

REPUBLIQUE ALGERIENNE DEMOCRATIQUE ET POPULAIRE

**MINISTERE D'ENSEIGNEMENT SUPERIEUR ET DE LA
RECHERCHE SCIENTIFIQUE**

ECOLE SUPERIEURE DE COMMERCE

**Mémoire de fin d'études en vue de l'obtention du diplôme de
MASTER en science de gestion.**

**Spécialité : MANAGEMENTS ET ORGANISATIONS DES
ENTREPRISES.**

THEME :

L'ENTREPRENARIAT FEMININ EN ALGERIE.

**Etudes de cas : enquête sur des jeunes femmes entrepreneures
promotrices de l'ANSEJ**

Elaboré par :

Mlle TAYEB BEY Hayet

Encadreur :

Dr. AROUB Ratiba

Lieu de stage : la Direction générale de l'ANSEJ (Alger).

Période de stage : du 17 /03/2014 au 16/06/2014

2013-2014

Remerciement

Je tiens à remercier en premier lieu « Allah » le tout puissant de m'avoir donné le courage et la volonté d'accomplir ce modeste travail.

Je souhaite exprimer ma grande gratitude à mon encadreur

***Dr. AROUB Ratiba**, qui m'a aidé à progresser dans ma réflexion grâce à ses conseils, son esprit critique et son soutien tout au long de la réalisation de cette recherche et sa confiance qui m'a encouragé à en arriver à ce stade*

Mes vifs remerciements à tous mes enseignants de l'ESC en particulier :

Mr. BAROUDI et Mr. ADMANE

Je suis par ailleurs reconnaissante envers tout le personnel de l'ESC et notamment les bibliothécaires de l'ESC pour leur aide considérable en matière de documentation.

*Je tiens à adresser mes sincères remerciements à tous les cadres de l'ANSEJ de la Direction Générale, Annexe Bab el-wèd, Antenne Oran et Mostaganem, notamment **Mme BENABBAS Hassiba** qui m'a encadré au sein de l'agence et a accepté de me partager son expérience et ses connaissances ainsi un grand **Merci à Mr. DJOUWADI.***

*Un remerciement particulier à mes chères sœurs **YASMINE** et **MAROUA** pour leur soutien moral.*

*Un très grand Merci à **MOUNA** et **AMIRA***

*Un très spécial remerciement à mon âme sœur **SARRA** qui m'a soutenu avec tous ses efforts tout au long de mon travail.*

Enfin, je ne devais pas oublier le soutien moral de Ma mère et mon père, qu'ils trouvent ici l'expression de mon affection.

*A tous ceux qui ont contribué de près ou de loin à l'élaboration de mon travail, je dis **MERCI.***

Dédicace

A ma géniale, tendre, affectueuse et sacré mère.

A mon humble, brave, adorable et majestueux père.

A mes roses de cœurs, mes chères sœurs : YASMINE et MARWA

A ma meilleur qui a sacrifiée son temps pour m'aidée mon encadreur Dr

Aroub Ratiba

A tous mes copines d'hier et d'aujourd'hui avec qui j'ai passé les plus beaux

moments de ma vie : Sihem, Keltoum, Amina, Camelia, Hafida, Kenza

Mouna, Ilhem.

Particulièrement mon adorable, jolie âme sœur Sarra

A mon petit Bébé d'amoure Mimou, mon petit cousin

A tous ceux qui me sont chères.

A tous ceux qui m'aiment.

A tous ceux que j'aime.

Je dédie ce travail.

HAYET

Résumé :

Avant les années 80, l'entrepreneuriat féminin était réservé généralement aux hommes. Plusieurs contraintes empêchaient les femmes d'investir dans des projets entrepreneuriaux.

De nos jours les entrepreneurs femmes représentent une part croissante dans de nombreux pays. En Algérie le taux est dérisoire par rapport à la population féminine totale ou au nombre total des entrepreneurs, il n'en demeure pas moins qu'il augmente chaque année.

Il existe bien des femmes algériennes qui ont réussi à créer leurs entreprises, nous nous interrogeons sur les caractéristique de ces femmes : leurs profil et les profils de leur entreprise, les motivations et les obstacles ainsi que l'influence de leur réseau social.

Nous avons limité notre recherche sur les créatrices d'entreprise à l'aide de l'Agence Nationale de Soutien à l'Emploi des Jeunes c'est pour cela nous nous sommes interrogées sur l'accompagnement de cette structure par rapport aux promotrices. Notre échantillons est de 30 jeunes femmes réparti entre : Alger, Oran, Mostaganem et Annaba.

Notre démarche méthodologique était structurée comme suit : une recherche documentaire pour comprendre et décrire l'aspect théorique relatif au terme « ENTREPRENEURIAT », et « l'entrepreneuriat féminin ». Et l'exploitation d'un questionnaire qui a été distribué à un échantillon de femmes entrepreneures accompagnées par l'ANSEJ et ayant plus 3 ans d'existence.

Afin d'exploiter au mieux le questionnaire, nous avons utilisé le logiciel SPSS : Statistical Package for social science.

Nos principaux résultats indiquent que la majorité des jeunes femmes entrepreneures interviewée sont âgée entre 26 et 30 ans, mariés, presque n'ont pas d'enfants ou seulement entre 1 et 3 enfants, elles sont généralement universitaires. Leurs entreprises sont des TBE exerçant dans le local, généralement dans les secteurs de services ou profession libérale. Leurs entraves sont souvent les surcharges administratives et le problème de financement. Elles sont motivées par « La volonté d'indépendance et l'autonomie » pour la création d'entreprise. Elles se sont dirigées vers l'ANSEJ pour l'avantage financier accordé par cette structure.

Mots clés : Entrepreneuriat, Création d'entreprise, entrepreneur féminin, Promotrice ANSEJ.

Liste des figures

Figure N° 01 : Représentation des quatre paradigmes de l'entrepreneuriat et de leurs liens.	20
Figure N° 02 : Schéma clarifiant les motivations des femmes.	48
Figure N° 03 : PNR ajoutées en 2011.	69
Figure N° 04 : Condition d'éligibilité.	70
Figure N° 05 : Le financement mixte des projets ANSEJ.	72
Figure N° 06 : financement triangulaire.	72
Figure N° 07 : Le processus d'accompagnement de l'ANSEJ.	74
Figure N° 08 : Répartitions des projets financés par genre et par secteur d'activités depuis la création au 31 décembre 2013 en Algérie.	76
Figure N° 09 : Répartition des projets financés par genre et par secteur d'activité depuis la création au 31 décembre 2013 dans la wilaya Mostaganem.	78
Figure N° 10 : Répartition des projets financés par genre et par secteur d'activité depuis la création au 31 décembre 2013 dans la wilaya d'Annaba.	79
Figure N° 11 : Répartition des projets financés par genre et par secteur d'activité depuis la création au 31 décembre 2013 dans la wilaya d'Alger.	80
Figure N° 12 : Age de l'entrepreneure.	84
Figure N° 13 : Situation familiale.	85
Figure N°14 : Nombre d'enfants.	85
Figure N° 15 : Niveau d'instruction.	85
Figure N° 16 : Frontières de l'activité.	87
Figure N° 17 : Situation socioprofessionnelle.	87
Figure N° 18 : Récapitulation d'évaluation de l'importance des facteurs poussant la jeune femme à entreprendre.	89
Figure N° 19 : Récapitulation des problèmes rencontrés par la promotrice.	90
Figure N° 20 : Le degré d'influence de l'entourage.	92
Figure N° 21 : Type d'aide accordé par l'entourage.	92
Figure N° 22 : Appréciation de l'ANSEJ.	94

Liste des tableaux

Tableau N°01 : Résumé des écoles entrepreneuriales.	07
Tableau N°02 : Typologies entrepreneuriales.	30
Tableau N°03 : Le niveau de formation des entrepreneurs.	46
Tableau N°04 : Différence entre entrepreneuriat masculin et entrepreneuriat féminin	52
Tableau N° 05 : Nombre d'immatriculation.	54
Tableau N° 06 : Secteurs d'activité des entreprises féminines immatriculées.	55
Tableau N° 07 : développement de l'ANSEJ.	68
Tableau N° 08 : Le seuil minimum des fonds propre.	71
Tableau N° 09 : modalités de remboursement.	73
Tableau N° 10 : Répartition des projets financés par genre et par secteur d'activité depuis la création de l'ANSEJ au 31 décembre 2013 en Algérie.	75
Tableau N° 11 : répartition des projets financés par secteur d'activité et par genre : Année 2010, 2011, 2012, 2013.	77
Tableau N° 12 : Répartition des projets financés par genre et par secteur d'activité depuis la création au 31 décembre 2013 dans la wilaya Mostaganem.	77
Tableau N° 13 : Répartition des projets financés par genre et par secteur d'activité depuis la création au 31 décembre 2013 dans la wilaya d'Annaba.	79
Tableau N° 14 : Répartition des projets financés par genre et par secteur d'activité depuis la création au 31 décembre 2013 dans la wilaya d'Alger.	80
Tableau N° 15 : division géographique des interviewé.	82
Tableau N° 16 : Age de l'entrepreneure.	84
Tableau N° 17 : Situation familiale.	85
Tableau N° 18 : Nombre d'enfants.	85
Tableau N° 19 : Niveau d'instruction.	85
Tableau N° 20 : Le secteur d'activité des entreprises créées par les motrices	86
Tableau N° 21 : Situation socioprofessionnelle.	87
Tableau N° 22 : Récapitulation d'évaluation de l'importance des facteurs poussant la jeune femme à entreprendre.	88
Tableau N° 23 : Récapitulation des problèmes rencontré par la promotrice.	89
Tableau N° 24 : L'existence d'un entrepreneur dans l'entourage.	91
Tableau N° 25 : bénéficie t-il d'une aide de l'ANSEJ.	91
Tableau N° 26 : l'exercice de la même activité.	91
Tableau N° 27 : Le degré d'influence de l'entourage (en %)).	91
Tableau N° 28 : Type d'aide accordé par l'entourage.	92
Tableau N°29 : Récapitulation de l'accompagnement bénéficié par les promotrices.	93
Tableau N° 30 : Appréciation de l'ANSEJ.	94
Tableau N° 31 : Tableau récapitulatif des sources de l'apport personnel.	95
Tableau N° 32 : Préparation à la création d'entreprise	95
Tableau N° 33 : Difficulté à accroître l'activité.	95

Liste des abréviations :

ANDI : Agence Nationale de Développement de l'Investissement.

ANGEM : Agence Nationale de Gestion Du Microcrédit.

ANSEJ : Agence Nationale de Soutien à l'Emploi des Jeunes

B.I.T : Bureau International du Travail.

CFPA : Centre de Formation Professionnel Algérien.

CNAC : Caisse Nationale d'Allocation Chômage

NTIC : technologies d'information et de communication.

O.I.T : Organisation International de Travail.

PME : Petite et Moyenne Entreprise.

TPE : Très Petite Entreprise.

Introduction générale

De diverses transformations complexes et rapides ont marqué l'environnement économique international durant cette dernière décennie. Le mode de fonctionnement des entreprises a été affecté par ces transformations à travers la concurrence et les nouveaux marchés avec l'émergence de nouveaux services et produits.

Comme de nombreux pays, L'Algérie s'est engagée de l'économie administrée qui s'est basée sur le secteur public vers l'économie de marché qui se base sur le secteur privé, les énergies entrepreneuriales sont libérées et se caractérisent par les développements des PME. Ces dernières représentent la forme la plus courante dans la plupart des économies et aussi constituent un vecteur important de la croissance de l'économie nationale et régionale. Ce passage a encouragé les actions entrepreneuriales, et de nouvelles pratiques commencèrent à voir le jour par la création de nouvelles entreprises.

L'entrepreneuriat a été adopté pour renforcer les capacités du pays et pour faire face à la concurrence, qu'elle soit nationale ou internationale.

Pour cela, l'Algérie a déployé ses efforts vers l'encouragement de jeunes algériens à la création des nouvelles activités par la mise en place de programmes d'accompagnement à la création d'entreprises. Ces structures sont des agences qui offrent plusieurs formes de facilitation en matière de création d'entreprises et elles produisent plusieurs avantages socio-économiques (diminution du chômage et création de nouveaux emplois et produits, etc.).Elles accordent des aides et de soutien financier et un accompagnement dans le processus de la création.

Pour s'y impliqué en pleine puissance, l'Algérie s'appuie sur une ressource majeure qui symbolise une richesse inépuisable: **ses femmes et ses hommes** car l'entrepreneuriat repose sur des hommes et des femmes compétents appelés dans ce contexte « entrepreneurs » qui doivent créer et développer leurs entreprises dans un nouvel environnement marqué par une concurrence accrue.

Jusqu'aux années 80, l'entrepreneuriat était réservé généralement aux hommes. De diverses contraintes : culturelles, sociales, juridiques, politiques et économiques ont empêché les femmes d'investir dans des activités entrepreneuriales. Toutefois, au cours des trois dernières décennies et dans de nombreux pays les entrepreneurs femmes représentent une part croissante dans les économies de leurs nations.

Les femmes entrepreneurs sont peu nombreuses en Algérie. Seulement 14% de patrons d'entreprises sont des femmes, mais cette proportion masque la réalité de la dynamique entrepreneuriale féminine, principalement à cause du poids de l'informel, et même si beaucoup apparaît dans le registre de commerce, il n'en demeure pas moins que la majorité est des prête-noms utilisés par leurs proches de l'autre sexe ou généralement leurs conjoints pour obtenir le registre de commerce.

Aujourd'hui dans divers pays le succès de l'entrepreneuriat féminin a donné lieu à de nombreuses études sur les profils des femmes entrepreneurs, leurs modes de gestion utilisés, le profil de leurs entreprises, la manière dont elles ont démarré leur entreprise, sur les modes de conciliation travail/famille, etc.

Des travaux indiquent que les femmes abordent l'entrepreneuriat différemment des hommes. Les spécificités des femmes entrepreneurs se dégagent par rapport à ce que sont et font leurs homologues masculins. Les objectifs qu'elles assignent, par exemple, à la création d'entreprise sont fortement différents des objectifs poursuivis par les hommes entrepreneurs (Brush et Hirish 1992). Pour ces auteurs, le style de management féminin surtout intuitif, repose sur les rapports informels, l'amitié et les émotions. Alors que les hommes favorisent la croissance et le profit.

L'importance du sujet :

L'entrepreneuriat est un sujet d'actualité d'une importance capitale car de nos jours la création d'entreprise est abordée comme un moyen de renforcement de la concurrence à l'échelle nationale qu'internationale et elle représente un moyen de lutte contre le chômage et un moyen de création d'emplois. Concernant l'entrepreneuriat au féminin, il est désormais reconnu dans le monde entier qu'il ne peut y avoir de développement sans participation de la femme. L'entrepreneuriat féminin devrait être au cœur de toute perspective de développement économique d'une région ou d'un pays.

L'importance de cette recherche provient de sa capacité à combler un vide théorique, car rares sont les études qui ont été réalisées sur l'entrepreneuriat des femmes en Algérie. Très peu de données sont donc disponibles sur les entreprises créées par les femmes, de même que le poids du secteur informel.

Notre recherche s'avère prépondérante car elle permet aussi de déterminer le type d'accompagnement d'une des structures mises en place par les pouvoirs publics et qui est L'agence Nationale de Soutien à l'Emploi des jeunes (ANSEJ).

Justification du choix du thème :

Plusieurs raisons nous ont poussés à traiter ce thème et qui se résument comme suit :

- Nous avons étudié « l'entrepreneuriat » comme un module pendant cette dernière année d'études, et « l'entrepreneuriat féminin » comme une forme d'entrepreneuriat nous a attiré.
- Le peu d'études dédiées au champ entrepreneurial en Algérie de façon générale, et les micro-entreprises créées par les femmes algériennes en particulier, vue la richesse dégagée par cette pratique qui représente un mécanisme de lutte contre le chômage et un moyen d'affronter la concurrence et le développement économique ;
- Un essai d'évaluation de l'accompagnement ANSEJ par les jeunes femmes entrepreneures algériennes qui permettra à la structure de connaître les inquiétudes des promotrices afin d'apporter les facilitations nécessaires ;
- Comprendre et détecter la motivation qui se cache derrière l'acte de création d'entreprise chez les femmes et les principaux problèmes rencontrés lors et après la création de leurs entreprises s'avère importante afin d'avoir une image plus claire pour les futures créatrices d'entreprises.

La problématique :

Le fait que la balance est faussée au détriment des femmes entrepreneurs en Algérie, nous conduit à poser la problématique suivante : **Quel est le profil de l'entrepreneure Algérienne, ses motivations, ses contraintes et l'accompagnement de dispositif d'aide à la création de son entreprise ?**

De cette problématique générale découlent les questions suivantes :

Question 1: Quel est le portrait de la femme entrepreneure Algériennes et le profil de son entreprise ?

Question 2: Quels sont les facteurs qui ont influencé son intention entrepreneuriale, et les contraintes qu'elle a rencontrés lors et après la création de son entreprise.

Question 3: Quel est l'influence du réseau social sur ces femmes entrepreneures.

Question 4: Quelle est la principale raison qui a poussé la jeune femme algérienne à se diriger vers l'ANSEJ, les types d'aide proposés par cette structure avant et après la création de l'entreprise ? Et comment les promotrices apprécient cet accompagnement?

Les hypothèses :

Pour répondre à ces questions nous avons jugé utile de proposer les hypothèses suivantes :

H1 : Les jeunes femmes entrepreneures (accompagnées par l'ANSEJ) sont majoritairement célibataires entre 26 e 30ans, et elles sont universitaires. Leurs entreprises sont généralement des entreprises de services qui visent les marchés locaux.

H2 : Le recours de la jeune femme Algérienne à la création d'entreprise est plus motivé par des considérations négatives (comme le chômage et l'insatisfaction au travail) que positives. Les obstacles qu'elle a rencontrés sont généralement d'ordre sociodémographique comme le niveau de diplôme ou le nombre d'enfants.

H3 : Le réseau social de la femme constitue un facteur de réussite pour la femme entrepreneure.

H4: Le facteur poussant la jeune femme à se diriger vers l'ANSEJ est l'aide financière, l'accompagnement de cette structure est seulement avant la création qui est « l'orientation et conseils ». Les promotrices apprécient l'ANSEJ comme un « Moyen » structure d'accompagnement.

Les Limites de la recherche :

Les limites de cette recherche se résument :

- L'« entrepreneuriat » est un concept riche et diversifié, nous avons limité notre recherche à « la création d'entreprise » en choisissant les jeunes femmes qui ont créé leur entreprises par la structure d'accompagnement d'entreprise en Algérie qui est « ANSEJ » ;
- Les micro-entreprises féminines choisies sont celles qui ont été créées avant l'année 2011 à l'aide du processus ANSEJ qui sont toujours en activité cet échantillon concerne des micro-entreprises localisées dans les Wilaya : Alger, Oran, Mostaganem, Annaba.

La méthodologie de la recherche :

Dans notre recherche, nous avons opté pour une démarche méthodologie qui se résume comme suit :

- Une recherche documentaire pour comprendre et décrire l'aspect théorique relatif au terme «ENTREPRENEURIAT», et «l'entrepreneuriat féminin».
- L'exploitation d'un questionnaire qui a été distribué à un échantillon de femmes entrepreneures accompagnées par l'ANSEJ et ayant plus 3 ans d'existence.

Afin d'exploiter au mieux le questionnaire, nous avons utilisé le logiciel SPSS : Statistical Package for social science.

Pour expliciter le sujet de notre travail et le bien abordé, nous avons structuré notre mémoire autour de trois chapitres (théorique et pratique) :

➤ **La partie théorique :**

Chapitre 1 : sera consacré à l'approche théorique du terme « Entrepreneuriat » en générale et l'entrepreneur comme acteur principale.

Chapitre 2 : concernera « l'entrepreneuriat féminin » qui a tenté de présenter ce phénomène à travers les études antérieures dans ce domaine et les expériences dans de différents pays.

➤ **La partie pratique :**

Chapitre 3 : comprendra la présentation de l'Agence Nationale de Soutien à l'Emploi des Jeune, son développement, ses types de financement et d'accompagnement ainsi que l'appréciation de cette structure par les promotrices; et à notre enquête par questionnaire des promotrices accompagnées par l'ANSEJ.

Partie
théorique

*Chapitre 01 : Odyssée
dans le champ de
l'entrepreneuriat*

Introduction au chapitre :

Traiter de l'entrepreneuriat féminin exige du préalable une compréhension de l'entrepreneuriat en générale et l'entrepreneur comme acteur principale.

L'intérêt primordial dans ce chapitre est de donner un bref survol théorique sur le concept d'entrepreneuriat pour comprendre ce phénomène à partir de différent éléments tels que l'évolution de terme dans le temps, les écoles entrepreneuriales, sa définition selon des divers auteurs, Paradigmes et formes...etc. et l'acte lui-même (Pratiques d'entrepreneuriat). Dans la seconde section nous abordons une odyssée sur l'entrepreneur qui est l'acteur principal de l'acte entrepreneurial.

Section1: le concept d'entrepreneuriat:

Nous exposons dans cette section une revue de littérature concernant certains éléments pour comprendre le phénomène entrepreneurial en générale.

1. Evolution dans le champ de recherche de l'entrepreneuriat :

Cantillon (1755) et Say (1803; 1815; 1816; 1839) sont les pionniers du domaine entrepreneuriale¹, ces auteurs sont les premiers à s'intéressaient tant à l'économie qu'aux entreprises, à leur création, leur développement, et leur gestion².

Cantillon en **1755** fut le premier à présenter une conception claire de l'ensemble de la fonction de l'entrepreneur. (Noté par Schumpeter (1954: 222)), il a divisé la société en deux grands groupes :

- Des indépendants, composé des aristocrates et des propriétaires terriens ;
- Des dépendants, composé des individus à gage certain : salariés, et des individus à gage incertain : les entrepreneurs.

Il a noté : « *deux classes, ç savoir en entrepreneurs et en gens à gages ; et que les entrepreneurs sont comme à gages incertain, et tous les autres à gages certains pour le temps qu'ils en jouissent, bien que leur fonction et leur rang soient très disproportionnés* » (Cantillon, 1997, p195). Cet auteur considère que l'entrepreneur est un preneur de risque. Car il achète une matière première à un prix certain pour la transformer et la revendre à un prix incertain.

Jean-Baptiste Say est le deuxième auteur qui s'est beaucoup intéressé aux activités de l'entrepreneur. Il voyait le développement de l'économie par la création d'entreprises. Contrairement à Cantillon, il a défini l'entrepreneur en fonction de son rôle dans la production : Il a déclaré : « *je vous ferai remarquer que l'entrepreneur d'industrie est un agent principal de la production. Les autres opérations sont bien indispensables pour la création des produits ; mais c'est l'entrepreneur qui les met en œuvre, qui leur donne une impulsion utile, qui en tire des valeurs* »³.

¹ Entreprendre : Une introduction à l'entrepreneuriat, Préface de **Pierre-André JULIEN**, sous la direction de **Frank JANSSEN**, DE boeck.

² **Louis Jacques FILION**, Le champ de l'entrepreneuriat: historique, évolution, tendances, Cahier de recherche n° 1997-01, Janvier 1997, ISSN : 0840-853X.

³ Say. J.B « Cours complet d'économie politique pratique », 3^{ème} édition, Bruxelles, 1886, p52.

Say est plus connu par la loi qui porte son nom : « loi des débouchées » ou l'offre crée sa propre demande, il considère que les entrepreneurs peuvent être définis comme les individus qui créent une utilité nouvelle pour eux-mêmes, en créant des nouveaux produits ou en déplaçant des ressources d'un niveau de production à un niveau plus supérieur. Cette auteur distingue aussi entre l'entrepreneur et le capitaliste, entre les profits de l'un et de l'autre (Say, 1803; 1827: 295; 1815; 1816: 28-29; Schumpeter, 1954: 555)⁴. Il mentionne trois intervenants économiques : le savant avec l'apport de ces connaissances, l'ouvrier c'est le travailleur qui offre le facteur travail et notamment l'entrepreneur qui joue le rôle d'un coordinateur et organisateur pour réussir le projet de la production.

L'école économique anglaise des XVIIIe et XIXe siècles ne considère pas l'entrepreneur comme des figures centrales du mécanisme économique.

Adam Smith, John Stuart Mill et David Ricardo ont assimilés la fonction d'entrepreneur à celle de capitaliste qui le voient comme une composante essentielle de la dynamique économique. Dans leur monde économique parfait, la production est une donnée, il n'y a pas lieu de s'interroger sur la fonction entrepreneuriale⁵.

Smith note: «*les profits ordinaires des capitaux ne peuvent, dans aucune industrie, être affectés par la constance ou l'incertitude de l'emploi. C'est la faute du commerçant, et non celle des affaires, si le capital n'est pas constamment employé*»⁶, il considère que l'entrepreneur cherche à enregistrer des profits qui vont rehausser l'économie, son objectif principal est la réussite de son projet.

Walras, pour lui « *la fonction entrepreneuriale sera ramenée à celle de manager et limitée à celle d'assurer l'arbitrage entre facteurs de production, ce qui permettra une situation d'équilibre* »⁷. Il fait la distinction entre l'entrepreneur, le propriétaire foncier et le détenteur du capital, il note que Le rôle de l'entrepreneur consiste à « *prendre en bail la terre du propriétaire foncier, les facultés personnelles du travail et le capital du*

⁴ Louis Jacques FILION, Le champ de l'entrepreneuriat: historique, évolution, tendances, Cahier de recherche n° 1997-01, Janvier 1997, ISSN : 0840-853X)

⁵ **Henri Capron** (éd.), Entrepreneuriat et création d'entreprises : facteurs déterminants de l'esprit d'entreprises, préface de Jean-Claude Marcourt, édition de boeck.

⁶ **Smith. A** « Recherches sur la nature et les causes de la richesse des nations », Edition Flammarion, Paris.

⁷ **Henri Capron** (éd.), Entrepreneuriat et création d'entreprises : facteurs déterminants de l'esprit d'entreprises, préface de Jean-Claude Marcourt, édition de boeck

capitaliste, et d'associer, dans l'agriculture, l'industrie ou le commerce, les trois services producteurs »⁸.

L'entrepreneur est confronté aux trois autres personnages : le propriétaire foncier, le travailleur et le capitaliste, profite des avantages des autres pour arriver à ses fins.

Alfred Marshal (1842 -1924) : dans son ouvrage « Principles of Economics » en 1920 s'intéresse à l'innovation, il distingue entre les hommes d'affaire innovants qui produisent des biens plus efficacement au travers de nouvelles méthodes réduisant les coûts de production et prennent des risques, et entre les autres qui ne sortent pas des sentiers battus et ne sont que des superintendants du travail⁹

Selon BERREZIGA Amina dans sa thèse de doctorat (2014), Marshall attribue à l'entrepreneur des qualités telles que le savoir organiser des relations avec son entourage et surtout l'habilité à diriger la production.

L'entrepreneur de Marshall est un innovateur, organisateur, directeur et coordinateur.

Pour l'école Allemande du XIXe siècle, nous trouvons¹⁰ :

Thünen : considère que le talent entrepreneurial est une ressource rare et le profit est une forme particulière de paiement face au risque encouru par l'entrepreneur.

Knight Frank : il a développé la thèse de Thünen (1921) et définit le profit comme le revenu résiduel rémunérant l'entrepreneur pour assumer les coûts liés à l'incertitude.

Pour l'école autrichienne des XIXe et XXe siècles¹¹ :

Carl Menger, le fondateur de cette école, voit que l'obtention d'information à propos de la situation économique constitue l'un des éléments centraux de l'activité entrepreneuriale.

Israël Kirzner (économiste américain) voit que la fonction de l'entrepreneur est de voir les équilibre sur le marché et les considéré comme une opportunité, cette caractéristique distinctive lui permet de réaliser des profits. Aussi pour lui l'entrepreneur doit être attentif aux informations dans son environnement et les bien absorbés et les transformés en action réussite.

⁸ **Walras. L** « Théorie mathématique de la richesse sociale », édition Guillaumin Paris, 1883.

⁹ **Entreprendre** : Une introduction à l'entrepreneuriat, Préface de **Pierre-André JULIEN**, sous la direction de **Frank JANSSEN**, DE boeck

¹⁰ Idem.

¹¹ Idem.

Donc pour les économistes de cette école y compris **Ludwig Von Mises** et **Friedrich Hayek**, l'entrepreneur est un « processeur d'information », l'information et l'opportunité sont les deux notions fondamentales pour expliquer le phénomène entrepreneurial.

Mark Casson (l'économiste anglais) a assuré la continuité de l'école autrichienne en intégrant les approches fonctionnelles et indicatives, pour lui l'entrepreneur est « *quelqu'un qui se spécialise dans la prise de décisions de jugement sur la coordination de ressources rares* ». Les décisions de jugement c'est quand plusieurs personnes poursuivent les même objectif dans les mêmes circonstances, prennent des différentes décisions. L'entrepreneur de Casson est un agent de changement, sa décision porte sur la réallocation des ressources rares.

Josef Schumpeter : deux idées sont développées par cet auteur : l'innovation et le développement économique. Pour Schumpeter, la fonction d'entrepreneur consiste à innover : à introduire des produits nouveaux ou de qualité différente, des techniques ou des procédés de fabrication nouveaux, à ouvrir de nouveaux marchés, à découvrir de nouvelles sources d'approvisionnement ou à réorganiser les industries.

A ce sujet, il note : « *L'essence de l'entrepreneuriat se situe dans la perception et l'exploitation de nouvelles opportunités dans le domaine de l'entreprise... cela a toujours à faire avec l'apport d'un usage différent de ressources nationales qui sont soustraites de leur utilisation naturelle et sujettes à de nouvelles combinaisons* »¹².

Ces combinaisons existent en cinq formes citées dans son ouvrage « Capitalisme, socialisme et démocratie » :

- La fabrication d'un nouveau bien ;
- L'introduction d'une nouvelle méthode de production ;
- L'ouverture de nouveaux débouchés ;
- La conquête d'une source nouvelle de matière première ou de produits semi-couvrés ;
- La réalisation d'une nouvelle organisation

Pour cet auteur, l'intérêt de l'entrepreneuriat ne réside pas uniquement dans le développement d'innovation au niveau des firmes, mais dans une perspective plus

¹² Schumpeter. J « Théorie de l'évolution économique », édition Dalloz, Paris, 1935

macroéconomique, c'est pour celle il considère l'entrepreneur comme une personne très importante car elle joue un rôle centrale dans l'économie avec ces innovations.

Plusieurs écoles de pensées issues de différents courants de recherche ont décrit l'entrepreneur.

