

REPUBLIQUE ALGERIENNE DEMOCRATIQUE ET POPULAIRE
MINISTERE DE L'ENSEIGNEMENT SUPERIEUR ET DE LA RECHERCHE
SCIENTIFIQUE

ECOLE SUPERIEURE DE COMMERCE-Koléa

Thèse de fin d'études

En vue de l'obtention d'un diplôme de doctorat en Sciences De Gestion

OPTION : Entrepreneuriat et Management des PME

THEME :

**Les spécificités de l'entrepreneuriat féminin
dans la région du sud Algérien**

Elaboré par :

RAYANE Nadia Messaouda

Encadré par : **Pr. BERREZIGA Amina**

Membres du jury :

-Présidente : **Pr. HAMADOUCHE Aicha**

-Examinatrice : **Pr. CHIBANI Amina**

- Examinatrice : **Pr. DJEDDI Sarah**

- Examinatrice : **Pr. RABIA Lamia**

Année universitaire : 2023/2024

REPUBLIQUE ALGERIENNE DEMOCRATIQUE ET POPULAIRE
MINISTERE DE L'ENSEIGNEMENT SUPERIEUR ET DE LA RECHERCHE
SCIENTIFIQUE

ECOLE SUPERIEURE DE COMMERCE-Koléa

Thèse de fin d'études

En vue de l'obtention d'un diplôme de doctorat en Sciences De Gestion

OPTION : Entrepreneuriat et Management des PME

THEME :

**Les spécificités de l'entrepreneuriat féminin
dans la région du sud Algérien**

Elaboré par :

RAYANE Nadia Messaouda

Encadré par : **Pr. BERREZIGA Amina**

Membres du jury :

-Présidente : **Pr. HAMADOUCHE Aicha**

-Examinatrice : **Pr. CHIBANI Amina**

- Examinatrice : **Pr. DJEDDI Sarah**

- Examinatrice : **Pr. RABIA Lamia**

Année universitaire : 2023/2024

Remerciements

Je tiens à exprimer ma gratitude envers toute personne qui a contribué à la réalisation de cette thèse doctorale. Je tiens à exprimer ma profonde gratitude envers dieu tout-puissant et tous ceux qui m'ont soutenu dans mon travail de recherche jusqu'à présent :

A madame BERREZIGA Amina, pour son encadrement, sa disponibilité sans faille et ses conseils précieux.

Mes parents sans qui tous ce parcours académique n'aurait eu existence.

A mon mari, pour son encouragement et le soutien indéfectible.

A mes adorables filles : Jade, Lana et Ilize.

A mon frère et ma sœur qui malgré la distance sont là quand il le faut.

A tous mes professeurs qui ont eu un impact très positif lors de mon parcours de licence classique à Tafourah, notamment professeur BELAIDI Abdelaziz, professeur DERGHOUUM Mahfoud, professeur HEMISSI Omar et professeur ADMANE Merizek

A mon professeur BENZIADI Djamel qui a encadré mon mémoire de licence à l'Ecole Supérieure de Commerce Tafourah.

A ma très chère encadrante du mémoire de master à l'université de Bejaia, madame MAKHLOUF Tiziri, pour son encouragement et le temps qu'elle m'a consacré.

A madame NEDJARI Nouzha, responsable a la direction post graduation.

Je salue aussi les efforts, la disponibilité et l'accueil de tout le personnel administratif de l'école supérieure de commerce Koléa.

A mes grands-parents paix à leurs âmes, tantes, oncles et amis qui ont toujours eu confiance en moi, pour leur soutien constant. Que ceux-ci trouvent ici le signe de mon respect et de ma reconnaissance.

Résumé

L'entrepreneuriat féminin soulève des enjeux importants en matière d'autonomie, d'égalité des chances et de développement durable. Ce travail vise à poser un état des lieux de l'entrepreneuriat féminin dans la région du sud Algérien, et d'examiner dans quelle mesure les facteurs intrinsèques ou extrinsèques permettent d'améliorer le niveau du succès entrepreneurial des femmes. Ainsi nous adopterons une approche territoriale et une approche de genre suivant une logique d'imbrication entre la réussite entrepreneuriale et le développement régional d'où la pertinence de notre objet de recherche. L'originalité de ce dernier se justifie par la transposition d'une méthode quantitative qui est utilisée pour déterminer les composantes influençant l'évolution de l'emploi sur notre objectif de mesurer les éléments de la dynamique entrepreneuriale. En effet au sud Algérien les études concernant le succès entrepreneurial féminin sont peu nombreuses, ce qui nous a mené à explorer cette dynamique socio-économique.

Nous avons utilisé la méthode d'analyse quantitative pour nos deux enquêtes. La première est une analyse résiduelle structurelle qui mesure la dynamique entrepreneuriale régionale, et la deuxième est une analyse par régression logistique binaire afin de modéliser le succès des femme entrepreneures.

Nos principaux résultats expriment une évolution du phénomène entrepreneurial régional relativement positive avec une dynamique entrepreneuriale régionale plus soutenue comparée au niveau national, enfin nous retenons que les facteurs clés de succès influençant l'entrepreneuriat féminin sont les suivants : la rentabilité financière, les caractéristiques personnelles de la femme entrepreneure et les facteurs macroéconomiques.

Mots clés : L'entrepreneuriat féminin, région du sud Algérien, succès entrepreneurial, dynamique entrepreneuriale régionale, approche territoriale, approche du genre, facteurs clés de succès.

Abstract

Female entrepreneurship raises important issues in terms of autonomy, equal opportunities and sustainable development. The aim of this study is to take stock of women's entrepreneurship in southern Algeria and to examine the extent to which intrinsic or extrinsic factors can improve women's entrepreneurial success. We will therefore adopt a territorial approach and a gender approach, following a logic of interweaving entrepreneurial success and regional development, hence the relevance of our research subject. The originality of the latter is justified by the

transposition of a quantitative method used to determine the components influencing the evolution of employment to our objective of measuring the elements of the entrepreneurial dynamic. In southern Algeria, there are very few studies on women's entrepreneurial success, which led us to explore this socio-economic dynamic.

We used quantitative analysis for our two surveys. The first is a shift-share analysis to measure regional entrepreneurial dynamics, and the second is a binary logistic regression analysis to model the success of women entrepreneurs.

Our main results show a relatively positive trend in the regional entrepreneurial phenomenon, with a more sustained regional entrepreneurial dynamic compared with the national level. Finally, we note that the key success factors influencing female entrepreneurship are : financial profitability, the personal characteristics of the female entrepreneur and macroeconomic factors.

Key Word : Female entrepreneurship, southern Algerian region, entrepreneurial success, regional entrepreneurial dynamics, territorial approach, gender approach, key success factors.

SOMMAIRE

Page de garde	
Remerciements	
Résumé	
Introduction générale	
Chapitre (I) : Les fondements théoriques du phénomène entrepreneurial	
Introduction	1
Section 1 : L'entrepreneuriat	2
1.1.1 L'évolution historique de l'entrepreneuriat	2
1.1.2 Définitions de l'entrepreneuriat	4
1.1.3 Paradigmes de l'entrepreneuriat	6
Section 2 : L'entrepreneur	6
1.2.1 Les courants de pensée	7
1.2.2 Les caractéristiques de l'entrepreneur	11
1.2.3 les motivations de l'entrepreneur	13
1.2.4 Typologies d'entrepreneurs	15
1.2.5 La cognition de l'entrepreneur	16
Section 3 : L'intention entrepreneuriale et la démarche entrepreneuriale	17
1.3.1 La prédiction du comportement entrepreneurial ou l'intention entrepreneuriale	18
1.3.2 La démarche entrepreneuriale	20
Section 4 : Les facettes de l'entrepreneuriat	22
1.4.1 L'entrepreneuriat durable	22
1.4.2 L'entrepreneuriat sociale	23
1.4.3 L'intrapreneuriat	25

1.4.4 L'entrepreneuriat familiale	27
1.4.5 L'extrapreneuriat	27
1.4.6 La reprise d'entreprise	28
Conclusion	30
Chapitre (I I) : Le champ d'étude : l'entrepreneuriat féminin	
Introduction	32
Section 1 : Les concepts de l'entrepreneuriat féminin	33
2.1.1 Genèse de l'entrepreneuriat féminin	33
2.1.2 La littérature sur les femmes entrepreneures	34
2.1.3 Actions pour promouvoir l'entrepreneuriat féminin	36
2.1.4 Le modèle théorique féminin	37
2.1.5 La spécificité des femmes entrepreneures	38
2.1.6 Typologie des femmes entrepreneures	39
Section 2 : l'entrepreneuriat féminin : un moteur d'une croissance durable avec des défis à surmonter	40
2.2.1 Opportunités	40
2.2.2 Défis	42
Section 3 : l'évolution de la recherche sur l'entrepreneuriat féminin	47
2.3.1 Principaux sujets récurrents de l'entrepreneuriat féminin	47
2.3.2 Modèle d'analyse entrepreneurial des 5M (BRUSH, DE BRUIN ET WELTER, 2009)	50
Section 4 : L'accompagnement entrepreneurial de la femme	52
2.4.1 L'importance du soutien pour les femmes entrepreneures	53
2.4.2 Approches relatives à la performance des entreprises créées par les femmes	55
Conclusion	56

Chapitre (III) : Dynamisme et succès entrepreneurial au féminin	
Introduction	57
Section 1 : Mesure du dynamisme entrepreneurial régional et développement local	58
3.1.1 Mesure du dynamisme entrepreneurial régional	59
3.1.2 Développement local	64
3.1.3 L'enjeu des relations entre entreprise et territoire	68
Section 2 : Les facteurs de succès liés à la création d'entreprise	72
3.2.1 Le conceptualisation du succès	72
3.2.2 Les facteurs de succès internes (environnement individuel)	77
3.2.3 Les facteurs de succès externe (environnementaux)	85
Conclusion	98
Chapitre (IV) : L'entrepreneuriat féminin en Algérie	
Introduction	99
Section 1 : La réalité de l'entrepreneuriat féminin en Algérie	100
4.1.1 Le marché de l'emploi féminin en Algérie	100
4.1.2 L'accompagnement entrepreneurial des femmes en Algérie	102
Section 2 : Le profil des femmes entrepreneures en Algérie	116
4.2.1 L'état des lieux de l'entrepreneuriat féminin en Algérie	117
4.2.2 Le développement local en Algérie dans une optique du SNAT	118
Section 3 : L'entrepreneuriat féminin région sud Algérie	120
4.3.1 La notion région	120
4.3.2 Evolution du fondement développement régional	121
4.3.3 Distribution par wilaya dans la région du sud Algérien	122
4.3.4 l'évolution de l'entrepreneuriat dans la région sud Algérien	126

Conclusion	129
Chapitre (V) : Méthodologie de recherche	
Introduction	130
Section 1 Conceptualisation de la recherche	131
5.1.1 La question de la recherche	131
5.1.2 La pertinence de la recherche	131
5.1.3 Le choix du terrain	132
5.1.4 L'objectif de la recherche	133
5.1.5 La philosophie de la recherche	133
5.1.6 Formes du raisonnement de la recherche	135
Section 2 : Approches de développement et mise en œuvre de la recherche	136
5.2.1 Recherche quantitative et qualitative	136
5.2.2 L'étude transversale et l'étude longitudinale	138
5.2.3 Les données	138
5.2.4 Les méthodes de collecte de données	141
5.2.5 Génération d'items	143
5.2.6 Procédures de traitement de données	144
5.2.7 Les considérations éthiques de la recherche	152
Conclusion	153
Chapitre (VI) : Analyse et discussion des résultats	
Introduction	154
Section 1 : Résultat de l'analyse résiduelle structurelle	155
6.1.1 Rythme de croissance entrepreneuriale	156
6.1.2 La mesure de la composante structurelle de la dynamique entrepreneuriale	156

6.1.3 La mesure de la composante locale de la dynamique entrepreneuriale régionale	158
6.1.4 La mesure du rythme de la dynamique entrepreneuriale régionale	158
Section 2 : Résultats de l'analyse des facteurs clés de succès qui influencent la réussite entrepreneuriale	160
6.2.1 Validation et fiabilité de mesure d'échelles avec la méthode d'analyse en composantes principales (ACP)	160
6.2.2 Analyse descriptive	162
6.2.3 Analyse bivariée : tableaux croisés et test d'association Khi2	167
6.2.4 Test de multi colinéarité	186
6.2.5 La régression logistique binaire	186
Section 3 : Discussion des résultats	190
Conclusion	194
Conclusion Générale	196

Liste des tableaux

Tableau (1) : Les approches d'évolution du concept de l'entrepreneuriat	2
Tableau (2) : Les traits les plus fréquemment attribués aux entrepreneurs par les experts en comportement	11
Tableau (3) : les stratégies de promotion de l'entrepreneuriat féminin a travers l'histoire	36
Tableau (4) : typologie des femmes entrepreneures	39
Tableau (5) : Les différentes formes d'accompagnement	53
Tableau (6) : liste de modèles entrepreneuriaux	61
Tableau (7) : Répartition de la population totale résidente active des ménages ordinaires et collectifs dans la région sud selon la wilaya et le sexe au recensement de 1998	101
Tableau (8) : Population totale résidente active des ménages nomades au recensement de 1998	102
Tableau (9) : Projets financés en fonction du genre et du secteur d'activité (Cumul au 30/06/2018) par l'ANADE	104
Tableau (10) : Projets financés par genre et par secteur d'activité (Cumul au 31/12/2021) ANADE	106
Tableau (11) : Projets financés par secteur d'activité (cumul au 30/06/2018) CNAC	107
Tableau (12) : Répartition des projets financés par secteur d'activités et par genre (cumulé au 31/12/2021)	108
Tableau (13) : Répartition des personnes physiques selon la wilaya et le genre 2011	109
Tableau (14) : Répartition des entités économiques selon la wilaya et le secteur juridique 2011	110
Tableau (15) : Répartition des entités économiques selon la wilaya, la forme juridique et la strate 2011	111
Tableau (16) : Répartition des entités économiques selon la wilaya et le secteur d'activités 2011	111
Tableau (17) : Répartition des entités économiques par wilaya et année de création	112
Tableau (18) : Répartition des entités économiques par wilaya et tranches d'effectifs (2011)	114
Tableau (19) : Répartition des entités économiques selon la wilaya et les tranches de chiffre d'affaires (2011)	115
Tableau (20) : les projets d'investissement enregistrés par région au (31-12-2020)	124
Tableau (21) : Statistiques du foncier au niveau des nouvelles zones industrielles a la fin de l'année 2020	125
Tableau (22) : Densité des PME au 31-12-2020	126
Tableau (23) : Variation du taux d'immatriculation au CNRC période 2018-2022 (région sud)	127
Tableau (24) : les courants de positionnement épistémologiques	134

