que les problèmes de financements, les problèmes avec les employés, le besoin de formations et le manque d'expérience ainsi que l'instabilité des lois en Algérie et la concurrence déloyale.

Tous ces obstacles font malheureusement de la contribution féminine au développement de l'économie nationale très insuffisante, les entrepreneuses doivent donc user de leur intelligence pour trouver des solutions innovantes et

doivent s'armer de patience, confiance, sérieux, dynamisme, volonté et détermination pour résister à toutes les contraintes rencontrées lors du lancement et la gestion de son entreprise.

Références bibliographiques :

1. Travaux universitaires :

- CHABOUR, (N) : l'entrepreneuriat féminin en Algérie : cas de femmes entrepreneurs de la wilaya de Béjaïa, mémoire, université Abderrahmane MIRA Faculté des Sciences Economiques, de Gestion et Commerciales, Béjaïa, 2013

2. Revues et périodiques :

- FILION, (L-J) : « travail autonome : des volontaires et des involontaires- vers de nouvelles pratiques entrepreneuriales », in cahier de recherche N° 96-11-02, Novembre 1996
- TAHIR METAICHE, (F) et BENDIABDELLAH, (A) : « Les femmes entrepreneures en Algérie : savoir, vouloir et pouvoir », in marché et organisation, N°26, février 2016
- TAHIR METAICHE, (F) : le profil de l'entrepreneuriat féminin en Algérie : une étude exploratoire, faculté des sciences économiques, commerciales et de gestion, Tlemcen, 2012

3. Rapports :

- Organisation internationale du travail, évaluation nationale du développement de l'entrepreneuriat féminin en Algérie : situation et recommandations, rapport 2017

4. Sites web :

- Algérie Presse Service http://www.aps.dz/economie/86550-plus-de-156-000-femmes-inscrites-au-registre-du-commerce-a-fin-fevrier-2019?fbclid=IwAR1W8rdMj-xOCLxqr49XtmqhCQkzRfKPnL7Oqxcb71oj11Yhx5_Km-gCwL8, consulté le 14/03/2019, à 12h19, publié le 07/03/2019, à 15h05