2. Les écoles entrepreneuriales :

Il existe 05 écoles entrepreneuriales qui se résument dans le tableau suivant :

Tableau N° 01 : Résumé des écoles entrepreneuriales:

Entrepreneurial Model	Central Focus or Purpose	Assumption	Behaviors and Skills	Situation
“Great Person” School	The entrepreneur has an intuitive ability—a sixth sense—and traits and instincts he/she is born	Without this “inborn” intuition, the individual would be like the rest of us mortals who “lack what it	Intuition, vigor, energy, persistence, and self-esteem.	Start-up
Psychological Characteristics School	Entrepreneurs have unique values, attitudes, and needs which drive them.	People behave in accordance with their values; behavior results from attempts to satisfy	Personal values, risk taking, need for achievement, and others.	Start-up
Classical School	The central characteristic of entrepreneurial behavior is innovation.	The critical aspect of entrepreneurship is in the process of doing rather than owning.	Innovation, creativity, and discovery.	Start-up and early growth
Management School	Entrepreneurs are organizers of an economic venture; they are people who organize, own,	Entrepreneurs can be developed or trained in the technical functions of management.	Production planning, people organizing, capitalization, and budgeting.	Early growth and maturity
Leadership School	Entrepreneurs are leaders of people; they have the ability to adapt their style to the needs of people.	An entrepreneur cannot accomplish his/her goals alone, but depends on others.	Motivating, directing, and leading.	Early growth and maturity
Entrepreneurship School	Entrepreneurial skills can be useful in complex organizations; entrepreneurship is the	Organizations need to adapt to survive; entrepreneurial activity leads to organizational building and	Alertness to opportunities, maximizing decisions.	Maturity and change

Source : J. Barton Cunningham et Joe Lischeron, op-cit, p47.

2.1. L'école du surhomme "The Great Person school of entrepreneurship":

Cette école concentre sur la théorie qui décrit l'entrepreneur par les traits les plus précieux, Et Etudie si l'entrepreneur est « inné », qui peut naitre entrepreneur, ou on lui apprendre à le devenir.

Selon Marshall. A: «*Des fréquentes biographies d'entrepreneurs soulignent la capacité instinctive de ces hommes, hors du commun à reconnaître des opportunités inaccessibles à la majorité d'entre-nous et à prendre les bonnes décisions* »¹³.

Donc pour l'école « Great Person », la réussite des entrepreneurs est décrite par :

- Sa capacité à détecter les opportunités d'affaire qu'on ne peut pas voir.
- Le sixième sens qu'il possède et sa faculté intuitive.
- le niveau élevé de la vigueur, leur persistance (son amour propre ou l'estime qu'il a de lui-même)
- la confiance en soi même

Donc, comme le note Berreziga Amina, l'entrepreneur est vu comme « l'élite des affaires » et l'homme puissant.

2.2. L'école des traits distinctifs et des caractéristiques psychologiques particulières "The Psychological Characteristics School Of Entrepreneurship":

Cette école décrit les caractéristiques uniques de l'entrepreneur, ses attitudes, ses besoins, ses valeurs individuelles et personnelles sont les pionniers de sa réussite ; ils concentrent sur les facteurs de personnalité tel que l'optimisme, l'atypisme, la flexibilité, la persévérance, la tolérance, l'ambiguïté, l'incertitude, la confiance en soi, l'implication...etc.

D'après J. Barton Cunningham et Joe Lischeron en 1991 trois caractéristiques principales ¹⁴:

- Les valeurs personnelles telles que l'honnêteté, le devoir et la responsabilité ;
- La propension à prendre des risques ;
- La nécessité de réalisation.

2.3. La troisième école : l'école classique "The Classical School Of Entrepreneurship":

Cette école attribue deux fonctions principales à l'entrepreneur:

- l'innovation ;
- l'identification des opportunités d'affaires.

¹³ **Marshall. A** « Principes d'économie politique », Gordon and breach, Paris, 1971.

¹⁴ **J.Barton Cunningham** et **Joe Lischeron**, « Defining entrepreneurship », Journal of small business management, Vol 29, n°1, January 1991.

2.4. L'école de management "The Management School Of Entrepreneurship" :

Cette école met l'accent sur la différence entre l'entrepreneur et l'administrateur. « *L'entrepreneur est vu comme un agent qui est à la poursuite et la concrétisation d'opportunité d'affaire et qui a un comportement qui s'oppose à celui d'un simple administrateur* »¹⁵.

2.5. L'école du leader "The Leadership School of Entrepreneurship":

L'entrepreneur est plus qu'un manager c'est un « leader of people », il a comme mission la motivation, la direction et la gestion d'un groupe. Il doit avoir la capacité de définir une vision et guider les gens (son groupe) à se tenir autour de cette vision pour la transformer en réalité.

2.6.L'école de l'intrapreneur: "The Intrapreneur School Of Entrepreneurship":

Qui encourage le développement des comportements entrepreneuriaux au sein des entreprises existantes. Ces comportements entrepreneuriaux peuvent être individuels ou collectifs et leur but est de saisir une opportunité d'affaire, innover, développer ou diversifier leurs activités afin de créer de nouveaux produits ou marchés.

3. Champ définitionnel de l'entrepreneuriat:

La définition de l'entrepreneuriat à pris plusieurs aspects, les travaux réalisés dans ce domaine ont proposé de nombreuses définitions sans qu'aucune d'entre elles ne reçoive un consensus général.

Donc tenter de définir ce terme est un exercice difficile car les entrepreneurs et les activités entrepreneuriales ne sont guère aisés à identifier et à étudier, et le phénomène est hétérogène, complexe et équivoque¹⁶.

W.B Gartner (1990) a recensé quarante-quatre définitions de l'entrepreneuriat¹⁷, d'après l'étude qu'il a réalisée auprès d'hommes politiques, de chercheurs et des chefs d'entreprises de grandes renommées. Cette divergence de définitions est expliquée par la

¹⁵ **BERREZIGA Amina Epouse Senouci**, L'ENTREPRENEURIAT EN ALGERIE : REALITES ET PERSPECTIVES , Thèse de doctorat en Sciences de Gestion, ESC Alger 2014.

¹⁶ Alain FAYOLLE, Le métier de créateur d'entreprise, éditions d'organisation, 2003.

¹⁷ A. Tounès, thèse de doctorat en science de gestion ; l'intention entrepreneurial : Une recherche comparative entre des étudiants suivant des formations en entrepreneuriat (bac+5) et des étudiants en DESS, université de Rouen, France, 2003.

divergence des auteurs dont chacun d'entre eux étudie et observe le phénomène selon une démarche différente des autres pour comprendre les différentes manifestations du phénomène et les comportements entrepreneuriaux pour mieux structurer les connaissances et répondre à certaines problématiques de recherche dans le champ de l'entrepreneuriat.

Sans vouloir entrer dans les détails des débats théoriques qui opposent les auteurs sur le concept d'entrepreneuriat, il nous paraît important de reprendre quelques idées pour rassembler différentes informations nécessaires pour comprendre globalement la dynamique entrepreneuriale.

L'entrepreneuriat renvoi en premier lieu l'innovation, selon Schumpeter : « *Un entrepreneur est une personne qui veut et qui est capable de transformer une idée en une innovation réussie* »¹⁸.

C'est à dire entreprendre c'est créer une activité en réalisant de nouveaux agencements et changeant sans cesse les facteurs de la production.

L'«entrepreneuriat » serait aussi dans la logique économiste et conformément à l'idée de Jean Baptiste SAY, qui a créé le terme, il y a de cela deux siècles « *celui qui déplace des ressources économiques d'un niveau de productivité et de rendement donné à un niveau supérieur* »¹⁹. Et dans le même contexte, la définition de l'entrepreneuriat selon l'office québécois de la langue française est la « *fonction d'une personne qui mobilise et gère des ressources humaines et matérielles pour créer, développer et implanter des entreprises* ».

Nous retenons que des différentes ressources doivent être réunies pour réaliser l'objectif principal d'une entreprise qui est la production et qui représente la raison primordiale de la fonction d'entreprendre.

Selon Fayolle, Beranger, Chabbal et Dambrine dans leur étude en 1998, proposent une définition de l'entrepreneuriat centrée sur la création et le développement d'activités : *Comme beaucoup de disciplines qui forment une activité professionnelle clairement identifiée (Médecine, Chimie, etc.), l'entrepreneuriat se définit de deux manières :*

¹⁸ Schumpeter J, « Capitalisme, socialisme et démocratie », Payot, Paris, 1979).

¹⁹ Fatoumata binetou rassoul correa, l'entrepreneuriat féminin: la logique économique dans les micro-entreprises artisanales et commerciales dans la commune de Saint-Louis, 1998

- *En tant qu'activité : ensemble des activités et démarches qu'implique la création et le développement d'une entreprise, et plus généralement la création d'activité.*
- *En tant que discipline universitaire : discipline qui décrit l'environnement et le processus de création de richesse et de construction sociale, à partir d'une prise de risque individuelle »²⁰.*

Dans la vision économiste, particulièrement celle de Karl Vesper, l'entrepreneuriat est le «*processus dynamique qui consiste à créer de la richesse supplémentaire* »²¹. Cette richesse est créée par des individus qui assument les risques principaux en termes de capitaux, de temps, d'implications personnelles ou autres pour donner de la valeur à un bien ou à un service.

Dans la même perspective, Fayolle confirme que: «*L'entrepreneuriat peut être défini, simplement, par des situations particulières, créatrices de richesses économiques et sociales, caractérisées par un degré élevé d'incertitude ;... Ces situations peuvent concerner:*

- *la création d'entreprise ou d'activité par des individus indépendants ou par des entreprises,*
- *la reprise d'activité ou d'entreprise, saine ou en difficulté, par des individus indépendants ou par des entreprises,*
- *le développement et le management de certains projets « à risque » dans des entreprises,*
- *Le cadre et l'esprit d'exercice de certaines responsabilités ou fonctions dans des entreprises»²².*

Dans la même vision de Fayolle en parlant des différentes situations de l'entrepreneuriat, BIRLEY et D. MUZYKA (1998a, p. 14-15) voient que le champ de l'entrepreneuriat prend un sens vague et varié. On retrouve les thèmes du rachat d'entreprise par les salariés, de l'acquisition d'entreprise par une équipe de direction extérieure ("*MBO : Management buy-out*"), du rachat d'entreprise par le management en place ("*MBI: Management buy-in*"), de la franchise, du développement de nouvelles

²⁰ **Alain FAYOLLE**, Le métier de créateur d'entreprise, Éditions d'Organisation, 2003.

²¹ **Fatoumata binetou rassoul correa**, l'entrepreneuriat féminin: la logique économique dans les micro-entreprises artisanales et commerciales dans la commune de Saint-Louis, 1998.

²² **Fayolle A.**, *L'enseignement de l'entrepreneuriat dans les universités françaises : analyse de l'existant et propositions pour en faciliter le développement*, rapport réalisé en 1999 pour la direction de la Technologie du ministère de l'Éducation nationale, de la Recherche et de la Technologie Française.

activités au sein des grandes entreprises ("*corporate entrepreneurship*"), des entreprises familiales et des entreprises publiques²³.

L'entrepreneuriat englobe toutes les activités économiques, y compris celles de production, de commercialisation.

Ces auteurs ont mis en exergue les différents aspects et formes entrepreneuriaux que nous allons les éclaircir prochainement.

Pour P.-A. JULIEN et M. MARCHESNAY (1996), le vocable d'entrepreneuriat dans la littérature tourne généralement autour de trois concepts : «*l'entrepreneur, l'esprit d'entreprise et la création d'entreprise*»²⁴.

Donc, L'esprit d'entreprise*chez un individu lui mène à la création d'une activité pour réaliser de différents objectifs, cette individu est un acteur de l'acte entrepreneurial : l'entrepreneur*`.

D'après ce que nous avons retenu des ces différentes définitions, nous présentons notre propre définition: L'entrepreneuriat est un acte qui consiste de mobiliser des ressources nécessaires en assumant un risque pour innover, créer de la valeur et de la richesse qui peut être économique ou sociale. Ce phénomène assuré par des individus ayant l'esprit d'entreprise et d'innovation peut se présenter par différentes image tel que la création ou la reprise d'une entreprise, l'essaimage, Franchise, création d'une filiale ou management d'un grand projet dans une entreprise. Cet individu est l'entrepreneur l'acteur principal de cet acte.

4. Diversité des situations entrepreneuriales (Pratiques de l'entrepreneuriat):

Dans le même contexte que Birley et D. Muzyka(1998), Fayolle (1999), E-M-Hernandez (1999) annonce : «*La démarche entrepreneuriale au sens large prend plusieurs aspects : la création d'entreprise, la franchise, l'essaimage et reprise d'entreprise* »²⁵. Donc plusieurs auteurs ont démontré que l'entrepreneuriat n'est pas

²³ **TOUNÉS Azzedine** : « L'INTENTION ENTREPRENEURIALE : Une recherche comparative entre des étudiants suivant des formations en entrepreneuriat (bac+5) et des étudiants en DESS CAAE », Thèse pour le doctorat ès Sciences de Gestion, UNIVERSITE DE ROUEN, France 2003

²⁴ **Idem.**

* : ce concept sera défini prochainement.

*` : ce concept sera exposé prochainement.

²⁵ **Hernandez E.-M.**, Hernandez, E .M, « Le processus entrepreneurial, vers un modèle stratégique d'entrepreneuriat », l'harmattan, Paris, 1999, p 255.

forcément une entreprise créée à partir de "ex-nihilo", mais elle peut prendre de diverses formes bien que celle-ci reste la plus répandue.

Nous exposons quelque pratique de ce phénomène comme les révèle Fayolle(2005) :

4.1 Création d'entreprise:

Ce phénomène est hétérogène, la création d'entreprise peut prendre plusieurs types:

4.1.1. Création ex nihilo :

C'est créer une entreprise quand rien n'existe. C'est la mise en œuvre de nouveaux moyens de production par un individu seul (ou avec quelques associés) pour créer une entreprise indépendante en se reposant sur aucune structure préexistante.

4.1.2. Création par essaimage :

C'est la création d'entreprise par les salariés avec l'aide de leur entreprise qui les incite et les accompagne. L'aide apportée peut être matérielle, financière, logistique, humaine ou encore commerciale.

4.1.3. Création en franchise :

La franchise met en relation une entreprise qui souhaite se développer en utilisant cette modalité appelé franchiseur, et un franchisé, un individu qui veut créer une entreprise en appliquant, une formule, autour d'un concept, qui a déjà été utilisée ailleurs. La franchiseuse s'engage à fournir au franchisé un savoir-faire, une formation et une assistance permanente en contre partie d'une rémunération.

4.1.4. Création de filiale :

Un entrepreneur agit pour le compte d'une entreprise qui lui confie un projet, les risques personnels sont limités et les conditions matérielles proposées sont celles d'un cadre ou dirigeant.

4.1.5. Création d'activité nouvelle :

Se passe dans une entreprise existant, les entrepreneurs potentiels créatifs et dotés d'une capacité de management de projet d'innovation peuvent être concernés par la création de cette activité, qu'ils aient initié ou non le processus.

4.2.Reprise d'entreprise:

La reprise peut être réalisée par un individu pour son propre compte ou par une entreprise existante. Les risques plus faible ; et l'incertitude est moindre puisque l'organisation existe déjà donc le repreneur s'appui sur son histoire, ses structure, son fonctionnement...etc.

4.2.1. La reprise d'entreprise ou d'activité en bon santé :

Il faut avoir suffisamment tôt l'information que ce type d'entreprise est en vente, et suffisamment de ressources financières car leurs prix de marché peut être élevé, et avoir de bonne compétence générale et expérience de management.

4.2.2. La reprise d'entreprise ou d'activité en difficulté :

Il est indispensable de connaître le cadre légal de cette entreprise, avoir des relations avec des acteurs clés, et avoir aussi une bonne connaissance et probablement une expérience des situations de crise.

4.3. Intrapreneuriat :

Consiste à entreprendre dans le cadre de l'organisation existante. Des projets stratégique ou d'innovation peuvent être développés par un individu qui est un intrapreneur sans qu'il y ait une prise excessive de risques personnels ou sans perte ou modification sociale de son statut.

Dans son ouvrage, Fayolle (2005) n'a pas cité l'externalisation qui peut être une situation entrepreneuriale.

4.4.L'externalisation :

L'externalisation consiste à sortir une ou des activités hors de l'organisation qui les gérait auparavant, se sont des activités connexes à son métier de base. La firme doit se focaliser sur ce qu'elle sait faire le mieux et sortir des activités non stratégiques et /ou proposées dans de meilleures conditions à l'extérieur où peut disposer d'un réseau de structures autonomes qu'elle fidélise soit en tant que client, soit en tant que fournisseurs, et en prenant éventuellement une part dans leur capital fondée sur la recherche d'une réduction de coûts, d'une meilleure maîtrise des budgets des fonctions externalisées²⁶.

²⁶ R. Patrel ; Externalisation et Entrepreneuriat in T. Verstraete ; histoire d'entreprendre : les réalités de l'entrepreneuriat, édition EMS, 2000, page 173.

* : Il existe des formes d'entrepreneuriat tel que l'entrepreneuriat féminin, l'entrepreneuriat immigré, l'entrepreneuriat collectif et l'entrepreneuriat solidaire... que nous allons traiter prochainement.

5. Les paradigmes de l'entrepreneuriat :

L'étude du phénomène entrepreneurial peut être réalisée à travers ses différents et principaux paradigmes.

Verstraete et Fayolle (2004) ont proposé quatre paradigmes dominants pour la recherche en entrepreneuriat où se rencontrent les différentes formes de l'entrepreneuriat*.

5.1 Exposition des paradigmes :

5.1.1 Le paradigme d'opportunité d'affaire :

L'opportunité est une notion centrale de l'entrepreneuriat, comme le note Messeghem (2006): « l'opportunité apparaît toujours en toile de fond »²⁷

Le champ de l'entrepreneuriat est défini, ici, comme « l'examen approfondi de comment, par qui et avec quels résultats sont découvertes, évaluées et exploitées les opportunités de création de futurs biens et services »²⁸.

Le paradigme d'opportunité d'affaire est le paradigme qui se rapproche le plus de l'acte de création d'entreprise car ce dernier est le déclencheur de l'acte entrepreneuriale.

Dans cette perspective Bygrave et Hoffer notent que: « An entrepreneur is someone who perceives an opportunity and creates an organisation to pursue it »²⁹

Ces auteurs ont concilié le paradigme de l'opportunité avec celui de création d'une entité. Alors que Timmons en 1994 l'associe à une approche processuelle: « Entrepreneurship is the process of creating or seizing an opportunity and pursuing it regardless of the resources currently controlled »³⁰.

Dans la même vision que Timmons, Shane et Venkataraman (2000) notent. « The scholarly examination of how, by whom and with what effects opportunities to create future goods and services are discovered, evaluated and exploited. Consequently, the field involves the study of sources of opportunities; the process of discovery, evaluation and

²⁷ **Messeghem. K** « l'entrepreneuriat en quête de paradigme : apport de l'école autrichienne », CIFEPME, 8^e congrès international francophone en entrepreneuriat et pme , 25,26,27 octobre 2006, Haute école de gestion (HEG) Fribourg , Suisse.

²⁸ **Raouf JAZIRI**, Une vision renouvelée des paradigmes de l'entrepreneuriat : Vers une reconfiguration de la recherche en entrepreneuriat, Actes du Colloque International sur : «Entrepreneuriat et Entreprise: nouveaux enjeux et nouveaux défis». Les 3-4-5 Avril 2009, Gafsa.

²⁹ **T. Verstraete, A. Fayolle**, Paradigme et Entrepreneuriat, Revue de l'Entrepreneuriat, Vol 4, n°1, 2005.

³⁰ **Timmons j.a** "New venture creation". Entrepreneurship for the 21th Century, 4th ed home wood, Irwin- mc graw-hill 1994.

*exploitation of opportunities; and the set of individuals who discover, evaluated and exploit them»*³¹

Nous comprenons que le paradigme d'opportunité fait appel à une approche processuelle en commençant par la découverte de l'opportunité puis son évaluation et en fin son exploitation généralement en création d'une nouvelle entreprise en utilisant les ressources nécessaire pour ne pas perdre la valeur cette opportunité.

La saisie de l'opportunité d'affaire peut être procédé a partir des informations de différentes sources, tel que l'environnement de l'entrepreneur, un dysfonctionnement dans un marché, un déséquilibre économique pouvant être exploités par un entrepreneur, qui par son action, ramène le marché à un relatif état d'équilibre, les sources d'opportunités d'affaires varient aussi entre les foires et expositions, les innovations technologiques, les voyages d'étude, les découvertes récentes, les créations, l'environnement socioéconomique, les journaux, magazines et revues économiques...etc. La concrétisation d'une opportunité passe par l'évaluation de la faisabilité, l'analyse des forces, des faiblesses et des menaces, les relations d'affaires, et le partenariat d'affaires.

5.1.2- Le paradigme de création d'organisation :

Ce courant définit l'entrepreneuriat comme la création d'une organisation par une ou plusieurs personnes, la notion d'organisation ne s'y réduit pas à celle d'entreprise³².

A l'origine de ce paradigme se trouve Gartner (1988, 1990 et 1993), qui la création d'une nouvelle entreprise est le cœur de sa modélisation, il met l'accent sur la naissance des nouvelles activités (organisations) permettant à un individu de créer une nouvelle entreprise. Cet auteur concentre ses observations sur la création et l'organisation d'activités nouvelles à travers un processus d'émergence organisationnelle.

L'émergence organisationnelle est donc le processus qui mène à une nouvelle organisation. L'apparition de cette organisation est la conséquence d'un processus d'émergence organisationnelle. Cet événement est l'essence même de l'entrepreneuriat.

D'après Verstaete(2000): l'entrepreneuriat est *« un phénomène complexe et comme un type particulier d'organisation impulsé par un entrepreneur qui agit pour tenter de concrétiser, au sein de la structure dans laquelle il baigne, la vision qu'il se fait de cette*

³¹ T. Verstrete, A. Fayolle, « Paradigme et Entrepreneuriat », Revue de l'Entrepreneuriat, Vol 4, n°1, 2005.

³² Entreprendre : Une introduction à l'entrepreneuriat, Préface de Pierre-André JULIEN sous la direction de Frank JANSSEN, édition de boeck.

organisation. Il s'efforce de la rendre conforme à la représentation qu'il en fait »³³. La principale caractéristique du travail de cet auteur est l'utilisation du terme **impulsion** au lieu de création d'organisation car il suppose le déclenchement croissant et dynamique et le développement d'une activité ou d'une entreprise.

Donc l'entrepreneuriat est vu comme un phénomène conduisant à la création d'une organisation **impulsée** par un ou plusieurs individus s'étant associés pour l'occasion.

Cette impulsion peut se concrétiser dans diverses formes organisationnelles pouvant naître du phénomène entrepreneurial comme nous avons dit précédemment, pas forcément l'apparition subite et brève d'une nouvelle entité, mais peut être une entité préexistante (cas de certaines reprises d'entreprises ou le cas de corporate en entrepreneurship, essaimage, franchise,...etc.

L'entrepreneuriat est donc un phénomène combinant un individu à une organisation. L'un se définit par rapport à l'autre et vice versa³⁴.

Nous comprenons que l'entrepreneuriat est un processus d'organisation qui conduit à la création de nouvelle organisation.

L'étude de l'entrepreneuriat revient à étudier la naissance de nouvelles organisations, c'est-à-dire les activités permettant à un individu de créer une nouvelle entité.

5.1.3- Paradigme d'innovation :

Selon le dictionnaire LAROUSSE, l'innovation est une action d'innover, d'inventer de créer quelque chose de nouveau.

C'est le paradigme le plus ancien et qui doit son essence à l'économiste Joseph Schumpeter ainsi qu'à l'école Autrichienne. « *L'innovation constitue le fondement de l'entrepreneuriat celui-ci suppose des idées nouvelles pour offrir ou produire de nouveaux biens et services ou encore pour réorganiser l'entreprise. L'innovation c'est créer une*

³³ VERSTRAETE T. (2000) «Les universités et l'entrepreneuriat », document de travail, édition de l'ADREG. (disponible sur : www.adreg.net).

³⁴ BERREZIGA Amina Epouse Senouci, L'ENTREPRENEURIAT EN ALGERIE : REALITES ET PERSPECTIVES , Thèse de doctorat en Sciences de Gestion, ESC Alger 2014.

entreprise différente de ce qu'on connaissait auparavant. C'est découvrir ou transformer un produit. C'est proposer une nouvelle façon de faire, de distribuer ou de vendre »³⁵.

Schumpeter est considéré comme le père de l'entrepreneuriat, il note : « *Un entrepreneur est une personne qui veut et qui est capable de transformer une idée en une innovation réussie* »³⁶. Schumpeter associe la fonction d'entrepreneur par l'innovation, il considère que cet acteur est une personne importante dans l'économie.

Nous pouvons classer l'innovation dans cinq types (combinaisons) selon les écrits de Schumpeter :

- Nouveaux objets de consommation (produits, services ou exploitation de nouvelles sources de matières premières) ;
- Nouvelles méthodes de production ;
- Nouvelles méthodes de transport ;
- Nouveaux marchés ;
- Nouveaux types d'organisations industrielles.

Nous retenons que l'entrepreneur a un rôle particulier et indispensable dans l'évolution du système économique libéral. Donc d'est une personne importante qui assume les risques pour innover et contribue au développement économique et social. L'entrepreneuriat et l'innovation sont fortement lié comme le note A.Tounès : « l'entrepreneuriat = innovation + risque. »³⁷.

5.1.4- Paradigme de création de valeur :

Le paradigme de la création de valeur constitue une extension de paradigme de l'innovation adaptée au champ de l'entrepreneuriat³⁸.

L'entrepreneuriat est souvent considéré comme apporteur de richesse et d'emploi pour la nation disons globalement de valeur³⁹.

Les individus ont toujours cette image des entrepreneurs riches qui ont créé leurs chances à partir de simples idées ou parce qu'ils ont pu innover. Il ya des personnes se lancent dans les affaires parce qu'elles sont dépréciées par le salariat et veulent s'enrichir.

³⁵ **Julien P.-A, Marchesnay M**, « L'entrepreneuriat », Edition Economica, Paris, 1996.

³⁶ **Schumpeter J**, « Capitalisme, socialisme et démocratie »

³⁷ **Tounes.A** . Séminaire « Entrepreneuriat » avril 2007 à l'ESC d'Alger.

³⁸ **Raouf JAZIRI**, Une vision renouvelée des paradigmes de l'entrepreneuriat : Vers une reconfiguration de la recherche en entrepreneuriat, Actes du Colloque International sur : «Entrepreneuriat et Entreprise: nouveaux enjeux et nouveaux défis». Les 3-4-5 Avril 2009, Gafsa.

³⁹ **T. Verstrete, A. Fayolle**, Paradigme et Entrepreneuriat, Revue de l'Entrepreneuriat, Vol 4, n°1, 2005.

Cette richesse peut être financière (bénéfice), ou sociétale tels que les avantages dégagés par l'activité.

Christian Bruyat dans sa thèse de doctorat (1993) réputée une référence épistémologique en matière de modélisation de l'action entrepreneuriale. Pour cet auteur : *«l'objet scientifique étudié dans le champ de l'entrepreneuriat est la dialogique individu/création de valeur»*⁴⁰.

Selon cet auteur le champ de l'entrepreneuriat s'ancre de la relation liant un individu et la valeur nouvelle que ce dernier crée ou peut créer.

Cette dialogique s'inscrit dans une dynamique de changement. Elle est définie par C. Bruyat comme suit: *«l'individu est une condition nécessaire pour la création de valeur, il en détermine les modalités de production, l'ampleur... Il en est l'acteur principal »*⁴¹.

Il insiste aussi sur le fait de définir l'entrepreneur à travers le fait de créer de la valeur. D'après lui, l'entrepreneur est le créateur de valeur puisque il met en œuvre ses ressources et ces compétences ainsi que son temps. La création de valeur est le résultat de son processus entrepreneurial.

Malgré que l'entrepreneur est une condition très nécessaire pour la création de la valeur, mais c'est insuffisant, comme le note Amina Berreziga : *« on peut trouver des personnes très habilitées et très compétentes à entreprendre, dans certains cas, ces personnes sont très motivées à se faire une image dans la société mais cela reste insuffisant , dans un environnement très complexe, trop lourd en bureaucratie, où l'accès au financement est très difficile ; devant cette situation , la création de valeur s'avère difficile et le chemin à y accéder est très long »*.

L'état doit promouvoir la création de la valeur, par l'incitation des entrepreneurs en les encourageants et les accordant des prêts bancaire et des avantage.

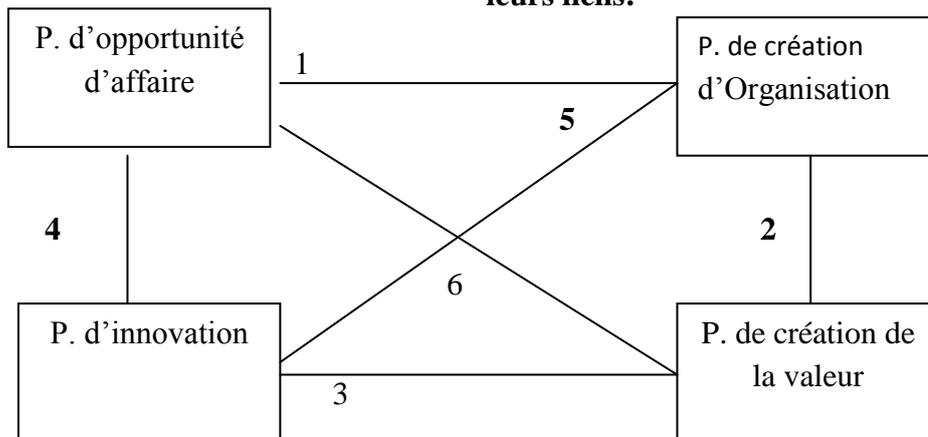
5.2- Les relations entre les quatre paradigmes :

Il existe une relation entre les quatre paradigmes exposés. Celle-ci est illustrée par la figure suivante :

⁴⁰ **Idem.**

⁴¹ **JAZIRI**, Une vision renouvelée des paradigmes de l'entrepreneuriat : Vers une reconfiguration de la recherche en entrepreneuriat, Actes du Colloque International sur : «Entrepreneuriat et Entreprise: nouveaux enjeux et nouveaux défis». Les 3-4-5 Avril 2009, Gafsa.

Figure N° 01: Représentation des quatre paradigmes de l'entrepreneuriat et de leurs liens:



Sources : T. Verstraete et A. Fayolle « Paradigmes et entrepreneuriat », vol 4, n°1, 2005,p 44.

- ❖ **Lien 1** : l'exploitation d'une opportunité nécessite l'organisation des ressources diverses ;
- ❖ **Lien 2** : pour la pérennité de l'organisation il faut fournir de la valeur aux différents parties prenantes ;
- ❖ **Lien 3** : pour créer de la valeur, il faut innover ;
- ❖ **Lien 4** : l'innovation peut correspondre à la construction d'une opportunité qui peut être une source d'innovation ;
- ❖ **Lien 5** : toute exploitation d'une innovation à l'instar d'une opportunité amène à une organisation, et l'existence de celle-ci favorise les l'innovation et le développement grâce à la Recherche et Développement ;
- ❖ **Lien 6** : une opportunité n'est exploitée que si elle est aperçue comme susceptible de dégager une valeur.