Tableau (25) : Répartition des Commerçants inscrit (actifs – personnes physique et morales) Au registre du Commerce par secteur d'activité et par wilaya A fin 2018	155
Tableau (26) : Répartition des Commerçants inscrit (actifs – personnes physique et morales) Au registre du Commerce par secteur d'activité et par wilaya A fin 2022	156
Tableau (27) : Croissance du phénomène entrepreneurial au niveau national et régional période 2018-2022	156
Tableau (28) : représentation de la composante structurelle (CS) par activité et Wilaya période 2018-2022	157
Tableau (29) : représentation de la composante locale (CL) par activité et Wilaya période 2018-2022	158
Tableau (30) : représentation du taux de croissance globale (2018-2022) par activité et Wilaya	158
Tableau (31) : Résultats de l'analyse de la fiabilité et de la validité des échelles de mesure.	162
Tableau (32) : Secteur d'activité de l'entreprise	163
Tableau (33) : Statut juridique de l'entreprise	163
Tableau (34) : Taille de l'entreprise	164
Tableau (35) : Age de l'entreprise	164
Tableau (36) : Augmentation du chiffre d'affaires	164
Tableau (37) : Gestion de la trésorerie	164
Tableau (38) : Rentabilité financière de l'entreprise	165
Tableau (39) : Age des femmes entrepreneures	165
Tableau (40) : Etat Civil des femmes entrepreneures	165
Tableau (41) : Niveau d'éducation des femmes entrepreneures	166
Tableau (42) : Situation professionnel avant de créer l'entreprise	166
Tableau (43) : Expériences professionnelles antérieures	166
Tableau (44) : Activité antérieure dans le même Secteur	167
Tableau (45) : croisement entre secteur d'activité et le succès	167
Tableau (46) : test de khi2 relation secteur d'activité et succès entrepreneurial	169
Tableau (47) : croisement entre le statut juridique et le succès entrepreneurial	169
Tableau (48) : test de khi2 relation statut juridique de l'entreprise et succès entrepreneurial	170
Tableau (49) : croisement entre la taille de l'entreprise et le succès entrepreneurial	171
Tableau (50) : test de khi2 relation Taille de l'entreprise et succès entrepreneurial	172
Tableau (51) : croisement entre l'existence de l'entreprise et le succès entrepreneurial	173
Tableau (52) : test de khi2 relation existence de l'entreprise et succès entrepreneurial	173
Tableau (53) : croisement entre l'augmentation du chiffre d'affaires et le succès entrepreneurial	174
Tableau (54) : test de khi2 relation augmentation du chiffre d'affaires et succès entrepreneurial	174

Tableau (55) : croisement entre la gestion de la trésorerie et le succès entrepreneurial	175
Tableau (56) : test de khi2 relation la gestion de trésorerie et succès entrepreneurial	176
Tableau (57) : croisement entre la rentabilité financière de l'entreprise et le succès entrepreneurial	177
Tableau (58) : test de khi2 relation la rentabilité financière et succès entrepreneurial	177
Tableau (59) : croisement entre l'âge de la femme entrepreneure et le succès entrepreneurial	178
Tableau (60) : test de khi2 relation l'âge des femmes entrepreneures et succès entrepreneurial	179
Tableau (61) : Croisement entre l'état civil des femmes entrepreneures et le succès entrepreneurial	180
Tableau (62) : test de khi2 relation état civil des femmes entrepreneures et succès entrepreneurial	181
Tableau (63) : Croisement entre le niveau d'instruction des femmes entrepreneures et le succès entrepreneurial	181
Tableau (64) : test de khi2 relation niveau d'éducation des femmes entrepreneures et succès entrepreneurial	182
Tableau (65) : Croisement entre situation professionnelle antérieure des femmes entrepreneures et le succès entrepreneurial	183
Tableau (66) : test de khi2 relation situation professionnelle antérieure des femmes entrepreneures et succès entrepreneurial	183
Tableau (67) : Croisement entre l'expérience professionnelle antérieure des femmes entrepreneures et le succès entrepreneurial	184
Tableau (68) : test de khi2 relation expérience professionnelle antérieure des femmes entrepreneures et succès entrepreneurial	185
Tableau (69) : Test de coloniarité	186
Tableau (70) : Classification du modèle	187
Tableau (71) : Test Omnibus	187
Tableau (72) : Récapitulatif des modèles	187
Tableau (73) : les variables de l'équation	188

Liste des figures

Figure (1) : La formation de l'événement entrepreneurial selon SHAPERO	19
Figure (2) : Le modèle de l'intention entrepreneuriale d'AJZEN	20
Figure (3) : Le cadre théorique des 5 M	52
Figure (4) : Répartition de la population totale résidente active des ménages ordinaires et collectifs selon la wilaya et le sexe au recensement de 1998	102
Figure (5) : écosystème d'accompagnement entrepreneurial en Algérie	104
Figure (6) : Projets financés par genre et par secteur d'activité (Cumul au 30/06/2018)	105
Figure (7) : Projets financés par genre et par secteur d'activité (Cumul au 31/12/2021) ANADE	107
Figure (8) : Répartition des personnes physiques selon la wilaya et le genre 2011	109
Figure (9) : Répartition des entités économiques selon la wilaya et le secteur juridique 2011	110
Figure (10) : Répartition des entités économiques selon la wilaya et le secteur d'activités	112
Figure (11) : Evolution des créations d'entités économiques par wilaya période (avant 1980-2011)	113
Figure (12) : Répartition des entités économiques par wilaya et tranches d'effectifs (2011)	114
Figure (13) : Répartition des entités économiques selon la wilaya et les tranches de chiffre d'affaires (2011)	115
Figure (14) : Nouvelle distribution des wilayas région Sud Algérie (2020)	123
Figure (15) : Variation du taux d'immatriculation au CNRC période 2018-2022 (région sud)	127
Figure (16) : la stratégie de la recherche	130
Figure (17) : boucle de raisonnement les raisonnements	136
Figure (18) : Typologie des espaces selon l'analyse structurelle - résiduelle dans la région sud de l'Algérie	159
Figure (19) : Cadre conceptuel de la recherche	202

Liste des Annexes

Annexe 1	
-Les nouvelles wilayas dans le sud de l'Algérie	222
-Tableau de variations du nombre d'immatriculations au registre de commerce année 2018-2019	223
- Tableau de variations du nombre d'immatriculations au registre de commerce année 2019-2020	224
- Tableau de variations du nombre d'immatriculations au registre de commerce année 2020-2021	225
- Tableau de variations du nombre d'immatriculations au registre de commerce année 2020-2022	226
Annexe 2	
-Réparation des commerçants (personnes physiques-genre féminin) par classe d'âge a fin 2022	227
- Réparation des sociétés inscrites selon le genre du gérant a fin 2022	228
-Répartition des commerçants inscrits (personnes physique et morale) au registre de commerce par secteur d'activité et par wilaya	229
Annexe 3	
Les tableaux d'analyse de validation et fiabilité des échelles de mesure	230
Annexe 4	
L'analyse descriptive	255
Annexe 5	
Questionnaire destiné aux femmes entrepreneures	262

Introduction Générale

Introduction générale

Au cours des deux dernières décennies, nous avons assisté à un intérêt croissant dans la recherche, la pratique des universitaires, des ONG et d'un public plus large pour diverses formes d'esprit d'entreprise, au-delà de l'orientation profit. Les différents types d'entrepreneuriat jouent désormais un rôle essentiel dans la résolution des problèmes et des défis socio-économiques. Ils ne peuvent s'inscrire dans la typologie générale de l'esprit d'entreprise. Néanmoins, ils ont en commun de contribuer à la reproduction sociale, puis économique, où le profit est un effet secondaire plutôt qu'un objectif en soi. Ces formes d'entrepreneuriat nous permettent de saisir leurs légères différences et similitudes. En abordant les questions sociales, environnementales, systémiques, identitaires, culturelles, de genre, de classe, de relations de pouvoir, etc. Ces questions influencent directement ou indirectement sur le paradigme de la durabilité, dans le contexte de crise permanente qui explique l'état des systèmes économiques mondiaux actuels.

Dans notre contexte les valeurs culturelles relativement différentes entre les régions du nord et les régions du sud Algérien ainsi que la dimension locale s'avèrent déterminantes pour réunir les conditions-cadre favorables à l'entrepreneuriat, selon Rashid et Ratten (2020) « chaque région a ses propres défis sociaux et culturels qui affectent différemment les femmes entrepreneures »¹. En effet, le processus de développement local durable passe par l'étude des inégalités du genre en entrepreneuriat, étudier les spécificités de l'entrepreneuriat féminin dans la région du sud Algérien nous pousse à mobiliser la discipline du développement régional, l'étude des facteurs clés de succès de l'entrepreneuriat féminin orientée territoire demeure un objet d'étude pertinent, d'où l'intérêt de poser une sous question sur l'évolution et le rythme entrepreneurial régional. C'est dans cette perspective que s'inscrit notre recherche, elle vise notamment à explorer la dynamique entrepreneuriale régionale, à identifier et analyser les facteurs clés de succès internes et externes, qui impacteront significativement le succès entrepreneurial au niveau des wilayas du sud Algérien.

L'importance de notre sujet de recherche est d'inclure une vision territoriale dans une démarche entrepreneuriale conjugée au féminin, explorant ainsi un champ d'investigation qui représente de nos jours une stratégie de développement de plusieurs pays émergents.

¹ RASHID Sumayya, and RATTEN Vanessa. "A systematic literature review on women entrepreneurship in emerging economies while reflecting specifically on SAARC countries." *Entrepreneurship and organizational change: Managing innovation and creative capabilities* (2020), P: 37

Introduction générale

Aussi nous soulignons l'importance du contexte rural. Selon le Fonds international de développement agricole, qui estime que 3 milliards de personnes soit environ 40 % de la population mondiale vivent en milieu rural dans les pays en développement¹.

L'entrepreneuriat a longtemps été reconnu comme un moyen de lutte contre le chômage et la pauvreté. Il s'exprime sous plusieurs formes telles que la création d'entreprise (pure) dite ex-nihilo, la franchise, l'essaimage, la filialisation... etc². L'évolution de la société et l'émancipation de la femme ont fait d'elle une partie prenante de ce mouvement économique. Selon la définition de Lavoie (1988) « Une entrepreneure est une femme qui, seule ou avec des partenaires, a fondé, acheté ou accepté en héritage une entreprise, qui en assume les risques et les responsabilités financières, administratives et sociales et qui participe à sa gestion courante », J. Kirkwood et C. Cambell-Hunt (2007) ; L. Schjoedt et K. Shaver (2007) ; B. Gilad et P. Levine (1986) estiment que l'engagement de la femme dans l'action entrepreneuriale provient de deux sources de motivation « Push » et « Pull » pour un entrepreneuriat de nécessité ou d'opportunité³.

Selon les résultats d'étude menée par Buttner et Moore (1997) auprès de 129 femmes entrepreneures américaines sur leur perception de la réussite entrepreneuriale, la mesure de cette dernière est davantage guidée par des critères subjectifs comme la croissance personnelle, l'accomplissement de soi et l'augmentation de ses compétences, plutôt que par des mesures objectives comme le profit ou la croissance économique. Ces deux auteurs montrent, notamment, que les femmes cherchant à concilier la famille et le travail, et mesurent leur succès en fonction de l'atteinte ou non de cet équilibre souhaité⁴.

Loin d'être de simples spectatrices, les femmes apportent des contributions uniques et précieuses dans de nombreux secteurs d'activités. D'après le GEM (2022), Les femmes des pays en développement ont un taux de création d'entreprises beaucoup plus élevé que celles des pays à

¹ EWANGO-CHATELET, Aurélie et ESTAY, Christophe. "Favoriser un développement durable en Afrique subsaharienne par l'entrepreneuriat innovant : quelles conditions institutionnelles et sociétales?." *Revue Organisations & territoires* 31.3 (2022), p : 104

² EZAHR Salma et NAOUI Fouad, « The Impact Of Women's Entrepreneurship On Territorial Development Moroccan Context », *African Scientific Journal*, 2024, vol. 3, no 23, p : 1099

³ Kaci, Amina, and Lila Amiar. "L'entrepreneuriat féminin informel en Algérie : cas des femmes entrepreneures de la wilaya de Bejaia." *Revue tadamsa d'unegmu* 3.2 (2023), p : 136

⁴ CARRIER, Camille, JULIEN, Pierre-André, et MENVIELLE, William. Un regard critique sur l'entrepreneuriat féminin : une synthèse des études des 25 dernières années. *Revue International de Gestion*, 2006, vol. 31, no 2, p : 38

Introduction générale

revenu élevé pour des raisons de nécessité, avec environ 25 % de femmes dans les pays à faible revenu et 13 % dans les pays à revenu intermédiaire de la tranche inférieure, contre environ 10 % à l'échelle mondiale. En effet l'étude de Godany et Mura (2021) a démontré que de la même façon que les facteurs objectifs directement liés à l'économie, les facteurs subjectifs non économiques tel que l'indépendance, la flexibilité et l'avantage d'allier famille et travail sont des facteurs qui influencent significativement le succès entrepreneurial mené par les femmes¹.

Dans le contexte Sud Algérien l'entrepreneuriat féminin a connu des avancées mais reste timide. Selon les statistiques du Centre national du registre de commerce (CNRC) en 2022, les femmes inscrites sous le statut de personnes physiques étaient au nombre de 21 344 dans la région sud qui comprend 19 wilayas², sur un total de 163 647 inscrites au niveau national, soit un taux de 13,04%, alors que les femmes inscrites sous le statut de personnes morales étaient au nombre de 1129 sur un ensemble de 15402 inscrites au niveau national, soit un taux de 6,5%³.

Les études récentes tendent à explorer les facteurs qui influencent positivement le succès entrepreneurial plutôt que les obstacles. Ainsi le critère objectif le plus fréquemment cité est la notion de survie de l'entreprise à trois ans⁴, critère de choix que nous avons utilisé pour l'échantillonnage de notre étude.

Une autre étude plus récente menée au Togo en 2022 auprès de 12 femmes entrepreneures pour déterminer les facteurs environnementaux de réussite entrepreneuriale révèle l'importance du soutien gouvernemental, les structures d'accompagnement, l'accès aux ressources financières, les facteurs socioculturels. Le réseau social et le soutien de la famille particulièrement celui du conjoint⁵.

Nous utiliserons, dans notre étude le terme de femmes entrepreneures et/ou d'entrepreneuriat féminin, plus précisément l'entrepreneuriat ex-nihilo, qui signifie qu'on cible le processus de création d'une entreprise en ciblant les femmes entrepreneures ayant créé leur

¹ Ahmetaj, Bardhyl, Alba Demneri Kruja et Eglantina Hysa. « L'entrepreneuriat féminin : défis et perspectives d'une économie émergente. » *Sciences administratives* 13.4 (2023), p : 1

² Voir annexe 2

³ Centre National du Registre De Commerce, « le registre de commerce indicateurs et statistiques », 2022, pp : 46-48

⁴ YARBONME, Dabekoa. « Les facteurs déterminants du succès entrepreneurial des femmes au Togo ». *International Journal of Accounting, Finance, Auditing, Management and Economics*, 2023, vol. 4, no 5-2, p : 839

⁵ Ibid, p : 842

Introduction générale

entreprise depuis plus de 3ans (délais minimum pour une stabilité financière) et qui n'ont pas changé de secteur d'activité depuis leur création, aussi nous optons pour une démarche méthodologique descriptive analytique en se basant sur une approche hypothético-déductive.

Nous formulons la question principale de la recherche comme suite :

Question principale de la recherche : Quelles sont les caractéristiques du succès entrepreneurial féminin dans la région du sud de l'Algérie, et dans quelle mesure de dynamique régionale est présent ce phénomène socioéconomique ?

L'Hypothèses principale de la recherche : la dynamique entrepreneuriale suit une évolution relativement positive, ainsi que la réussite entrepreneuriale féminine qui tend à être influencée de plus en plus par les caractéristiques interne qu'externe dans un contexte sud Algérien contraint en ressources au sein d'accompagnement fragile, non diversifié et peu adapté.

Nous avons ainsi rattaché trois sous-questions à la question centrale de notre recherche :

- Quels sont les facteurs clés de succès (FCS) qui influencent significativement la réussite des femmes entrepreneures dans notre contexte régional ?
- Quelles variations du taux de création d'entreprise dans la région sud Algérien ?
- Quelle dynamique entrepreneuriale régionale dans le contexte sud Algérien ?

Ce qui nous permettra de confirmer ou d'infirmer l'hypothèse, en répondant aux questions de recherche et en comblant les lacunes en matière de connaissances. Dans ce document, nous visons à tester les hypothèses suivantes :

Tableau : Hypothèses de recherche et hypothèses sous-jacentes

Hypothèses de recherche	Hypothèses sous-jacentes
H1- Les caractéristiques de l'entreprise, le capital humain, les caractéristiques personnelles de la femme, l'accès aux ressources financières, la dynamique	H 1.1.a- L'âge de l'entreprise influence positivement le succès entrepreneurial. H1.1.b- Le secteur d'activité influence positivement le succès entrepreneurial.

Introduction générale

<p>économique local et l'environnement socioculturel agirait de façon favorable sur la réussite entrepreneuriale.</p> <p>H1.1-Les caractéristiques de l'entreprise influencent positivement le succès entrepreneurial.</p> <p>H1.2-Le capital humain influence significativement et positivement le succès entrepreneurial.</p> <p>H1.3-Les caractéristiques personnelles de la femme influenceraient de façon positive la réussite entrepreneuriale.</p> <p>H1.4-L'accès aux ressources financières, favoriserait considérablement la réussite entrepreneuriale.</p> <p>H1.5-La dynamique économique locale (relations clients, relations fournisseurs, concurrence) agirait de façon favorable sur la réussite entrepreneuriale.</p> <p>H1.6-L'environnement socioculturel agirait de façon favorable sur la réussite entrepreneuriale.</p>	<p>H1.2.a- L'âge de la femme entrepreneure influence positivement le succès entrepreneurial.</p> <p>H1.2.b- L'état civil de la femme entrepreneure influence positivement le succès entrepreneurial.</p> <p>H1.3.a-Le besoin de réussite serait un facteur positivement déterminant pour la réussite entrepreneuriale.</p> <p>H1.3.b-Le locus contrôle agirait de façon positive sur la réussite entrepreneuriale</p> <p>H1.3.c-La propension à prendre des risques influencerait positivement la réussite entrepreneuriale.</p> <p>H1.4.a-Avoir un apport financier de départ personnel serait un facteurs clés de la réussite entrepreneuriale.</p> <p>H1.4.b-Bénéficiaire d'un crédit bancaire ou d'aide financière des structures d'appui à l'entrepreneuriat (privées ou publiques) favoriserait la réussite entrepreneuriale.</p> <p>H1.5.a-Les relations clients agiraient en faveur de la réussite entrepreneuriale.</p> <p>H1.5.b-Avoir une forte concurrence et adopter une stratégie de compétition agiraient sur la réussite entrepreneuriale.</p> <p>H1.5.c-Avoir l'exclusivité avec les fournisseurs jouerait un rôle important en vue d'un avantage concurrentiel pour atteindre la réussite entrepreneuriale.</p>
---	---

Introduction générale

	H1.6.a-La femme entrepreneure a une influence sur son environnement (pouvoir décisionnel et accès aux ressources). H1.6.b-La culture entrepreneuriale vient appuyer le succès entrepreneurial des femmes.
H2-La variation dans la création d'entreprise évolue de façon positive ces dernières années dans la région du sud.	
H3-La dynamique entrepreneuriale dans la région du sud Algérien est moins soutenu que le rythme national.	

Désormais l'économie d'un pays est mesurée par son capital de connaissance et son capital entrepreneurial¹. Ce dernier est représenté à travers un phénomène régional (besoins et habitudes), culturel et comportemental intégré dans des actions économiques. A l'ère des réseaux sociaux et de la digitalisation, toutes les frontières sont dépassées. L'entrepreneuriat éthique joue un rôle central dans le développement économique régional.

Ceci nous amène à aborder notre recherche selon une approche territoriale.

Cette thèse se structure suivant six chapitres. Les trois premiers chapitres de la partie théorique comportent une analyse documentaire systématique et indépendante pour cette forme d'entrepreneuriat. La théorie des fondements soutiendra cette étape, qui suppose une recherche qualitative exploratoire et inductive sur les dimensions de l'entrepreneuriat, la spécificité du genre féminin, le dynamisme entrepreneurial régional et succès entrepreneurial féminin. Puis, le rôle des TPE/PME dans le développement local à travers un écosystème entrepreneurial.

¹ JANSSEN, Frank. « Introduction », Frank Janssen éd., *Entreprendre. Une introduction à l'entrepreneuriat*. De Boeck Supérieur, 2016, p : 19

Introduction générale

Dans le quatrième chapitre, nous établirons un état des lieux sur la condition de la femme en Algérie et au sud de l'Algérie. Au cinquième chapitre nous clarifierons la démarche méthodologique avec la position épistémologique choisie, le type d'études menées et les outils et procédures de traitement de données adoptées favorisant un modèle explicatif d'émergence de l'entrepreneuriat (modèle des 5M de Brush, De Bruin et Welter ;2009), selon une approche hypothético-déductive. Enfin au dernier chapitre nous allons mesurer la dynamique entrepreneuriale régionale et déterminer quels sont les facteurs clés de succès qui influencent significativement la réussite des femmes entrepreneures dans la région sud Algérien. Pour clôturer nous croiserons les résultats académiques avec les résultats empiriques pour tenter d'interpréter ces derniers en effectuant une synthèse de ces résultats de recherche avec un tableau récapitulatif des hypothèses rejetées ou non rejetées avant de débiter la discussion proprement dite. Il s'agit ici de questionner nos résultats pour en faire ressortir la valeur scientifique. En fait, cette interprétation nous permet de conclure sur l'impact positif de notre recherche en faisant ressortir la contribution des faits scientifiques mis à jour par notre recherche à la connaissance scientifique. Les limites de la recherche recommandations et perspectives de recherche concluent ce sixième et dernier chapitre de cette thèse.

Notre recherche se positionne dans le domaine de la science entrepreneuriale et du développement régional.

La manière dont nous avons problématisé notre objet de recherche à savoir la spécificité de l'entrepreneuriat féminin dans la région sud et sa complexité (existence de plusieurs dimensions) nous poussent à mobiliser d'autres disciplines afin d'ouvrir les perspectives de notre recherche, d'étoffer les moyens de répondre à notre question de recherche et d'aiguiser notre sens critique. Nous empruntons ainsi des concepts, des méthodes et des théories, principalement dédiées aux disciplines suivantes : l'économie du développement, les études féministes, la sociologie économique et la sociologie des organisations, le développement local et la dynamique régionale.

Chapitre (I) :
**Les fondements théoriques du concept
d'entrepreneuriat**

Chapitre (I) : Les fondements théoriques du concept d'entrepreneuriat

Introduction :

L'entrepreneuriat est un phénomène complexe a multifacettes. Selon Gartner (1985) il existe quatre perspectives qui permettent de décrire le phénomène entrepreneurial au sens large : les caractéristiques des individus qui fondent l'entreprise, le processus par lequel la nouvelle entreprise est créée, les caractéristiques de cette même organisation, et l'environnement de la nouvelle entité¹.

Dans ce premier chapitre nous allons essayer d'aborder les différents concepts entrepreneuriaux. Scindé en quatre sections, la première section va permettre de définir et clarifier le concept de l'entrepreneuriat, à travers quelques repères datés et apports d'approches et courants de pensée.

La seconde section identifie le profil de l'entrepreneur ses caractéristiques, motivations et ses différentes typologies en tant qu'acteur principal du phénomène entrepreneurial.

La troisième section porte sur le dynamisme de la création d'entreprise avec l'intention entrepreneuriale et la démarche entrepreneuriale.

La quatrième section est consacrée, essentiellement aux différentes facettes que peut traiter l'entrepreneuriat abordant ainsi plusieurs formes possibles de ce phénomène. Laisant la forme féminine, objet de notre thèse pour le chapitre suivant.

¹ SCHMITT Christophe et LIEVRE Pascal, Nouvelles perspectives en entrepreneuriat : de la pratique aux activités entrepreneuriales, collection "organisations en action", PUN-Editions universitaires de LORRAINE, 2012, P:185.

Chapitre (I) : Les fondements théoriques du concept d'entrepreneuriat

Section 1 : L'entrepreneuriat

Plusieurs définitions ont été constituées au fur et à mesure des contextes historiques du champ de l'entrepreneuriat. Ainsi, nous avons jugé important de relater l'évolution historique de ce concept.

1.1.1 L'évolution historique de l'entrepreneuriat :

D'après Martin Giraudeau (2010), l'état américain s'est investi dans cette thématique après la seconde guerre mondiale, considérant la création de petites entreprises comme une voie de réinsertion pour les anciens combattants¹.

Tout au long de son évolution, l'entrepreneuriat a adopté de nombreuses approches, allant des fonctionnelles aux cognitives en passant par les approches individuelles et les approches territoriales. Le tableau suivant présente cette progression historique.

Tableau (1) : Les approches d'évolution du concept de l'entrepreneuriat.

Type d'approche	Domaine	Définition
Approche fonctionnelle	Définissant l'entrepreneur au travers de sa fonction, utilisée surtout dans le domaine économique (what). Depuis le début des années 50	-Schumpeter (1928) « L'essence de l'entrepreneuriat se situe dans la perception (usage différent de ressources nationales) et l'exploitation de nouvelles opportunités (nouvelles combinaisons) dans le domaine de l'entreprise ».

¹ CHAMBARD, Olivia. La promotion de l'entrepreneuriat dans l'enseignement supérieur. Les enjeux d'une création lexicale. *Mots. Les langages du politique*, 2013, vol. 102, p : 103

Chapitre (I) : Les fondements théoriques du concept d'entrepreneuriat

<p>Approche individuelle</p>	<p>Utilisée principalement dans les domaines de la psychologie, de la sociologie ou de la psychologie cognitive (pourquoi et qui).</p>	<p>-D'après Stevenson et Jarillo (1990) la clé de l'entrepreneuriat corporatif réside dans le fait que les individus qui sont au sein de l'entreprise doivent saisir l'opportunité qui se présente et avoir des compétences et des connaissances approfondies du marché, des technologies utilisées, des besoins des consommateurs, etc...(Danjou, 2000) « L'entrepreneuriat est incarné ». Il est appréhendé comme le comportement d'un individu ayant des besoins, des motivations, des traits de personnalité, des aptitudes et des compétences particulières ».</p>
<p>Approche fondée sur les processus</p>	<p>Utilisée surtout dans le domaine des sciences de gestion, ou dans les théories des organisations (how).</p>	<p>-Selon Gartner (1985, 1988) L'entrepreneuriat implique la création et l'organisation de nouvelles activités.</p> <p>- Cunningham et Lischeron (1991) L'entrepreneuriat est un processus interactif de création d'idées, d'évaluation personnelle, de remise en cause actuelle et future</p> <p>- Venkataraman (1997) a défini l'entrepreneuriat comme l'étude de la manière, par qui et avec</p>

Chapitre (I) : Les fondements théoriques du concept d'entrepreneuriat

		quels effets les possibilités de créer de futurs biens et services sont identifiées, évaluées et exploitées.
Approche territoriale	Réflexions sur la relation entre les entreprises et le territoire (développement régional misant sur l'entrepreneuriat)	Théoriciens du développement territorial (Chabault, 2006; Courlet et Pecqueur, 1998; Joya, 2006; Maillat, 2003; Rallet et TOITe, 2004; Veit, 2002, etc.) : L'approche de développement économique régional devient une approche de développement territorial ou le territoire innove et diversifie son économie grâce au regroupement des PME (Développement économique communautaire local).

Source : Dali, Chantale. « L'émergence de l'entrepreneuriat féminin dans un processus de développement local en milieu rural : le cas de la sous-préfecture de Gadouan en Côte d'Ivoire ». Université du Québec à Rimouski, 2014. P : 130

Ainsi, en se basant sur ce tableau et en se concentrant sur l'approche individuelle et l'approche fondée sur les processus, il est possible de mettre en évidence deux éléments essentiels dans le domaine de l'entrepreneuriat : la création (d'un produit, d'un service, d'une activité, d'une organisation, de valeur) et l'entrepreneur. Selon Hernandez, la relation entre ces deux éléments est que l'entrepreneur est l'acteur, et la création de l'entreprise est le fruit de son action¹.

1.1.2 Paradigmes de l'entrepreneuriat :

À partir des années 1980, nous remarquons que le champ de l'entrepreneuriat devient multidisciplinaire adopté par les sciences humaines et administratives. Selon Kent, Sexton et Vesper, (1982), Ce nouvel intérêt a été soutenu par deux éléments clés. Une première encyclopédie

¹OMRANE, Amina, FAYOLLE, Alain, et ZERIBI-BENSLIMANE, Olfa. "Les compétences entrepreneuriales et le processus entrepreneurial: une approche dynamique." *La Revue des Sciences de Gestion* 5 (2011): 91-100. p : 6.

Chapitre (I) : Les fondements théoriques du concept d'entrepreneuriat

sur l'état des connaissances dans le domaine ainsi qu'un premier grand colloque annuel consacré à la recherche dans cette nouvelle discipline, celui de Babson intitulé « Frontiers of Entrepreneurship Research ». Selon Filion (1997) , la plupart des personnes qui s'intéressent à ce domaine proviennent de domaines autres que l'entrepreneuriat. Leurs recherches et leurs enseignements en entrepreneuriat sont généralement liés à leurs activités principales. Par conséquent, l'entrepreneuriat est devenu un phénomène exceptionnel.

Fayolle et Verstraete (2005) ont proposés un classement de définitions par courants de pensées ou paradigmes¹ :

1.1.2.1 Le paradigme d'opportunité d'affaires :

Cette approche définit l'entrepreneuriat comme étant la capacité à créer ou à détecter les opportunités d'affaires afin de les exploiter, cela inclue d'une part de réunir les ressources pour poursuivre les opportunités, d'autre part être un individu capable de découvrir, évaluer, et exploiter l'opportunité.

1.1.2.2 Le paradigme de création d'une organisation :

Selon Gartner (1990), l'entrepreneuriat est la création d'une organisation pas nécessairement une entreprise- par une ou plusieurs personnes.

1.1.2.3 Le paradigme de création de valeur :

Selon Ronstadt (1984) ; Bruat et Julien (2001) l'entrepreneuriat est un phénomène ou un processus créant de la valeur individuelle, économique ou sociale. Ce courant de pensée hébergera les travaux concernant le lien entre l'entrepreneuriat et la croissance économique.

1.1.2.4 Le paradigme de l'innovation :

Ce courant met en avant l'importance de l'innovation dans la définition de l'entrepreneuriat. L'innovation prend plusieurs formes (de nouvelles offres ou services, de nouvelles ressources naturelles, de nouvelles approches de production, de distribution ou de vente,

¹ Janssen, F. & Surlemont, B. (2016). Chapitre 1. L'entrepreneuriat. Dans : Frank Janssen éd., *Entreprendre: Une introduction à l'entrepreneuriat* (pp. 29-38). Louvain-la-Neuve: De Boeck Supérieur, P : 32

Chapitre (I) : Les fondements théoriques du concept d'entrepreneuriat

de nouveaux marchés, de nouvelles structures). Et selon Carland et al (1984) permettra de faire la différence entre l'entrepreneur et le propriétaire dirigeant de PME.

Une définition générale de l'entrepreneuriat peut être retenue, en prenant en considération les divers courants de pensée et paradigmes qui existent. L'entrepreneuriat consiste à générer des valeurs et des richesses économiques en créant des entreprises, en saisissant les opportunités d'affaires et en innovant pour réussir.

1.1.3 Concepts du phénomène entrepreneurial :

Nous pouvons aussi faire la distinction entre l'esprit d'entreprendre et l'esprit entrepreneurial¹ :

1.1.3.1 l'esprit d'entreprise :

Souvent associé à la création ou la reprise d'entreprise, sans oublier l'extrapreneuriat. Selon Block et Stumpf (1992) il s'agit de manières particulières de concevoir les choses, en prenant des initiatives et en agissant ; de se comporter avec la volonté d'essayer de nouvelles choses ou de les faire différemment, simplement parce qu'il existe une possibilité de changement. Selon Léger-Jarniou (2001) il s'agit aussi du souhait de développer une capacité à composer avec le changement et d'expérimenter des idées et agir avec ouverture et flexibilité.

1.1.3.2 L'esprit entrepreneurial ou l'esprit d'entreprendre :

Peut s'exprimer dans des situations d'entreprise et dans la vie de salarié (via l'intrapreneuriat dans des entreprises existantes ou dans des entreprises familiales) ; mais aussi en dehors de l'entreprise dans la vie de tous les jours en tant que citoyen (dans des associations ou en tant qu'auto-entrepreneur par exemple).