6. Les formes de l'entrepreneuriat :

De diverses formes d'entrepreneuriat peuvent être considérés au sein d'une société, cela dépend de plusieurs facteurs tels que le degré de développement du pays, culture, tradition, religion...

Nous citons les quatre formes les connues :

6.1 L'entrepreneuriat collectif :

Plusieurs auteurs affirment que l'acte d'entreprendre est un acte collectif. L'entrepreneuriat collectif c'est une activité réalisée par une équipe et s'explique par les divers problèmes qui peuvent apparaître avant la création d'une entreprise et les coûts importants, ainsi se regrouper en plusieurs personnes de différentes spécialités pour être face au nombre important des entreprises de high-tech. L'entrepreneur a besoin d'une autre personne pour l'aider à saisir au mieux une opportunité d'affaire, à réduire l'incertitude, à avoir plus de profits et minimiser le risque d'échec à savoir les associés, investisseurs, salariés, accompagnateurs, familles, amis en plus de l'entrepreneur.

6.2 L'entrepreneuriat solidaire :

L'entrepreneuriat solidaire occupe une place importante au sein de notre économie. La dimension la plus importante de ce type d'entrepreneuriat est la dimension sociale. Elle se caractérise par :

- Son objectif principal est social non lucratif: servir, aider, accompagnement, défendre...etc.
- La notion d'entrepreneuriat collectif :
 - **Collectif** dont plusieurs personnes qui s'impliquent, chacun avec sa contribution pour atteindre l'objectif.
 - **Collectif** au sens où elle est adressée à un large public à l'objet de cet entrepreneuriat.

L'entrepreneuriat solidaire a comme but la création de valeur qui représente un paradigme d'entrepreneuriat, mais cette valeur est sociale et non monétaire.

L'entrepreneuriat solidaire est motivé par Quatre type de motivations cité par Emin.S et Schieb-Bienfait.N⁴²:

- Des motivations d'ordre de compassion, d'amour, et de sensibilité ;
- Motivations liées à l'humanisme en tant qu'ordre moral ;
- Motivations d'ordre politique. Il y a dans leurs projets liés à l'insertion à l'emploi une vision politique au sens du projet de type de société dans laquelle ils souhaitent vivre. Une société plus juste, plus solidaire dans laquelle l'économie serait au service de l'homme.

⁴² Amina Berreziga, Op-cit P 46.

- Motivations plus trivial, c'est en effet de plus en plus la compétence, la formation, l'expertise développée dans le champ des relations humaines et du développement.

6.3 L'entrepreneuriat immigré :

L'immigration peut être définie comme le mouvement d'individus comptabilisés à l'entrée d'un lieu, d'un pays. Elle s'applique surtout aux étrangers entrant pour une longue durée dans un pays qui n'est pas le leur ; éventuellement en accord avec ce pays d'entrée. Ce concept ne doit pas être confondu avec l'émigration qui elle, comptabilise le mouvement d'individus à la sortie d'un lieu, d'un pays⁴³.

L'entrepreneuriat immigré est l'exploitation des opportunités par des individus dans un pays qui n'est pas le leurs.

6.4 L'entrepreneuriat féminin :

Dans nos jours, on observe un nombre important de femmes qui entreprennent. Ce constat n'est pas le même que par le passé .Plusieurs études ont été menées pour comprendre la particularité de l'entrepreneuriat féminin dans des contextes différents.

L'entrepreneuriat féminin se caractérise comme l'entrepreneuriat masculin, collectif ou immigré par sa finalité : création d'une entreprise qui génère des profits, des emplois, des richesses et profite des opportunités d'affaires. Mais elle se caractérise par des spécificités particuliers, il existe aussi certaines différences entre l'entrepreneure et son homologue masculin.

⁴³ Idem.

Section 2 : L'entrepreneur comme acteur principal

L'entrepreneur est l'acteur principal de l'acte entrepreneurial. Selon Bruyat (1993): « *the essence of entrepreneuriat is the entrepreneur* »⁴⁴

Le terme « entrepreneur » présente des réalités différentes tels que le patron d'un bar-tabac, dirigeant d'une entreprise, le fondateur d'une association caritative, ou l'héritier d'une entreprise ou familiale... donc que signifie au juste ce terme ?

1. Définition de l'entrepreneur :

Il n'existe pas une mais de multiples définitions de l'entrepreneur, qui se contredisent souvent, nous allons approcher quelques définitions des différents intervenants de ce concept.

La définition la plus répandue est celle de Joseph Aloys Schumpeter dans son ouvrage théorie de l'évolution économique, il note : « *Nous appelons entrepreneur les agents économiques dont la fonction est d'exécuter de nouvelles combinaisons* »

C'est-à-dire **celui qui innove**, qui apporte quelque chose de nouveau qui n'a pas existé avant.

Louis Jacques Fillion (1997, p. 156) définit l'entrepreneuriat comme étant "*le champ qui étudie la pratique des entrepreneurs : leurs activités, leurs caractéristiques, les effets économiques et sociaux de leur comportement ainsi que les modes de soutien qui leur sont apportés pour faciliter l'expression d'activités entrepreneuriales*"⁴⁵.

Nous remarquons que l'auteur a mis l'accent sur l'agent ou l'acteur (qui est l'entrepreneur), ses caractéristiques, leurs parties prenantes agissant dans leurs actes entrepreneuriaux tels que les agents économiques et les systèmes d'appui et de soutien. Selon lui: «*Un entrepreneur, c'est un individu qui a le courage de concrétiser ses rêves, d'ignorer les risques et d'utiliser son plein potentiel de créativité pour innover*»⁴⁶

⁴⁴ **Melle MEZIANE Amina**, Etude des facteurs motivants les Entrepreneurs à réaliser leurs Projets en Algérie, Mémoire pour l'Obtention du diplôme de Magistère en Sciences de Gestion: Management, ESC Alger 2008/2009.

⁴⁵ **TOUNÉS Azzedine** : « L'INTENTION ENTREPRENEURIALE : Une recherche comparative entre des étudiants suivant des formations en entrepreneuriat (bac+5) et des étudiants en DESS CAAE », Thèse pour le doctorat ès Sciences de Gestion, UNIVERSITE DE ROUEN, 2003.

⁴⁶ <http://www.jentreprends.ca>

Hisrich et Peter définissent l'entrepreneuriat comme *«le processus d'un individu qui sert à créer quelque chose de différent et possédant une valeur, en lui consacrant le temps et le travail nécessaire, en assumant les risques financiers, psychologiques et sociaux correspondants et à en recevoir les fruits sous forme de satisfaction pécuniaire et personnelle»*⁴⁷.

Les différents chercheurs quelque soit des économistes, des sociologues, des psychologues, des historiens, ou des spécialistes en sciences de gestion ont étudiés et analysés les multiples composante de ce champ. Parmi ces composante : l'entrepreneur qui est d'après ces deux définition, un élément principal dans le champ de l'entrepreneuriat, qu'il faut l'étudié, l'analysé et le comprendre.

Frank JANSSEN et Bernard SURLEMONT dans l'ouvrage "**entreprendre : une introduction à l'entrepreneuriat**" (p35) définissent l'entrepreneur comme: *«l'individu ou le groupe d'individus qui réussit (réussissent) à identifier dans son (leur) environnement une opportunité et qui arrive (ou arrivent) à réunir les ressources nécessaires pour l'exploiter en vue de créer de la valeur »*

Selon l'Organisation Internationale du Travail (*Capt, OIT, 1998*) un entrepreneur est *« quelqu'un qui analyse le potentiel de son environnement économique, trouve les moyens de l'améliorer, mobilise les ressources et agit de manière à tirer parti des possibilités existantes. Il convient d'ajouter une caractéristique importante, à savoir qu'un entrepreneur est quelqu'un qui prend des risques. Les entrepreneurs sont dans de nombreux cas assimilés aux chefs d'entreprises enregistrées »*⁴⁸.

Donc l'entrepreneur est un détecteur des opportunités dans son environnement, son objectif principal est la création de la richesse de toutes formes pour lui-même et pour ces parties prenantes. La diversité des définitions de l'entrepreneur peut s'expliquer en la mettant en perspective avec les mutations culturelles et économiques qui ont traversé des pays et affecté le fonctionnement de leurs sociétés.

⁴⁷ Melle MEZIANE Amina, Etude des facteurs motivants les Entrepreneurs à réaliser leurs Projets en Algérie, Mémoire pour l'Obtention du diplôme de Magistère en Sciences de Gestion: Management, ESC Alger 2008/2009

⁴⁸ Promotion des femmes entrepreneurs : Rapport Potentielle en réponse au postulat Fetz, par Lynn Blattmann et Margrit Schmid, décembre 2006.

2. L'évolution du concept d'entrepreneur :

Pour l'évolution historique de mots « entrepreneur », nous allons résumer l'article élaboré par Mr. **Tounes Azzedine** et **Fayol Alain** en 2006⁴⁹.

L'origine du concept « entrepreneur » de même comme le mot « manager », né en France, à la fin du **XVIème** siècle, donc il apparaît dans la langue française, pour être repris bien plus dans la langue anglaise.

Selon Verin : le mot entrepreneur désignait les fournisseurs aux armées. Très vite, il s'est appliqué à tous ceux qui étaient liés par contrat avec le gouvernement royal, pour la construction des routes, des ponts et des fortifications. L'idée d'entreprise été à celles de risque et d'aventure.

2.1. Au XVIème siècle

Savary a considéré l'entrepreneur comme un « parfait négociant ». En 1755, l'Encyclopydie d'Alembert et de Diderot définit l'entrepreneur comme « celui qui se charge d'un ouvrage; on dit un entrepreneur de manufactures, un entrepreneur en bâtiments »

2.2. Au XVIIème siècle

Lepesant de boisguilbert voit l'entrepreneur comme un acteur essentiel du processus économique.

Cantillon :

- Il a identifié trois catégories d'acteurs : les propriétaires, les fermiers et les entrepreneurs qui se trouvent a la même classe que les marchands, les bouchers, les boulangers, les manufacturiers...etc.
- Il considère l'entrepreneur comme un agent de direction de la production et de commerce qui supporte les risques car il achète des matières première a des prix certain, exploite toutes les ressources, mais ces profits sont incertains.
- L'entrepreneur a une expérience personnelle qui lui permet d'anticiper les risque en déterminant des prix convenable aux marchandises et acceptable qui par les acheteurs.

⁴⁹**Tounes Azzedine** et **Fayol Alain**, « l'odyssée d'un concept et les multiples figures de l'entrepreneur », la revue des Sciences de Gestion, 2006/4 n°220-221, p17-30.

- L'entrepreneur emploie des méthodes les plus avantageuses, c'est une pièce maîtresse de la dynamique économique.

2.3. Aux XVII^{ème} et XVIII^{ème} siècles

Les marchands et les commerçants dominent l'activité économique, les entrepreneurs peuvent être vus comme des « aventuriers » exploitant des situations très risquées en commerçant avec l'Orient et l'Amérique ; ils peuvent être assimilés à de parfaits négociants qui tiennent les marchés.

A. Smith :

- Il considère que la fonction principale de l'entrepreneur qui constitue son objectif est l'accumulation du capital.

- Il distingue entre le profit qui est le revenu de l'entrepreneur, et le salaire et la rente.

- L'entrepreneur est un « spéculateur » qui peut générer des profits même si l'activité est nouvelle, et son intérêt particulier peut même s'opposer à l'intérêt général, seul le profit personnel qui le guide dans ses activités.

- Il répartit le capital en deux classes: le capital fixe et le capital circulant, il opère une séparation entre le capitaliste qui prête son argent, moyennant intérêt et l'homme d'affaires qui emploie le capital qu'il détient ou qu'il emprunte.

Ricardo David(1933) :

- L'entrepreneur est celui qui détient le capital, c'est à lui de décider car il a accepté de supporter les risques. Les notions de **risque** et de **direction** sont fortement présentes.

J. B. Say :

- L'entrepreneur est l'agriculteur, le manufacturier, le commerçant, ou, pour les désigner par une dénomination commune à tous les trois, c'est l'entrepreneur d'industrie, celui qui « entreprend de créer pour son compte, à son profit et à ses risques, un produit quelconque... »

- Il distingue entre le savant avec ses connaissances, l'entrepreneur qui exploite ces connaissances et l'ouvrier qui offre la main d'œuvre.

- L'entrepreneur est au centre du processus économique, avant tout c'est un organisateur et un directeur.

2.4. Fin du XIX^{ème} siècle :

A cette période, le centre d'intérêt se déplace de l'entrepreneur vers l'entreprise. L'augmentation de la taille des entreprises et la transformation de leurs statuts juridiques a entraîné une séparation entre les fonctions de propriété et de gestion, ainsi à l'apparition de **dimension managériale**.

La fonction d'entrepreneur s'est disparu, elle s'est remplacée par **le manager**.

Donc à la fin du XIXème siècle :

- le capitaliste managériale s'est apparu et la grande entreprise devient le moteur de la puissance industrielle. S'ouvre alors l'ère des managers et exclut pratiquement l'entrepreneur.
- Cette organisation de travail s'appui sur la notion de division en tâches, la spécialisation et le travail à la chaîne. Cette culture industrielle contribuait à rendre de plus en plus flous l'image de l'entrepreneur.
- La grande entreprise s'impose comme une organisation et J. Schumpeter regrette la disparition de l'entrepreneur.

A. Marshal :

Assimile l'entrepreneur au manager et considère que la nouvelle organisation industrielle a permis un transfert de la responsabilité et de la fonction de direction qui était la propriété d'un seul individu.

J. Burnham :

Affirme que l'on se dirigeait vers une société dite « directoriale » où la propriété privée individuelle ne joue plus un rôle économique déterminant. Il a conclu son étude sur l'idée que c'est la relation avec les instruments de production qui détermine la domination sociale, le pouvoir et le privilège dans la société, et il éclipse l'entrepreneur de la sphère économique et sociale et opère son avenir.

2.5. Au début du XXème siècle :

J. K. Galbraith : affirme que l'organisation de grande taille est perçue comme étant beaucoup plus apte à faire du profit et rend possible l'élimination de l'incertitude du marché. Cette auteur parle aussi de l'organisation « technostucture » où le pouvoir appartient à une entité collective imparfaitement défini, il n'y a pas de nom pour l'ensemble de ceux qui participent aux décisions de groupe, ni pour l'organisation qu'ils constituent, aussi il reconnaît à l'individu la faculté d'innovation pour assurer la prospérité

et la survie de la grande entreprise. L'entrepreneur est exclu comme étant une personne individuelle, ce qu'il avait créé, seul un groupe d'homme pouvait le faire fonctionner.

En 1973, ce modèle a montré ces limites à cause du débarquement du grand choc pétrolier et l'arrivée d'un niveau de chômage inhabituel ; l'état redécouvre le rôle et les vertus de l'entrepreneur et réaffirme que c'est un personnage-clé de l'activité économique.

Fillion L.-J., rejette la notion de risque pour l'entrepreneur et affirme que c'est le capitaliste qui supporte seul le risque.

Schumpeter :

Dans son analyse sur le risque propose de distinguer entre : les risques prévisibles qui peut être segmenté en deux sous-ensembles (les risques techniques de la production et les risques commerciaux) et les risques imprévisibles.

Il fait de l'entrepreneur un agent économique à part entière, le moteur du progrès technique avec les combinaisons nouvelles qu'il apporte.

Cet auteur confirme que seuls les individus qui peuvent innover méritent l'appellation : entrepreneur.

Leibenstein H.(1968), considère que :

L'un des obstacles majeurs de la compréhension du rôle de l'entrepreneur est la fonction de production qui est incomplète ;

La firme est une organisation composée d'individus différents qui n'ont aucune unanimité à propos d'objectifs ;

Il propose de distinguer deux aspects dans l'activité d'entreprise : Ce qui est de la routine regarde le management, et ce qui est exceptionnel constitue la véritable fonction de l'entrepreneur ;

L'entrepreneur arbitre entre le souci des contraintes et la pression, c'est un moteur de croissance.

Kirzner I. M. (1976) : son objectif est d'identifier les processus pouvant conduire une économie vers un point d'équilibre. Il voit que :

Tous les agents économiques réalisent leurs objectifs quand l'économie est en équilibre, dans ce cas le profil de l'entrepreneur disparaît, mais cet équilibre est hypothétique, les besoins des consommateurs changent, des excédents d'offre et de demande apparaissent, dans cette situation l'entrepreneur exploite son intuition par des arbitrages plus ou moins complexes d'achat et de vente et satisfait les demandeurs frustrés et génère des profits.

L'aspect le plus important de l'entrepreneur est la mise en communication des marchés et l'arbitrage.

Marchesnay M. et Julien P. (1996) évoque la fin de la « société salariale », la création d'entreprise est au cœur du domaine de l'entrepreneuriat et se développe rapidement, et l'entrepreneur doit prendre de l'importance et de l'épaisseur.

Donc qui est l'entrepreneur aujourd'hui ?

2.5. Au XXIème siècle :

Se marque une «révolution logistique», les progrès dans les technologies d'information et de communication (NTIC) ainsi dans le domaine de transport, la personne de l'entrepreneur a un rôle primordial comme acteur de la vie du XXIème siècle.

L'entrepreneur n'est plus le héros qui apporte des innovations majeures, mais il est confondu généralement avec la petite entreprise et très proche de ces parties prenantes. L'entrepreneur d'aujourd'hui se caractérise par ce qui est décrites par Schumpeter (1935): il n'est pas seulement un capitaliste mais aussi l'ingénieur, l'exploitant et le directeur technique. Il est, "la tête de son bureau".

D'après cette évolution historique, nous constatons que l'entrepreneur rassemble certaines caractéristiques tel qu'il est : Innovateur, preneur de risque, détecteur d'opportunité d'affaire, organisateur, directeur...

3. Typologie de l'entrepreneur:

Les chercheurs ont classé les entrepreneurs en catégories afin de construire des typologies d'entrepreneurs en s'appuyant sur des logiques diverses : le profil, les objectifs, les conditions de l'innovation, les comportements de la gestion et la logique d'actions.

Fillion a cité des critères utilisés pour identifier et élaborer des typologies, les plus couramment utilisées tel que :

- **Le concept de soi** fait parti des modèles qui marque la personnalité de l'entrepreneur ;
- **Une racine systémique** permet de mieux limiter un système d'activités et mieux comprendre la logique du comportement d'un acteur ;
- **Une vision** est un état futur ambitionné. Pour l'entrepreneur, il s'agit essentiellement d'une organisation et un espace sur le marché;

Chapitre 01 : Odyssée sur le champ de l'entrepreneuriat

- **L'internesité** peut être décrite comme étant la croyance entretenue par un acteur que ses projets se réaliseront compte tenu du degré d'influence qu'il exercera sur des personnes pour que les choses se produisent dans le sens de ce qu'il préconise.

Nous constatons que ces critères utilisés ont un rapport avec les comportements des personnes. Le tableau suivant présente les typologies les plus répandues :

Tableau N° 02 : Typologies entrepreneuriales:

Auteurs	date	Typologie
Smith	1967	Deux types d'entrepreneurs : 1. L'entrepreneur artisan 2. L'entrepreneur opportuniste
Collins et Moore	1970	Deux types d'entrepreneurs : 1. L'entrepreneur administratif 2. L'entrepreneur indépendant
Laufer	1975	Quatre types d'entrepreneurs : 1. Le manager ou l'innovateur 2. L'entrepreneur orienté vers la croissance 3. L'entrepreneur orienté vers l'efficacité 4. L'entrepreneur artisan
Miles et Snow	1978	Quatre types d'entrepreneurs : 1. Le prospecteur 2. L'innovateur 3. Le suiveur 4. Le réacteur
Vesper	1980	Au moins 11 types d'entrepreneurs : 1. Travailleurs autonomes travaillant seuls 2. Bâisseurs d'équipes 3. Innovateurs indépendants 4. Multiplicateurs de modèles existants 5. Exploitants d'économies d'échelle 6. Rassembleurs de capitaux 7. Acquéreurs 8. Artistes qui achètent et vendent 9. Constructeurs de conglomerats 10. Spéculateurs 11. Manipulateurs de valeurs apparentes
Julien et Marchesnay	1987 1996	Deux types de propriétaires-dirigeants : 1. PIC (pérennité, indépendance, croissance) 2. CAP (croissance forte, autonomie, peu de pérennité)
Carland, Hoy, Carland	1988	Deux types d'acteur organisationnels : 1. L'entrepreneur 2. Le propriétaire de PME
Lafuente et Salas	1989	Quatre types de nouveaux entrepreneurs : 1. Artisan 2. Orienté vers le risque 3. Orienté vers la famille 3. Managérial
Fillion	1998	Deux types d'entrepreneurs : 1. Opérateur 2. Visionnaire
Marchesnay	1998	Quatre types d'entrepreneurs : 1. Isolé 2. Nomade 3. Notable 4. Entreprenant
Duchéneaut	1999	Socio-style de créateurs d'entreprises 1. Rebelles (28%) 2. Matures (41%)

		3. Initiés (25%)	4. Débutants (6%)
--	--	------------------	-------------------

Source : L.J. Filion, Typologie d'entrepreneur : Est-ce vraiment utile, Cahier de recherche n° 2000-14 Octobre 2000, ISSN : 0840-853X.

Nous n'expliquons pas en détail chacun de ces types, mais nous définissons quelques uns :

❖ **Smith(1967)** : son approche est la plus couramment utilisée, elle est basée sur le niveau d'éducation et la formation des entrepreneurs :

- **Entrepreneur-artisan** : éducation limitée, formation et expérience essentiellement technique, peu de compétences de gestion, peu sociable, paternaliste, travaille à son propre compte, homme d'atelier. Donc Il peut s'agir d'un plombier, d'un mécanicien, d'un consultant, d'un assureur... etc.

- **Entrepreneur opportuniste** : ou l'entrepreneur d'affaire est plus instruits, plus actif socialement, mieux intégré dans son environnement, meilleur communicateur, capable de déléguer, cherche avant tout à agrandir et à développer l'affaire qu'il a créée, veut construire une véritable organisation⁵⁰.

❖ **Laufer (1975)**:

- **L'entrepreneur artisan**: il est plus motivé par le besoin d'indépendance que par la réussite économique qui est moins importante à ses yeux, Son objectif principal est la survie de son entreprise ;

- **L'entrepreneur orienté vers l'efficacité**: cet entrepreneur refuse la croissance, il recherche l'efficacité, l'indépendance, aime le pouvoir et l'autorité. Il fuit notamment la croissance de peur de perdre le contrôle de son entreprise ;

- **Le manager ou l'innovateur**: il est désireux de favoriser la croissance et est capable de s'adapter aux exigences de celle-ci ;

- **L'entrepreneur propriétaire**: orienté vers la croissance mais désireux de conserver l'autonomie financière de son entreprise.

❖ **Miles et Snow (1978)**:

Il distingue quatre types d'entrepreneurs⁵¹ :

- **L'entrepreneur prospecteur** : un pur innovateur qui cherche des innovations de produit et de procédé et il n'est pas sûr de leur rentabilité ;

⁵⁰ Boutillier S. et FOURNIER, artisanat-La modernité réinventée, L'harmattan, paris 2006.

⁵¹ **Hillairet. D.**, « Economie du sport et entrepreneuriat », économie et innovation, l'harmattan, Paris, 2002, P 257

- **L'entrepreneur innovateur** : il recherche systématiquement des innovations qu'il exploitera à fond lui-même. Il consacre un grand budget pour la R&D et développe une importante activité de veille technologique et concurrentielle.
- **L'entrepreneur suiveur**: il imite de façon proactive les innovations qui apparaissent sur le marché, il assure une bonne rentabilité car il ne perd pas des grands coûts pour innover mais il met l'accent sur l'amélioration des produits lancés par les innovateurs.
- **L'entrepreneur réacteur**: Sa stratégie mise en œuvre est réactive. Opportunité et positivité peuvent constater des avantages lorsque le degré de turbulence du secteur est faible, et la fidélisation des clients sur les produits innovants est moins importante que la fidélité à l'entreprise.

❖ **Julien et Marchesnay (1987,1967) :**

- PIC (Pérennité-indépendance croissance): logique patrimoniale : pérenniser son affaire, indépendance financière, préférence de l'autofinancement, croissance non prioritaire;
- CAP (Croissance-autonomie pérennité): croissance, développement de son affaire, mobile, individualiste. Fait travailler l'argent des autres conserve l'autonomie de la décision. Ouvert sur son environnement.

4. Caractéristique de l'entrepreneur :

L'entrepreneur présente plusieurs facettes. D'après l'évolution historique et les types d'entrepreneur, nous allons tirer quelques unes:

4.1- L'entrepreneur est un innovateur :

C'est la caractéristique qui nous attire le plus, comme le dit selon J. A. Schumpeter, l'entrepreneur est un innovateur, un agent de changement qui brise la routine. Ainsi que A. Fayolle affirme que l'entrepreneur est un vecteur du développement économique avec ces innovations.

4.2. L'entrepreneur est un preneur de risque :

Comme nous avons vu auparavant, plusieurs chercheurs ont cités cette caractéristique. L'entrepreneur c'est celui qui prend les risques. Il détecte une opportunité, il investit ses ressources financières aux achats des matières premières à des prix certains pour la création de la valeur et de la richesse qui ne sont pas certains (sans savoir s'il va enregistrer des gains), ces risques sont liés aux contraintes du marché et aux fluctuations des prix.

4.3- L'entrepreneur est un organisateur :

L'entrepreneur crée une entreprise pour produire des biens et des services dans le but de générer des profits et d'autres récompenses. Pour réussir son projet il doit organiser et maîtriser tous les processus dans son entité (production, de commercialisation et de distribution) et surtout organiser ces ressources. N'oublions pas, que l'un des paradigmes d'entrepreneuriat est la création d'organisation.

4.4- L'entrepreneur est un coordinateur :

L'entrepreneur coordonne le savoir et les connaissances du savant et le facteur travail produit par les travailleurs pour aboutir à son processus de production (J.B. Say). Il coordonne aussi entre ces ressources et les personnes dans son entreprise pour arriver à ces fins.

5- Les motivations de l'entrepreneur :

La littérature distingue généralement deux types de profils d'entrepreneurs à partir de leurs motivations à créer une entreprise : le groupe « pull » (création par opportunité) et le groupe « push » (création par nécessité).

- Le profil « pull » : des considérations positives qui influencent l'intention entrepreneuriale des entrepreneurs comme le besoin d'autonomie, d'accomplissement personnel, désir d'organiser le travail eux-mêmes, croyance en un produit/service, pour saisir une opportunité ou relever un défi.
- Le profil « push » : des considérations négatives qui ont poussés les entrepreneurs à créer leur propre emploi impliquent ici une notion de « besoin » (chômage, raisons familiales, « plafond de verre », conflits ou peu de possibilités d'avancement dans l'emploi précédent, décès d'un proche et reprise de l'activité). On pourrait s'interroger sur l'opportunité de mettre « le plafond de verre » et le manque de perspective de promotion dans le profil « push ». En effet, il y a de fait une insatisfaction au départ de sa situation actuelle mais il y a aussi une volonté de ne pas rester dans cette situation et de la prendre en main.⁵²

⁵² Annie CORNET et Christina CONSTANTINIDIS, avec la collaboration de Simona ASEDEI, "Les femmes entrepreneures face à la formation, au financement et aux réseaux : "Recherche quantitative : rapport national (Belgique), Action Diane – Rapport de recherche quantitative et l'Université de Liège / EAA – EgiD, Belgique, 2004.

Conclusion du chapitre :

A l'issue de ce chapitre, nous saisissons que l'entrepreneuriat est un concept vaste et riche. De nombreux chercheurs ont apporté leurs études sur la compréhension de l'entrepreneuriat et le rôle de l'entrepreneur dans la dynamique économique.

Nous avons pu comprendre ce phénomène à partir de son évolution dans le temps et ses paradigmes ainsi que ses formes. Notons qu'il existe aussi, de nos jours, d'autres formes telles que l'entrepreneuriat familial où l'entrepreneur associe des membres de sa famille et la prise de décision est partagée.

L'entrepreneur à plusieurs facettes, il est imprévisible en matière de comportements et de caractéristiques car chaque entrepreneur est unique et préfère faire les choses à sa manière.

Chapitre 02 :
généralité sur
l'entrepreneuriat
féminin

Introduction au chapitre :

La place de la femme dans les pays du Maghreb est en pleine évolution, particulièrement en Algérie. Sa participation dans le développement économique et social évolue de jour en jour. Cette participation à la vie économique se traduit par un nouveau phénomène celui de l'émergence du métier de femme entrepreneure.

Ces dernières années l'entrepreneuriat féminin est devenu l'objet d'études par différents chercheurs.

L'objet de ce chapitre est de comprendre le phénomène entrepreneuriale féminin avec tous ses spécificité en allant de la théorie du genre ; le rôle de la femme entrepreneur, des diverses définitions, la spécificité de l'entrepreneuriat féminin et en fin la différence entre l'entrepreneuriat féminin et masculin.

Dans la deuxième section nous allons essayer de comprendre aussi ce phénomène à partir des expériences dans le monde. Ainsi nous allons exposer les résultats des études réalisé sur l'entrepreneuriat féminin en Algérie.

Section 1 : Entrepreneuriat au féminin : de quoi s'agit-il ?

Nous ne pouvons pas comprendre l'entrepreneuriat féminin sans la compréhension de la théorie du genre notamment en termes d'entrepreneuriat.

1. Théorie du genre :

"L'approche de genre" est souvent mal comprise en France. Issu de l'anglais "Gender", le genre est un concept sociologique désignant les "rapports sociaux de sexe", et de façon concrète, l'analyse des statuts, rôle sociaux, relations entre les hommes et les femmes. Appliquées aux politiques publiques, le genre a pour objectif de promouvoir l'égalité des femmes et des hommes en prenant en compte les différences et la hiérarchisation socialement construite. En France, nous parlons "d'approche intégrée de l'égalité".

En termes d'entrepreneuriat, plusieurs chercheurs (De Bruin et Al. 2007, Brush et Al. 2009, Gupta et Bhawe (2007), Mirchandani (1999), Wilson et Al. (2007), ... etc.) ont ancré leurs travaux dans l'approche du genre, les expériences distinctes entre les hommes et les femmes tel que les réalités entrepreneuriales des uns et des autres sont nécessairement différentes.

Pour la compréhension de la création d'entreprise chez les femmes à travers le **concept du genre**, nous résumons les affirmations de quelques auteurs cités par Thierry Levy-Tadjine, Zhan SU dans leur ouvrage⁵³ :

Selon **MIRCHANDANI (1999)** « *le genre en tant que processus faisant partie intégrante de l'entrepreneuriat* », il s'agit aussi d'examiner l'influence du genre sur l'entrepreneuriat des femmes.

Il y a le concept stéréotype⁵⁴ qui est la résultante du processus de catégorisation, apporte des éclairages supplémentaires pour la compréhension des mécanismes de genre sur l'entrepreneuriat féminin.

⁵³Thierry Levy-Tadjine, Zhan SU, entrepreneuriat, PME durables et réseaux sociaux, édition l'Armattan, 2013, (chapitre 6 rédigé par Typhaine LEBEGUE)

⁵⁴Stéréotype selon LAROUSSE Français : Caractérisation symbolique et schématique d'un groupe qui s'appuie sur des attentes et des jugements de routines.

GUPTA et BHAWE (2007) concluent leurs travaux que la menace de stéréotype de genre diminue de façon significative l'intention entrepreneuriale des femmes les plus proactives. Leur recherche montre que la puissance des stéréotypes négatifs sur les femmes.

CROIZET et LEYENS (2003) «ces stéréotypes sont si largement répandus dans nos sociétés que bien souvent, ils ne sont plus identifiés comme des croyances, mais comme des faits établis». Le modèle de l'entrepreneur est souvent exposé dans les médias à travers l'image d'un homme, donc les femmes sont plus sujettes aux effets négatifs des stéréotypes.

Wilson et al. (2007) ont confirmé aussi cette conclusion dans leurs travaux sur la relation entre le genre, l'efficacité personnelle, et l'intention entrepreneuriale des jeunes femmes. Et ils montrent que les femmes sentent qu'elles n'ont pas les compétences requises c'est pour cela limitent leur aspirations de carrière.

2. Les modèles fondateurs de l'approche genre :

Léna SALEH, dans sa thèse de doctorat, a cité cinq modèles fondateurs de l'approche genre⁵⁵ que nous allons résumer :

2.1. Le modèle de Lacasse (1990):

Le centre d'intérêt de ce modèle est l'événement entrepreneurial qui peut apparaître en création d'une entreprise, l'achat d'une entreprise existante, l'accession à la propriété d'une entreprise sur invitation et, l'accession à la propriété d'une entreprise familiale par héritage. Cet auteur a identifié des facteurs pour l'entrepreneur potentiel tels que : les motivations, ses traits de caractère, de l'idéologie dans le domaine des affaires, de l'attitude envers le risque..., et il a défini l'environnement suivant trois ensembles de variables:

- **les variables sociologiques** comme le contexte familial, scolaire ou le milieu de travail... ou autre, qui peuvent favoriser l'appariation de l'intention entrepreneurial qui pousse l'individu à œuvrer plus tard dans le domaine des affaires.
- **Les variables de situation** qui peuvent être des événements négatifs et des événements positifs.

⁵⁵Léna SALEH, L'intention entrepreneuriale des étudiantes : cas du Liban, thèse de doctorat ès Nouveau Régime Sciences de Gestion, l'Université de NANCY2, septembre 2011, Liban.

- ***L'accessibilité aux ressources***: qui peuvent être des matières premières, main-d'œuvre qualifiée, la technologie, l'accès aux marchés, le capital risque, les soutiens de l'Etat et l'appui de la part des réseaux.
- ***L'entrepreneur potentiel*** : Son objectif était d'approfondir les connaissances entourant l'essor de la petite entreprise au Canada et d'étudier en particulier le phénomène de l'entrepreneuriat féminin au Québec.

2.2. Le modèle de Lerner, Brush et Hisrich :

Ces auteurs ont étudiés le contexte professionnel et familial de la femme entrepreneure, ils ont distingué entre cinq catégories de facteurs en focalisant sur le niveau individuel qui influencent la performance.

- Les motivations avec la motivation à réussir, la motivation à acquérir une forme d'indépendance, les motivations dues à des nécessités économiques et à l'objectif poursuivi ;
- La théorie de l'apprentissage social (père entrepreneur, situation économique vécue pendant la l'enfance) ;
- L'affiliation à des réseaux, l'utilisation de consultants, l'affiliation à des réseaux féminin, la présence de mentors ;
- Le capital humain avec le niveau d'enseignement atteint, le domaine d'enseignement, l'ancienne fonction ou l'ancien poste occupé, l'expérience entrepreneuriale antérieure, l'ancienne localisation, l'expérience dans le secteur de l'industrie, les compétences managériales et en affaires ;
- Les facteurs environnementaux (secteur d'activité, sources de financement).

2.3. Le modèle de Hisrich et Brush :

En appuyant sur les insuffisances du modèle précédent, ces deux auteurs ont construit leur modèle en étudiant les facteurs influençant la performance des femmes entrepreneures. Ces facteurs sont :

-L'environnement industriel qui a été déterminé avec des variables de régulations et les forces industrielles en présence.

-Les stratégies et politiques utilisées qui ont été définies par rapport aux coûts, au service apporté au client, à l'innovation et au niveau de qualité visé ou atteint ;

-Les caractéristiques personnelles comme le niveau d'enseignement, l'expérience de l'entrepreneur et les informations de nature démographique qui lui sont propres ;

-Les caractéristiques des affaires traitées qui dépendent de la taille et l'âge de l'affaire, **et les ressources utilisées** quelque soit humaines ou financières.

2.4. Le modèle de Shabi et Di Gregorio:

Ces auteurs ont expliqué les buts personnels poursuivis par les femmes pour la propriété d'affaire et interprété les facteurs structureaux qui influencent le processus du lancement de l'entreprise.

2.5. Le modèle de Guyot et Al :

Dans leur apport théorique en entrepreneuriat féminin, le passage à la création d'entreprise y est étudié selon une logique d'action comprenant des dimensions psychologique ou stratégique et des caractéristiques identitaires et biographiques de l'entrepreneur.

Les résultats mettent en évidence que « les obstacles rencontrés par les candidats créateurs ne se limitent pas aux facteurs d'ordre institutionnel mais concernent également les accès aux ressources financières (...) et démontre, d'une part, l'effet spécifique du genre en tant que frein et d'autre part les spécificités et les sensibilités des freins selon le genre ».

D'après ce bref survol sur les modèles, nous pouvons conclure que l'entrepreneuriat féminin couvre des considérations particulières d'ordre psychologique, social, économique et contextuel. Tel que le genre constitue un obstacle en soi par rapport à la femme. Cette différence est interprétée par le fait que les obstacles à la création sont plus importants pour les femmes que leur homologue masculin.

Une théorie féministe de l'entrepreneuriat a vu le jour (Stevenson, 1990; Hurley, 1991) et qui s'est expliqué par deux tendances qui la caractérisent : (Black, 1989) Cité par Nene kane (2009).

➤ **Le féminisme social** explique que les différences qui existent entre les hommes et les femmes dans la socialisation progressive des uns et des autres est à l'origine des différences notées. Cette théorie se fonde sur la comparaison des valeurs et des comportements des hommes et des femmes.

➤ **Le féminisme libéral**, quant à lui, est basé sur le fait que les femmes sont désavantagées par rapport aux hommes et évoque donc la notion de discrimination.

3- Elément de définition de "l'entrepreneuriat féminin":

Comme nous avons cité dans le chapitre précédent, l'entrepreneuriat féminin est une forme de l'entrepreneuriat. Il s'agit de la création d'une entreprise qui génère des profits, des emplois, des richesses et profite des opportunités d'affaires...D'après la revue de littérature que nous avons fait, nous exposons quelques définitions qui nous semble pertinente.

L'entrepreneuriat féminin se définit comme la création et le développement d'entreprises par les femmes, ce concept a pris depuis une dizaine d'années une importance croissante dans la plupart des pays aussi bien industrialisés que ceux en développement⁵⁶.

Une définition plus large, celle de Lavoie: «L'entrepreneure, c'est la femme qui, seule ou avec un ou des partenaire(s), a fondé, acheté ou accepté en héritage une entreprise, qui assume tous les risques et responsabilités financières, administratives et sociales et qui participe quotidiennement à sa gestion courante»⁵⁷

«Au Brésil comme au Canada, on considère une femme est entrepreneure à partir du moment où elle a investi au moins 50% de la participation au capital et qu'elle est impliquée dans la gestion de cette entreprise».⁵⁸

Donc les femmes entrepreneures assument un risque financier et prennent des décisions qui ont un impact sur l'économie de leurs pays.

La définition de l'entrepreneuriat féminin dépend grandement de la reconnaissance des secteurs et activités économiques dans lesquels les femmes s'investissent.⁵⁹

La femme entrepreneur est une 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.⁶⁰

Le B.I.T, affirme que les femmes indépendantes qui gèrent de petites entreprises pour leur compte propre sont des entrepreneures dans le vrai sens du terme, qui prennent des

⁵⁶FaidaWathaut BITANGALO « L'entrepreneuriat féminin, une stratégie alternative de lutte contre la pauvreté, cas des couturières du quartier Lumumba en commune de Bagira », Gradué 2010.

⁵⁷LAVOIE, Dina. « Les entrepreneures : pour une économie canadienne renouvelée », Conseil consultatif canadien sur la situation de la femme, Ottawa, février 1988, 64 p., p.3.

⁵⁸Hilka VIER MACHADO et Linda ROULEAU, Identité sociale et entrepreneuriat féminin: étude comparative entre le Brésil et le Canada, 6^o Congrès international francophone sur la PME - Octobre 2002 - HEC – Montréal)

⁵⁹Fatimaezzahra Rachdi, L'entrepreneuriat féminin au Maroc : une étude exploratoire, 8^o Congrès international francophone en entrepreneuriat et PME, octobre 2006, Haute école de gestion (HEG) Fribourg, Suisse).

⁶⁰ ARASTI Zahra, L'entrepreneuriat féminin en Iran : les structures socioculturelles, in, revue libanaise de gestion et d'économie, vol.1, 2008.

décisions et des risques. Cette définition prend en considération tous les types d'activité mis sur pied et gérés par les femmes elles-mêmes, indépendamment de la taille de l'entreprise, qu'elle soit individuelle ou sociétaire.⁶¹

L'entrepreneure comme celle qui, en dehors du ménage, à travers des activités lucratives régulières, déplace des ressources économiques d'un niveau de productivité et de rendement donné à un niveau supérieur lui permettant au moins de se maintenir mais surtout de se développer sur le plan économique et social.⁶²

Selon la définition de l'OIT, les femmes qui entreprendre sont « Les femmes étant souvent des travailleuses indépendantes créant de très petites entreprises non inscrites au registre du commerce, on leur reconnaît rarement le statut d'entrepreneure ».⁶³

A partir de ces définitions nous ne considérons que les entreprises du secteur formel, ce qui limite énormément le taux des femmes qui peuvent être considérées comme entrepreneurs qu'exercent leurs activités entrepreneuriales dans le secteur informel et réalisent des activités à domicile tel que la couture.

L'entrepreneuriat féminin est un ensemble d'activités mises sur pieds et gérées par les femmes elles-mêmes indépendamment de la taille de l'entreprise.

La femme entrepreneure est dans la mesure ou elle change de statut, de métier, ou d'organisation à fin de créer une nouvelle richesse.

Donc, nous pouvons conclure que *L'entrepreneuriat féminin* est cet esprit d'initiative des femmes qui se manifeste de manière prépondérante ; les femmes ont tendance à s'organiser en compte tenu des ressources disponibles pour satisfaire leurs besoins.

4. L'importance économique et sociale de l'entrepreneuriat féminin :

4.1. L'intérêt de L'entrepreneuriat féminin :

La création et développement d'entreprises par les femmes évoque une importance économique et sociale, ce qui justifie l'intérêt porté à l'entrepreneuriat féminin.

⁶¹ BINETOU RASSOUL CORREA Fatoumata, l'entrepreneuriat féminin: la logique économique dans le micro entreprises artisanales et commerciales dans la commune de Saint-Louis, mémoire de maîtrise ès-lettres & sciences humaines (Sociologie), Sous la direction du Professeur GORA MBODJ, université Gaston BERGER de SAINT-LOUIS, Année 1998, P.21.

⁶² Idem.

⁶³ Promotion des femmes entrepreneures :Rapport PotentiELLE en réponse au postulat Fetz, par Lynn Blattmann et Margrit Schmid, décembre 2006.

Les résultats de plusieurs travaux sur l'entrepreneuriat établissent que la plus part des pays, affichent une forte corrélation entre le niveau de l'activité entrepreneuriale et la croissance. Spécifiquement l'entrepreneuriat féminin est un élément très positif pour le développement, ce qui explique l'écart de croissance entre les divers pays.

Pour atteindre leur potentiel de croissance, les pays doivent atteindre la totalité de leur potentiel entrepreneurial d'abord en encourageant la femme à s'engager dans la création et le développement des nouvelles entreprises.

Comme le note Mlle CHALAL Ferroudja dans son mémoire de magister « *les capacités de la femme, sa volonté de s'affirmer dans le monde du travail, son aptitude à s'adapter à un environnement en évolution, la mettent à même d'être au premier rang des forces de progrès* »⁶⁴.

Ainsi, l'entrepreneuriat féminin est un intérêt mondial : elle est devenue une préoccupation mondiale : « L'OIE reconnaît l'importance de la promotion de l'entrepreneuriat féminin dans les pays développés et en développement ».

4.2. Le rôle de la femme dans le développement local :

Dans toute société, chaque personne joue des rôles et remplit des fonctions diverses. En particulier, chaque femme remplit trois rôles dans la société cités dans le mémoire de Jean de Dieu AYBEKA KOPIKAMA⁶⁵ comme suit :

Le rôle productif : qui comprend le travail accompli en contrepartie d'un paiement en nature ou en espèces. Comme la production de marchandises ayant une valeur d'échange ou la production de subsistance ou domestique qui a une valeur d'usage mais aussi une valeur d'échange potentielle.

Le rôle reproductif : qui comprend la responsabilité d'élever les enfants et les tâches domestiques qui sont nécessaires pour que soient garantis l'entretien et la reproduction biologique mais aussi le soin et l'entretien de la force de travail (le mari et les enfants en âge actif) et de la future force de travail (bébés et enfants en âge scolaire).

⁶⁴ CHALAL Ferroudja, Les trajectoires personnelles et socio-professionnelles des femmes entrepreneures en Algérie : Le cas des femmes entrepreneures de la wilaya de Bejaia, université de Bejaia, 2011.

⁶⁵Le rôle des femmes entrepreneurs dans le développement local: cas des pâtisseries en ville de Butembo, Université catholique du Graben-Graduat 2008.

Le rôle communautaire (rôle dans la société) : Le rôle communautaire comprend des activités d'administration de la communauté qui assurent à celle-ci les services et la cohésion. Ce rôle est assumé par les pouvoirs publics, par des groupements ou des personnes. Quand il s'agit des femmes des pays en voie de développement, il s'agit souvent d'une extension de leurs rôles productifs. Elles assurent pour la consommation collective, la gestion et la conservation des ressources pénibles ou peu abondantes telles que l'eau, les soins de santé et l'enseignement.

4.3. Le rôle de la femme entrepreneure en tant qu'agent économique :

La contribution de la femme à la vie économique constitue un atout économique. Nous exposons quelques rôles représentés par l'entrepreneure :

- **Moteur de croissance économique:** Plusieurs chercheurs tels que: Ahl (2002), Orhan (2003) et Verheul (2005) ont démontré combien l'entrepreneuriat féminin constituait un moteur déterminant pour un pays ou un territoire⁶⁶. Les femmes entrepreneures jouent un rôle largement important dans la croissance économique de la région.
- **Facteurs de développement:** La femme peut collaborer au développement économique et social de son pays.

L'entrepreneuriat féminin permet d'améliorer le statut social, la formation et l'état de santé des femmes et de leurs familles.⁶⁷

- **Innovation:** Selon Verheul (2005), les femmes entrepreneures sont à l'origine de l'émergence de nombreux marchés de niches à haut potentiel⁶⁸. Donc ces femmes encouragent l'innovation qui est un élément essentiel dans l'activité entrepreneuriale.
- **Sources de nouveau Management et les opportunités nouvelles:** Selon OCDE 2004 : «L'entrepreneuriat féminin apporte à la société des solutions différentes et souvent innovantes aux problèmes de management et d'organisation, ainsi que l'exploitation D'opportunités nouvelles »⁶⁹.
- **Création d'emplois :** comme toute activité entrepreneuriale, la femme entrepreneur avec son affaire contribue à la création des chances d'emplois.

⁶⁶Renaud Redien-Collot. « Pour une approche genrée de l'entrepreneuriat », Académie de l'entrepreneuriat, février, 2006, Réseau de Recherche Genre et Entrepreneuriat.

⁶⁷ Melle DIF Aicha, L'Entrepreneuriat Féminin Cas de la wilaya d'Oran, Mémoire de Magister en sciences commerciales, Université d'Oran Es-senia 2010.

⁶⁸ Ibid. (Renaud Redien-Collot).

⁶⁹OCDE «Promouvoir l'entrepreneuriat et les PME innovantes dans une économie mondialisée : Vers une mondialisation plus responsable et mieux partagée» Istanbul, Turquie, 3-5 juin 2004, page 04.

5. Spécificités de l'entrepreneuriat féminin :

D'après l'analyse de 81 articles sur l'entrepreneuriat féminin qui ont été publiés entre 1982 et 2000, Ahl (2003) conclut que les recherches empiriques sur les femmes entrepreneuses présentent généralement qu'elles ont plus de ressemblances que de différences avec les hommes entrepreneurs.

Mais les femmes sont souvent des « mères de familles », ce qui fait la spécificité de l'entrepreneuriat féminin. Ces caractéristiques concernent les données démographiques de la femme entrepreneuse, profil socioculturel et psychologique, les valeurs personnelles, la carrière antérieure, le style de direction, le type de l'entreprise créée, le mode de financement, les motivations... et les obstacles qu'elles rencontrent qui diffèrent de ceux des hommes.

Ainsi que les femmes entrepreneuses ne constituent pas un groupe homogène car elles ont des motivations, des intérêts et surtout des potentiels très divers.

Les études ont été menées partout dans le monde. Cependant, les résultats des recherches sont divers et contradictoires. C'est que nous allons énumérer ci-dessous :

5.1. Profil de la femme entrepreneuse :

5.1.1. Le profil socioculturel

A. La situation familiale de la femme :

Pour le statut matrimonial de la femme, le rôle du mariage stabilisateur n'est pas vérifié, le mari peut constituer soit un frein, soit un stimulateur pour la création d'entreprise. Selon l'approche fondée sur la situation familiale, les femmes prennent les décisions professionnelles en fonction de considérations familiales (Cadieux et al., 2002, p 29).

Watkins et Watkins (1984) découvrent que 48% des entrepreneuses sont mariées, 29% sont divorcées et 19% sont célibataires⁷⁰.

Hernandez (1997) indique, qu'il y a presque autant de femmes mariées (52%) que de femmes célibataires divorcées ou veuves (48%)⁷¹.

➤ La formation :

Le niveau de formation joue un rôle important dans l'éveil des entrepreneurs mais il n'est pas un élément déterminant.

⁷⁰Léna SALEH, p 160.

⁷¹Idem.

La plupart des études sur la formation des entrepreneurs semblent indiquer que la femme entrepreneure a un niveau d'instruction plus élevé que la moyenne de la population.

Tableau N° 03 : Le niveau de formation des entrepreneurs:

Auteurs	Résultats
Humphreys et Mc Clung (1981)	54,8% des femmes entrepreneuses sont diplômées de l'université.
Charboneau (1981)	La femme entrepreneur est diplômée de l'enseignement supérieure
De Carlo et Lyons (1979)	Le niveau d'éducation des femmes entrepreneuses est supérieur à celui de la moyenne des femmes.
Hisrich et Brush(1983) 68%	Les femmes entrepreneuses possèdent au moins un diplôme de premier cycle universitaire
Sexton et Kent (1982)	Les femmes entrepreneuses sont mieux formées que les femmes cadres
MesconetStevens (1982)	Les deux tiers ont un diplôme universitaire.

Source : Léna Saleh, L'intention entrepreneuriale des étudiantes : cas du Liban, 2011.

➤ **L'expérience :**

Selon LACASSE (1990) les entrepreneuses ont moins souvent la possibilité d'acquérir de l'expérience dans des postes de gestion avant de devenir propriétaires d'entreprise que leurs homologues.

Suivant plusieurs chercheurs les femmes ont souvent d'expérience dans les domaines liés aux services que dans les domaines industriels, techniques ou entrepreneuriaux.

➤ **Le réseau de la femme**

L'importance de l'intégration des femmes entrepreneuses au système relationnel: sa famille, ses amis et la communauté à laquelle elle s'identifie pour établir des connexions au niveau entrepreneurial peut faciliter son parcours.

Wells (1998), souligne que les femmes entrepreneuses apprennent à travers leurs relations et leurs connexions aux autres. Par contre, l'homogénéité dans le réseau et les liens

forts peuvent constituer un désavantage pour les femmes dans le monde des affaires (Granoveter, 1985).⁷²

➤ **Age :**

En termes d'âge chronologique, les études sur les femmes entrepreneures montrent une distinction différente et mettent en relief une plus grande diversité d'âges. WELSCH et YOUNG (1984) ET BIRLEY, MOSS et SAUDRES ont montré qu'aux Etats-Unis les femmes sont plus jeunes que les hommes, au moment du lancement de leur projet entrepreneurial. Elles indiquent que l'âge moyen se situe entre 25 et 40 ans, alors que pour les hommes, c'est plus que 43 ans.

En revanche, d'autres enquêtes menées aux Etats Unis démontrent le contraire notamment celle menée par HISRISH et PETERS en 1990 qui indiquent une tendance des hommes à faire leur première tentative significative peu après leur trentième anniversaire et les femmes plutôt autour de 35 ans.

En Europe, la situation est assez différente en France par exemple les femmes de 25 à 49 ans étaient à 80% actives en 1999, contre 41,5% en 1962. La moyenne d'âge des femmes créatrices était de 38,9 ans contre 38 ans pour les hommes en 1998. Ainsi les femmes entrepreneurs en France sont plus âgées que leurs homologues⁷³.

Selon la Caisse d'Épargne (Paris 2012), les femmes entrepreneurs ont en moyenne 48 ans, vivent moins souvent en couple et ont moins d'enfants à charge que les hommes entrepreneurs⁷⁴.

Après avoir présenté quelques éléments du profil socioculturel de la femme nous allons exposer autres éléments qui appartiennent à son profil psychologique.

B- Le profil psychologique :

⁷² Idem p 161.

⁷³RACHDI Fatimaezzahra, l'entrepreneuriat féminin au Maroc : Une étude exploratoire, le 8^{ème} CIFE/PME, 25, 26, 27 Octobre 2006, Fribourg, Suisse.

⁷⁴la Caisse d'Épargne, premier baromètre des femmes entrepreneures, 10 octobre 2012, dans le salon des micro-entreprises, Paris. (disponible en ligne sur <http://www.chefdentreprise.com/>)

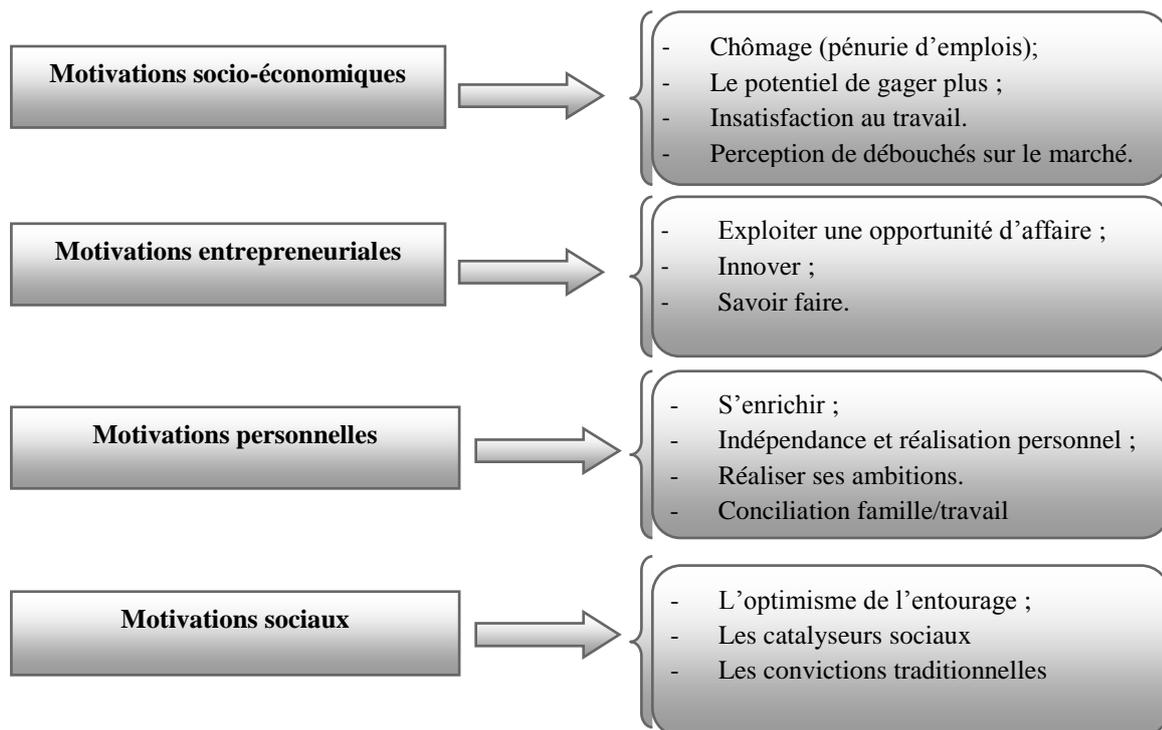
➤ **Les motivations :**

Les motivations sont les facteurs favorisant le lancement d'une entreprise comme le désir d'indépendance; la perception d'une opportunité du marché; la difficulté d'ascension dans la carrière en entreprise, la nécessité de survivre et la possibilité de concilier travail et famille...etc. Des diverses études dans différent pays ont déterminés les facteurs qui ont initié la femme le désir d'établir son entreprise.

Les femmes sont des êtres humains, ont leurs différences de personnalité et de caractère. Cependant plusieurs raison ont amené les femmes à entreprendre, pour certaines de ces raisons sont d'ordre économique, et pour autres sont des raisons personnelles.

D'après la revue de littérature que nous avons faite, nous pouvons étalonner quelques motivations dans le schéma suivant:

Figure N° 02 : Schéma clarifiant les motivations des femmes :



Source : Réaliser par l'étudiante.

Malgré que, les recherches dans ce domaine ont affirmé que les motivations qui agissent en faveur de la création d'une entreprise sont les mêmes tants chez les femmes

entrepreneuses que chez leurs confrères hommes. Mais certains facteurs peuvent jouer un rôle plus important pour les femmes.

Le facteur économique comme la pénurie d'emploi constitue un aspect financier pour la femme : quand elle est dans la situation de chômage, se dirige a créé son propre emploi pour survivre. Plusieurs auteurs dont Hisrich et Brush (1985) et Stokes et al. (1995)⁷⁵ maintiennent cette idée et confirment que le chômage, un revenu familial faible, l'insatisfaction au travail, et le besoin d'une flexibilité encouragent la femme à entreprendre.

Autres auteurs affirment cependant le contraire en maintenant que la plupart de femmes choisissent une carrière entrepreneuriale non parce qu'elles y sont obligées, mais elles démarrent une entreprise pour satisfaire, en premier lieu, des besoins d'indépendance et d'autonomie, d'accomplissement personnel ou de défi.

Et aussi la conciliation Famille/Travail : incapacité à gérer le travail domestique et le travail extérieur constitue un obstacle majeur à l'entrepreneuriat féminin (Pellegrino et peece 1982, Hisrich et Brurush 1990, Ufuk et Ozgen 2001).

Ainsi dans les recherches en entrepreneuriat féminin, un regard négatif de l'entourage familial forme un obstacle incontestable. C'est pour cela l'optimisme de l'entourage motive la femme à entreprendre. Tel que les femmes chefs d'entreprise se sentent soutenues, en particulier par leur entourage (conjoint, famille ou relations) au démarrage de leur activité. Pour les femmes entrepreneuses, le rôle du conjoint est⁷⁶ :

- très moteur au moment de la création, sa contribution pouvant être matérielle ou psychologique ;
- un soutien qui se fait moins évident ensuite, dans le partage des tâches au quotidien.

Pour la conviction traditionnelle : plusieurs chercheurs (Vestper 1983, Gnyavali et Fagel 1994...) ⁷⁷ ont cité que les facteurs sociaux sont importants autour de l'entrepreneuriat plus que l'accessibilité aux crédit, les aides technique, physique et informationnels.

L'existence d'un **exemple d'entrepreneur-e**⁷⁸ dans la famille ou chez les amis a été reconnue par plusieurs chercheurs comme un facteur motivant surtout pour la femme.

⁷⁵ Léna Saleh, Op-cit P.

⁷⁶ La Caisse d'Épargne, premier baromètre des femmes entrepreneuses, 10 octobre 2012, dans le salon des micro-entreprises, Paris. (Disponible en ligne sur <http://www.chefdentreprise.com/>)

⁷⁷ Zahra ARASTI, L'entrepreneuriat féminin en Iran: Les structures socioculturelles, Revue Libanaise de Gestion et d'Economie | Vol. 1, 2008.

Donc nous comprenons qu'il ya des motivations positives d'ordre « pull » et d'autres négatives « push » qui poussent la femme a crée son entreprise.

5.2. Le profil des entreprises créées par les femmes :

Dans ce titre, nous faisons état des principales caractéristiques de l'entreprise créé par une femme.

- **La taille :**

Selon l'OCDE 1998, la taille de démarrage d'entreprises dirigées par des femmes est inférieure à celui des entreprises dirigées par des hommes. Celui là est expliqué par une variété de raisons est présentée pour expliquer cette petite taille :

- ✓ Les femmes entrepreneuses ont généralement une plus petite quantité de capitaux propres disponibles à cause du faible salaire ou discontinuités des emplois antérieurs ;
- ✓ la propriété de la famille est habituellement enregistrée au nom du mari ;
- ✓ Le montant de capital de démarrage peut également être lié au secteur où un entrepreneur exploite. Les femmes s'exercent souvent dans des secteurs à faible exigences de fonds propres comme les secteurs des services ou de vente au détail.

Ainsi les caractéristiques des micro-entreprises gérer par les femmes peuvent être résumé comme suit⁷⁹ :

- S'exercent généralement dans des domaines des compétences qu'elles ont acquises dans la sphère familiale ;
- leurs capital est très faible ;
- Elles opèrent dans le secteur informel de l'économie (les activités ne sont généralement pas déclarées);
- La production se fait généralement à domicile ;
- Elles se concentrent toutes dans les secteurs les moins rentables ;
- L'activité économique venant se superposer aux travaux ménagers et à l'éducation des enfants, les femmes ne peuvent pas accorder une attention soutenue à l'activité économique ;
- La production est écoulée localement ; Les moyens de transport sont pénibles.