Section 2 : L'entrepreneur

Acteur principal de l'action entrepreneuriale, l'entrepreneur joue un rôle central à travers ce phénomène socioéconomique, nous tenterons dans cette section de développer ses différents axes.

¹ Léger-Jarniou, (C). « Introduction. Un état des lieux de l'entrepreneuriat », Catherine Léger-Jarniou éd., *Le grand livre de l'entrepreneuriat*. Dunod, 2013, p : 8

Chapitre (I) : Les fondements théoriques du concept d'entrepreneuriat

1.2.1 Les courants de pensée :

Hélène Vérin (1982) a étudié le terme « entrepreneur » qui a évolué à travers l'histoire. Au XII -ème siècle, le terme faisait référence à une personne qui soutiendrait le mauvais. A la fin XV -ème siècle la terminologie est passée à porteur et réalisateur de projet¹.

Différents courants de pensée ont marqué l'évolution du phénomène entrepreneurial que nous allons citer ci-dessous² :

1.2.1.1 Les économistes :

Ce courant de pensée à associer l'entrepreneur à l'innovation ; à travers ses actions est réalisé le développement. Les auteurs pionniers de ce type de courant sont Cantillon et Say, qui s'intéressaient à la création de l'entreprise, son développement et à sa gestion.

Selon Higgins (1959) et Penrose (1959) et Kirzener (1976) l'entrepreneur est un créateur d'entreprises et pour Ely et Hess (1893), O xenfeldt (1943) et Schloss (1968) il est un preneur de risques. Selon Hayek (1937 ; 1959) le rôle de l'entrepreneur est d'informer le marché des nouveautés qu'il y présente. Knight (1921) pense que l'entrepreneur est lié à l'état d'incertitude du marché et il est rémunéré en conséquence. Hoselitz (1952, 1968) a parlé du taux élevé de tolérance des conditions ambiguës et d'incertitude chez les entrepreneurs. Casson (1982) soutien la théorie qui associe entrepreneurs et développement économique, avec pour caractéristiques la coordination des ressources et de la prise de décision. Quant à Leibenstein (1979) a mesuré l'efficacité dans l'utilisation des ressources par les entrepreneurs.

Cantillon a conçu clairement l'ensemble de la fonction de l'entrepreneur, il était un prêteur de capitaux à risque. Toujours à la recherche d'occasions d'affaires, s'appuyant sur une gestion efficace afin d'optimiser le retour sur investissement. Richard Cantillon possédait la capacité d'analyser une opération, d'identifier ses avantages et de déterminer comment elle pourrait être

¹ FILION Louis Jacques, « Le champ de l'entrepreneuriat : historique, évolution, tendances », Revue internationale P.M.E, Volume 10, numéro 2, 1997, p 149.

² JANSSEN, Frank, et al. « Chapitre 2. L'entrepreneur », Frank Janssen éd., *Entreprendre. Une introduction à l'entrepreneuriat*. De Boeck Supérieur, 2016, pp. 39-58.

Chapitre (I) : Les fondements théoriques du concept d'entrepreneuriat

bénéfique. Des éléments précurseurs du taylorisme peuvent également être identifiés chez Cantillon, qui s'intéressait à la question économique avec une approche rationaliste¹.

Jean-Baptiste Say aussi s'est intéressé aux activités de l'entrepreneur. Il appuyait la théorie du développement économique à travers la création d'entreprises. Il était partisan de la révolution industrielle anglaise et transposait ce modèle en France pour la création et la distribution de richesses. Say est un économiste se rapprochant plus de la pensée de Peter Drucker que d'un Kenneth Galbraith.

Selon Filion (1997), Cantillon et Say considéraient principalement l'entrepreneur comme une personne qui prenait des risques car elle investissait son propre argent. Selon Cantillon, l'entrepreneur fait l'acquisition d'une matière première souvent un produit agricole à un prix fixe afin de la transformer et de la revendre à un prix variable. C'est donc quelqu'un qui sait saisir une occasion en vue de réaliser un profit, mais qui doit en assumer les risques. Selon Say, l'entrepreneur sera différencié du capitaliste, ainsi que les avantages de l'un et de l'autre. Dans cette optique, il relie l'entrepreneur à l'innovation, et considère l'entrepreneur comme un acteur de transformation. Il est le premier à avoir défini tous les aspects de l'entrepreneur et son activité dans le sens où nous l'entendons aujourd'hui.

Schumpeter (1954) s'est longtemps appuyé sur les écrits de Jean-Baptiste Say. Car ce dernier était le pionnier de ce champ d'étude, qualifié de père du champ de l'entrepreneuriat (Filion, 1988). Say s'est inspiré du courant de pensée des physiocrates et de la révolution industrielle en Grande-Bretagne dans ses écrits. En tant qu'admirateur d'Adam Smith, dont il a fait connaître les idées en France, ainsi que de la révolution industrielle anglaise (Say, 1816), il tentera de mettre en place un cadre de pensée afin qu'elle puisse être réalisée en France. Selon Quesnay, Mercier de La Rivière, Mirabeau, Condorcet, Turgot et d'autres physiocrates, il mettra en pratique avec l'entrepreneur la pensée libérale pour l'agriculture. Cependant, c'est Schumpeter qui lance l'entrepreneuriat et le lie étroitement à l'innovation.

L'entrepreneuriat, c'est la perception et l'exploitation de nouvelles possibilités dans le domaine de l'entreprise, Il s'agit toujours d'un autre usage des ressources nationales qui sont exclues

¹ FILION Louis Jacques, Op-cit, p : 132.

Chapitre (I) : Les fondements théoriques du concept d'entrepreneuriat

de leur utilisation naturelle et qui sont soumises à de nouvelles combinaisons. Say n'est pas le seul à associer l'entrepreneuriat à l'innovation. Schumpeter (1928), Higgins (1959), Baumol (1968), Schloss (1968), Leibenstein (1978) et la majorité des économistes qui se penchent sur l'entrepreneuriat après lui le feront aussi. Les économistes cherchent principalement à approfondir leur compréhension du rôle de l'entrepreneur dans le système. Baumol (1993) a synthétisé les principaux courants de pensée en économie sur l'entrepreneuriat et distingué deux types d'entrepreneur : l'entrepreneur-organisateur d'entreprises et l'entrepreneur-innovateur. Selon Say (1803), Knight (1921) et Kirzner (1983), l'entrepreneur classique est le premier, tandis que Schumpeter (1934) décrit le second.

Il n'est jamais facile d'intégrer des éléments de rationalité dans le comportement complexe de l'entrepreneur. L'une des critiques adressées aux économistes est qu'ils n'ont pas réussi à faire progresser la science économique et qu'ils n'ont pas réussi à développer une science du comportement économique des entrepreneurs. Cela entraînera une orientation du monde de l'entrepreneuriat vers les behavioristes afin de mieux appréhender le comportement de l'entrepreneur.

1.2.1.2 Les behavioristes :

La créativité, la ténacité, l'internalité et le leadership sont des qualités attribuées à l'entrepreneur selon les experts en sciences du comportement. Max Weber (1930) fut l'un des premiers chercheurs de cette discipline à se pencher sur les entrepreneurs. Il a reconnu l'importance du système de valeur pour expliquer le comportement des entrepreneurs. Il les considérait comme des personnes innovantes, autonomes et dotées d'une forme d'autorité formelle grâce à leur rôle de dirigeants d'entreprise. Cependant, David C. McClelland fut probablement celui qui a donné le départ aux sciences du comportement en ce qui concerne les entrepreneurs.

a. David C. McClelland :

Dans les années 1950, la montée de l'URSS est questionnée. David C. McClelland a étudié l'histoire pour expliquer les facteurs clés de succès des grandes civilisations. De cette étude exceptionnelle, McClelland (1961) met en évidence divers éléments, principalement la présence de héros dans la littérature. Ces héros sont pris pour modèles par les générations suivantes et ont tendance à les imiter dans leurs actions. Ces héros ont l'habitude de franchir les obstacles, de

Chapitre (I) : Les fondements théoriques du concept d'entrepreneuriat

repousser les limites de ce qu'il est envisageable de réaliser. D'après McClelland, les individus qui sont formés sous cette influence ont un fort désir de réalisation, et il le lie à l'entrepreneur. Cependant, il ne définit pas l'entrepreneur de la manière habituelle dans la littérature du secteur. On le désigne ainsi : un entrepreneur est une personne qui possède un pouvoir sur une production qui dépasse sa propre consommation. D'après la conception, un responsable d'une unité de production d'acier en U.R.S.S. est un entrepreneur. McClelland (1971) a principalement examiné les responsables de grandes entreprises. Même si ses écrits sont étroitement liés au domaine de l'entrepreneuriat, ils ne mettent pas en évidence de lien entre le désir de réalisation et le succès entrepreneurial.

Afin de réellement orienter le besoin de réalisation vers l'entrepreneuriat et la création d'entreprises, il est essentiel que les valeurs sociales à l'échelle locale reconnaissent et valorisent assez la réussite en affaires pour attirer celles et ceux qui ont un fort besoin de réalisation. Selon Gasse (1982), à la suite de Gunder (1969) et de Kunkel (1965), il est clair que la théorie du besoin de réalisation de McClelland n'est pas satisfaisante, car elle ne peut prendre en compte les structures sociales qui influencent les orientations individuelles.

Cependant, Kennedy (1991), Rosenberg et Birdzell (1986), ainsi que Toynbee (1994), ont démontré de manière convaincante la diversité des éléments qui contribuent au développement des sociétés et des cultures. McClelland aura certainement prouvé que l'homme est un résultat de la société. Il est possible de croire que les hommes ont tendance à copier leur propre modèle. De cette manière, plus il y aura d'entrepreneurs dans une société, plus les jeunes seront susceptibles d'imiter ces modèles, c'est-à-dire de choisir l'entrepreneuriat comme choix de carrière.

b. L'école des traits de caractère :

L'objectif est de déterminer qui est l'entrepreneur et quelles sont ses particularités. Les sciences du comportement connaissent une croissance fulgurante. De meilleurs accords ont été établis que dans d'autres domaines sur les méthodologies de recherche qui garantissent la validité et la fiabilité. Pendant la décennie 1980. D'autres chercheurs ont essayé de comprendre toutes les caractéristiques attribuées aux cadres. Cette tentative est résumée dans le tableau ci-dessous.

Chapitre (I) : Les fondements théoriques du concept d'entrepreneuriat

Tableau (2) : Les traits les plus fréquemment attribués aux entrepreneurs par les experts en comportement

Innovateurs	Besoin de réalisation
Leaders	Internalité
Preneurs de risques modérés	Confiance en soi
Indépendants	Implication à long terme
Créateurs Énergiques	Tolérance à l'ambiguïté et à l'incertitude
Persévérants Originaux	Initiative
Optimistes	Apprentissage
Orientés vers les résultats	Utilisation de ressources
Flexibles	Sensibilité envers les autres
Débrouillards	Agressivité
	Tendance à faire confiance
	Argent comme mesure de performance

Source : FILION Louis Jacques. (1997). Op-cit, p : 138.

1.2.2 Les caractéristiques de l'entrepreneur :

Les traits les plus fréquemment attribués aux entrepreneurs par les experts en comportement sont¹:

1.2.2.1 Les caractéristiques démographiques :

-L'âge est souvent lié à une attitude plus prudente, incitant les individus à mettre l'accent sur des objectifs de sécurité financière et professionnelle ;

-Le genre peut jouer un rôle dans la détermination des possibilités d'emploi et d'accès à des réseaux professionnels pour une personne. Par exemple, les femmes qui commencent à travailler en tant qu'indépendantes seraient défavorisées par rapport aux hommes en raison d'obstacles à l'éducation, de la pression familiale et de l'environnement professionnel (Désapprobation sociale) ;

¹ Janssen, F., Surlemont, B., De Hoe, R. & Schmitt, C , Op-cit., PP: 45-47

Chapitre (I) : Les fondements théoriques du concept d'entrepreneuriat

- L'ethnicité ou l'état civil : dans le cas de l'appartenance à une minorité ethnique l'entrepreneuriat peut constituer un facteur d'intégration sociale.

1.2.2.2 Caractéristiques psychologiques :

D'autres recherches se sont penchées sur les traitements de personnalité des entrepreneurs, permettant ainsi de comprendre ce qui pousse une personne à s'investir dans une activité entrepreneuriale et de prédire cela. Ces études ont principalement examiné les éléments suivants :

a. le besoin d'accomplissement : Selon McClelland (1961), il y a une nécessité d'exceller et d'atteindre un objectif personnel dans le but d'atteindre un certain objectif. Ce besoin d'accomplissement ou "nAch" pour "need for achievement" est généralement plus important chez les personnes qui préfèrent des tâches qui présentent un défi plutôt que des tâches ordinaires. Ces personnes assument des responsabilités personnelles concernant leurs résultats et leurs performances, tout en cherchant de nouvelles et meilleures méthodes pour améliorer ces résultats. Cependant, on n'a jamais pu établir une corrélation empirique entre un besoin d'accomplissement, la direction et la possession d'une entreprise.

b. la prise de risque : Selon McClelland (1961) la prise de risques définis en termes de probabilité ou de proposition d'un individu à prendre des risques, elle peut se révéler dans le cadre de la création d'entreprise, dans le choix de poursuivre une idée d'affaires et dans les probabilités de succès. Or Certains individus accordent une plus grande importance à cette tolérance au risque, tandis que d'autres entrepreneurs privilégient des risques modérés, tandis que d'autres encore estiment que la prise de risques est l'essence même de l'activité entrepreneuriale.

c. l'esprit inventif : Il s'agit de la préférence pour de nouvelles méthodes d'action et d'exécution. La création d'une entreprise implique l'introduction de nouveaux produits, de nouveaux services, de nouveaux marchés, de nouveaux modèles d'affaires et de nouvelles technologies.

d. l'autonomie : Selon Davids (1963)

Les individus ressentent un besoin d'autonomie lorsqu'ils choisissent de mettre en place leur propre objectif, de développer des plans d'action et de contrôler eux-mêmes la réalisation de leurs objectifs. Pour éviter les contraintes et les rôles établis dans les organisations, ils optent pour une activité indépendante. Les individus qui présentent un haut degré d'autonomie selon Kets De Vries

Chapitre (I) : Les fondements théoriques du concept d'entrepreneuriat

(1977) serait incapable de se soumettre à l'autorité d'autrui et de s'adapter aux structures d'une organisation existante cela expliquerait pourquoi l'entrepreneur cherche à créer sa propre organisation fonctionnant selon les règles qu'il a fixées.

e. contrôle du destin : Dans les années 1960, Rotter a élaboré une théorie selon laquelle l'entrepreneur chercherait à prendre le contrôle du destin. Selon lui, les répercussions de ses actions seraient déterminées par son propre comportement et ne seraient pas influencées par d'autres facteurs tels que le hasard ou la décision d'autrui.

f. la confiance en soi : D'après Davids (1963), la confiance en soi se réfère à sa capacité à accomplir efficacement certaines actions. Les personnes qui ont une grande confiance en elles sont plus susceptibles à persévérer lorsque des problèmes se présentent et à agir pour les résoudre. Elles seront plus intuitives, auront plus d'espoir de réussite et s'engageront dans des perspectives à long terme.

1.2.3 les motivations de l'entrepreneur :

Nous pouvons distinguer deux types d'approches qui déterminent les raisons de motivation des entrepreneurs¹ :

1.2.3.1 Approche Financière :

En vue de la nature concurrentielle de l'écosystème entrepreneurial. L'approche classique des années 1960 démontre que l'on peut distinguer les motivations suivantes :

a. L'objectif organisationnel de toute entreprise est la maximisation du profit alors que Selon certaines études sur les grandes entreprises, il a été démontré que les dirigeants d'entreprises poursuivaient principalement l'augmentation des parts de marché de l'entreprise, le prestige ou le pouvoir.

b. Objectifs non lucratifs : représentent les éléments suivants :

- La satisfaction psychologique d'être son propre patron ;
- L'indépendance professionnelle ou financière ;

¹ Ibid, p : 41-43

Chapitre (I) : Les fondements théoriques du concept d'entrepreneuriat

- L'autonomie ;
- La volonté d'assurer un revenu, un emploi pour sa famille ;
- Le désir de réaliser des produits de qualité ;
- La créativité ;
- Le pouvoir ;
- Le statut ;
- La réalisation individuelle ;
- La pérennité de l'entreprise...ETC.