⁷⁸Entrepreneur-e = entrepreneur femme ou homme.

⁷⁹Assumpta MUNDEKE, L'entrepreneuriat féminin, mémoire pour l'obtention de licence, Université libre des pays des grand lacs, 2010.

5.3. La gestion des femmes entrepreneures :

Les études tentent de voir si les femmes gèrent de façon différente des hommes. Selon plusieurs auteurs (Still, 2000; Moore, 1997; Billing&Alvesson, 2000; Pettit, 1997; Koen in Clegg, 1999)⁸⁰, il apparaît qu'elles :

- ont un style de gestion plus participatif;
- exercent le pouvoir de manière horizontale plutôt que vertical;
- ont des préoccupations quant à la satisfaction des employés ;
- visent à intégrer travail et famille;
- se sentent concernées par la responsabilité sociale.

5.4. Les obstacles et les difficultés rencontrés par les femmes :

Les femmes sont plus confrontées aux gênes lors et après la création de leurs entreprises.

Une étude de l'OCDE (2000) montre que les femmes entrepreneures ont de la difficulté à concilier travail et famille, qu'elles ont plus difficilement accès au crédit bancaire et qu'elles font face à barrières culturelles.

Il y a aussi **les difficultés qu'elles rencontrent dans l'exercice de leur rôle d'entrepreneure**, répertoriées par les auteurs suivants (Adler & Izraeli, 1994; Maysami et Gobi, 1999; Still, 2000; Linehan, 2000; Allen & Truman, 1993; Moore, 1997; Hisrich et al., 1997; OECD, 2000) sont:

- des problèmes culturels vis-à-vis du rôle d'entrepreneure;
- des difficultés pour trouver support dans leur emploi du temps;
- des difficultés d'obtention de financement pour leur entreprise;
- des difficultés de concilier travail et famille;
- l'absence de modèles féminins d'entrepreneure.

5.6- Différence entre l'entrepreneuriat féminin et l'entrepreneuriat masculin :

Les principales différences entre les deux types d'entrepreneuriat se synthétisent dans le tableau effectué par Robert D. Hisrich, Michael P. Peters:

⁸⁰IDem.

Tableau N°4: Différence entre l'entrepreneuriat féminin et l'entrepreneuriat masculin :

Characteristic	Male Entrepreneurs	Female entrepreneurs
Motivation	Achievement—strive to make things happen Personal independence—self-image as it relates to status through their role in the corporation is unimportant Job satisfaction arising from the desire to be in control	Achievement—accomplishment of a goal Independence—to do it alone
Departure Point	Dissatisfaction with present job Sideline in college, Sideline to present job Discharge or layoff Opportunity for acquisition	Job frustration Interest in and recognition of opportunity in the area Change in personal loans
Sources of Funds	Personal assets and savings Bank financing Investors Loans from friends and family	Personal assets and savings Personal loans
Occupational Background	Experience in line of work Recognized specialist or one who has gained a high level of achievement in the field Competent in a variety of business functions.	Experience in area of business Middle-management or administrative-level experience in the field Service-related occupational background
Personality characteristics	Opinionated and persuasive Goal oriented Innovative and idealistic High level of self-confidence Enthusiastic and energetic Must be own boss	Flexible and tolerant Goal oriented Creative and realistic Medium level of self-confidence Enthusiastic and energetic Ability to deal with the social and economic environment
Background	Age when starting venture : 25-35 Father was self-employed College-educated—degree in business or technical area (usually engineering) First-born child	Age when starting venture : 35-45 Father was self-employed College-educated—degree in liberal arts First-born child
Support groups	Friends, professional acquaintances (lawyers, accountants) Business associates Spouse	Close friends Spouse Family Women's professional groups Trade associations
Type of business started	Manufacturing or construction	Service-related—educational services, consulting or public relations

Source: Robert D. Histrich, Michael P. Peters, « entrepreneurship »⁸¹

⁸¹ Robert D. Histrich, Michael P. Peters, « entrepreneurship », 4th ed, united states, Irwin McGraw-hill, 1998, library of congress cataloging in publication data ,P 79.

Nous récapitulons les principales différences entre les deux types d'entrepreneuriat selon ce tableau en focalisant sur quelques éléments :

- Les milieux d'hommes et de femmes entrepreneurs qu'ils sont similaire sauf que les femmes sont un peu plus âgées que leurs homologues masculins quand elles lancent leurs entreprises.
- Les femmes se réfèrent en premier lieu dans la création de leurs entreprises par leurs amis, conjoints et familles puis s'orientent vers des associations d'entreprises. Les hommes commencent aussi par leurs amis, après à des conseillers, avocats ou experts-comptables puis s'orientent vers des associations d'entreprises et en dernier à leurs conjoints.
- Les femmes en général comptent sur diverses sources de soutien et d'information, comme les associations féminines et les groupes de solidarités entre les femmes ...etc. Par contre les hommes n'ont pas autant de supporters à l'extérieur.
- Les femmes se lancent souvent dans la création des entreprises dans le secteur des services et la vente au détail, les relations publiques, services d'enseignement. Alors que leurs homologues sont plus susceptibles d'entreprendre dans la fabrication, la construction, ou le domaine de haute technologie.

Section 2 : L'entrepreneuriat féminin, études empiriques dans différent pays et contexte Algérien.

Dans cette section nous allons exposer quelques expériences en entrepreneuriat féminin dans le monde et quelques données statistiques dans le contexte Algérien en appuyant sur de différentes études.

1. L'entrepreneuriat féminin dans le contexte mondial :

Nous avons choisit de cité l'exemple de deux pays voisins, et un pays développé pour mieux comprendre le phénomène entrepreneurial féminin.

1.1. L'entrepreneuriat féminin au Maroc :

Tableau N° 05 : Nombre d'immatriculation

Nombre d'immatriculation	2005	2006	2007	2008	2009	TOTAL
Nombre de personnes morales immatriculées au cours de l'année	13445	18742	2538 0	27175	27021	111763
Nombre de personnes morales immatriculées cours de l'année et dont au moins l'un des associés est une femme	2717	4117	4116	4908	4408	20266
Nombre de personnes morales immatriculées au cours de l'année et dont au moins l'un des représentants (gérant, administrateur, ...) est une femme	1953	3008	3778	4128	3970	16837
% d'entreprises féminines immatriculées	35%	38%	31%	33%	31%	33%

Source : Guide d'appui au développement de l'entrepreneuriat féminin au Maghreb, Etude N° 23, par L'Association des Femmes Chefs d'Entreprise du Maroc AFEM, Septembre 2010.

Tableau N° 06 : Secteurs d'activité des entreprises féminines immatriculées:

Secteurs d'activités des entreprises dirigées ou codirigées par des femmes	Taux
Activités extra-territoriales	0%
Activités financières	2%
Administration publique	0,2%
Agriculture, chasse, sylviculture	1%
Bâtiment et travaux publics	12%
Commerce, réparations automobile et d'articles domestiques	32%
Education	3%
Hôtels et Restaurants	6%
Immobiliers, location et services aux entreprises	24%
Industries extractives	0,3%
Industries manufacturières	7%
Pêche, aquaculture	0,1%
Production et distribution d'électricité, de gaz et d'eau	0,1%
Santé et action sociale	0,4%
Services collectifs, sociaux et personnels	3%
Services domestiques	0,1%
Transports et Communications	8%

Source : Guide d'appui au développement de l'entrepreneuriat féminin au Maghreb, Etude N° 23, par L'Association des Femmes Chefs d'Entreprise du Maroc AFEM, Septembre 2010.

Selon l'étude de RACHDI Fatimaezzahra (2006)⁸², le Maroc dans son processus de développement économique et social, engage et mobilise toutes ses ressources à savoir les femmes et les Hommes. **10%** des créateurs d'entreprise sont des femmes, mais à cause du poids de l'informel cette proportion ne représente pas la réalité de la dynamique entrepreneuriale féminine. Car la définition de l'entrepreneuriat féminin dépend grandement de la reconnaissance des secteurs et activités économiques dans lesquels les femmes s'investissent, Certains ne considèrent que les entreprises du secteur formel.

La femme entrepreneure marocaine apparaitre comme :

- **Un employeur** :4,2% du total des employeurs dans le milieu urbain sont des femmes, qui disposent d'au moins un salarié.

⁸² Fatimaezzahra Rachdi, **L'entrepreneuriat féminin au Maroc : une étude exploratoire**, L'internationalisation des PME et ses conséquences sur les stratégies entrepreneuriales 25, 26, 27 octobre 2006, Haute école de gestion (HEG) Fribourg, Suisse.

- **Un travailleur indépendant** : représente 15,3% de la population féminine active. Qui travaille au sein de sa propre entreprise sans salarié.

L'étude est faite sur terrain avec un questionnaire qui a été administré auprès de 579 femmes propriétaires dirigeantes, dont l'exploitation des données était faite à l'aide d'un logiciel. L'étude a assuré une couverture géographique (Casablanca, Rabat, Fès/Meknès, Agadir/Laàyoune, Tanger/Tétouan, Oujda, et Marrakech), et sectorielle (les services, commerce et distribution, industrie, finances et autres).

Les résultats se résument comme suit :

- **L'âge** de la femme entrepreneure marocaine **est entre** 35 et 44 ans, une tendance qui est presque similaire à celle des femmes dirigeantes des entreprises.
- **La formation** : plus des deux tiers d'entre elles ont une formation universitaire. La majorité ayant une formation universitaire ont au moins un diplôme Bac+4. Nombreuses parmi elles sont celles qui ont une formation allant au delà du Bac+4.
- **Situation familiale** : généralement les femmes sont mariées (71%), elles ont dans leur très grande majorité des enfants à charge (77%), le plus souvent 1 à 2 enfants (51%).
- **L'expérience** : les femmes créatrices et chefs d'entreprises marocaines ont dans leur très large majorité une expérience professionnelle antérieure, le plus souvent dans l'entreprise privée (plus que 50%), où elles occupaient des postes d'encadrement ou de direction. Une proportion non négligeable de femmes chefs d'entreprises ont créé leurs entreprises, juste après la fin de leurs études.
- **Caractéristique de l'entreprise** :
 - ✓ la taille : Plus que les deux tiers des entreprises créées et gérées par des femmes marocaines emploient moins de 20 salariés.
 - ✓ L'âge: plus de 60% des entreprises créées par des femmes ont moins de 10 ans et près de 40% d'entre elles ont moins de 5 ans.
 - ✓ Les formes juridiques Les entreprises dirigées par des femmes sont le plus souvent des SARL (57%) ou des entreprises individuelles (22%). Elles sont plus rarement des sociétés anonymes (16%).
 - ✓ Le secteur d'activité: elles sont plus fortement concentrées dans le secteur des services avec (37%) et celui du commerce et distribution avec (31%).
 - ✓ L'étendue de l'activité : une activité locale (31%) ou nationale (47%). La présence d'entreprises ayant une activité internationale reste également non négligeable (22%).

- Deux catégories d'obstacles que les femmes entrepreneurs font face : le problème de financement et celui de la formation.

En conclusion, les résultats de l'enquête montrent que les femmes chefs d'entreprises souffrent d'un manque de compétence techniques et de connaissances en matière de gestion, d'où la faiblesse de leur productivité et de leur compétitivité. De plus, les contraintes culturelles freinent le succès des femmes.

1.2. L'entrepreneuriat féminin en Tunisie :

Il avait entre 4 et 5000 femmes chefs d'entreprises en Tunisie en 2004, Dans un large éventail de domaines : agro-alimentaire, 10% ; industrie mécanique-électricité, 4% ; chimie et caoutchouc, 4% ; matériaux de construction, 2% ; industrie diverses, 7%»⁸³.

En 2008, une étude a été réalisée par Centre de la Femme Arabe pour la Formation et la Recherche (CAWTAR) et de la Société Financière Internationale (SFI) qui se penche sur les particularités des femmes chefs d'entreprises Tunisiennes à base d'un questionnaire qui a été administré sur un échantillon de 197 femmes entrepreneures. Les résultats étaient comme suit:

- La majorité des femmes ont créé leurs entreprises depuis cinq ans, (37, 06%) sont propriétaires de leurs entreprises depuis moins de cinq ans. Aussi, elles sont âgées de moins de 44 ans (63%).
- (73,60 %) des femmes ont démarré leur activité toutes seules et (55%) confirment qu'elles détiennent 100% du capital de l'entreprise. Ce pourcentage peut être expliqué par le fait que les femmes Tunisiennes « ont bénéficiées du droit à la propriété et au contrat, leur donnant la latitude de créer et de gérer leurs propres entreprises, sans avoir à recourir à l'assistance d'un homme ou d'un membre de la famille»⁸⁴
- Pour les secteurs d'activité, les entreprises recensées appartiennent aux différents secteurs dont : (41%) dans les services, (25%) dans l'industrie, (22%) dans le commerce de gros ou de détails, (10%) dans l'artisanat.
- Les Tunisiennes souhaitent accéder à de nouveaux marchés à travers le, commerce international, ce qui exprime les ambitions importantes de ces femmes, malgré leur inquiétude de la concurrence surtout chinoise.

⁸³ Pierre-Noel DENIEUIL, Femmes et Entreprises en Tunisie : Essai sur les cultures du travail féminin, édition l'Harmattan, aout 2005.

⁸⁴ CAWTAR, SFI, les femmes chefs d'entreprises en Tunisie, Juin 2008.

- (45%) de ces femmes accordent une importance à la formation et à l'assistance technique, à fin d'acquérir des compétences en terme de gestion d'entreprises.

(47%) accordent une importance à avoir une formation en gestion financière à fin de garantir la rentabilité de l'entreprise.

- la prise de décision des femmes est faite par avoir eu le recours à leur époux ou à un membre de leur famille, dans l'exercice de leur activité. Cela s'explique par le caractère familial de ces entreprises.

1.3. Entrepreneuriat au Canada:

Nous extrairons les données et les réalités de l'entrepreneuriat féminin au Canada de l'étude réalisée par **FEMMESSOR**⁸⁵ :

En 2007, un peu plus de 260 000 entreprises appartenaient en majorité à des femmes, ce qui représente 16 % des PME du Canada, dont environ 52 000 au Québec (20 %), comparativement à 114 400 en Ontario (44 %).

1.3.1. Les entreprises menées par les femmes :

Elles comptaient souvent moins d'employés que celles de leurs homologues masculins. Mais ces dernier temps, une majorité d'entrepreneures ayant exprimé des intentions de croissance ont recruté beaucoup plus que leurs homologues masculins.

1.3.2. Profil de l'entrepreneure canadienne :

- **L'âge:** les femmes canadiennes se lancent en affaires un peu plus tard dans leur vie, soit vers 34 ans à 41 ans, et que leur moyenne d'âge est de 44 ans.
- **L'expérience** de travail de ces femmes provenant souvent des secteurs traditionnellement féminins, et déçues de la rigidité d'un emploi salarié.
- **Les motivations** de ces entrepreneures, contrairement aux hommes, elles se lancent en affaires davantage pour répondre à des besoins personnels (l'indépendance et l'autonomie). Ainsi, les entrepreneures sont passionnées, créatrices et cherchent à combler un vide dans le marché. Certes, elles veulent être prospères. Ambitieuses, elles veulent réussir. Intègres, elles ne veulent que leur « business » soit à l'image de ce qu'elles sont.

La définition de succès pour ces femmes:

⁸⁵ Mémoire collectif présenté par les onze FEMMESSOR du Québec, Vers un deuxième plan d'action gouvernemental Pour l'égalité entre les femmes et les hommes: L'entrepreneuriat féminin Comme stratégie à l'atteinte de l'égalité femme-homme, janvier 2011

Pour les entrepreneures canadiennes : « Bien gagner ta vie et être heureux, c'est ça avoir du succès. C'est avoir un travail qui te rend fière et te fait sentir que tu accomplis quelque chose »⁸⁶.

Elles le définissent par :

- La persévérance, l'équilibre, l'épanouissement personnel, l'intégrité, le plaisir ;
- La satisfaction de leur clientèle, la viabilité et la rentabilité de leur entreprise, l'équipe recrutée et la reconnaissance des autres;
- Le travail intense et une bonne gestion des entreprises;
- La qualité et la satisfaction des clients.

Malgré que ces entrepreneures ont eu des difficultés et des moments difficiles dans la trajectoire de leur entreprise et même si elles ont vécu des situations complexes dans les affaires, elles affirment que quand on est en affaires, l'échec n'existe pas ; il y a des échecs seulement si on arrête.

Concernant **les difficultés**, les problèmes de financement et la difficulté de concilier le travail et la famille sont au centre des obstacles qu'elles ont à relever (Richard & Burke, 2000 ; Ministère de l'Industrie et Commerce, 2000)⁸⁷.

L'étude de Hilka et Linda les principaux éléments de notre analyse de la manière suivante⁸⁸:

- La représentation qu'elles ont d'elles-mêmes est positive ; selon les canadiennes, les entrepreneurs sont des personnes qui travaillent intensément pour bâtir quelque chose. De plus, les rôles de chef d'entreprise et de mères s'intègrent à celui de l'entrepreneure.
- Les femmes qui ne sont pas entrepreneures sont vues comme celles qui restent à la maison et qui ne s'impliquent pas beaucoup dans la société.
- Le succès est le résultat d'un effort personnel qui implique beaucoup de travail, de la détermination et une gestion qui privilégie la qualité du service et la satisfaction des clients et des employés. L'échec est difficile à définir car il est associé à d'autres causes que la performance de l'entrepreneure.

⁸⁶ LEE-GOSSELIN, Hélène, Caroline Housieaux, Martine Villeneuve, « Réalités, besoins et défis des femmes entrepreneures de la région de la Capitale-Nationale », février 2010, p.16.

⁸⁷Hilka VIER MACHADO et Linda ROULEAU, Identité sociale et entrepreneuriat féminin: étude comparative entre le Brésil et le Canada, 6^e Congrès international francophone sur la PME - Octobre 2002 - HEC – Montréal.

⁸⁸ Idem.

- Elles ne croient pas à l'importance des réseaux mais elles sélectionnent les associations qui sont d'intérêt professionnel.

1.4.L'entrepreneuriat féminin dans le contexte Algérien :

Comme nous l'avons noté précédemment, la recherche en entrepreneuriat féminin est un sujet récent en particulier en Algérie mais les recherches commencent à être plus nombreuses.

D'après la recherche documentaire effectuée, nous allons exposer des caractéristiques liées à l'entrepreneuriat féminin en Algérie déterminés par des études qui ont étudié ce phénomène dans de différentes régions :

1.4.1 Etude menée auprès des entrepreneures d'Alger, Oran, et Tlemcen⁸⁹ :

Dans ce travail qui constitue principalement une première tentative pour déterminer les facteurs explicatifs de Phénomène de l'entrepreneuriat féminin en Algérie sur un échantillon de 36 femmes entrepreneures d'Alger, Oran et Tlemcen nous avons tirés les résultats suivant :

- La tranche d'âge était généralement entre 40 et 55 ;
- La forte majorité sont mariées (80.6%).
- la majorité (78.1%) de ces diplômées venant d'une situation d'inactivité, s'expliquent par leur seule délivrance après des années du chômage.
- la diversification des secteurs d'activités, où la répartition des entreprises révèle la dominance du secteur tertiaire représentant presque la moitié des activités (44.4%), les femmes enquêtées sont davantage présentes dans les prestations de service (Informatique-Internet-Télécom, Communication-Relation presse, Juridique-Fiscal, Audit-Conseil-Consulting...).
- Presque la moitié a des entreprises de type « petite entreprise », car elles embauchent entre 10 et 49 employées. et seulement 33.3% ont des TPE (moins de 10 salariés).
- Concernant les freins, plusieurs facteurs sont susceptible de freiner le projet entrepreneurial féminin, seulement par des degrés différents, les plus déclarés par les enquêtées sont le besoin de financement, les procédures bureaucratiques et les charges fiscales.

⁸⁹ TAHIR METAICHE Fatima, « Le profil de l'entrepreneuriat féminin en Algérie : une étude exploratoire », 2008, universitaire Ain Témouchent.

1.4.2 Etude menée à Oran⁹⁰ :

- L'intention à la création d'entreprises chez les jeunes femmes universitaires (échantillon de 100 étudiantes de l'université d'Oran) apparaît comme étant le résultat de deux facteurs : le premier est celui de la volonté de ces jeunes femmes à exploiter leurs connaissances aux spécificités du métier. Et le second est celui de l'effet de leurs études, qui selon elles, leur offre le privilège de créer une entreprise et de la gérer. Avoir l'intention à la création d'entreprises ne signifie pas forcément l'acte de créer une entreprise.

- Dans l'étude qui s'est effectuée sur 20 femmes entrepreneures promotrices de l'ANSEJ à Oran : nous décelons les difficultés les plus rencontrées par ces jeunes femmes entrepreneures:

- Difficulté d'ordre économique tels que : Difficultés liées aux choix du secteur d'activité (l'incompatibilité entre profil et activité choisie, des secteurs d'activité monopolisée par les hommes..), Difficultés financières, Difficultés commerciales (Problème d'octroi de parts de marché, la compétitivité...) et les divers frais.
 - Difficultés d'ordre social : peuvent être des Difficultés familiales (l'imposition dans le choix du type d'activité, la conciliation entre vie familiale et vie professionnelle...) ou Difficulté liées à l'image de la femme chef d'entreprise ou encore des difficultés liées aux réseaux sociaux (l'incapacité de faire nouer des relations économiques solides avec des responsables d'organisme administratif et bancaire...). Ces difficultés peuvent être aussi des problèmes d'harcèlement moral et physique qui peuvent être liés à des locataires ou avec les associées particulièrement les hommes. Et des problèmes liés à la corruption (la corruption comme solution d'octroi de parts de marché...)
- Les jeunes femmes algériennes considèrent leurs projets comme un projet de vie. Elles tiennent à s'assurer, leur propre emploi de manière durable.

⁹⁰ **Melle DIF Aicha**, « L'Entrepreneuriat Féminin : Cas de la wilaya d'Oran », mémoire en vue de l'obtention d'un diplôme de magister en science économique, Université d'Oran, 2010.

1.4.3 Etude menée à Bejaia⁹¹ :

Cette étude est la plus récente qui nous a marqué, elle s'est effectuée sur un échantillon de 12 entrepreneures dans la wilaya de Bejaia, les résultats étaient comme suit :

- Les entrepreneures sont relativement jeunes dont l'âge varie entre 30 à 45 ans.
- Elles sont mariées avec des enfants à charge.
- Diplômées universitaires ou autres.
- Possèdent de micro entreprise (moins de 10 salariés).
- Actives dans tous les secteurs d'activité économique, mais elles sont majoritaires dans les services.
- les trajectoires professionnelles : la totalité des femmes entrepreneures rencontrées déclarent avoir créé leur propres activités après avoir terminé les études. Malgré qu'elles ont eu des chances offertes sur le marché du travail mais elles ont préférées d'opter pour l'entrepreneuriat. Seulement deux d'entre ces entrepreneures déclarent d'avoir passé par une période du chômage. Autres trajectoires comme : étaient salariées (Quitter leurs postes pour lancer leurs projets) ou passé une période à la maison comme étant femme au foyer. L'entrepreneuriat féminin a tiré ses sources de la formation professionnelle car la majorité ont suivi une formation professionnelle après l'échec de leur BAC.
- Les motivations de ces entrepreneures étaient :
 - Le gain (avoir plus de profits).
 - Réaliser une autonomie financière.
 - L'amour du métier.
 - La nécessité économique pour certaines femmes en difficulté.
 - La création, et la réalisation de soi.
 - La culture familiale favorisant le goût d'entreprendre
- Les obstacles rencontrés sont :
 - D'ordre sociaux parce qu'elles sont des femmes ;
 - Les obstacles professionnels : relatifs à l'exercice de leurs activités ;

⁹¹ Melle : CHALAL Ferroudja, « Les trajectoires personnelles et socio professionnelles des femmes entrepreneures en Algérie : Le cas des femmes entrepreneures de la wilaya de Bejaia », mémoire en vue de l'obtention d'un diplôme de Magister en Sociologie, université de Bejaia, 2011.

- Les obstacles familiaux : qu'ils sont généralement relatifs à la conciliation entre le travail et les charges familiales ;
- Le problème de congé : le fait de travailler à leur compte ne leur donne pas le droit aux congés, ce qui a des répercussions sur la santé et la famille.

Conclusion du chapitre :

Le phénomène de l'entrepreneuriat au féminin est une préoccupation récente des pouvoirs publics et des chercheurs, notamment en Algérie.

A partir de ce chapitre nous avons compris que l'entrepreneuriat féminin ne se diffère pas des autres formes d'entrepreneuriat, mais elle a ses spécificités qui peuvent construire des atouts pour réussir le projet ou des obstacles. Ses motivations sont presque les mêmes que son homologue masculin mais elle a son type de gestion différent qui est plus intuitif.

Partie
pratique

Chapitre 03 :

Chapitre 03 : La création d'entreprise des jeunes femmes Algériennes promotrice de l'ANSEJ

Introduction au chapitre :

Avec les transformations radicales de l'environnement économique Algérien et l'engagement de l'Algérie de l'économie administrée qui s'est basé sur le secteur public vers l'économie de marché qui se base sur le secteur privé, les énergies entrepreneuriales sont libérées et se caractérisent par les développements PME et TPE.

Pour cela, l'Etat a déployé ses efforts pour soutenir les jeunes à se lancer dans des projets, elle a mis en place de nombreux programmes de soutien et de mise à niveau des entreprises et des structures d'accompagnement à la création d'entreprise tels que l'ANDI, l'ANGEM, la CNAC et l'ANSEJ et qui représente l'objet de note étude.

Dans ce chapitre, nous présenterons en premier lieu le dispositif ANSEJ, sa mission et ses objectifs, ses conditions et ses types de financement et la création des PME selon cette structure. Dans la seconde section, nous allons étudier les caractéristiques de l'entrepreneuriat chez les jeunes femmes Algérienne⁹² qui ont créé leurs entreprises via l'ANSEJ. Cette section décrira l'identification de l'entrepreneure et son entreprise, son parcours entrepreneuriale, son réseau social et l'accompagnement qu'elle a eu par l'ANSEJ.

⁹² Comme cas pratique nous avons choisi quatre régions (Alger, Oran, Annaba, Mostaganem) comme étude de cas. Le choix a été fait en fonction des disponibilités des données statistiques que nous avons pu collecter avec courage.

Section1 : Présentation de dispositif "Agence Nationale de Soutien à l'Emploi des jeune"

Il ya quatre systèmes de création et d'accompagnement à la création d'entreprise tels que l'ANDI, L'ANGEM, l'ACNAC et l'ANSEJ. Nous avons choisit de travailler notre mémoire de master sur un échantillon de jeune femme entrepreneure accompagné par l'ANSEJ car cette agence est la plus importante et la plus populaire. Elle accueille une grande catégorie de jeunes algériens avec l'accompagnement et un montant investissement très important afin de traiter de la question du chômage et de l'insertion de ces jeunes dans le monde du travail.

1. Présentation de dispositif :

1.1. La création de dispositif :

Selon les dispositions de l'article 16 de l'ordonnance n°96-14 du 24 juin 1996, ce dispositif a été créé sous la dénomination d'Agence Nationale de Soutien à l'Emploi des Jeunes par abréviation ANSEJ, un organisme à caractère spécifique régi par les dispositions du décret exécutif N° 96-296 du 24 Rabie Ethani 1417 correspondant au 8 septembre 1996 portant sur la création et fixant les statuts de l'agence nationale de soutien à l'emploi des jeunes.⁹³

L'agence est placée sous l'autorité du chef du gouvernement mais le suivi opérationnel de l'ensemble des activités est exercé par le ministre chargé de l'emploi. Elle est dotée de la personnalité morale et de l'autonomie financière⁹⁴.

1.2. Les missions de l'ANSEJ :

L'agence a comme mission de :

- Soutenir, conseiller et accompagner les jeunes promoteurs dans le cadre de mise en œuvre de leurs projet d'investissements ;
- Gérer, conformément à la législation et à la réglementation en vigueur, les dotations du fonds national de soutien à l'emploi des jeunes, notamment les aides et la bonification par le ministre chargé de l'emploi ;

⁹³ Recueil des textes législatifs et réglementaires, novembre 2011, P30.

⁹⁴ Idem.

Chapitre 03 : La création d'entreprise des jeunes femmes Algériennes promotrice de l'ANSEJ

- Notifier aux jeunes promoteurs les différentes aides du fonds national de soutien à l'emploi des jeunes et autres avantages qu'ils ont obtenus ;
- Assurer le suivi des investissements réalisés par les jeunes promoteurs en veillant au respect des clauses des cahiers des charges qui les lient à l'agence et en les assistant, en cas de besoin, auprès des institutions et organismes concernés par la réalisation des investissements ;
- Encourager toute autre forme d'actions et de mesures tendant à promouvoir la création et l'extension d'activités.

A ce titre, l'agence est chargée, notamment de :

- Mettre à la disposition des jeunes promoteurs toutes les informations de nature économique, techniques, législative et réglementaire relative à la l'exercice de leurs activités ;
- Créer une banque de projet économiquement et socialement utiles ;
- Conseiller et assister les jeunes promoteurs dans le processus de montage financier et de mobilisation de crédits ;
- Entretenir des relations contenues avec les banques et les établissements financiers dans le cadre du montage financier des projets et l'extension ;
- Passer des conventions avec tout organisme, entreprise ou institution administrative publique ayant pour objet de faire réaliser, pour le compte de l'agence, des programmes de formation de jeunes promoteurs.

1.3. Développement de l'ANSEJ :

Pour bien clarifier les étapes de développement de l'agence nous dressons le tableau suivant :

Tableau N° 07 : développement de l'ANSEJ

Année 2003	Année 2007
-Relèvement du seuil de l'investissement de 4 millions à 10 millions de Dinars ;	-Recentrage des activités de l'agence autour de l'accompagnement ;
-Intégration de l'investissement d'extension	-Décentralisation du pouvoir de décisions ;
	-Mise en place d'une nouvelle organisation ;

Chapitre 03 : La création d'entreprise des jeunes femmes Algériennes promotrice de l'ANSEJ

pour les micros entreprises en situation d'expansion avec les mêmes avantages durant cette phase.	<ul style="list-style-type: none"> -Formation de l'encadrement de l'agence à tous les niveaux ; -Obligation de former tous les promoteurs avant financement ; -Mise en place de commissions locales de validation et de financement des projets impliquant l'ensemble des acteurs et partenaires locaux autour du dispositif (CLEF).
Année 2008	Année 2011
<ul style="list-style-type: none"> -Faciliter l'accès au crédit bancaire ; -Améliorer les prestations par un accompagnement individualisé ; -L'ouverture d'annexes au niveau de certaines daïras et des circonscriptions administratives relevant de la wilaya d'Alger ; -La formation systématique des promoteurs. 	<ul style="list-style-type: none"> -La baisse de l'apport personnel à 1% ou 2% du coût d'investissement ; -Le relèvement du PNR à 29% ou 28% du coût d'investissement ; -Fiscalisation progressive après la période d'exonération d'impôt ; -L'arrivée de trois PNR⁹⁵ supplémentaires à savoir celui des cabinets groupés, des véhicules- Ateliers et celui dédié à la location.
Année 2013	Année 2014
<ul style="list-style-type: none"> -Bonification à 100% des intérêts 	<ul style="list-style-type: none"> -Dépôt de formulaire au lieu le dossier. -passage à la Commission de Sélection et de Validation financière(CSVF) après 15 jours. -dépôt de dossier physique après la validation de CSVF.