Ces objectifs se manifestent sous différentes formes, qu'ils soient individuels ou combinés entre eux, et peuvent évoluer au fil du temps et de l'évolution de l'entreprise. Une autre forme de distinction peut aussi démontrer la nature des motivations sous deux catégories génériques :

1.2.3.2 Approche par nature de motivation :

Cette approche examine la nature comportementale selon deux types de motivations :

a. Les motivations de type « PULL » : Ces facteurs intrinsèques sont pris en compte par l'entrepreneur lorsqu'il considère la création d'une entreprise comme génératrice d'avantages matériels ou non matériels, tels que la perception d'une opportunité de marché, la réalisation personnelle ou la recherche de profit.

b. Les motivations de type « push » : Le dirigeant n'a que peu d'influence sur les facteurs externes lorsqu'il crée une entreprise en raison d'un conflit entre la situation actuelle de l'entrepreneur et celle qu'il souhaite connaître, Prenons l'exemple d'une situation de chômage, d'insécurité professionnelle, d'un emploi peu satisfaisant, peu rémunérateur ou sans opportunité professionnelle.

Après les travaux du Global Entrepreneurship Monitor GEM les termes motivations push-pull font la place aux concepts entrepreneur de nécessité et entrepreneur d'opportunité.

Certains auteurs ont tenté de d'établir des typologies entrepreneuriales liées notamment aux motivations nous citons quelques-unes ci-dessous.

Chapitre (I) : Les fondements théoriques du concept d'entrepreneuriat

1.2.4 Typologies d'entrepreneurs :

Il est impossible d'aborder le domaine de l'entrepreneuriat sans évoquer les différentes catégories d'entrepreneurs. Les typologies suscitent autant d'intérêt chez les chercheurs que chez les enseignants. Les cas d'études sur les entrepreneurs permettent d'approfondir l'analyse des éléments de cohérence de chaque cas et sont un outil précieux dans un domaine où il existe une telle diversité de cas. Quelques-unes de ces typologies développées ont été retenues ¹ :

1.2.4.1 Typologie de Smith (1967) :

Smith (1967) a d'abord considéré l'entrepreneur technologique comme faisant partie d'une catégorie à part et a observé deux types d'entrepreneurs :

a. L'entrepreneur artisan : à un niveau d'éducation relativement limité. Fréquemment, il s'agit d'un ancien ouvrier qui, grâce à son expérience technique, maîtrise les machines qu'il utilise. Il adopte un style de gestion paternaliste et exige de l'autre fidélité et constance. Il communique assez mal et adopte essentiellement une approche de court terme. Il recherche l'autonomie et il est peu innovant.

b. L'entrepreneur opportuniste ou l'entrepreneur d'affaires : il est fréquent de rencontrer un ancien manager ayant un haut niveau d'éducation, avec une expérience professionnelle diversifiée. Son objectif est de développer son entreprise. Il adopte un style de gestion participatif qui le pousse à déléguer facilement, à planifier à long terme et à travailler dans des secteurs plus novateurs.

1.2.4.2 Typologie de Laufer (1974) :

Laufer a relevé quatre types d'entrepreneur, soit :

- Le manager ou l'innovateur ;
- L'entrepreneur-proprétaire orienté vers la croissance ;
- L'entrepreneur refusant la croissance mais recherchant l'efficacité ;
- L'entrepreneur artisan.

¹ Idem

Chapitre (I) : Les fondements théoriques du concept d'entrepreneuriat

1.2.4.3 Typologie de Vesper (1980) : Selon Vesper (1980), il existe au moins 11 types d'entrepreneurs :

- a. Les travailleurs autonomes travaillant seuls ;
- b. Les bâtisseurs d'équipes ;
- c. Les innovateurs indépendants ;
- d. Les multiplicateurs de modèles existants ;
- e. Les exploitants d'économies d'échelle ;
- f. Les rassembleurs de capitaux ;
- g. Les acquéreurs ;
- h. Les artistes qui achètent et vendent ;
- i. Les constructeurs de conglomérats ;
- j. Les spéculateurs ;
- k. les manipulateurs de valeurs apparentes.

1.2.4.4 Typologie de Julien et Marchesnay (1996) :

Selon Julien et Marchesnay à partir de la logique d'action de l'entrepreneur, ont défini deux types de propriétaires-dirigeants :

a. PIC (pérennité, indépendance, croissance) : Son objectif principal est d'accumuler du patrimoine et de mettre la pérennité de son entreprise au premier plan. Par conséquent, il cherche à rester autonome et refuse les apports de capitaux externes. Il acceptera la croissance de son entreprise que dans la mesure où elle ne menace pas sa pérennité et son indépendance.

b. CAP (croissance forte, autonomie, peu de pérennité) : privilégie une logique d'action entrepreneuriale et vise une croissance forte et souhaite conserver une autonomie de décision, l'indépendance financière ne le préoccupe guère.

Chapitre (I) : Les fondements théoriques du concept d'entrepreneuriat

1.2.5 La cognition de l'entrepreneur :

Ces dernières années, les recherches relatives aux émotions de l'entrepreneur se sont développées. Considérant les aspects émotionnels pouvant influencer l'entrepreneuriat comme Baron (2008), Cardon et al (2009), Delgado Garcia et al (2015), Shepherd (2003).

Le premier auteur à souligner le type de raisonnement privilégié par les entrepreneurs pour prendre des décisions est Sarasvathy (2001). Les entrepreneurs privilégient plutôt un raisonnement concret lorsqu'ils font face à des problèmes et à des incertitudes. Ce raisonnement prend les moyens à disposition comme une donnée et se focalise plutôt sur la sélection des effets qu'il est possible d'atteindre. Contrairement au raisonnement causal qui est privilégié par les managers qui prennent pour donnée l'objectif à atteindre et se focalisent sur la sélection des moyens permettant de l'atteindre¹.

Dans les années 2000 les recherches sur la cognition entrepreneuriale se sont développées et peuvent être regroupées autour de 3 dimensions selon Dewe al (2015)²:

1.2.5.1 La cognition intégrée : Des chercheurs ont investigué l'influence des facteurs exogènes situationnels sur l'intention entrepreneuriale, les études de Baron 2008 sur le rôle des émotions dans le processus de décision et les études de Cardon et al 2009 sur le rôle de la passion entrepreneuriale.

1.2.5.2 La cognition enracinée dans le corps : Citant les travaux des gènes de Nicolaou et al (2008) et des hormones de White et al (2007) dans la probabilité de s'engager dans une carrière entrepreneuriale, des recherches portant sur l'influence des actions motrices selon Cornelissen et Clark (2010), de la gestuelle selon Cornelissen et al (2012) et de la manière de construire les phrases selon Clarke et Cornelissen (2011).

1.2.5.3 La cognition distribuée : Les recherches concernant le rôle de la cognition collective en tant que facteur influençant la cognition de la passion entrepreneuriale sont mentionnées par

¹ Idem

² Idem

Chapitre (I) : Les fondements théoriques du concept d'entrepreneuriat

Cardon (2008), ainsi que par Breugst et al (2012) sur l'impact de la cognition de la passion entrepreneuriale sur l'engagement des employés.

Section 3 : L'intention entrepreneuriale et la démarche entrepreneuriale

L'étude du processus qui vient en amont de la création d'entreprise nommé l'intention entrepreneuriale est tout aussi important que d'étudier le phénomène de l'entrepreneuriat lui-même. Selon Kolvereid (1997) ; Krueger, Brazeal, (1994) ; Krueger et alii, (2000) l'intention représente le meilleur prédicteur de l'acte d'entreprendre¹.

1.3.1 La prédiction du comportement entrepreneurial ou l'intention entrepreneuriale :

Au cours des années 1990, un nouveau mouvement de recherche se penche sur l'étude de l'intention entrepreneuriale en se basant sur les normes économiques, sociales, culturelles, contextuelles...etc, qui encouragent ces initiatives. En se basant sur le principe selon lequel un comportement peut être anticipé grâce à une intention antérieure. Le modèle de shapero (1975) et le modèle du comportement planifié d'Ajzen (1991) sont les principaux modèles à l'origine de ce courant².

1.3.1.1 Le modèle SHAPERO (1975) : SHAPERO et SOKOL (1982) ont tenté de représenter la formation de l'événement entrepreneurial en utilisant des forces directives (déplacements) qui conduisent une personne dans une direction spécifique à un certain moment. Selon Shapero, la création d'entreprise est un processus complexe qui nécessite une analyse approfondie. Pour l'analyser, il est nécessaire de prendre en considération, en plus des caractéristiques psychologiques du créateur, plusieurs facteurs contextuels tels que la discontinuité, la crédibilité et la faisabilité³.

a. La discontinuité ou déplacement, variable de situation : L'entrepreneuriat découle d'une variété de circonstances : des situations négatives telles que le divorce, le licenciement, l'émigration... etc. Et encourageantes connues sous le nom de Pulls, telles que la reconnaissance

¹ TOUNÉS, Azzedine. L'intention entrepreneuriale des étudiants : le cas français. *La revue des sciences de gestion*, 2006, no 3, p : 57

² Ibid, p : 58

³ Idem

Chapitre (I) : Les fondements théoriques du concept d'entrepreneuriat

d'une occasion, l'offre d'un moyen de financement, la rencontre d'un client ou d'un fournisseur. Et les périodes de transition telles que la sortie de l'armée, la sortie de l'école... etc.

b. La crédibilité de l'acte, variable sociologique : La capacité à s'imaginer dans le rôle entrepreneurial est cruciale pour passer à l'acte entrepreneurial, et cela nécessite également la présence d'une culture entrepreneuriale déjà développée.

c. La faisabilité de l'acte, variable économique : Le démarrage de l'entreprise nécessite la disponibilité de certaines ressources, souvent appelées les 6M (Money, Men, Machines, Matériels, marché, gestion). Cependant, la ressource la plus essentielle demeure le capital initial.

La figure suivante synthétise le modèle de formation de l'événement entrepreneurial selon le modèle de Shapero :

Figure (1) : L'événement entrepreneurial : la formation selon SHAPERO

Déplacements négatifs

Emigration forcée

Perte d'emploi

Ennui

Formation

Atteinte de l'âge moyen

Divorce ou veuvage

Nuance

Démobilisation

Sortie de l'école

Sortie de prison

Attraction positive

De la part de partenaire

De la part de mentor

De la part d'investisseur

De la part de client

Perception de la désirabilité

Culture

Famille

Pairs

Collègues

Mentors

Perception de la faisabilité

Aide financière

Autres aides

Modèles

Mentors, Partenaires

Chapitre (I) : Les fondements théoriques du concept d'entrepreneuriat

Source : Brunet-Mbappe, Anne. « Chapitre 2. L'échec entrepreneurial. Par-delà le tabou », Catherine Léger-Jarniou éd., *Le grand livre de l'entrepreneuriat*. Dunod, 2013, P : 52

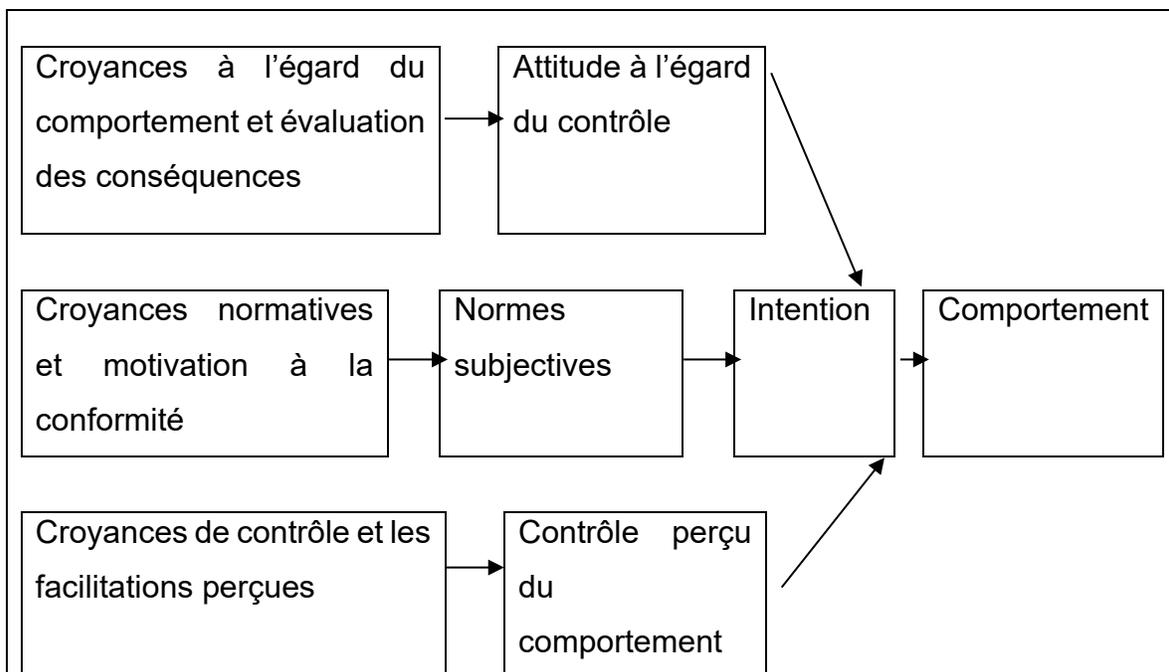
1.3.1.2 Le modèle d'AJZEN (1991) : est à l'origine du modèle du comportement planifié. Il comporte trois niveaux d'analyse selon le schéma ci-dessous, qui s'explique à partir de l'intention d'une personne, qui déterminera de façon directe son comportement ou son action, auquel s'ajoute deux autres dimensions ¹:

. Le contrôle perçu c'est à dire l'idée de conscience dans l'action, mais cela reste relatif à une norme donnée.

. Les diverses normes subjectives qui ont un impact sur la mise en œuvre de l'acte.

. Les convictions de l'entrepreneur concernant la norme sociale qui l'incite à entreprendre ou non, influencent son comportement entrepreneurial.

Figure (2) : Le modèle de l'intention entrepreneuriale d'AJZEN



Source : Janssen, Frank, et al. « Chapitre 2. L'entrepreneur », Frank Janssen éd., *Entreprendre. Une introduction à l'entrepreneuriat*. De Boeck Supérieur, 2016, p : 53

¹ Idem

Chapitre (I) : Les fondements théoriques du concept d'entrepreneuriat

1.3.2 La démarche entrepreneuriale :

Partant de l'approche entrepreneuriale qui repose sur la création de valeur, Shane et Venkataraman (2000) ont identifié le processus par lequel l'individu peut créer cette valeur en trois étapes¹ :

1.3.2.1 L'identification de l'opportunité :

Cette étape suppose une intention de création d'activités, l'entrepreneur scrute son environnement et ses changements technologiques, politiques, sociaux ou démographiques afin de détecter et saisir les opportunités en fonction de ses motivations et ses attentes. Pour l'école « autrichienne » ces opportunités existent déjà dans l'environnement, d'autres auteurs tels que Timmons (1994) au contraire disent que ces opportunités qui n'existeraient pas, peuvent se construire par l'entrepreneur. L'identification d'une bonne idée peut se faire au terme d'une séance de brainstorming, identifier plusieurs idées qui pourraient mériter d'être développées mais toutes ne sont pas nécessairement des opportunités. L'opportunité vient parfois de l'exploitation d'un nouveau modèle d'affaires relatif à un produit/service existant. Le succès de Air bnb par exemple s'explique par son mode de distribution de produits classiques mais qui exploite au maximum les fonctionnalités d'internet. Une récente étude a montré que le secteur high-tech tel que défini par l'OCDE, ne représente que 3 à 10% du PNB des pays européens, les secteurs traditionnels dit low and médium tech (LMT) représentent donc de 90 à 97% du PNB, la plupart des succès sont associés à la réussite d'idées à priori classiques voire banales, toute la différence réside souvent dans l'identification de la bonne niche de marché, la mise en œuvre de la stratégie adéquate et surtout dans une exécution sans faille. Beaucoup d'entrepreneurs vous diront que le secret de leur réussite tient à 5% d'inspiration et à 95% de transpiration².