Source : Elaborer par l'étudiante.

Le schéma suivant illustre le détail des trois PNR mis en place en 2011 :

Figure N° 03 : PNR ajoutées en 2011



⁹⁵ PNR=Prix Non Rémunéré

Source : Elaborer par l'étudiante.

1.4. La création d'entreprise Par le dispositif ANSEJ :

L'ANSEJ vise à favoriser la création et l'extension d'activité de production de biens et de services par les jeunes.

Le montant des investissements prévus par le présent décret ne saurait dépasser dix (10) millions de dinars algériens, il peut être un financement mixte ou triangulaire et ce selon le choix et le montant de financement de projet. Aussi, à travers ce processus, l'entrepreneur bénéficie d'un accompagnement de la part de la structure ANSEJ et d'autres avantages de nature financières et fiscales. Mais le jeune promoteur doit satisfaire un nombre de condition.

1.4.1 Les types d'investissements :

Le dispositif micro-entreprise ANSEJ concerne deux types d'investissement :

- L'investissement de création qui porte sur la création d'une micro entreprise nouvelle par un ou plusieurs jeunes promoteurs éligibles au dispositif micro-entreprise ANSEJ ;
- L'investissement d'extension qui concerne les investissements réalisés par une micro-entreprise à l'expiration de la phase exploitation de le l'investissement de création.

1.4.2 Condition d'éligibilité pour la création d'une micro entreprise :

Pour le bénéfice de l'aide du fonds national de soutien à l'emploi des jeunes, quatre principales conditions sont requises lors de la création d'une activité que nous allons schématiser dans la figure suivante :

Figure N° 04 : Condition d'éligibilité



Source : Elaborer par l'étudiante.

Chapitre 03 : La création d'entreprise des jeunes femmes Algériennes promotrice de l'ANSEJ

- Etre âgée de 19-35 ans, mais si le projet génère au moins trois (3) emploi y compris les associés, l'âge limité pourra être porté à quarante ans ;
- Etre titulaire d'une qualification professionnelle et/ou posséder un savoir-faire reconnu ;
- Mobiliser un apport personnel sous forme de fonds propre d'un niveau correspondant au seuil minimum déterminé ci-dessous ;
- Etre inscrit auprès des services de l'Agence National de l'Emploi comme demandeur d'emploi.

1.4.3 Le seuil minimum des fonds propre :

Le seuil est déterminé par deux niveaux clarifié dans le tableau suivant :

Tableau N° 08 : Le seuil minimum des fonds propre

Niveau 1	Niveau 2
1% du montant global de l'investissement lorsque celui-ci inférieur ou égal à cinq millions de dinars.	2% du montant global de l'investissement lorsque celui-ci est supérieur à cinq millions de dinars et inférieur ou égal à dix millions de dinars.

Source : La Direction Générale de l'ANSEJ

1.4.4. Les aides financières et les avantages fiscaux :

A. Le financement :

l'ANSEJ octroi trois prêts non rémunérés :

- le premier concerne les diplômés de la formation professionnelle allant jusqu'à 500 000 DA pour l'acquisition de véhicules ateliers pour les domaines tels que la plomberie, l'électricité, la peinture, bâtiments, mécanique automobile ;

- Le deuxième prêt de même montant pour la prise en charge du loyer des locaux destinés à la création d'activités sédentaires.

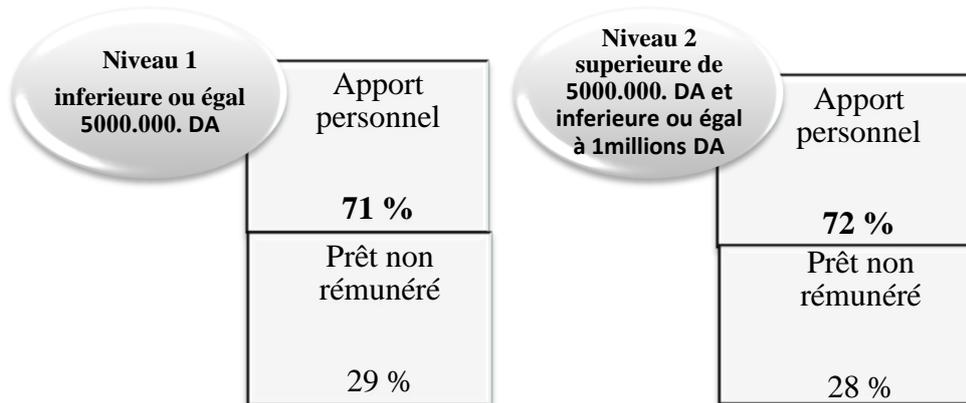
- le troisième prêt non rémunéré pouvant aller jusqu'à 1.000.000 DA, au profit des diplômés de l'enseignement supérieur, pour la prise en charge du loyer des locaux destinés à la création de cabinets groupés en vue de l'exercice d'activités relevant des domaines médical, auxiliaires de justice expertise comptable, commissariat aux comptes, comptables agréés, bureau d'études et de suivi des secteurs du bâtiment, des travaux publics et de l'hydraulique.

❖ Deux formules de montages financiers sont prévues :

Chapitre 03 : La création d'entreprise des jeunes femmes Algériennes promotrice de l'ANSEJ

- ✓ **Le financement mixte :** Dans cette formule, l'apport financier des jeunes promoteurs est complété par un crédit sans intérêt accordé par l'ANSEJ.

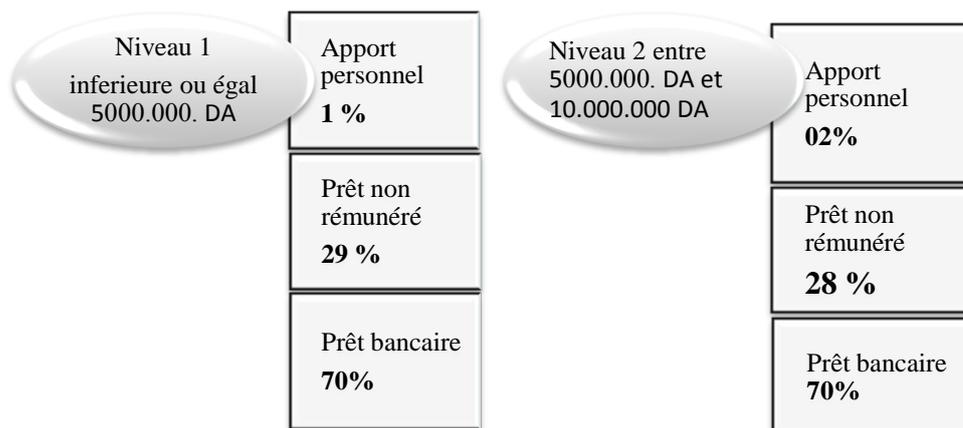
Figure N° 05 : Le financement mixte des projets ANSEJ



Source : Elaborer par l'étudiante

- ✓ **Le financement triangulaire :** Dans cette formule, l'apport financier des jeunes promoteurs est complété par un crédit sans intérêt accordé par l'ANSEJ et un crédit bancaire.

Figure N° 06 : financement triangulaire



Source : Elaborer par l'étudiante

B. Les avantages fiscaux :
Concernant la phase réalisation :

Chapitre 03 : La création d'entreprise des jeunes femmes Algériennes promotrice de l'ANSEJ

- Franchise de la TVA pour l'acquisition de biens d'équipements et de services entrant directement dans la réalisation de l'investissement ;
- Application du taux réduit de 5% en matière de droits de douane pour les biens d'équipement importés entrant directement dans la réalisation de l'investissement ;
- Exonération des droits d'enregistrement sur les actes constitutifs des micro-entreprises.

C. La bonification des taux d'intérêts :

Une autre forme d'aide financière qui est la bonification des taux d'intérêts pour les prêts bancaires obtenus. Tel que L'ANSEJ prend en charge la totalité des intérêts des crédits octroyés par les banques aux jeunes promoteurs⁹⁶.

1.5. Les modalités de remboursement :

Sont établies dans le tableau suivant :

Tableau N° 09 : modalités de remboursement

Les différents crédits	Durée du crédit	Remboursement du crédit	Paiement des intérêts
Prêts non rémunérés	5 ANS	Remboursement du PNR à l'issue du remboursement du crédit bancaire.	Pas d'intérêts
Crédits ANSEJ	8 ANS	Remboursement différé de trois années.	Montant des intérêts au titre de la première année réparti sur la durée du crédit. Paiement des intérêts différés d'une année.

Source : la Direction Générale de l'Agence National de Soutien à l'Emploi des jeunes.

1.6. Les domaines d'activités financés par l'ANSEJ :

Les domaines d'activités financés par l'ANSEJ sont résumés comme suit :

- **Agriculture :** Elevage, prestation de services agricoles et exploitation agricoles et pêche.
- **Artisanat :** Céramique d'art, sculpture et décoration, bijouterie et Coiffure.

⁹⁶ Selon le décret 13-53 du 02 juillet 2013 à la Direction Générale de l'ANSEJ ;

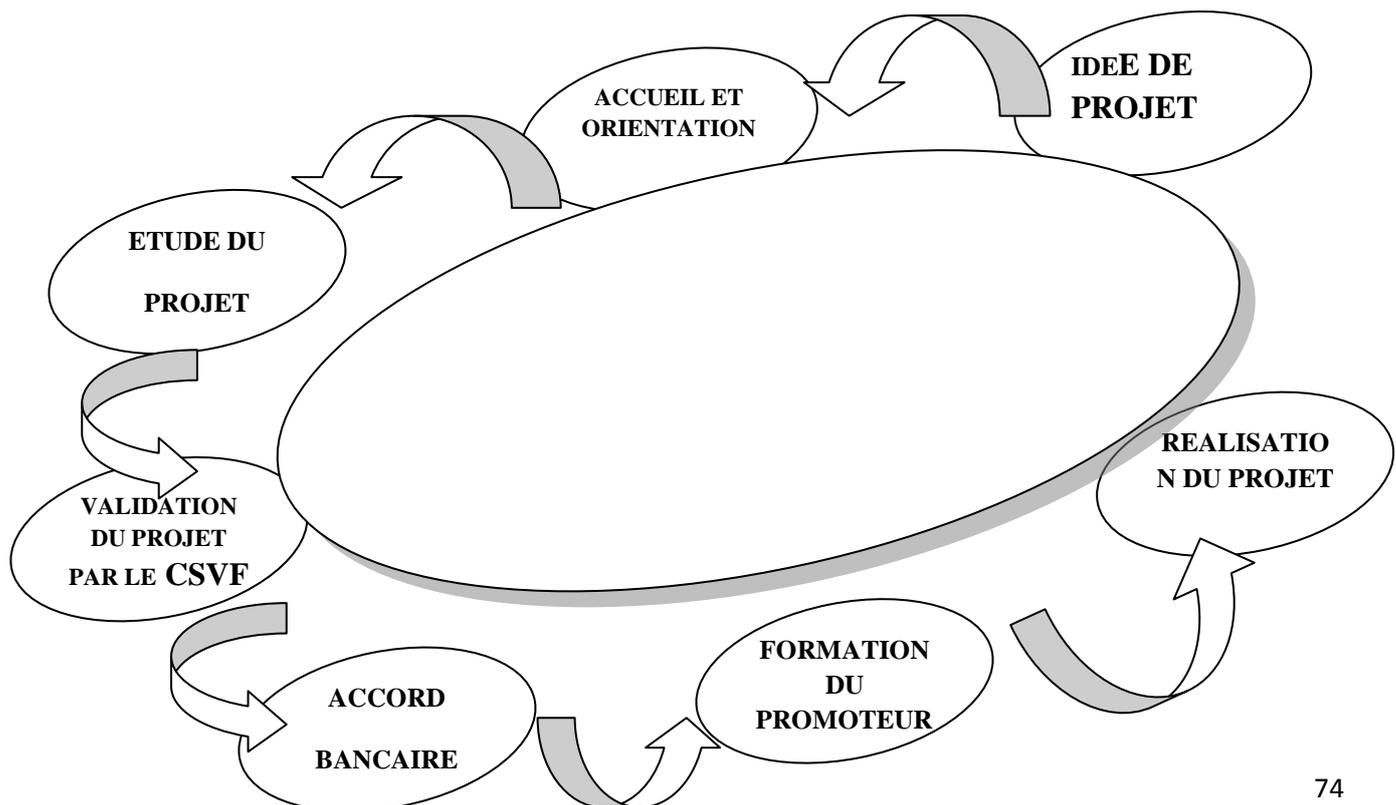
Chapitre 03 : La création d'entreprise des jeunes femmes Algériennes promotrice de l'ANSEJ

- **BTPH** : Bâtiments, travaux publics et hydraulique, branchement gaz et électricité, plomberie, fabrication de plâtre et matériaux de construction.
- **Environnement** : Nettoyage et traitement des déchets, aménagement des espaces verts.
- **Industrie** : Industrie agro-alimentaire, industrie de bois, industrie du papier, industrie chimique, industrie du cuir, industrie électronique, industrie métallique et textile.
- **Maintenance** : Réparation d'équipements, contrôle et réparation de véhicules
- **Services** : Prestations informatiques, communication et publicité, location de voitures et engins, agence de tourisme et d'assurances, location de salles et matériel de fêtes, laboratoires photos, restauration, salle de sport et de loisirs, stations de lavage et pressings, entrepôts frigorifiques et abattoirs.
- **Professions libérales** : Bureaux d'études , avocats , huissiers de justice , transitaires , chirurgiens dentistes , vétérinaires , optique médicale , laboratoire d'analyse médicale , école de formation et garderie d'enfants.

Ces domaines activités sont représentés par toutes les activités de production de bien et de services, à l'exclusion des activités commerciales.

1.7. Le processus d'accompagnement de l'ANSEJ :

Figure N° 07 : Le processus d'accompagnement de l'ANSEJ



Chapitre 03 : La création d'entreprise des jeunes femmes Algériennes promotrice de l'ANSEJ

Source : Document de l'ANSEJ

L'ANSEJ soutient, conseille et accompagne les jeunes porteurs de projets durant le processus de création d'entreprise et elle doit assurer le suivi de ces micro-entreprises.

L'ANSEJ accueille le promoteur qui a déjà une idée de son projet. Son accompagnateur l'oriente et discute avec lui du projet. Après réalisation du business plan, le projet est soumis à l'évaluation de la part du comité de suivi, de validation et de financement des projets.

Après validation du projet par l'ANSEJ, l'entrepreneur se tourne vers la banque pour avoir un crédit bancaire, aussi ; d'après la figure suivante, il bénéficie d'une formation et d'une assistance pour arriver à la concrétisation de son projet.

2. L'ANSEJ en chiffre :

Nous allons présenter de ce passage quelques données statistiques collectées pendant notre période de stade :

2.1.Contexte nationale :

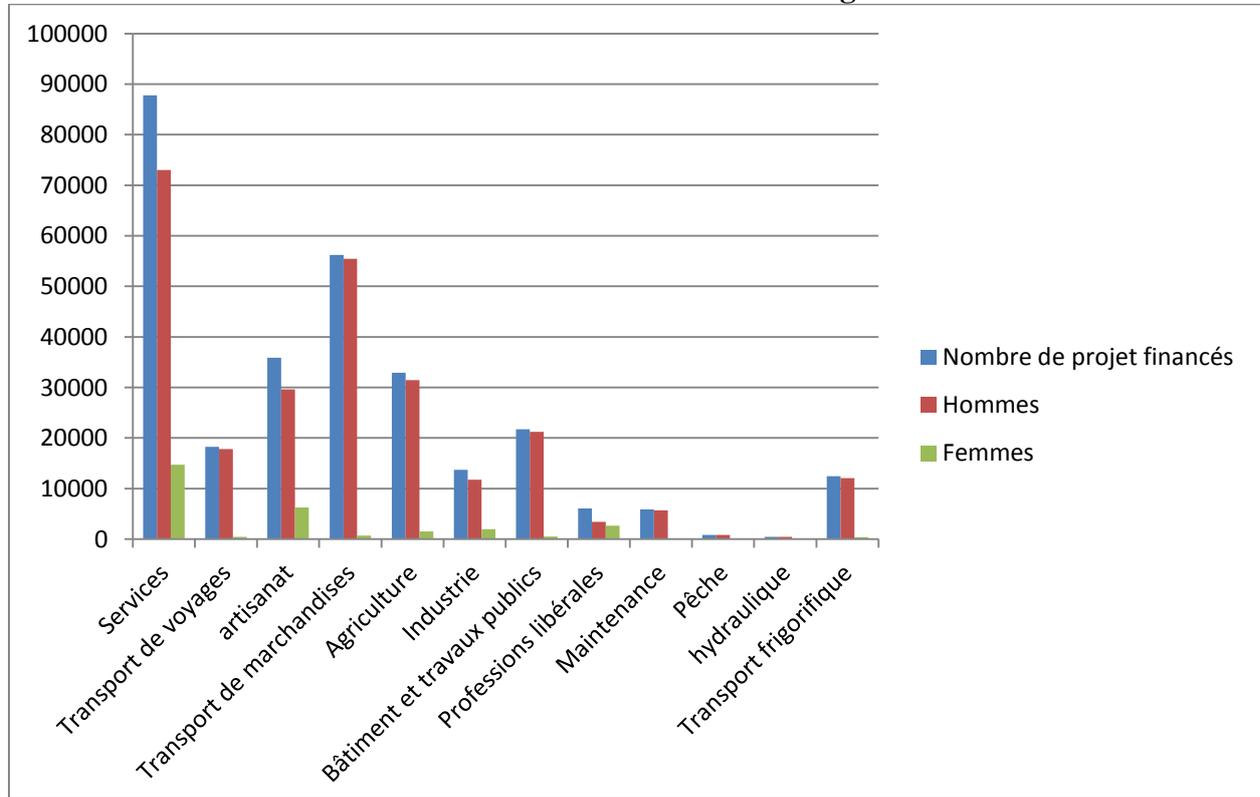
Tableau N° 10 : Répartition des projets financés par genre et par secteur d'activité depuis la création de l'ANSEJ au 31 décembre 2013 en Algérie.

Secteur d'activité	Nombre de projet financés	Hommes	Femmes	Taux de féminité
Services	87766	73031	14735	<u>17</u>
Transport de voyages	18269	17794	475	3
Artisanat	35877	29608	6269	<u>17</u>
Transport de marchandises	56187	55480	707	1
Agriculture	32933	31436	1497	5
Industrie	13707	11764	1943	14
Bâtiment et travaux publics	21729	21201	528	2
Professions libérales	6085	3436	2649	<u>44</u>
Maintenance	5852	5723	129	2
Pêche	854	840	14	2
Hydraulique	483	461	22	5
Transport frigorifique	12444	12083	361	3
Total	292186	262857	29329	10
Max	87766	73031	14735	44
Min	483	461	14	1

Chapitre 03 : La création d'entreprise des jeunes femmes Algériennes promotrice de l'ANSEJ

Source : la direction générale de l'agence nationale de soutien à l'emploi des jeunes.

Figure N° 08 : Répartition des projets financés par genre et par secteur d'activité depuis la création au 31 décembre 2013 en Algérie



Source : Elaborer par l'étudiante ;

Le taux de féminité jusqu'au la fin 2013 est très faible (10%), nous remarquons que les femmes s'investissent généralement dans les secteurs de profession libérale, service et l'artisanat.

2.2 Les Quatre régions étudiées : Alger, Oran, Mostaganem, Annaba

Nous allons exposer aussi la répartition des projets financés par genre et par secteur d'activité depuis la création au 31 décembre 2013 des quatre régions d'où nous avons tiré notre échantillon (Alger, Oran, Mostaganem, Annaba) :

a) Oran :

Nous avons eu les données statistiques de la répartition des projets financés par secteur d'activité et par genre seulement des quatre dernières années : 2010, 2011, 2012 et 2013, que nous résumons dans le tableau suivant :

Chapitre 03 : La création d'entreprise des jeunes femmes Algériennes promotrice de l'ANSEJ

Tableau N° 11: répartition des projets financés par secteur d'activité et par genre : Année 2010, 2011, 2012, 2013

Secteur d'activité	Hommes				Femmes				Taux de féminité			
	2010	2011	2012	2013	2010	2011	2012	2013	2010	2011	2012	2013
Services	231	514	921	801	88	132	218	146	88	20	19	15
Transport de voyages	23	94	175	10	3	2	5	1	12	2	3	9
artisanat	107	108	31	39	40	25	11	16	27	19	26	1
Transport de marchandises	2	610	893	103	0	19	23	2	0	3	3	2
Agriculture	11	19	16	17	1	0	1	2	8	0	6	11
Industrie	53	95	200	206	6	27	36	45	10	3	15	18
Bâtiment et travaux publics	44	45	72	70	1	1	3	6	2	2	4	8
Professions libérales	3	17	-----	13	8	6	-----	10	73	26	----	43
Maintenance	21	11	-----		0	1	-----		0	8	-----	
Pêche	2	8	8	8	1	0	0	1	1	0	0	11
hydraulique	0	1	5	1	0	0	0	0	-----	0	0	0
Transport frigorifique	3	196	169	22	0	12	13	0	0	6	7	0
Total	500	1718	2490	1290	148	225	310	229	23	12	11	15

Source : documents donnée pat l'antenne d'Oran, traités par l'étudiante.

Le taux de féminin à la région d'Oran est acceptable, les femmes investissent surtout dans les secteurs des services et profession libérale.

b) Mostaganem :

Tableau N° 12 : Répartition des projets financés par genre et par secteur d'activité depuis la création au 31 décembre 2013 dans la wilaya Mostaganem

Secteur d'activité	Nombre de projets financés	Hommes	Femmes	Taux de féminité(%)
AGRICULTURE	427	412	15	4%
ARTISANAT	941	800	141	15%
BTPH	790	774	16	2%
HYDRAULIQUE	38	37	1	3%

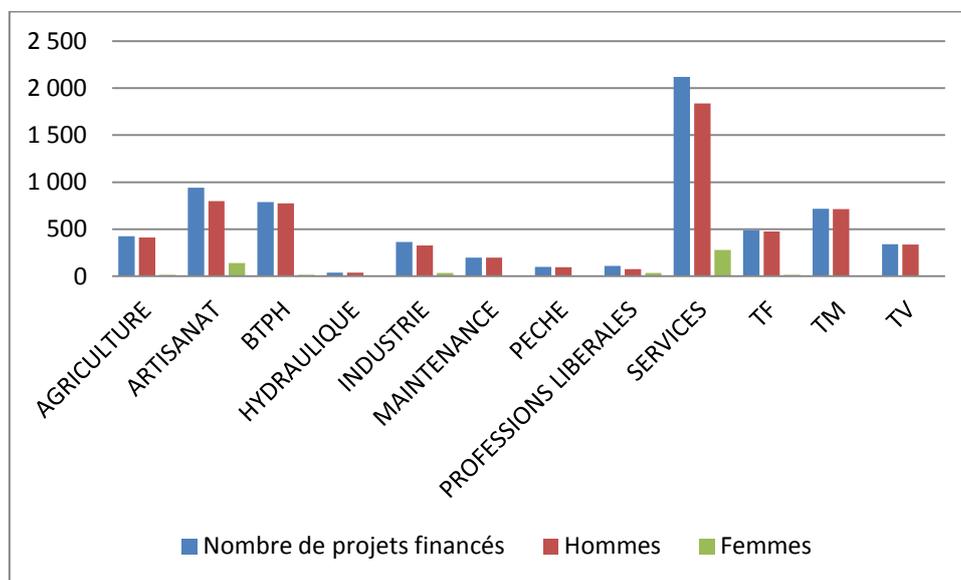
Chapitre 03 : La création d'entreprise des jeunes femmes Algériennes promotrice de l'ANSEJ

INDUSTRIE	364	328	36	10%
MAINTENANCE	198	197	1	1%
PECHE	99	97	2	2%
PROFESSIONS LIBERALES	109	75	34	31%
SERVICES	2 117	1 837	280	13%
TF	490	475	15	3%
TM	718	715	3	0%
TV	341	337	4	1%
Total général	6 632	6 084	548	8%

Source : La Direction Générale de l'ANSEJ ;

Le genre masculin entreprend plus beaucoup que les femmes qui sont dans le secteur de professions libérale donc elles sont diplômées de l'université, suivi par le secteur artisanal veut dire qu'elles ont dirigé vers les formations professionnelles après l'échec de leurs études. Illustrer bien dans la figure suivante :

Figure N° 09: Répartition des projets financés par genre et par secteur d'activité depuis la création au 31 décembre 2013 dans la wilaya Mostaganem



Source : Elaborer par l'étudiante.

c) Annaba :

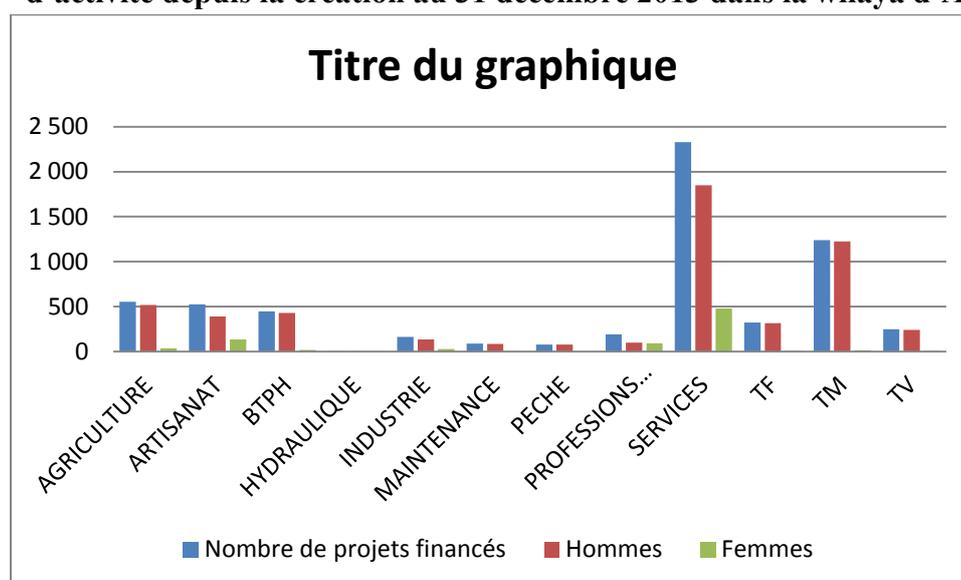
Pour Annaba, le taux de féminité est acceptable (13%), les entrepreneures exercent surtout dans le secteur artisanal, suivi par le secteur hydraulique et les professions libérales. Illustrer dans le tableau et la figure suivants :

Tableau N° 13: Répartition des projets financés par genre et par secteur d'activité depuis la création au 31 décembre 2013 dans la wilaya d'Annaba

Secteur d'activité	Nombre de projets financés	Hommes	Femmes	Taux de féminité(%)
AGRICULTURE	554	519	35	6%
ARTISANAT	524	389	135	26%
BTPH	448	431	17	4%
HYDRAULIQUE	4	3	1	25%
INDUSTRIE	163	134	29	18%
MAINTENANCE	89	86	3	3%
PECHE	77	77		0%
PROFESSIONS LIBERALES	193	100	93	48%
SERVICES	2 329	1 851	478	21%
TF	323	316	7	2%
TM	1 239	1 226	13	1%
TV	248	241	7	3%
Total général	6 191	5 373	818	13%

Source : la Direction Générale de l'ANSEJ

Figure N° 10: Répartition des projets financés par genre et par secteur d'activité depuis la création au 31 décembre 2013 dans la wilaya d'Annaba.



Chapitre 03 : La création d'entreprise des jeunes femmes Algériennes promotrice de l'ANSEJ

Source : Elaborer par l'étudiante.

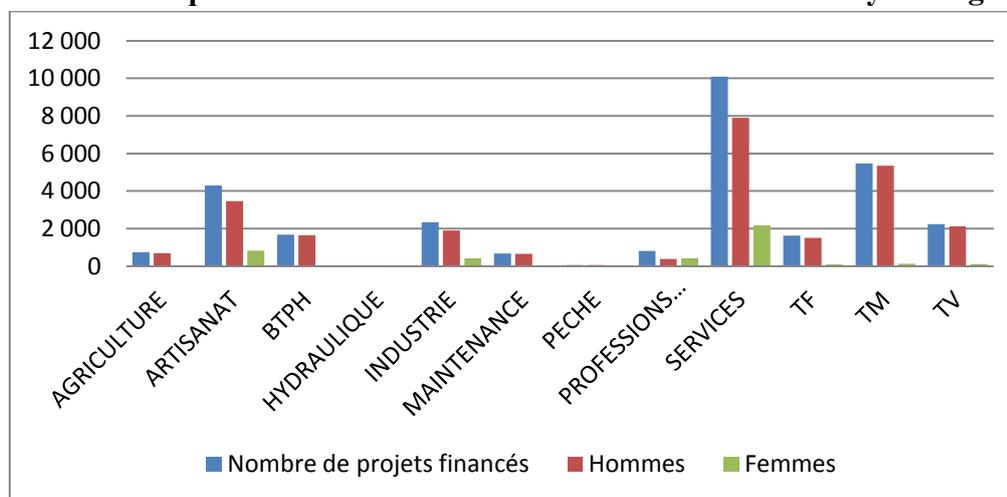
d) Alger :

Tableau N° 14: Répartition des projets financés par genre et par secteur d'activité depuis la création au 31 décembre 2013 dans la wilaya d'Alger.

Secteur d'activité	Nombre de projets financés	Hommes	Femmes	Taux de féminité(%)
AGRICULTURE	745	690	55	7%
ARTISANAT	4 303	3 467	836	19%
BTPH	1 685	1 650	35	2%
HYDRAULIQUE	43	41	2	5%
INDUSTRIE	2 336	1 907	429	18%
MAINTENANCE	684	664	20	3%
PECHE	62	62		0%
PROFESSIONS LIBERALES	809	384	425	53%
SERVICES	10 081	7 906	2 175	22%
TF	1 623	1 517	106	7%
TM	5 474	5 347	127	2%
TV	2 235	2 122	113	5%
Total général	30 080	25 757	4 323	14%

Source : la Direction Générale de l'ANSEJ

Figure N° 11 : Répartition des projets financés par genre et par secteur d'activité depuis la création au 31 décembre 2013 dans la wilaya d'Alger



Chapitre 03 : La création d'entreprise des jeunes femmes Algériennes promotrice de l'ANSEJ

Source : Elaborer par l'étudiante.