1.3.2.2 La décision d'exploiter l'opportunité :

Après l'identification de l'opportunité, l'entrepreneur doit l'évaluer et faire le choix de l'exploiter ou non avec des actions orientées vers des ressources cruciales telles que (l'information, capital humain, capital social et organisationnel), avec un haut degré d'incertitude et d'ambiguïté

¹ SURLEMONT, Bernard. « Chapitre 4. De l'idée à l'opportunité », Frank Janssen éd., *Entreprendre. Une introduction à l'entrepreneuriat*. De Boeck Supérieur, 2016, p : 75-76

² Ibid, p : 75

Chapitre (I) : Les fondements théoriques du concept d'entrepreneuriat

engendré par des problèmes non encore définis et des idées non encore développées. Ainsi explorer des débouchés commerciaux pour des concepts encore très flous, additionnant des contraintes de temps, de financement et d'attention¹.

1.3.2.3 Le mode d'exploitation :

Il existe deux modes d'exploitation ; Poursuivre l'opportunité décelée en créant une nouvelle organisation ou vendre l'opportunité à d'autres organisations².

Une opportunité est une idée qui se perfectionne grâce à une étude de marché, à l'identification de la stratégie appropriée, à la création d'un modèle d'affaires et à l'adaptation aux retours de l'environnement. En premier lieu, la rencontre d'une offre efficace et d'une demande à laquelle elle est adaptée crée une opportunité, mais pas nécessairement en raison de la singularité d'une idée.

Section 4 : Les facettes de l'entrepreneuriat

Les formes d'entrepreneuriat émergent avec la venue de nouveaux besoins dans l'action entrepreneuriale, dans cette section nous allons voir les caractéristiques de quelques-unes d'entre elles :

1.4.1 L'entrepreneuriat durable :

Nous pouvons définir les différents éléments de cette forme d'entrepreneuriat comme suite³ :

1.4.1.1 concept de l'entrepreneuriat durable :

L'entrepreneuriat durable résulte du croisement entre des sphères économiques, écologiques et sociétales. Les entreprises dites « durables et responsables » sont, pour la Commission européenne, celles des éco-industries dont l'activité principale concerne les problèmes énergétiques et environnementaux. Considérée comme une éco-industrie, y compris dans le secteur des services. Les éco-industries peuvent être classées en deux catégories⁴.

¹ Idem

² Idem

³ FONROUGE, Cécile et PETZOLD, Stéphanie. « Chapitre 16. L'entrepreneuriat durable. Nouvel eldorado ? », Catherine Léger-Jarniou éd., *Le grand livre de l'entrepreneuriat*. Dunod, 2013, pp. 307-320.

⁴ Ibid, p. 307

Chapitre (I) : Les fondements théoriques du concept d'entrepreneuriat

- L'une comprend des petites entreprises innovantes, par exemple dans le secteur des énergies renouvelables, du recyclage, de l'audit ou du conseil en environnement ;
- L'autre comprend des entreprises à plus forte intensité capitalistique, qui fournissent des biens et services dans des domaines comme les déchets, les eaux usées, le transport.

Dans cette forme d'entrepreneuriat, Le durable est considéré comme voie de renouvellement des innovations technologiques, organisationnelles voire sociales avec différentes stratégies telles que l'innovation socialement pull avec un objectif de réduction de la pollution ou l'innovation technologie push poussées par les avancées technologiques (le photovoltaïque).

1.4.1.2 Les enjeux de l'entrepreneuriat durable :

- Exploiter les défaillances du marché pour résoudre les problèmes sociaux et environnementaux tout en générant des profits ;
- L'entrepreneur durable se trouve dans la position de révolte créative ou de défiance constructive en employant différentes formes d'innovations technologiques, organisationnelles ou institutionnelles en réponse à une société industrielle et la volonté de respecter l'environnement et la société. Aussi pour des générations futures¹.

1.4.1.3 Typologie des entrepreneurs durables :

- a. Les entrepreneurs David créateurs d'entreprises des éco-industries, caractérisées par des activités innovantes fondées sur des modes d'apprentissage de type exploratoire. Petites structures autonomes organisées en unités dépendantes des grandes firmes installées soient par motivation sociale en cherchant à répondre à une problématique sociale donnée (exemple du « bio ») soit en adaptant la technologie aux contraintes du marché. Généralement dans un contexte de rupture technologique il y a toujours la place pour un acteur pour s'insérer sur ce marché qui agit sur des niches de marché organisées.
- b. Les Goliath, grandes entreprises déjà en place s'adressent à un marché de masse avec des politiques larges de communication sur le développement durable.

¹ Idem

Chapitre (I) : Les fondements théoriques du concept d'entrepreneuriat

1.4.2 L'entrepreneuriat social :

L'entrepreneuriat social est une discipline de recherche en plein essor, qui connaît un intérêt particulier par toute la société car elle permet de traiter de façon innovante différentes problématiques, notamment dans le domaine du développement durable, la santé ou la défense des droits de l'homme...etc.

Nous allons par la suite définir cette forme d'entrepreneuriat et d'en citer quelques aspects :

1.4.2.1 Notion de l'entrepreneuriat social :

Le terme entrepreneuriat social est d'origine anglo-saxonne « social entrepreneurship », selon Sophie BACQ et Frank JANSSEN l'entrepreneuriat social est l'ensemble des individus et des organisations engagées dans des activités entrepreneuriales en tant que processus de création de valeurs avec un objectif social¹.

Face à une économie de marché secouée par les crises engendrant des problèmes sociaux accrus, et un état désengagé, l'entrepreneuriat social constitue un choix évident pour un certain nombre d'entrepreneurs citoyens qui donnent du sens à leur activité, il s'agit d'une question de principes même si cela est contradictoire avec la performance économique².

1.4.2.2 Typologie de l'entrepreneuriat social :

Plusieurs courants de recherche ont étudié trois notions de cette facette d'entrepreneuriat³ :

a. L'entreprise sociale qui appartient au secteur associatif : D'après Austin et al. (2006), l'objectif est de résoudre de manière innovante leur propre problème de financement en développant des activités génératrices de revenus qui ne sont pas nécessairement liées à la mission sociale des organisations. Cependant, elles doivent leur permettre de se développer de manière autonome afin de faire face à la baisse des aides publiques et aux limites de la philanthropie.

b. L'entrepreneuriat social et l'innovation sociale : Selon Bornstein (2004), l'entrepreneur social est perçu comme un acteur de changement social qui met en pratique sa créativité, son dynamisme

¹ SCHMITT Christophe et LIEVRE Pascal, Op-cit, p : 184.

² BONCLER, Jérôme, HLADY RISPAL, Martine et PAPIN, Christophe. « Chapitre 17. L'entrepreneuriat social. En quête d'un équilibre entre marché, état et solidarité », Catherine Léger-Jarniou éd., *Le grand livre de l'entrepreneuriat*. Dunod, 2013, p: 322

³ Mertens, Sybille, BACQ, Sophie, et RIJPENS, Julie. « chapitre 18. L'entrepreneuriat social », Frank Janssen éd., *Entreprendre. Une introduction à l'entrepreneuriat*. De Boeck Supérieur, 2016, pp. 335-360.

Chapitre (I) : Les fondements théoriques du concept d'entrepreneuriat

et son leadership pour apporter des réponses innovantes à des besoins sociaux. En conséquence, il peut être perçu comme un héros contemporain. D'après Drayton et Mac Donald, l'organisation Ashoka, fondée en 1980 par Bill Drayton, a joué un rôle majeur dans ce mouvement de pensée en identifiant et en soutenant « des individus exceptionnels qui élaborent des modèles qui favorisent le changement social ». L'origine du mouvement est européen, portée par le réseau EMES qui défend une conception de l'entreprise sociale à laquelle il reconnaît une relation avec le champ plus large de l'économie sociale. L'entreprise sociale est définie par l'approche EMES comme étant des entreprises privées à but non lucratif qui produisent des biens et proposent des services en lien direct avec leur but social. Elles sont basées sur une collaboration entre divers acteurs impliqués dans leurs organes de gestion. Elles mettent l'accent sur leur autonomie et sont confrontées à un risque économique en lien avec leur activité.

c. Les opportunités sociales : Une opportunité sociale et une opportunité commerciale sont distinctes en leur orientation à leur dimension sociale ou environnementale. Elles utilisent l'aspect économique comme un moyen d'atteindre la finalité sociale, et leurs objectifs sont liés à la production, l'innovation, la finance et la redynamisation des quartiers. Les entrepreneurs envisagent de faire face à une problématique sociétale qui n'est pas encore abordée.

1.4.3 L'intrapreneuriat :

L'intrapreneuriat est une dynamique entrepreneuriale qui prend place dans une entreprise déjà existante. Cette dynamique peut se présenter sous deux formes¹ :

- Elle se manifeste dans la création de nouvelles entreprises, généralement basées sur l'utilisation d'une innovation (produits, processus) ;
- Elle se reflète dans la façon dont les employés se comportent, mettant en avant des caractéristiques propres à l'entrepreneur (proactivité, souplesse, autonomie, inventivité). Selon Basso (2006), l'intrapreneur est une forme d'entrepreneuriat "en interne" qui consiste en un individu hybride entre entrepreneur et manager (un salarié qui développe de nouvelles activités) talentueux, performant et investi, qui finira par évoluer vers un entrepreneuriat "indépendant".

¹BASSO, Olivier, et PHEULPIN, Sylvie . « Chapitre 4. L'intrapreneuriat. Pour surmonter le déclin des grandes entreprises ? », Catherine Léger-Jarniou éd., *Le grand livre de l'entrepreneuriat*. Dunod, 2013, p : 83

Chapitre (I) : Les fondements théoriques du concept d'entrepreneuriat

1.4.3.2 modalités organisationnelles de l'intrapreneuriat :

Une étude menée en 2004 pour l'institut de France a mis en place un dispositif sur cinq modalités organisationnelles de l'intrapreneuriat ¹:

a. L'enclave : Appelé aussi (hub, incubateur...) est un département isolé du reste des entités de l'organisation, l'enclave joue le rôle d'accélérateur d'idées en protégeant les initiatives innovantes de nature différente (projet, formation...), et constitue également un facteur important de prise de décision, de mise en réseau, d'apport dans les domaines du financement, de la logistique, du recrutement ou encore du développement commercial.

b. La dissémination : Est un modèle qui revoie à la désignation d'une équipe composée souvent de collaborateurs passionnés proche des structures (R&D, Marketing) qui ont la responsabilité de porter l'esprit entrepreneurial au sein du groupe, de le diffuser en organisant par exemple des programmes de formation-action, s'adressant à toute l'entreprise.

c. L'imprégnation : Est une sorte de revendication d'une culture entrepreneuriale diffusée dans toute l'organisation en supposant des structures très souples à caractère décentralisé, avec une remise en cause permanente, le gout du challenge et d'esprit de compétition interne. Exemple de la règle des 15% de temps libre affecté au développement de nouveaux projets chez le groupe 3M.

d. L'acquisition apprenante : Est un modèle qui passe par la création de fonds de capital-risque interne nommé aussi Corporate venture capital sous forme de montage ex-nihilo du fonds comme filiale de l'entreprise ou choix d'une structure juridique autonome, mandat de gestion confiée à des professionnels de l'industrie financière ou équipes internes...afin d'identifier et saisir les opportunités externes et permettre l'acquisition ou la collaboration avec des startups innovantes. Avec une vocation stratégique (accès à de nouveaux marchés, technologies, business models...) et une vocation purement financière (opportunités de plus-value).

e. L'essaiage industriel : Il permet de valoriser le développement d'activités qui passe par l'externe, ne représentant pas le cœur du métier, mais sont des activités stratégiques

¹ Ibid, p :84-87

Chapitre (I) : Les fondements théoriques du concept d'entrepreneuriat

complémentaires et avec lesquelles l'entreprise mère conserve souvent un lien, d'ordre capitalistique ou commercial. On distingue 2 types d'essaimage :

- L'essaimage stratégique à froid est la création de nouvelles entités à fort potentiel pour l'avenir, exemple de la création de McKinsey solutions (solutions digitales) ;
- L'essaimage à chaud consiste à externaliser les fonctions existantes, parfois à des fins de restructuration.

1.4.4 L'entrepreneuriat familial :

Selon Allouche et Amann (2007) l'entreprise familiale est une «entreprise au sein de laquelle un ou plusieurs membres d'une même famille étendue ou de plusieurs familles influencent significativement son développement par la détention de droits de propriété sur le capital, en faisant prévaloir des liens de parenté dans l'exercice du processus de choix des dirigeants, qu'ils soient issus de la famille ou recrutés à l'extérieur, en affichant la volonté de transmettre l'entreprise à la prochaine génération et en sachant le poids de l'entreprise sur les intérêts et objectifs de la famille»¹. D'après HIRIGOYEN (2009) définir l'entreprise familiale est complexe, cela est dû à l'imbrication de deux systèmes sociaux : l'entreprise et la famille (HIRIGOYEN, 2009). Cependant plusieurs définitions convergent vers la propriété ou le contrôle de l'entreprise par la famille et son influence sur la gestion et le transfert générationnel. Selon ZIANE & DIB (2018), dans la spécificité de l'entrepreneuriat familial deux logiques se côtoient celle du fonctionnement de la famille et celle de l'entreprise. D'après AGGOUN & DADDI-ADDOUN (2020) Ces caractéristiques se traduisent notamment, par les liens entre les sphères familiales, actionnariales et managériales, la majorité du capital détenu par la famille qui influence les décisions et la question délicate de la succession qui remet souvent en question l'avenir de l'entreprise familiale².

1.4.5 L'extrapreneuriat :

L'extrapreneuriat représente une modalité organisationnelle adoptée souvent par les grandes entreprises. A l'origine nommé en français l'essaimage, c'est la création initiée par des

¹CHABAUD, Didier. « Chapitre 8. Les entreprises familiales. Au cœur de l'entrepreneuriat ? », Catherine Léger-Jarniou éd., *Le grand livre de l'entrepreneuriat*. Dunod, 2013, p: 159

² OUKACI Moustafa et ARIF Salah Eddine. "Family entrepreneurship in Bejaia: exploratory study on the owner's profile and the management of the company.", p :46

Chapitre (I) : Les fondements théoriques du concept d'entrepreneuriat

salariés quittant leur entreprise d'origine connu aussi sous le nom de "création d'entreprise par les chercheurs". Dans la langue anglaise, c'est le terme spin off qui est utilisé, recouvrant une grande diversité de situations¹. L'extrapreneuriat est la création d'entreprise par un ou plusieurs salariés issus d'une organisation parente, et prend des formes variées qui sont² :

1.4.5.1 L'extrapreneuriat spontané : Est par essence un phénomène très diffus, né de la seule initiative du salarié et le plus souvent non connu par l'entreprise parente.

1.4.5.2 L'extrapreneuriat relevant d'une stratégie de l'organisation parente « sponsored spin-off » : Concerne deux formes d'extrapreneuriat ; l'extrapreneuriat à partir de la recherche publique : « Academic spin-off » et l'extrapreneuriat à partir d'une entreprise « Corporate spin-off », désigné en France sous le terme d'essaimage.