Section 2 : enquête sur des jeunes femmes entrepreneures accompagnés par l'ANSEJ (étude d'un échantillon proposé par les antennes de l'agence).

1. La méthodologie de la recherche destinée aux entrepreneurs accompagnés par l'ANSEJ :

Nous avons appuyé sur certain nombre d'éléments pour la détermination du cadre général de notre recherche.

1.1.L'objectif de l'étude

L'objectif de notre étude est d'identifier les principales caractéristiques de l'entrepreneure, le profil de son entreprise..., et de connaître le degré de satisfaction des promotrices face à l'accompagnement de l'ANSEJ.

1.2.Le déroulement de l'enquête :

La durée de l'enquête était de la fin mars à la fin du mois de mai. Cette période paraît longue car l'étude sur le terrain était très difficile, nous avons rencontré plusieurs difficultés qui se résume comme suit :

- La contrainte du temps limité.
- La difficulté de convaincre les entrepreneures à répondre sur le questionnaire.
- La non disponibilité des femmes à cause de leur travail, nous les avons appelés à plusieurs reprises pour pouvoir les convaincre.
- Certaines femmes n'étaient pas à leurs promesses et n'ont pas répondu aux questionnaires envoyés par e-mail, et d'autres ont refusé carrément de répondre.
- La majorité des numéros de téléphone des entrepreneures dans la base de données de l'ANSEJ (Alger, Oran, Mostaganem, Annaba) étaient injoignables ; et certains numéros sont ceux de leurs conjoints ou frères qui nous ont confirmé que ces femmes n'exercent pas l'activité et c'est eux qui prennent la responsabilité de ce projet.

1.3. La population de l'étude: la taille et le choix de l'échantillon :

Chapitre 03 : La création d'entreprise des jeunes femmes Algériennes promotrice de l'ANSEJ

La population concernée par notre recherche est les jeunes femmes entrepreneures accompagnés par l'ANSEJ et dont le projet existe au moins depuis 3 ans.

La constitution de l'échantillon a été faite sur la base d'une liste de plus de 150 femmes entrepreneures, mise à notre disposition par l'organisme de création de Micro-Entreprises **ANSEJ** vu que nous avons effectué notre stage au niveau du siège de la direction Générale qui nous a permis de visiter les antennes dans les 03 wilayas (Oran, Mostaganem, Annaba) et l'annexe Bab el Oued sur Alger.

La question qui nous a permis d'orienter les accompagnateurs dans la sélection de ses femmes entrepreneures a été la suivante : *quelles sont les femmes créatrices de Micro-Entreprises qui sont toujours active sur le marché ?*

Le choix a été fait en fonction des accompagnateurs de manière aléatoire, ils ont proposé celles qui les connaissent, et d'autres tiré de la base de données.

L'étude a assuré une couverture géographique comme l'atteste le tableau suivant :

Tableau N° 15 : division géographique des interviewé :

Région	Nombre de femme interviewé
Alger	10
Oran	9
Mostaganem	6
Annaba	5

Source : Tableau élaboré par l'étudiante.

Après avoir sélectionné les jeunes femmes entrepreneures concernées et mettre en forme notre questionnaire, nous avons contacté les concernées.

Le contact avec ces promotrices était varié, il y avait des contacts directs (quand il s'agissait des femmes faciles à retrouver), d'autres par email et par téléphone (pour celles qui étaient occupées ou en déplacement). La durée moyenne de chaque entretien était de 10 à 15 minutes mais la communication téléphonique était de 30 à 40 minutes.

1.4. Les limites de la recherche :

Les limites de notre recherche sont citées dans les points suivants :

Chapitre 03 : La création d'entreprise des jeunes femmes Algériennes promotrice de l'ANSEJ

- Cette recherche s'est limitée aux entrepreneures qui ont créé leur entreprise à travers le dispositif ANSEJ ;
- Ces entrepreneurs sont localisés dans les wilayas citées précédemment.
- Les projets de ces entrepreneures sont financés d'au moins 3 ans.

1.5. La collecte des données :

Afin d'atteindre notre objectif fixé, nous avons testé les hypothèses en élaboré un questionnaire comporte cinq (05) rubriques :

➤ La première rubrique a concerné les caractéristiques de l'entrepreneure à savoir : son âge, son niveau d'instruction et sa situation matrimoniale et les informations relatives à l'entreprise, à savoir son secteur d'activité et le lieu d'activité ;

➤ La deuxième rubrique pour les questions du genre entrepreneurial telles que la situation socioprofessionnelle avant la création de son entreprise, les facteurs qui ont eu un impact sur le projet de création d'entreprise par le degré d'influence de "très important" au "très peu important", les problèmes rencontrés lors et après la réalisation de projet par le degré de "Problème majeur" au "N'a pas du tout été un problème" ;

➤ La troisième rubrique est consacré au réseau social de la jeune femme tel que l'existence d'un entrepreneur dans son entourage ou non, s'elle a des promoteurs de l'ANSEJ dans sa famille et s'elle exerce la même activité qu'eux. Le degré d'influence exercée par son entourage sur l'idée de projet, et le type d'aide accordé par ce dernier ;

➤ La quatrième rubrique s'est intéressée à l'accompagnement de L'ANSEJ et le financement du projet à savoir le choix de cette agence, l'accompagnement accordé par cette dernière avant et après la création, l'appréciation de l'Agence par les promotrices et d'un autre coté le financement du projet ; triangulaire ou mixte, la source de l'apport personnel.

➤ la dernière rubrique a comme questions : par quoi l'entrepreneure a préparé pour la création de son entreprise, et les difficultés à accroître son revenu.

1.6 La fiabilité de l'instrument de mesure :

Nous avons montré le questionnaire à notre promoteur de l'école qui nous a fait des corrections, et aux cadres de l'ANSEJ (Annexe Beb el-oued) qui nous ont proposé des suggestions, aussi le chargé de communication de l'antenne d'Oran qui nous a confirmé la

Chapitre 03 : La création d'entreprise des jeunes femmes Algériennes promotrice de l'ANSEJ

bonne formulation de notre questionnaire. Puis, nous avons testé notre questionnaire auprès de 3 micro-entreprises ce qui nous a permis aussi de le corriger aussi une dernière fois.

1.7 L'outil statistique utilisé :

L'analyse a été réalisée avec le programme « Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) version 20 ».

2. Résultats de l'enquête :

Nous présenterons les résultats de la recherche en nous inspirant de la structure adoptée pour la réalisation du questionnaire :

2.1 Identification de l'entrepreneure et son entreprise :

- *Le portrait de la femme entrepreneure* : à savoir son âge, sa situation matrimoniale, le nombre d'enfant qu'elle possède, son niveau d'instruction et la raison de choix de son activité ;
- *Le profil de son entreprise* : à savoir le secteur d'activité, le nombre d'employés.

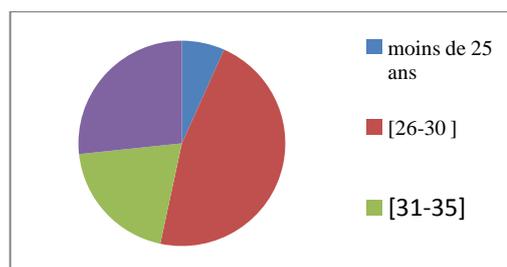
A. L'Age : Les femmes entrepreneures de notre échantillon ont en majorité entre 26 et 30 ans (46,7% soient 14 femmes sur un total de 30) ; seules 6,7% de l'ensemble de ces femmes se trouvent sous la barre des 25 ans. Notons également que plus de 73% des femmes indépendantes de l'échantillon se situent dans la tranche d'âge des 25-35 ans (soient 21 femmes sur 30). Illustrées ci-dessous :

Tableau N° 16: Age de l'entrepreneure

	Effectifs	Pourcentage	pourcentage cumulé
≤25 ans	2	6,7	6,7
[26-30]	14	46,7	53,3
[31-35]	6	20,0	73,3
[36 -40]	8	26,7	100,0
Total	30	100,0	

Source : Elaborer par l'étudiante

Figure N° 12 : Age de l'entrepreneure



Source : Elaborer par l'étudiante

B. Situation matrimoniale :

Tableau N° 17 : Situation familiale

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage cumulé
célibataire	11	36,7	36,7
marié	15	50	86,7
divorcée	3	10	96,7
veuve	1	3,3	100
Total	30	100	

Source : Elaborer par l'étudiante

Figure N° 13 : Situation familiale

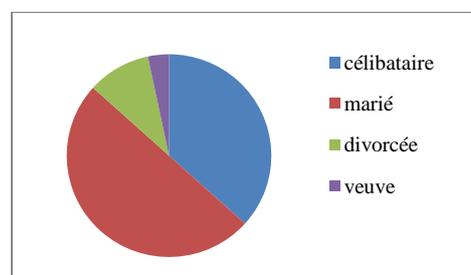
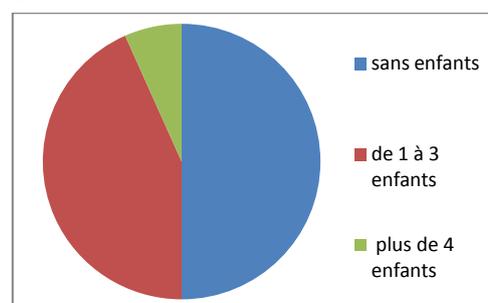


Tableau N° 18: Nombre d'enfants

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage cumulé
sans enfants	15	50,0	50,0
de 1 à 3 enfants	13	43,3	93,3
plus de 4 enfants	2	6,7	100,0
Total	30	100,0	

Source : Elaborer par l'étudiante

Figure N°14 : Nombre d'enfants



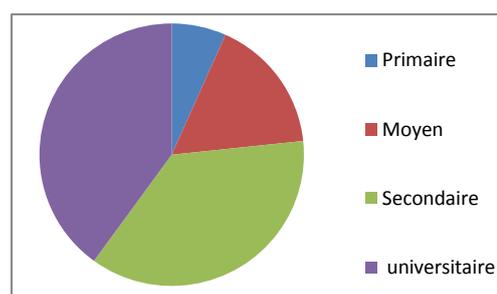
Pour ce qui est de leur situation familiale, nous pouvons observer que sur l'ensemble des 30 femmes entrepreneures, la moitié des promotrices sont mariées (soient 15 femmes). Donc Un nombre important de femmes qui créent avec le conjoint à leurs côtés ça revient peut être à l'aide et l'encouragement de leurs mari, mais la plupart n'ont pas d'enfant, et 43,3% ont de 1 à 3 enfants. Les femmes choisi d'entreprendre avant d'avoir des enfants pour pouvoir concilier entre leurs enfants et les démarches lourdes de la création.

C. Niveau d'instruction des promotrices : pour le niveau d'étude et de formation des promotrices d'ANSEJ de notre échantillon, nous exposons les résultats suivants :

Tableau N° 19 : Niveau d'instruction

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage cumulé
Primaire	2	6,7	6,7
Moyen	5	16,7	23,3
Secondaire	11	36,7	60,0
universitaire	12	40,0	100,0
Total	30	100	

Figure N° 15: Niveau d'instruction



Chapitre 03 : La création d'entreprise des jeunes femmes Algériennes promotrice de l'ANSEJ

Source : Elaborer par l'étudiante

Au niveau de la formation de base, plus de la moitié des jeunes femmes de l'échantillon n'ont pas de formation universitaire (cumul de 60%), réparti entre primaire, moyen et seconde qui ont poursuivi des formations artisanal ou autres (exemple : CFPA,...). Donc Les femmes de notre échantillon ne possèdent pas un niveau de diplôme élevé.

D. La raison de choix de l'activité exercée : nous remarquons qu'il ya un équilibre entre le choix due à la "rentabilité de l'activité" et à la formation de l'entrepreneure "j'ai appris", soit 11 femmes et 10 femmes respectivement sur un total de 30 femmes. Ainsi presque un équilibre entre activité pour survivre et la femme n'a pas trouvé autre chose à faire, soit 5 et 4 femmes respectivement.

E. Le secteur d'activité des entreprises créées par les motrices :

Tableau N° 20 : Le secteur d'activité des entreprises créées par les motrices.

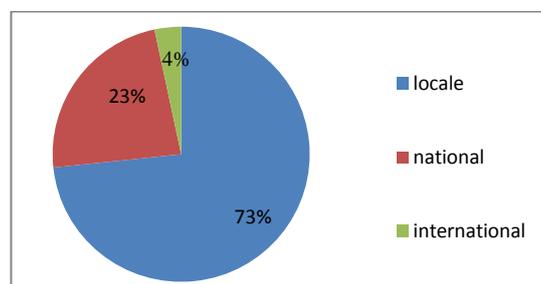
Secteur d'activité	Nombre des entreprises
Service	12
Fonction libérale	10
Artisan	8

Source : Elaborer par l'étudiante.

Dans notre échantillon, il y a que Trois secteurs adoptés par les jeunes femmes entrepreneures promotrices de l'ANSEJ. Le plus dominé est le secteur des services suivi par le secteur des fonctions libérales.

F. Nous trouvons aussi que la majorité des entrepreneures exercent dans le locale, soit 73,3% ; alors que seulement 3% exerce dans l'international (une seule femme sur le totale de 30 a une agence de voyage).

Figure N° 16 : Frontières de l'activité



Source : Elaborer par l'étudiante.

G. Nombre d'employé : les entrepreneures ont de 1 à 4 employés, leurs entreprises sont des TPE.

2.2 Questionnement sur le parcours entrepreneurial :

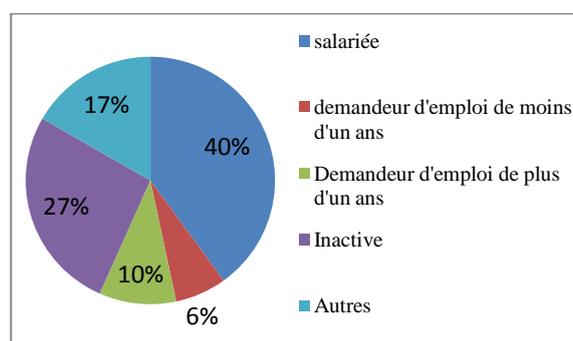
- Situation socioprofessionnelle avant la création;
- Les motivations à démarrer une activité d'indépendante ;
- Les problèmes et les obstacles rencontrés lors et après la création.

2.2.1 Situation socioprofessionnelle avant la création :

Tableau N° 21 : Situation socioprofessionnelle socioprofessionnelle

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage cumulé
Salariée	12	40,0	40,0
Demandeur d'emploi de moins d'un an	2	6,7	46,7
Demandeur d'emploi de plus d'un an	3	10,0	56,7
Inactive	8	26,7	83,3
Autres	5	16,7	100,0
Total	30	100,0	

Figure N° 17: Situation



Source : Elaborer par l'étudiante

Plus d'un tiers des femmes travaillaient avant de lancer leur propre activité, soit 40%, la plupart d'entre elles en tant que salariée contre 8% inactive (chômeuse) qu'étaient femmes au foyer. Pour les 5% qui ont coché « Autres », elles travaillaient souvent dans l'informelle

Chapitre 03 : La création d'entreprise des jeunes femmes Algériennes promotrice de l'ANSEJ

ou comme travailleuse non déclaré. Notons que seulement 6,7% de notre échantillon étaient des demandeuses d'emploi de moins d'un an. Et 10% étaient demandeuses d'emploi de plus d'un an.

2.2.2 Motivations des femmes entrepreneures à démarrer leur propre activité :

Pour analyser les facteurs qui ont poussé la jeune femme a créé son entreprise nous avons proposé dix facteurs avec le degré d'importance de chacun. Nous avons considéré chaque facteur comme une variable que nous avons étudié indépendamment avec le « SPSS ». Dans le tableau suivant nous avons récapitulé les résultats des tableaux obtenus :

Tableau N° 22 : Récapitulation d'évaluation de l'importance des facteurs poussant la jeune femme à entreprendre :

	Très important(%)	Important(%)	Peu important(%)	Tés peu important(%)
Chômage	46,7	13,3	10	30
Insatisfaction au travail	40	10	00	50
création de son propre emploi	76,7	3,3	6,7	13,3
Saisir une opportunité	13,3	16,7	6,7	6,33
Le gout d'entreprendre	53,3	23,3	6,7	16,7
Avoir un savoir faire	60	00	13,3	26,7
Vouloir innover	20	3,3	6,7	70
La volonté d'indépendance et d'autonomie	90	6,7	3,3	00
Vouloir s'enrichir	70	20	6,7	3, 3
La possibilité de gérer son temps	23,3	20	33,3	23,3
Vous été inspiré par « des exemples de réussite »	33, 3	10	16, 7	40

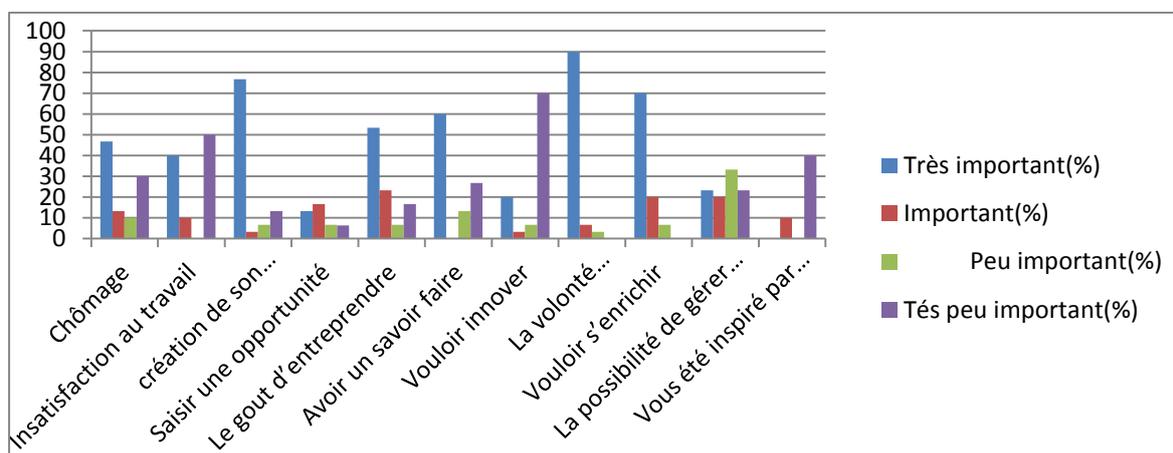
Source : Elaborer par l'étudiante.

Le facteur le plus fréquemment évoqué comme très important est « La volonté d'indépendance et d'autonomie » avec un pourcentage de 90%, Il est suivi de près par la « création de son propre emploi » (proche de 80%). Donc c'est un équilibre remarquable

Chapitre 03 : La création d'entreprise des jeunes femmes Algériennes promotrice de l'ANSEJ

entre les deux éléments de motivation "pull" et "push". Pour le chômage, il est très important pour presque 47% des entrepreneures.

Figure N° 18 : Récapitulation d'évaluation de l'importance des facteurs poussant la jeune femme à entreprendre :



Source : Elaborer par l'étudiante.

2.2.3 Problèmes et obstacles rencontrés lors et après la création (en%) :

L'un des objectifs est d'identifier les facteurs perçus par les femmes entrepreneures comme des obstacles à la création d'entreprise :

Tableau N° 23 : Récapitulation des problèmes rencontrés par la promotrice

	Problème majeur %	Problème mineur %	N'a presque pas été un problème%	N'a pas du tout été un problème%
L'accès au financement	<u>73,3</u>	16,7	3,3	6,7
Le manque de connaissance spécifique	16,7	<u>36,7</u>	16,7	30
La peur de risque	<u>50</u>	13,3	3,3	33,3
Le manque de soutien de l'entourage	10	13,3	13,3	<u>63,3</u>
Le surplus de charges administratives	<u>93,3</u>	3,3	00	3,3
La conciliation vie privée/vie professionnelle	<u>33,3</u>	<u>33,3</u>	6,7	26,7

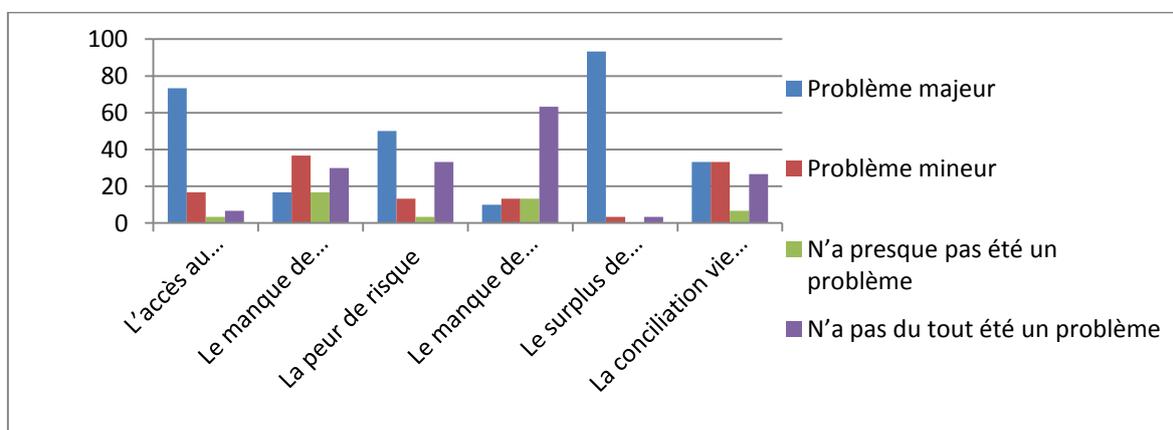
Source : Elaborer par l'étudiante.

Chapitre 03 : La création d'entreprise des jeunes femmes Algériennes promotrice de l'ANSEJ

Le problème le plus majeur pour les jeunes femmes de notre échantillon est le surplus de charge administrative suivi par le problème de financement tant à l'apport personnel et les frais divers. Nous remarquons que la « La conciliation vie privée/vie professionnelle » n'a pas constitué un problème considérable pour les entrepreneures interviewées car presque la moitié ne sont pas mariées et si c'est le cas elles n'ont pas beaucoup d'enfant. Notons aussi que la moitié des entrepreneures avaient la peur de risque.

N'oublions pas aussi de marquer que le « soutien de l'entourage » n'a pas du tout constitué un problème considérable.

Figure N° 19 : Récapitulation des problèmes rencontrés par la promotrice :



Source : Elaborer par l'étudiante.

Notons aussi que 60% des interviewées, dans la proposition "Autres problèmes rencontrés" ont des obstacles qui se résument généralement au :

- Lenteur de la procédure ANSEJ ;
- Les surcharges des Frais de dossier et autres ;
- La difficulté de trouver les locaux qui sont indispensables pour la procédure ANSEJ.
- La bureaucratie ;

2.3 Réseau social de l'entrepreneure :

- L'existence d'un entrepreneur dans l'entourage de l'entrepreneure ;
- Cet entrepreneur bénéficie-t-il de l'accompagnement ANSEJ ?
- L'exercice de la même activité de cet entrepreneur ?
- Degré d'influence de l'entourage sur l'entrepreneure ;
- Type d'aides accordées par l'entourage de l'entrepreneure ;

Chapitre 03 : La création d'entreprise des jeunes femmes Algériennes promotrice de l'ANSEJ

2.3.1 L'existence d'un entrepreneur dans l'entourage de la femme :

Nous exposons les résultats dans les tableaux qui suivent :

Tableau N° 24 : L'existence d'un entrepreneur dans l'entourage

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage cumulé
oui	19	63,3	63,3
non	11	36,7	100,0
Total	30	100,0	

Source : Elaborer par l'étudiante.

Tableau N° 25 : bénéfice t-il d'une aide de l'ANSEJ

Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Oui	15	50,0	78,9
Non	4	13,3	21,1
Total	19	63,3	100,0
Système manquant	11	36,7	
Total	30	100,0	

Source : Elaborer par l'étudiante.

Tableau N° 26 : l'exercice de la même activité

Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Oui	4	13,3	21,1
Non	15	50,0	78,9
Total	19	63,3	100,0
Système manquant	11	36,7	
Total	30	100,0	

Plus que la moitié des jeunes femmes ont au moins un entrepreneur dans leur entourage, dont 50% ont eu un aide de l'ANSEJ, cela nous amène à raisonner que ces femmes ont été influencé par cet entrepreneur dans leur décision de création d'entreprise. Mais nous remarquons qu'elles n'exercent pas la même activité.

2.3.2 Le degré d'influence de l'entourage sur le projet entrepreneurial des promotrices :

Le tableau ci-dessous indique le degré d'influence des membres de l'entourage sur la décision entrepreneuriale des jeunes femmes entrepreneures de notre échantillon :

Tableau N° 27 : Le degré d'influence de l'entourage (en %) :

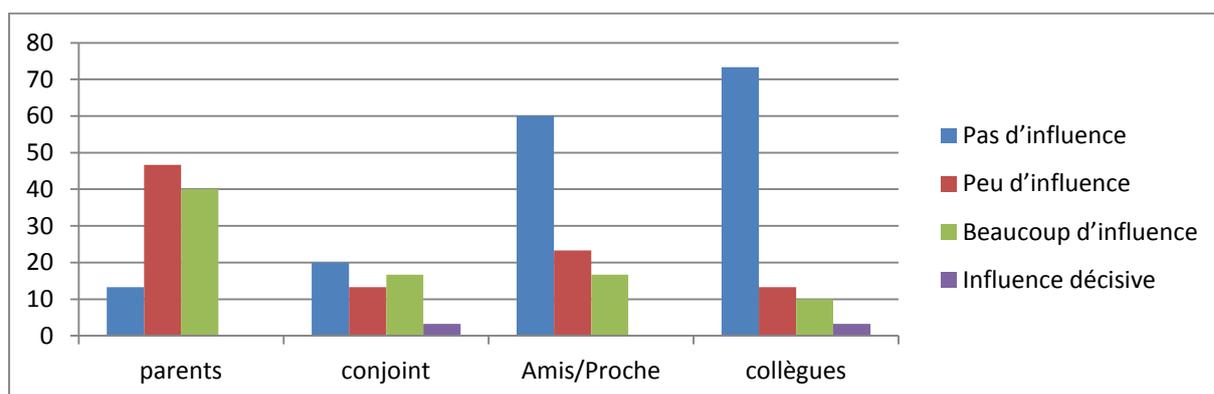
	parents	conjoint	Amis/Proche	Collègues
Pas d'influence	13,3	20	60	73,3
Peu d'influence	46,7	13,3	23,3	13,3
Beaucoup d'influence	40	16,7	16,7	10
Influence décisive	00	3,3	00	3,3

Source : Elaborer par l'étudiante.

Chapitre 03 : La création d'entreprise des jeunes femmes Algériennes promotrice de l'ANSEJ

D'après ce tableau, nous remarquons que les interviewées ont été beaucoup influencées par leurs parents (déclaré par 40% des jeunes femmes), le conjoint n'influence pas beaucoup la décision de sa femme concernant son projet. Ce qui est bien apparu dans la figure suivante.

Figure N° 20 : Le degré d'influence de l'entourage :



Source : Elaborer par l'étudiante.

2.3.3 Type d'aide accordé par l'entourage :

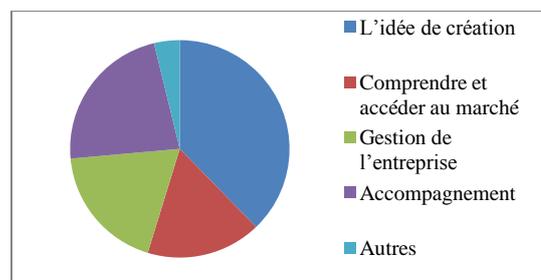
D'après les tableaux ci-dessous nous concluons les types d'aide de l'entourage :

Tableau N° 28: Type d'aide accordé par l'entourage

Types d'aide	Pourcentage
L'idée de création	66,7
Comprendre et accéder au marché	30
Gestion de l'entreprise	33,3
Accompagnement	40
Autres	6,7

Source : Elaborer par l'étudiante

Figure N° 21: Type d'aide accordé par l'entourage



2.4 L'accompagnement de l'ANSEJ :

- La de choix de l'ANSEJ ;
- L'accompagnement de l'ANSEJ avant et après création ;
- Appréciation de l'accompagnement de l'ANSEJ ;
- Le type de financement de l'ANSEJ ;
- La source de l'apport personnel (et les diverse frais) de l'entrepreneur pour le financement de son entreprise ;
- La préparation préalable à la création de l'entreprise ;

Chapitre 03 : La création d'entreprise des jeunes femmes Algériennes promotrice de l'ANSEJ

➤ L'entrepreneure réussit son projet ?

A) Toutes les interviewées ont choisit l'ANSEJ pour l'avantage financier accordé par cette agence dont seulement 6,7% qui l'ont choisit aussi pour son avantage d'accompagnement, et 6,7 ont ajouté une autre raison qui est "les avantage fiscaux".

La grande majorité des promotrices (76,7%) considèrent que l'accompagnement de l'ANSEG s'évoque aux "orientations et conseils"; tandis que seulement 23% des promotrices (soit 7 femme sur 30) qui ont bénéficié d'une "formation", généralement sur des notions de la comptabilité, gestion de l'entreprise et communication. Marquant aussi que 10% des promotrices voient qu'elles n'ont rien bénéficié de l'ANSEJ à part le financement de leurs projets.

Concernant l'accompagnement après la création de l'entreprise, nous remarquons que l'agence n'accorde que le contrôle (cité par 83,3% des promotrices, soit 25 femmes sur 30). Il s'agit généralement d'un contrôle de la réalisation et la continuité de l'activité ainsi que le nombre d'employés.

D'après les résultats obtenus grâce au traitement du "SPSS", nous dressons dans le tableau suivant une synthèse de réponses relatives à l'accompagnement :

Tableau N° 29: récapitulation de l'accompagnement bénéficié par les promotrices

Accompagnement	Avant la création				Après la création			
	facilitation des procédures	Orientations et conseils	formation	aucun	contrôle	conseil	autres	Aucun
% d'accompagnement accordé aux promotrices	33,3	76,7	23,3	10	83,3	3,3	16,7	00

Source : Elaborer par l'étudiante.

B) L'appréciation de l'accompagnement ANSEJ :

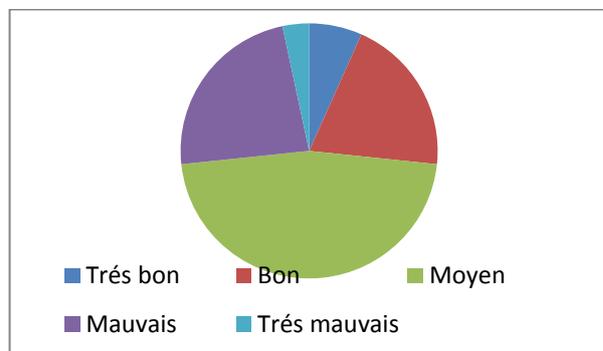
Presque la moitié des jeunes femmes promotrices de l'ANSEJ apprécient l'aide et l'accompagnement de cette agence comme "Moyen" avec un pourcentage de **46,7%**. Un cumul de pourcentage à 73,3% des promotrices optent positivement vers l'ANSEJ.