1.4.5.3 L'essaimage social : Accompagne les mouvements de restructuration des entreprises parentes (essaimage à chaud) ou s'inscrit dans leur politique de gestion des ressources humaines (essaimage à froid).

1.4.5.4 L'extrapreneuriat technologique : Naît dans le sillage des cycles de R&D et d'innovation des entreprises parentes, certaines technologies donnant lieu à une valorisation à l'extérieur de leurs frontières.

1.4.5.5 L'extrapreneuriat vertical : fait suite aux choix d'externalisation des entreprises dans le cadre de la gestion de leur chaîne de valeur.

1.4.5.6 L'extrapreneuriat de désinvestissement : dans une logique de gestion de portefeuille et d'optimisation de la création de valeur, des entreprises parentes font le choix de se séparer de certains business.

¹BRENET, Pascale. « Chapitre 5. L'extrapreneuriat. Quand les salariés deviennent entrepreneurs », Catherine Léger-Jarniou éd., *Le grand livre de l'entrepreneuriat*. Dunod, 2013, p: 99

² Ibid, P : 100

Chapitre (I) : Les fondements théoriques du concept d'entrepreneuriat

1.4.6 La reprise d'entreprise : L'INSEE indique que « la reprise se produit quand une unité légale reprend totalement ou partiellement, l'activité d'un ou plusieurs établissements économiques d'une autre unité légale ». Il est possible de distinguer quatre phases dans le processus de transmission-reprise d'entreprise¹ :

Phase 1: émergence du projet entrepreneurial concerne principalement la dimension comportementale (motivations, compétences, choix création/reprise d'entreprises);

Phase 2: identisation des entreprises à céder (taille, secteur, localisation, prix) la transmission peut se faire à titre onéreux (vente de l'entreprise et transfert des parts sociales), transmission à titre gratuit (donation, legs ou succession) ou transmission du fonds de commerce (location ou gérance);

Phase 3: évaluation de la cible concerne le diagnostic stratégique (Forces et faiblesses du business model, Analyse des forces concurrentielles, Réseau du dirigeant, Style de management et GRH) et évaluation financière (diagnostic financier, valeur patrimoniale (VP), valeurs de rentabilité (VR), valorisation des actifs intangibles, Moins-values potentielles), financement (auprès d'investisseurs ou de banques) cette phase débouche sur la négociation du prix entre le cédant et le repreneur. Ensuite, le repreneur devra négocier un financement avec les banques (montant, taux d'intérêt, garanties et cautions) sur la base de la communication d'un business plan et d'un business model permettant le remboursement de la dette sans hypothéquer la pérennité de la cible ;

.Phase 4: transmission et prise de contrôle de l'entreprise mise en place d'un système d'information, tableau de bord et contrôle, modèle économique.

¹ BOISSIN, Jean-Pierre et GRAZZINI Frédérique. « Chapitre 6. Transmission et reprise. La continuité grâce à un nouveau départ », Catherine Léger-Jarniou éd., *Le grand livre de l'entrepreneuriat*. Dunod, 2013, pp : 121-128

Chapitre (I) : Les fondements théoriques du concept d'entrepreneuriat

Conclusion

La littérature a traité depuis de nombreuses années le domaine de l'entrepreneuriat et l'individu noyau central de l'acte entrepreneurial avec ses caractéristiques, ses motivations et son rôle identifié dans de multiples définitions venant de plusieurs courants de pensée selon des étapes différentes de l'histoire (les économistes, les behavioristes, l'école des traits de caractère).

Le premier constat qui s'impose et qui contribue à expliquer la multidisciplinarité des auteurs pionniers de cette discipline qui est l'entrepreneuriat est la diversité des préoccupations des chercheurs face à ce phénomène qui représente une solution de croissance économique et de développement des territoires

Ainsi, nous pouvons dire que l'entrepreneuriat sous ses différentes formes nécessite un investissement de l'individu (personnalité de l'entrepreneur) pour créer et innover à travers une certaine démarche immatérielle (esprit d'entreprendre et de persévérance) et technique concernant l'idée d'affaire qui s'ajoute à une méthodologie pour dénicher l'idée d'affaire (faire de la veille, consulter des professionnels ou des logiciels d'appréciation d'investissement).

Les différents types d'entrepreneuriat qu'on a voulu développer se rapportent à : l'entrepreneuriat durable qui est un entrepreneuriat concernant l'éco-industrie dont l'activité principale concerne les problèmes énergétiques et environnementaux, l'entrepreneuriat social à finalité sociale, l'intrapreneuriat, l'entrepreneuriat familial, l'extrapreneuriat et la reprise d'entreprise.

A travers ce premier chapitre, nous pouvons observer que l'entrepreneuriat ne se limite pas à l'identification de ses acteurs, leurs caractéristiques et leurs démarches mais il s'agit d'un processus plus complexe impliquant la cognition entrepreneuriale qui a été développée sous 3 dimensions selon Dewe al 2015¹.

En effet, l'orientation de notre recherche dans le domaine de l'entrepreneuriat est axée vers sa forme féminine pour construire et analyser les variables qui influent sur ce phénomène, et ainsi

¹ JANSSEN, Frank, et al, Op-cit, P : 54

Chapitre (I) : Les fondements théoriques du concept d'entrepreneuriat

reconstituer un modèle statistique de réussite entrepreneuriale dans le contexte qui est le nôtre. Cela nous pousse d'abord à explorer la spécificité de ce champ d'étude dans le chapitre suivant.

Chapitre (I I) :

Le champ d'étude : l'entrepreneuriat féminin

Chapitre (I I) : Le champ d'étude : l'entrepreneuriat féminin

Introduction

Si depuis longtemps le monde des affaires était dominé par des hommes, désormais les femmes sont plus autonomes et prennent le contrôle de leur vie professionnelle et personnelle.

Désormais, l'entrepreneuriat est une voie stratégique de développement, car ce phénomène économique est l'un des principales sources de croissance, de création d'emplois, d'innovation et de richesses. L'entrepreneuriat féminin est l'une de ces nombreuses facettes, partons de l'observation que la population féminine dans une société est non négligeable, son apport économique est tout autant important et conséquent.

L'entrepreneuriat féminin est un sujet de plus en plus pertinent dans le monde des affaires, car les femmes sont de plus en plus présentes et influentes dans ce domaine. Toutefois, l'entrepreneuriat féminin présente des caractéristiques et des défis spécifiques que nous tenterons d'éclaircir dans ce chapitre.

Chapitre (I I) : Le champ d'étude : l'entrepreneuriat féminin

Section 1 : Les concepts de l'entrepreneuriat féminin

L'entrepreneuriat féminin est considéré comme un sous-cadrage de la connaissance "générale" de l'esprit d'entreprise. L'intérêt croissant pour la littérature et la pratique, la conceptualisation de ce type d'entrepreneuriat évolue de manière plus souple que stricte. L'entrepreneuriat féminin est un domaine interdisciplinaire, les conceptualisations de l'écosystème entrepreneurial et du capital vont bien au-delà de l'analyse financière et économique. Cette forme d'entrepreneuriat a apporté de la connaissance un nouvel axe de recherche.

2.1.1 Genèse de l'entrepreneuriat féminin :

L'émergence de l'entrepreneuriat a été marquée par les premières études menées par Schrier (1973, 1975) et Schwartz (1976) ; elles marquent une avancée majeure dans le domaine de la recherche en entrepreneuriat. Ces recherches ont utilisé une méthode basée sur les caractéristiques, tout en tenant compte des caractéristiques psychologiques et sociologiques des femmes qui entreprennent. Hisrich et Brush (1986) ont publié un livre intitulé «The Woman Entrepreneur: Starting, Financing, and Managing a Successful New Business». Cet ouvrage est considéré comme le premier du genre dans la littérature relative à l'entrepreneuriat féminin (Female entrepreneurship). Brush et Hisrich (1991) ont été parmi les premiers chercheurs à distinguer un style de gestion particulier chez les femmes entrepreneures. Ces deux auteurs ont exploré une autre facette de l'entrepreneuriat féminin, à savoir celle de «la croissance des entreprises féminines ». Ils ont étudié la corrélation entre la croissance des entreprises féminines et les facteurs supposés avoir un impact sur cette croissance (profil personnel, éducation, expériences professionnelles antérieures, motivations, compétences et connaissances des femmes entrepreneures)¹.

Les études sur l'entrepreneuriat féminin sont passées par plusieurs étapes de réflexions au cours du temps. Les premières recherches sur l'entrepreneuriat traitaient sur la différence entre les hommes et les femmes entrepreneurs et le fait est qu'il n'y en avait pas selon Bruni et al (2004). Ce qui a valorisé l'entrepreneuriat féminin jusqu'à la fin des années 1990 et au début des années 2000 selon Jennings & Brush (2013). D'après Yadav & Unni (2016) en 2009, une revue de niche intitulée International Journal of Gender and Entrepreneurship a relancé la thématique de

¹ BESSOUH Nadira. « L'entrepreneuriat Féminin et son Accompagnement en Algérie-Bilan et Perspectives », *Revue cahier économiques* 2018, p : 18

Chapitre (I I) : Le champ d'étude : l'entrepreneuriat féminin

recherches dans le domaine de l'entrepreneuriat féminin. Selon Vossenber (2013) les gouvernements, les institutions et le public se sont intéressés à l'entrepreneuriat féminin. Les gouvernements ont mis en place des programmes de sensibilisation pour motiver les femmes à entreprendre et à développer leurs entreprises. En fin d'après (Ionescu-Somers & Tarnawa, 2020 ; Fisher & Ryan, 2021) , L'entrepreneuriat féminin s'est développé jusqu'à 2019, lors de la pandémie de covid-19. Durant cette période une étude de l'Organisation Internationale du Travail (OIT) (2021) indique que les mesures préventives prises par les gouvernements ont fortement affecté les femmes entrepreneurs et entraîné la fermeture temporaire ou définitive de certaines entreprises. Selon le rapport mondial 2022/2023 du Global Entrepreneurship Monitor (GEM) : "Women's entrepreneurship report, from Crisis to Opportunity", Les femmes ont été touchées par la pandémie car elles assument la majorité du travail domestique non rémunéré. De même, les recherches de Sangem (2020) ont révélé qu'une augmentation du travail de soins non rémunéré, un équilibre inégal entre les sexes dans les secteurs touchés, un accès limité à la technologie et un manque d'investissement externe (prenant en compte l'égalité des sexes au sein des entreprises et des services financiers plus inclusifs) sont les principales conséquences de l'impact COVID-19 sur les femmes chefs d'entreprise¹.

2.1.2 La littérature sur les femmes entrepreneures :

La littérature sur les femmes entrepreneures se caractérise par diverses définitions, méthodologies et conclusions, évolutions qui reflètent l'importance croissante de l'entrepreneuriat féminin dans l'économie mondiale et la nécessité de mieux comprendre les défis et les opportunités auxquels les femmes entrepreneures sont confrontées.

Ces définitions soulignent que les femmes entrepreneures sont des femmes qui dirigent des entreprises ou s'engagent dans des initiatives de création de valeur et développement économique.

Les motivations des femmes entrepreneures peuvent être diverses, mais sont souvent liées à l'indépendance, à la recherche d'un équilibre entre vie privée et vie professionnelle ou l'acceptation d'un défi. D'après Belcourt et al. (1991), la femme entrepreneure « est cette femme

¹ FATHIMATH SHAFRA Abdulla, et ALBATTAT Ahmad, "Challenges Faced by Women Entrepreneurs of 21st Century: Literature Review." *Journal of Management & Science* 21.1 (2023), p :75

Chapitre (I I) : Le champ d'étude : l'entrepreneuriat féminin

qui recherche l'épanouissement personnel, l'autonomie financière et la maîtrise de son existence grâce au lancement et à la gestion de sa propre entreprise ».

Dina Lavoie (1988) définit la femme entrepreneure comme « La femme qui, seule ou avec un ou des partenaires, a fondé, acheté ou accepté en héritage une entreprise, qui en assume les risques et les responsabilités financières, administratives et sociales et qui participe quotidiennement à sa gestion courante ». Autrement dit comme une propriétaire d'entreprise (firm owner), chef d'entreprise (firm manager), propriétaire-dirigeante d'entreprise (owner-managed firm) ou encore femme chef d'entreprise (business woman).

Aussi, Un rapport du Groupe de travail sur l'entrepreneuriat féminin au Canada décrit les femmes entrepreneures comme suit :

- Une personne qui, seule ou avec des associés (associés), crée, rachète ou hérite d'une entreprise, qui accepte ses responsabilités financières, administratives et sociales et est responsable de sa gestion quotidienne ;
- Une personne qui prend des risques financiers, démarre ou possède une entreprise et exploite l'entreprise de manière innovante et créative en développant de nouveaux produits et en découvrant de nouveaux marchés.

Selon l'OIT (2017) Certains auteurs comme Lavois, 1988 ; Binetou Rasul Correia, 1998 ; Arasti., 2008, Martin, 2013, définissent la femme entrepreneur comme une femme indépendante ou autonome dans une équipe pour changer sa situation antérieure (femme au foyer, chômeuse, salariée, etc.), créer de nouvelles richesses et/ou s'épanouir personnellement et professionnellement, prendre des décisions moyennement risquées, créer (acheter et/ou hériter), gérer et contrôler une entreprise ou un travail indépendant. Ainsi, les femmes entrepreneures peuvent également être des chefs d'entreprise, des artisans, des commerçants et des experts dans des domaines indépendants (architecture, comptabilité, médecine, etc.), qui mobilisent des ressources pour produire des biens et/ou des services dans l'entité créée tout en supportant un risque modéré¹.

¹ BEN MAKHLOUF Yasmina et AKNINE Souidi Rosa, « Public policies and woman entrepreneurship in Algeria Politiques publiques et entrepreneuriat féminin en Algérie » *Revue Chercheur Economique*, 2018, p :39

Chapitre (I I) : Le champ d'étude : l'entrepreneuriat féminin

D'après Paturel et Arasti (2006), une femme entrepreneure désigne une personne physique qui, lorsqu'elle est en situation d'inactivité, de chômage ou de salariée dépendante d'un employeur, commence à créer une nouvelle entreprise indépendante, en prenant en charge les responsabilités de gestion et les risques associés à la création de richesses imaginées. Il est important de souligner que la femme entrepreneure est la femme qui, seule ou en équipe, cherche à changer sa situation actuelle (femme au foyer, chômeuse, salariée...), à générer une nouvelle richesse et/ou à atteindre un épanouissement personnel et professionnel. Elle prend des décisions risquées, crée (achète et/ou hérite), gère et contrôle une entreprise¹.