Chapitre 03 : La création d'entreprise des jeunes femmes Algériennes promotrice de l'ANSEJ

Tableau N° 30 : Appréciation de l'ANSEJ

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage cumulé
Très bon	2	6,7	6,7
Bon	6	20,0	26,7
Moyen	14	46,7	73,3
Mauvais	7	23,3	96,7
Très mauvais	1	3,3	100,0
Total	30	100,0	

Figure N° 22 : Appréciation de l'ANSEJ



Source : Elaborer par l'étudiante.

C) Concernant le type de financement ANSEJ, **93,3%** des interviewées ont eu un financement triangulaire (soit 28 promotrices sur 30).

D) dans cette question aux sources de l'apport personnel mobilisé par les promotrices, Nous avons étudié chaque proposition comme une variable indépendamment. L'apport personnel est obligatoire pour les deux types de financement, plus les charges supplémentaires pendant la création comme les frais de déplacement et autres constituent une gêne pour les promoteur (e)s puisque elles étaient en chômage.

Nous nous sommes intéressées dans cette question aux sources de l'apport personnel mobilisé par les promotrices, Nous avons remarqué qu'il ya un équilibre entre l'économie personnelle de la promotrice et les prêt de leurs parents (56,7% des interviewés). 13% des promotrices ont indiqué qu'elles ont eu recourt à d'autres sources telles que : le travail dans l'informel, la vente de quelques bijoux ou objets précieux. Seulement 6 femmes parmi les 50 % mariées ont eu une aide financière de leurs conjoints. Le tableau suivant récapitule les résultats obtenus par le traitement du "SPSS"

Chapitre 03 : La création d'entreprise des jeunes femmes Algériennes promotrice de l'ANSEJ

Tableau N° 31 : Tableau récapitulatif des sources de l'apport personnel

	Oui(%)	Non(%)
Economie personnelles	<u>56,7</u>	43,3
Aide du conjoint	20	80
Prêt des parents	<u>56,7</u>	43,3
Prêts de la famille	20	80
Prêts d'ami(e)s	10	90
Autres sources	13,3	86,7

Source : Elaborer par l'étudiante ;

Nous remarquons que la femme a utilisé ses économies pour l'apport personnel et les frais divers, et certaines ont fait recours à des aides familiaux (parents, famille, conjoint).

Concernant la préparation préalable pour la création d'entreprise, et la réussite de l'activité, nous trouvons que la préparation était généralement une étude financière qui se présente par l'apport des factures pro formats et la recherche de fournisseurs qui correspondent mieux aux besoins de la promotrice et les conditions de l'ANSEJ en même temps. Et 43,3% ont réalisé une étude de marché, mais seulement 10%, soit 3 jeunes femmes sur 30, qui ont effectué une formation à la création d'entreprise.

Pour la réussite de l'entreprise nous avons noté que 56,7% d'entre elles ont trouvé des difficultés à accroître leurs revenus contre 43,3 % qui ont réussi leurs projets.

Tableau N° 32 : Préparation à la création d'entreprise

	Oui(%)	Non(%)
Etude de marché	43,3	56,7
Etude financière	<u>83,3</u>	16,7
Prospection clientèle	30	70
Formation à la création	10	90
Autre préparations	13,3	86,7

Tableau N° 33: Difficulté à accroître l'activité

Chapitre 03 : La création d'entreprise
Algériennes promotrice de l'ANSEJ

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage cumulé
oui	17	56,7	56,7
non	13	43,3	100,0
Total	30	100,0	

Source : Elaborer par l'étudiante.

Source : Elaborer par l'étudiante.

Chapitre 03 : La création d'entreprise des jeunes femmes Algériennes promotrice de l'ANSEJ

Conclusion du chapitre :

En s'appuyant sur la présentation de l'ANSEJ, nous saisissons que cette structure est très importante avec ces aides financier qui convient à chaque situation du jeune chômeur.

D'après l'étude quantitative des tableaux statistiques donnés par l'ANSEJ, le taux de féminité pour les quatre wilayas est trop faible par rapport aux hommes entrepreneurs. Les femmes s'investissent surtout dans les secteurs de services, profession libéral et l'artisanat.

Les résultats de notre étude qualitative de l'échantillon des 30 femmes interviewées sont convenables aux bilans (donnée statistique) de l'ANSEJ et les études antérieurs cités dans la deuxième section du chapitre 2.

Conclusion :

Conclusion générale :

Cette recherche a essayé d'exhiber une compréhension sur la réalité de l'entrepreneuriat féminin en Algérie à travers l'étude des jeunes femmes entrepreneures algériennes accompagnées par l'Agence Nationale de Soutien à l'Emploi des Jeunes ANSEJ. L'objet de l'étude est de connaître ce phénomène à travers les profils des entrepreneures algérienne et de leur entreprise, leurs situations socioprofessionnelles avant la création, leurs motivations et les difficultés qu'elles ont rencontrées, l'influence de leur réseau social ; ainsi l'étude apporte une analyse de l'accompagnement offert par l'une des structures d'accompagnements à la création d'entreprise en Algérie qui est l'ANSEJ.

Pour cela, nous avons structuré notre recherche en deux parties :

la partie théorique consacrée à une recherche documentaire pour comprendre et décrire l'aspect théorique de notre recherche ,elle comprend deux chapitres dont le premier est consacré à l'approche théorique du terme « Entrepreneuriat » en générale et l'entrepreneur comme acteur principale, et le second chapitre concerne « l'entrepreneuriat féminin » qui a tenté de présenter ce phénomène à travers les études antérieures dans ce domaine et les expériences dans de différents pays.

Et **La partie pratique** concerne l'exploitation d'un questionnaire à l'aide du logiciel SPSS : Statistical Package for social science, elle comprend un seul chapitre dont la première section est consacré à la présentation de l'ANSEJ, son développement, ses types de financement et d'accompagnement ainsi que l'appréciation de cette structure par les promotrices ; et la seconde section a été consacré à l'exposition de notre enquête par questionnaire des promotrices de l'ANSEJ

Les résultats en question sont exposés à travers un ensemble d'outils statistiques réalisés à l'aide du logiciel de traitement des données SPSS suite à la distribution et à la codification de notre questionnaire. Ces résultats confirment à des degrés différents nos hypothèses émises au départ, ils sont résumés dans les points les suivants :

- La jeune femme entrepreneure algérienne est plutôt jeune (entre 26 et 30 ans), la majorité sont marié qui ont de 1 à 3 enfants, et qui ont généralement un diplôme universitaire.
- Les entreprises créées par les femmes sont généralement des services qui n'ont pas autant d'employés déclarés et s'exerce généralement dans le local (la région de l'entrepreneure).

Donc notre première hypothèse est partiellement confirmée.

- Notons aussi que la majorité des entrepreneures étaient des salariées mais généralement non déclarées avant de se lancer dans leurs propres affaires, elles ont choisit l'activité qu'elle exerce parce qu'elle est rentable ou elle corresponde a leur formation.
- « La volonté d'indépendance et l'autonomie » est mise en avant par nombre de femmes pour expliquer leur projet de création d'entreprise, c'est le premier facteur explicatif de la création d'entreprise au féminin chez les jeunes femmes de notre échantillon. la création de son propre emploi et « vouloir s'enrichir » sont des motivations qui sont aussi fréquemment évoquées.
- Le facteur le moins représentatif est « vouloir innover », nombre d'entrepreneure affirment qu'il est « très peu important », Donc les jeunes femmes de notre échantillon ne sont pas créatives.
- « Le surplus de charges administratives » est le premier problème rencontré par les femmes engagées dans la création de leur entreprise : les femmes de notre échantillon qui n'ont jamais été confrontées à la création d'entreprise, estiment que les formalités à remplir (qui tendent à s'accroître lorsqu'elles prétendent à des aides financières) sont trop importantes et restent un facteur de découragement. Ainsi le problème de financement tel que les frais et l'apport personnel.

Alors notre seconde hypothèse est infirmée par notre échantillon.

- Plus que la moitié des interviewées citent de divers autres problème rencontrés :
 - Lenteur de la procédure ANSEJ ;
 - Les surcharges des Frais de dossier et autres ;
 - La difficulté de trouvé les locaux qui sont indispensable pour la procédure ANSEJ;
 - La bureaucratie.
- La majorité des promotrices enquêtées sont soutenu par leur entourage. Le type d'aide de ce dernier est pratiquement « l'idée de création ». Les entrepreneures ont eu beaucoup d'influence de leurs parents qui les aident généralement par le financement. Notons que les mariés sont peu influencés par leur conjoint.

L'hypothèse trois est entièrement confirmée.

- La totalité des jeunes femmes de notre échantillon se sont dirigées vers l'ANSEJ uniquement pour bénéficier des avantages financiers offerts par cette structure.
- L'ANSEJ est une structure d'aide à la création d'entreprise qui a accompagné les porteuses de projets en offrant des services d'orientations et conseils avant la création

de leurs entreprises mais qui est absente en matière d'accompagnement après création a part « le contrôle ».

- Plus que la majorité des promotrices de notre échantillon optent positivement envers l'ANSEJ grâce au financement obtenu par cette structure. Presque la moitié l'apprécie au « Moyen » en matière d'accompagnement.

Ce qui confirme aussi notre dernière hypothèse.

Notons aussi que :

- Presque la totalité des jeunes femmes de notre échantillon ont eu un financement triangulaire de l'ANSEJ. L'apport personnel qui constitue un problème est généralement obtenu par un prêt des parents ou l'économie personnelle des promotrices.
- La préparation préalable de ces jeunes femmes était fréquemment une étude financière. Elles n'ont fait une formation à la création d'entreprise ce qui explique leur mauvaise gestion et communication qui s'est présenté à la difficulté à accroître leurs revenus.

Plusieurs recommandations peuvent être tirées de ce travail :

- créer un environnement favorable à l'initiative de l'enseignement primaire et secondaire (bande dessinée spécialisé...);
- Créer des départements de l'enseignement de l'entrepreneuriat dans tous les universités de pays et améliorer les formations universitaires afin qu'elles aient un impact fort sur l'intention entrepreneuriale des étudiantes ;
- généraliser les actions de sensibilisation dans l'enseignement supérieure (témoignages d'entrepreneurs, visites de start-up, création de réseaux spécialisés) ;
- développer la recherche sur l'entrepreneuriat (laboratoires à l'université, création de revues scientifiques et de réseaux de recherche) ;
- promouvoir le thème entrepreneurial dans la presse ;
- La nécessité de mettre en place des politiques et des stratégies en vue de consolider les entreprises dirigées par des femmes ;
- Faciliter l'accès aux sources de financement à cette catégorie et le renfort de ces femmes d'affaires pour développer leurs activités et pour la pénétration de nouveaux marchés ;
- encourager les dispositifs d'accompagnement pour favoriser l'émergence et le suivi des initiatives économiques des femmes ;

- Concernant l'ANSEJ, l'accompagnement entrepreneurial doit être présent en amont et en aval du projet surtout pour les femmes ;

Ce qu'il faut souligner que malgré toutes ces contraintes, les femmes entrepreneures algériennes continuent dans le champ entrepreneurial, elles tentent d'avantage vers l'extension de leurs activités.

Pendant cette recherche nous avons rencontrés des difficultés qui se résument comme suit :

- Le manque d'ouvrages spécialisés sur le thème de l'entrepreneuriat, notamment, l'entrepreneuriat féminin.
- La contrainte du temps limité ;
- L'impossibilité d'une couverture nationale de la recherche (toutes les wilayas).
- La difficulté de rejoindre les jeunes femmes ou de les convaincre à répondre sur le questionnaire ;
- Nous avons été affronté à des difficultés de recueil d'informations, certaines femmes n'ont pas répondu sur toutes les questions c'est pour cela nous avons exclu plusieurs questionnaire ;
- L'indisponibilité de statistiques détaillées sur les femmes entrepreneures. La plus part des organismes contactés ne fournis pas des données sexuées sur notre thème.

En fin, ce phénomène regroupe plusieurs champs d'étude, Social et économique ; Ce qui rend l'analyse de la question de l'entrepreneuriat féminin en Algérie complexe. Ce qui est claire que l'entrepreneuriat féminin en Algérie est devenu une réalité, les femmes exercent dans tous les secteurs d'activité sans exception, mais la question qui se pose aussi tourne autour de la réussite ou l'échec des ces micro-entreprises féminines, veut dire la pérennité dans le temps et l'espace.

Nous suggérons les pistes suivantes en matière de recherche en Entrepreneuriat :

- Quels sont les facteurs de réussite ou d'échec des entrepreneures Algériennes ?
- Etude comparative entre l'intention entrepreneuriale féminine et masculine des étudiants universitaires Algériens.
- Etude comparative entre l'intention entrepreneuriale des étudiantes ayant étudiée "l'entrepreneuriat" et celle qu'elles n'ont pas eu ce cours dans leur cursus universitaire.

Bibliographie :

Bibliographie :

1. Tounès, « l'intention entrepreneurial : Une recherche comparative entre des étudiants suivant des formations en entrepreneuriat (bac+5) et des étudiants en DESS », thèse de doctorat en science de gestion, université de Rouen, France, 2003.
2. Alain FAYOLLE, Le métier de créateur d'entreprise, éditions d'organisation, 2003.
3. ARASTI Zahra, « L'entrepreneuriat féminin en Iran : les structures socioculturelles » in, revue libanaise de gestion et d'économie, vol.1, 2008.
4. Assumpta MUNDEKE, « L'entrepreneuriat féminin », mémoire pour l'obtention de licence en science commercial, Université libre des pays des grand lacs, 2010.
5. BERREZIGA Amina Epouse Senouci, « L'ENTREPRENEURIAT EN ALGERIE : REALITES ET PERSPECTIVES », Thèse de doctorat en Sciences de Gestion, ESC Alger 2014.
6. BINETOU RASSOUL CORREA Fatoumata, l'entrepreneuriat féminin: la logique économique dans le micro entreprises artisanales et commerciales dans la commune de Saint-Louis, mémoire de maîtrise ès-lettres & sciences humaines (Sociologie), Sous la direction du Professeur GORA MBODJ, université Gaston BERGER de SAINT-LOUIS, Année 1998.
7. CAWTAR, SFI, les femmes chefs d'entreprises en Tunisie, Juin 2008.
8. CHALAL Ferroudja, Les trajectoires personnelles et socio-professionnelles des femmes entrepreneures en Algérie : Le cas des femmes entrepreneures de la wilaya de Bejaia, mémoire en vue de l'obtention d'un mémoire de magister en sociologie, université de Bejaia, 2011.
9. DIF Aicha, « L'Entrepreneuriat Féminin Cas de la wilaya d'Oran », Mémoire de Magister en sciences commerciales, Université d'Oran Es-senia 2010.
10. Faïda Wathaut BITANGALO « L'entrepreneuriat féminin, une stratégie alternative de lutte contre la pauvreté, cas des couturières du quartier Lumumba en commune de Bagira », Gradué 2010.
11. Fatima ezzahra Rachdi, « L'entrepreneuriat féminin au Maroc : une étude exploratoire », 8^o Congrès international francophone en entrepreneuriat et PME, octobre 2006, Haute école de gestion (HEG) Fribourg, Suisse.
12. Fatoumata binetou rassoul correa, « l'entrepreneuriat féminin: la logique économique dans les micro-entreprises artisanales et commerciales dans la commune de Saint-Louis », 1998.
13. Fayolle A., L'enseignement de l'entrepreneuriat dans les universités françaises : analyse de l'existant et propositions pour en faciliter le développement, rapport réalisé pour la direction de la Technologie du ministère de l'Éducation nationale, de la Recherche et de la Technologie, Française, 1999.
14. Henri Capron (éd.), « Entrepreneuriat et création d'entreprises : facteurs déterminants de l'esprit d'entreprises, préface de Jean-Claude Marcourt, édition de boeck.
15. Hernandez E.-M, Hernandez, E .M, « Le processus entrepreneurial.

16. Hilka VIER MACHADO et Linda ROULEAU, Identité sociale et entrepreneuriat féminin: étude comparative entre le Brésil et le Canada, 6^o Congrès international francophone sur la PME - Octobre 2002 - HEC – Montréal.
17. J.Barton Cunningham et Joe Lischeron, « Defining entrepreneurship », Journal of small business management, Vol 29, n^o1, January 1991. J.Barton Cunningham et Joe Lischeron, « Defining entrepreneurship », Journal of small business management, Vol 29, n^o1, January 1991.
18. Julien P.-A, Marchesnay M, « L'entrepreneuriat », Edition Economica, Paris, 1996.
19. La Caisse d'Épargne, premier baromètre des femmes entrepreneures, 10 octobre 2012, dans le salon des micro-entreprises, Paris. (disponible en ligne sur <http://www.chefdentreprise.com/>).
20. LAVOIE, Dina. « Les entrepreneures : pour une économie canadienne renouvelée », Conseil consultatif canadien sur la situation de la femme, Ottawa, février 1988.
21. Le rôle des femmes entrepreneurs dans le développement local: cas des pâtisseries en ville de Butembo, Université catholique du Graben-Graduat 2008.
22. LEE-GOSSELIN, Hélène, Caroline Houseaux, Martine Villeneuve, « Réalités, besoins et défis des femmes entrepreneures de la région de la Capitale-Nationale », février 2010.
23. Léna SALEH, L'intention entrepreneuriale des étudiantes : cas du Liban, thèse de doctorat ès Nouveau Régime Sciences de Gestion, l'Université de NANCY2, septembre 2011, Liban.
24. Louis Jacques FILION, Le champ de l'entrepreneuriat: historique, évolution, tendances, Cahier de recherche no 1997-01, Janvier 1997, ISSN : 0840-853X.
25. Lynn Blattmann et Margrit Schmid , Promotion des femmes entrepreneures: Rapport Potentielle en réponse au postulat Fetz, décembre 2006.
26. Marshall. A« Principes d'économie politique », Gordon and breach, Paris, 1971.
27. Mémoire collectif présenté par les onze FEMMESSOR du Québec, Vers un deuxième plan d'action gouvernemental Pour l'égalité entre les femmes et les hommes: L'entrepreneuriat féminin Comme stratégie à l'atteinte de l'égalité femme-homme, janvier 2011.
28. Messeghem. K « l'entrepreneuriat en quête de paradigme : apport de l'école autrichienne », CIFEPME, 8e congrès international francophone en entrepreneuriat et pme, 2, 26, 27 octobre 2006, Haute école de gestion (HEG) Fribourg, Suisse.
29. MEZIANE Amina, « Etude des facteurs motivants les Entrepreneurs à réaliser leurs Projets en Algérie », Mémoire pour l'Obtention du diplôme de Magistère en Sciences de Gestion spécialité Management, ESC Alger 2008/2009.
30. OCDE «Promouvoir l'entrepreneuriat et les PME innovantes dans une économie mondialisée : Vers une mondialisation plus responsable et mieux partagée» Istanbul, Turquie, 3-5 juin 2004,
31. Pierre-André JULIEN, sous la direction de Frank JANSSEN, « Entreprendre : Une introduction à l'entrepreneuriat », édition DE boeck.
32. Pierre-Noel DENIEUIL, « Femmes et Entreprises en Tunisie : Essai sur les cultures du travail féminin », édition l'Harmattan, aout 2005.

33. R. Paturel, Externalisation et Entrepreneuriat in T. Verstrete ; histoire d'entreprendre : les réalités de l'entrepreneuriat, édition EMS, 2000.
34. Raouf JAZIRI, Une vision renouvelée des paradigmes de l'entrepreneuriat : Vers une reconfiguration de la recherche en entrepreneuriat, Actes du Colloque International sur : «Entrepreneuriat et Entreprise: nouveaux enjeux et nouveaux défis». Les 3-4-5 Avril 2009, Gafsa.
35. Robert D. Historic, Michael P. Peters, « entrepreneurship », 4th ed, united states, Irwin McGraw-hill, 1998,library of congress cataloging in publication data.
36. Say. J.B « Cours complet d'économie politique pratique », 3ème édition, Bruxelles, 1886.
37. Schumpeter J, « Capitalisme, socialisme et démocratie », Payot, Paris, 1979.
38. Schumpeter. J « Théorie de l'évolution économique », édition Dalloz, Paris, 1935.
39. Smith. A « Recherches sur la nature et les causes de la richesse des nations », Edition Flammarion, Paris.
40. Stéréotype selon LAROUSSE Français : Caractérisation symbolique et schématique d'un groupe qui s'appuie sur des attentes et des jugements de routines.
41. T. Verstrete, A. Fayolle, Paradigme et Entrepreneuriat, Revue de l'Entrepreneuriat, Vol 4, n°1, 2005.
42. T. Verstrete, A. Fayolle, Paradigme et Entrepreneuriat, Revue de l'Entrepreneuriat, Vol 4, n°1, 2005.
43. Thierry Levy-Tadjine, Zhan SU, entrepreneuriat, PME durables et réseaux sociaux, édition l'Armattan, 2013, (chapitre 6 rédigé par Typhaine LEBEGUE).
44. Timmons j.a "New venture creation": Entrepreneurship for the 21th Century, 4th Ed home wood, Irwin- mc graw-hill 1994.
45. TOUNÉS Azzedine : « L'INTENTION ENTREPRENEURIALE : Une recherche comparative entre des étudiants suivant des formations en entrepreneuriat (bac+5) et des étudiants en DESS CAAE », Thèse pour le doctorat ès Sciences de Gestion, UNIVERSITE DE ROUEN, France 2.
46. Tounes Azzedine et Fayol Alain, « l'odyssée d'un concept et les multiples figures de l'entrepreneur », la revue des Sciences de Gestion, 2006/4 n°220-221.
47. Tounes.A. Séminaire « Entrepreneuriat » avril 2007 à l'ESC d'Alger.
48. VERSTRAETE T, « Les universités et l'entrepreneuriat », document de travail, édition de l'ADREG, 2000. (Disponible sur : www.adreg.net).
49. Walras. L « Théorie mathématique de la richesse sociale », édition Guillaumin Paris, 1883.

Table des matières :

Remerciement

Dédicace

Résumé

Liste des figures

Liste des tables

Liste des abréviations

Introduction

Partie théorique

<i>Chapitre 01 : Odyssée dans le champ de l'entrepreneuriat</i>	1
Section1: le concept d'entrepreneuriat:	2
1. Evolution dans le champ de recherche de l'entrepreneuriat :	2
2. Les écoles entrepreneuriales.....	6
2.1. L'école du surhomme "The Great Person school of entrepreneurship":.....	6
2.2. L'école des traits distinctifs et des caractéristiques psychologiques particulières "The Psychological Characteristics School Of Entrepreneurship":	7
2.3. La troisième école : l'école classique "The Classical School Of Entrepreneurship":	7
2.4. L'école de management "The Management School Of Entrepreneurship" :.....	8
2.5. L'école du leader "The Leadership School of Entrepreneurship":	8
2.6. L'école de l'intrapreneur: "The Intrapreneur School Of Entrepreneurship":.....	8
Qui encourage le développement des comportements entrepreneuriaux au sein des entreprises existantes. Ces comportements entrepreneuriaux peuvent être individuels ou collectifs et leur but est de saisir une opportunité d'affaire, innover, développer ou diversifier leurs activités afin de créer de nouveaux produits ou marchés.....	8
3. Champ définitionnel de l'entrepreneuriat	8
4. Diversité des situations entrepreneuriales (Pratiques de l'entrepreneuriat):.....	11
4.1 Création d'entreprise	12
4.1.1. Création ex nihilo :.....	12
4.1.2. Création par essaimage :.....	12
4.1.3. Création en franchise :	12
4.1.4. Création de filiale :	12
4.1.5. Création d'activité nouvelle :	12

4.2. Reprise d'entreprise:	12
4.2.1. La reprise d'entreprise ou d'activité en bon santé :.....	13
4.2.2. La reprise d'entreprise ou d'activité en difficulté :	13
4.3. Intrapreneuriat	13
4.4. L'externalisation :	13
5. Les paradigmes de l'entrepreneuriat :	14
5.1 Exposition des paradigmes.....	14
5.1.1 Le paradigme d'opportunité d'affaire :	14
5.1.2- Le paradigme de création d'organisation :	15
5.1.3- Paradigme d'innovation :	16
5.1.4- Paradigme de création de valeur :	17
5.2- Les relations entre les quatre paradigmes :.....	18
6. Les formes de l'entrepreneuriat :	19
6.1 L'entrepreneuriat collectif :	19
6.2 L'entrepreneuriat solidaire :	20
6.3 L'entrepreneuriat immigré :	21
6.4 L'entrepreneuriat féminin :	21
Section 2 : L'entrepreneur comme acteur principal	22
1. Définition de l'entrepreneur :	22
2. L'évolution du concept d'entrepreneur :	24
2.1. Au XVIème siècle	24
2.2. Au XVIIème siècle	24
2.3. Aux XVIIème et XVIIIème siècles	25
2.4. Fin du XIXème siècle :	25
2.5. Au début du XXème siècle :	26
2.5. Au XXIème siècle :	28
3. Typologie de l'entrepreneur:	28
4. Caractéristique de l'entrepreneur :.....	31
4.1- L'entrepreneur est un innovateur :.....	31
4.2. L'entrepreneur est un preneur de risque.....	31
4.3- L'entrepreneur est un organisateur :	32
4.4- L'entrepreneur est un coordinateur :.....	32
5- Les motivations de l'entrepreneur :.....	32

Conclusion du chapitre :	34
<i>Chapitre 02 : généralité sur l'entrepreneuriat féminin</i>	35
Introduction au chapitre :	36
Section 1 : Entrepreneuriat au féminin : de quoi s'agit-il ?.....	37
1. Théorie du genre :	37
2. Les modèles fondateurs de l'approche genre :.....	38
2.1. Le modèle de Lacasse (1990):.....	38
2.2. Le modèle de Lerner, Brush et Hisrich :	39
2.3. Le modèle de Hisrich et Brush :.....	39
2.4. Le modèle de Shabi et Di Gregorio:.....	40
2.5. Le modèle de Guyot et Al :	40
3- Elément de définition de "l'entrepreneuriat féminin":	41
4. L'importance économique et sociale de l'entrepreneuriat féminin :	42
4.1. L'intérêt de L'entrepreneuriat féminin :	42
4.2. Le rôle de la femme dans le développement local :.....	43
4.3. Le rôle de la femme entrepreneure en tant qu'agent économique :	44
5. Spécificités de l'entrepreneuriat féminin :	45
5.1. Profil de la femme entrepreneure :	45
5.1.1. Le profil socioculturel	45
5.2. Le profil des entreprises créées par les femmes :	50
5.3. La gestion des femmes entrepreneures :.....	51
5.4. Les obstacles et les difficultés rencontrés par les femmes :	51
5.6- Différence entre l'entrepreneuriat féminin et l'entrepreneuriat masculin :.....	51
Section 2 : L'entrepreneuriat féminin, études empiriques dans différent pays et contexte Algérien. 54	54
1. L'entrepreneuriat féminin dans le contexte mondial	54
1.1. L'entrepreneuriat féminin au Maroc :.....	54
1.2. L'entrepreneuriat féminin en Tunisie :.....	57
1.3. Entrepreneuriat au Canada:	58
1.3.1. Les entreprises menées par les femmes :	58
1.3.2. Profil de l'entrepreneure canadienne :	58
1.4. L'entrepreneuriat féminin dans le contexte Algérien :.....	60
1.4.1 Etude menée auprès des entrepreneures d'Alger, Oran, et Tlemcen :	60
1.4.2 Etude menée à Oran :.....	61

1.4.3 Etude menée à Bejaia :.....	62
Conclusion du chapitre :.....	63
<i>Partie pratique</i>	64
<i>Chapitre 03 :La création d’entreprise des jeunes femmes Algériennes promotrices de l’ANSEJ</i>	65
Introduction au chapitre :	66
Section1 : Présentation de dispositif "Agence Nationale de Soutien à l’Emploi des jeune"	67
1. Présentation de dispositif :.....	67
1.1. La création de dispositif :.....	67
1.2. Les missions de l’ANSEJ :	67
1.3. Développement de l’ANSEJ :	68
1.4. La création d’entreprise Par le dispositif ANSEJ :.....	70
1.4.1 Les types d’investissements :	70
1.4.2 Condition d’éligibilité pour la création d’une micro entreprise :.....	70
1.4.3 Le seuil minimum des fonds propre :	71
1.4.4. Les aides financières et les avantages fiscaux :.....	71
1.5. Les modalités de remboursement :.....	73
1.6. Les domaines d’activités financés par l’ANSEJ :	73
1.7. Le processus d’accompagnement de l’ANSEJ :.....	74
2. L’ANSEJ en chiffre :.....	75
2.1. Contexte nationale :	75
2.2 Les Quatre régions étudiées : Alger, Oran, Mostaganem, Annaba	76
Section 2 : enquête sur des jeunes femmes entrepreneures accompagnés par l’ANSEJ (étude d’un échantillon proposé par les antennes de l’agence).	82
1. La méthodologie de la recherche destinée aux entrepreneurs accompagnés par l’ANSEJ : ...	82
1.1. L’objectif de l’étude.....	82
1.2. Le déroulement de l’enquête :.....	82
1.3. La population de l’étude: la taille et le choix de l’échantillon :.....	82
1.4. Les limites de la recherche :	83
1.5. La collecte des données :.....	84
1.6 La fiabilité de l’instrument de mesure :	84
1.7 L’outil statistique utilisé :	85
2. Résultats de l’enquête :.....	85
2.1 Identification de l’entrepreneure et son entreprise :	85

E. Le secteur d'activité des entreprises créées par les motrices :.....	87
2.2 Questionnement sur le parcours entrepreneurial :	88
2.2.1 Situation socioprofessionnelle avant la création :	88
2.2.2 Motivations des femmes entrepreneures à démarrer leur propre activité :.....	89
2.2.3 Problèmes et obstacles rencontrés lors et après la création (en%) :.....	90
2.3 Réseau social de l'entrepreneure :.....	91
2.3.1 L'existence d'un entrepreneur dans l'entourage de la femme :.....	92
2.3.2 Le degré d'influence de l'entourage sur le projet entrepreneurial des promotrices :	92
2.3.3 Type d'aide accordé par l'entourage :.....	93
D'après les tableaux ci-dessous nous concluons les types d'aide de l'entourage :	93
2.4 L'accompagnement de l'ANSEJ :	93
Conclusion du chapitre :.....	98
Conclusion générale :	100
Bibliographie	
Annexe	

Annexe