2.1.3 Actions pour promouvoir l'entrepreneuriat féminin :

Nous exposons quelques actions gouvernementales dans le tableau suivant :

Tableau (3) : les stratégies de promotion de l'entrepreneuriat féminin à travers l'histoire

Actions	Objectifs
Le modèle américain a mis en place une loi en 1974 (The Equal Credit Opportunity)	Promouvoir l'entrepreneuriat féminin et condamner la discrimination sur la base du sexe dans l'attribution de crédits par les banques
Les deux banques nationales Canadiennes (Banque de développement du Canada et Banque Royale du Canada)	Afin d'allouer des fonds dédiés à l'entrepreneuriat féminin
Le vote de l'Union européenne en 2008 l'adoption du Small Business Act	Une mesure législative pour le soutien des PME
Lancement du réseau FAME (2009) par le président suédois de l'UE	Dans le but d'accroître la compétitivité de l'Europe par rapport au reste du monde, avec le lancement en 2000 du Réseau européen pour la Promotion de l'Entrepreneuriat Féminin
Le réseau WES créé et lancé en Suède par le commissaire Liikanen en juin 2000.	Détermine les orientations à adopter et publie un rapport annuel sur les bonnes pratiques dans chaque État membre. Ce réseau active par comité de projet « Promotion de l'Entrepreneuriat Féminin »

¹ BEN MAKHLOUF, Yasmine , « L'entrepreneuriat féminin et les dispositifs d'aide à la création d'entreprises en Algérie , Recherches économiques et managériale », N° 24 , Décembre 2018, p : 47

Chapitre (I I) : Le champ d'étude : l'entrepreneuriat féminin

L'association Femmes Chefs d'entreprise (FCE) Créée par Yvonne-Edmond Foinant en 1945, devenue internationale depuis 1956.	L'association compte environ 1600 adhérentes actives et connaît une implantation territoriale large (70 délégations et une dizaine de plus en cours de création). Elle remplit un double rôle de réseau professionnel d'échange entre femmes, mais également d'entraide et de représentation dans les instances professionnelles ou les instances économiques et professionnelles (CPME, MEDEF, Chambre des métiers, CCI, etc.
--	--

Source : CHASSERIO, Stephanie, PAILLOT, Philippe et POROLI, Corinne . « Chapitre 9. Les femmes entrepreneures. Une irrésistible ascension », Catherine Léger-Jarniou éd., *Le grand livre de l'entrepreneuriat*. Dunod, 2013, p :174

2.1.4 Le modèle théorique féminin :

Selon la classification de Martha Chamaillas, il existe trois 'anciens' féminismes des trois 'nouveaux' féminismes¹:

2.1.4.1. Féminisme libéral :

Le féminisme libéral des années 1970. L'objectif central de ce mouvement féministe était la promotion de l'égalité, notamment en ce qui concerne la division entre les sphères publiques et privées. Son objectif principal était de défendre les droits des femmes dans la sphère publique, y compris l'égalité des chances sur le marché du travail et dans l'enseignement supérieur, avec un accent particulier sur la justice économique. Cependant, ce type particulier de féminisme avait tendance à généraliser les expériences des femmes. Dans sa quête d'une théorie transculturelle globale pour élucider les racines du sexisme, il a involontairement propagé une perspective essentialiste et trop simpliste sur l'oppression des femmes. En réponse à l'essentialisme de cette théorie émerge deux autres courant féministe soit le féminisme de domination et le féminisme culturel ;

2.1.4.2 Le féminisme de domination :

Le féminisme des années 1980, prôné par Catharine A. MacKinnon est la notion selon laquelle les hommes exercent une domination universelle sur les femmes à travers la sexualité, indépendamment de toute autre forme d'oppression qu'elles peuvent rencontrer. Dans ce cadre, le genre prime sur d'autres facettes de l'identité, comme la race, le handicap ou l'orientation sexuelle,

¹ LAHAIE Alexandrine, « DISCRIMINATIONS INTERSECTIONNELLES EN DROIT À L'ÉGALITÉ CANADIEN : COMPLEXITÉS CATÉGORIQUES, THÉORIES FÉMINISTES ET TRAVAIL DE SOINS », mémoire de Maîtrise en droit (LL.M.), Université McGill, Aout 2023, p : 43-45

Chapitre (I I) : Le champ d'étude : l'entrepreneuriat féminin

qui sont reléguées au second plan., cette théorie avait comme fondement « the universal woman and both define the content of sexual difference in polarized, dichotomous terms which imply an essentialist gendered selfhood » ;

2.1.4.3 le féminisme culturel : soutenu par Carol Gilligan. Met en avant la distinction spécifiquement « féminine » afin de la valoriser. Les femmes sont présentées comme ayant des caractéristiques stéréotypées, telles que leur maternité ou leur empathie, qui sont considérées comme positives et faisant partie d'une identité féminine singulière. Selon Linda ALCOFF ce féminisme propage des généralisations sur les femmes, et pousse à adopter le modèle Innate « Womanhood ».

2.1.5 La spécificité des femmes entrepreneures :

Les études menées sur les femmes entrepreneures s'orientent généralement autour de trois thèmes : le profil de la femme indépendante et/ou entrepreneure, le profil des entreprises dirigées par des femmes et leur secteur d'activité, et, enfin, leurs attitudes et vécus en regard de diverses problématiques, telles que la croissance et la stratégie, le financement, les réseaux, les formations, leur style de gestion et de leadership. Ces études visent à déterminer si les femmes entrepreneures ont des caractéristiques et comportements spécifiques, en regard d'un public masculin et si, ces spécificités nécessitent la mise en place de dispositifs spécifiques d'aide à l'entrepreneuriat¹.

Nous pouvons noter aussi que la particularité des femmes entrepreneures se traduit à travers les obstacles qu'elles rencontrent, les opportunités qu'elles créent et l'influence qu'elles ont sur la société. (Aspects distinctifs de l'entrepreneuriat féminin).

Enfin, selon Gawel (2013) L'entrepreneuriat est généralement considéré comme une caractéristique masculine. Il correspondrait parfaitement à une mentalité et à une expérience masculines, ce qui selon Achtenhagen et Welter, (2007); Bruni *et al.*, (2004) explique l'habitude de lier les pratiques entrepreneuriales aux individus masculins. Selon de Bruin et al. (2006), la plupart des recherches sur l'entrepreneuriat reposent sur l'hypothèse implicite selon laquelle les entrepreneurs individuels sont génériques et ne changeront d'aucune manière autre que par rapport aux « non-entrepreneurs ». Selon cette hypothèse, il n'est donc pas nécessaire d'étudier les femmes

¹ CORNET, Annie et CONSTANTINIDIS, Christina. « Entreprendre au féminin : une réalité multiple et des attentes différenciées ». *Revue française de gestion*, 2004, no 4, p : 192

Chapitre (I I) : Le champ d'étude : l'entrepreneuriat féminin

séparément puisque les femmes et les hommes présentent des caractéristiques similaires. Aujourd'hui, selon Acs et al. (2011) et de Bruni et al. (2006) le rôle indéniable des femmes entrepreneures dans le développement économique national suscite l'intérêt des politiques¹.

2.1.6 Typologie des femmes entrepreneures :

Selon Constantinidis et al. (2006) les femmes entrepreneures forment un groupe hétérogène, venant de différents horizons socioéconomiques et ayant différentes caractéristiques personnelles et différents parcours pour la création d'entreprises (financement, statut juridique...etc)².

Certains auteurs ont exploré ce phénomène économique et en ont sorti une typologie que nous exposons dans le tableau suivant :

Tableau (4) : typologie des femmes entrepreneures

Auteurs	Typologie
Bruni, Gherardi et Poggio (2004)	<ul style="list-style-type: none">-Aimless (pour sortir du chômage)-Success oriented (comme une stratégie de long terme)-Strongly success oriented (pour l'épanouissement et contre le plafond de verre)-Dualists (équilibre travail-famille)-Return workers (après la maternité)-Traditionalists (tradition familiale entrepreneuriale)-Radicals (féministes)
Morris et al. (2006)	<ul style="list-style-type: none">-High growth entrepreneurs l'entreprise passe devant (facteurs pull)-Modest growth entrepreneurs «la famille d'abord » (facteurs push)
Hughes (2006)	<ul style="list-style-type: none">-Classic entrepreneurs (sans qu'il y est distinction genrée dans la nature de la démarche entrepreneuriale)-Forced entrepreneurs (qui n'a d'autre choix que la création d'entreprise pour s'assurer un emploi)

¹ BEDDI, Hanane, FADIL, Nazik, et SAADAOU, Khaled. Entrepreneuriat féminin et développement international: étude de trois cas. *Management international*, 2018, vol. 22, no 3, p : 12

² D'ANDRIA, Aude et GABARRET Ines. "Femmes et entrepreneurs: trente ans de recherches en motivation entrepreneuriale féminine." *Revue de l'Entrepreneuriat* 15.3 , 2016, p :93

Chapitre (I I) : Le champ d'étude : l'entrepreneuriat féminin

	-Work-family entrepreneurs (qui arbitre entre son travail et sa famille)
Constantinidis et al. (2006)	-Entrepreneures avec un haut niveau de capital social, humain et financier -Entrepreneures avec un bas niveau de capital social, humain et financier -Femmes qui reprennent une affaire familiale
Le Loarne-Lemaire et al. (2012)	-Entrepreneure après maternité ; -Entrepreneure après chômage ; -Etudiante entrepreneur ; -Femme cadre en recherche de temps pour soi -Femme aventurière à la recherche d'un nouveau défi ; -Business women qui entreprend après la cinquantaine.
Lewis (2013)	Family-oriented entrepreneurs Growth-oriented entrepreneurs Non-growth-oriented entrepreneurs

Source : D'ANDRIA, Aude et GABARRET Ines. "Femmes et entrepreneurs : trente ans de recherches en motivation entrepreneuriale féminine." *Revue de l'Entrepreneuriat* 15.3, 2016, p :94

Section 2 : L'entrepreneuriat féminin : un moteur d'une croissance durable avec des défis à surmonter

L'entrepreneuriat des femmes est perçu comme un moteur de développement durable, cependant il est nécessaire de relever des défis majeurs afin d'exploiter pleinement son potentiel. Voici quelques illustrations de difficultés et de possibilités :

2.2.1 Opportunités :

L'entrepreneuriat féminin est un domaine en pleine croissance. Il s'agit de femmes qui créent et gèrent leur propre entreprise. Les avantages de l'entrepreneuriat féminin sont nombreux.

Alors que l'entrepreneuriat occupe une place prépondérante dans les politiques de développement et d'innovation, la participation des femmes à l'entrepreneuriat s'est peu à peu affirmée comme un sujet à part entière. Dans une étude précédente de 2009, les États-Unis et le Canada ont été les pionniers et ont mis en place des politiques spécifiques pour les entrepreneures dès les années 1970. La majorité des pays d'Europe ont suivi dans les années 2000.

À partir de 2000, un premier réseau de soutien à l'entrepreneuriat des femmes, WES, a été mis en place par la Commission européenne, avec des représentants et des représentantes des États de l'Union européenne et au-delà, chargés des politiques de promotion de l'entrepreneuriat féminin.

Chapitre (I I) : Le champ d'étude : l'entrepreneuriat féminin

Un aspect de son plan d'action "Entrepreneuriat 2020" a également été dédié aux femmes. Certains organismes internationaux ont également pris position sur cette question, en particulier dans le cadre des politiques de soutien au développement¹ :

- L'Organisation internationale du travail (OIT) a mis en place dès 2002 un programme de « Développement de l'Entrepreneuriat Féminin » (DEF), en particulier en direction des pays en voie de développement ;

- Depuis les années 2000, l'ONU Femmes a également pris en charge le sujet, en se basant sur la plateforme d'action de Pékin de 1995, qui cible notamment l'autonomisation économique des femmes et l'égal accès des femmes aux ressources économiques. Plusieurs mesures sont prises par l'ONU sur ce sujet, notamment en Afrique ;

- Les institutions bancaires multilatérales de développement, notamment la Banque mondiale, ont également été activement engagées sur le sujet grâce à l'initiative de financement en faveur des entrepreneures (We-Fi). Les deux premiers volets ont généré 129 millions de dollars en 2018 et près d'un milliard de dollars en 2019.

D'après Hernandez (1999) L'approche de la possibilité d'affaires est inspirée de l'école autrichienne de la possibilité. L'option d'affaires concerne une idée innovante qui pourrait engendrer une organisation génératrice de richesses. Elle a un lien étroit avec l'expérience de l'entrepreneur et son expérience professionnelle. La découverte d'opportunités constitue la première étape de toute démarche entrepreneuriale. Selon cet auteur l'opportunité est un moteur de la décision de création et reconnaît à la stratégie un rôle essentiel dans la réussite future de la firme. Il met en évidence l'aspect dialogique de la création, avec des ajustements plus ou moins longs en fonction des opportunités et des menaces de l'environnement².

Les femmes entrepreneures peuvent apporter une perspective unique à la création d'entreprises et à la résolution de problèmes économiques et sociaux, dans le cadre de l'entrepreneuriat international, ou selon McDougall et Oviatt, (2005) L'innovation est au cœur de

¹ ESCANDON Eva, Femmes et entrepreneuriat, JOURNAL OFFICIEL DE LA REPUBLIQUE FRANCAISE, 27 octobre 2020, p : 32-33

² Dali, Chantale. « L'émergence de l'entrepreneuriat féminin dans un processus de développement local en milieu rural: le cas de la sous-préfecture de Gadouan en Côte d'Ivoire ». Université du Québec à Rimouski, 2014, p :85

Chapitre (I I) : Le champ d'étude : l'entrepreneuriat féminin

l'entrepreneuriat international qui s'oriente alors vers l'étude, la découverte, l'engagement, l'évaluation et l'exploitation d'opportunités au-delà des frontières¹.

Les avancées technologiques offrent de nouvelles opportunités pour les femmes entrepreneures dans les pays émergents et en développement. Le numérique fournit une variété d'opportunités pour l'autonomisation des femmes et pour une participation plus égale des femmes aux marchés du travail, aux marchés financiers et à l'esprit d'entreprise.

A l'heure actuelle, il semble favoriser la main-d'œuvre féminine, étant donné que les femmes courent en moyenne moins de risques d'être remplacées par des machines que les hommes².

2.2.2 Défis :

L'entrepreneuriat féminin a connu une croissance constante ces dernières années, mais il reste encore des défis à relever pour les femmes entrepreneures. Selon Adiza et al. (2020), les femmes entrepreneures rencontrent plus de difficultés à gérer leur entreprise que les hommes entrepreneurs. Il ressort clairement de la littérature publiée depuis 2001 que les femmes sont confrontées à divers défis en termes de problèmes sociétaux, de problèmes personnels, de problèmes économiques, de problèmes gouvernementaux, etc³.

D'après Kaviarasu et al.(2022), les femmes entrepreneures sont toujours confrontées à de nombreux défis, selon Strawser et al (2021) même au 21ème siècle le nombre d'entreprises détenues par des femmes est encore minoritaire et les défis auxquels elles sont confrontées sont relativement différents de ceux auxquels sont confrontées les entreprises détenues par des hommes. Chinomona & Maziriri, (2015) observent que l'une des principales difficultés rencontrées par les femmes entrepreneurs et identifiées par les chercheurs est d'ordre financier.

Vita et al (2023) déclare que cet obstacle est dû à la discrimination sexuelle sur le marché financier où elles opèrent. En outre, la recherche a également montré que le soutien institutionnel joue un rôle essentiel dans le développement de l'entrepreneuriat féminin. Selon Patel &

¹ BEDDI, Hanane, FADIL, Nazik, et SAADAOUI, Khaled, Op-cit, p. 13.

² ZOGNING, Félix. « L'entrepreneuriat féminin dans les pays émergents et en développement à l'ère du numérique ». *Journal of Small Business & Entrepreneurship*, 2021, vol. 33, no 4, p. 371

³ FATHIMATH SHAFRA Abdulla, et ALBATTAT Ahmad, Op-cit, p: 77

Chapitre (I I) : Le champ d'étude : l'entrepreneuriat féminin

Deshpande (2018), les rôles traditionnels et culturels des hommes et des femmes ont également été identifiés par les chercheurs comme un défi pour les femmes entrepreneures. La recherche montre clairement que les femmes entrepreneures sont souvent accablées par les responsabilités liées au maintien de l'équilibre entre vie professionnelle et vie privée. En outre, Yadav & Yadav (2014) déclarent que les femmes entrepreneures des pays en développement sont davantage confrontées à ces facteurs socioculturels que celles des autres pays)¹. Les obstacles auxquels elles sont confrontées sont nombreux et variés, allant des stéréotypes de genre aux difficultés d'accès au financement. L'un des principaux défis auxquels font face les femmes entrepreneures est le manque de soutien et de reconnaissance. Les stéréotypes de genre sont encore très présents dans notre société, et il est souvent difficile pour les femmes de faire reconnaître leur expertise et leur légitimité en tant qu'entrepreneures. De plus, les réseaux professionnels et les opportunités de mentorat sont souvent dominés par les hommes, ce qui rend l'accès au soutien et aux ressources plus difficiles pour les femmes. Un autre défi important pour les femmes entrepreneures est l'accès au financement. Les études montrent que les femmes ont tendance à recevoir moins de financement que les hommes pour leurs projets entrepreneuriaux, malgré des taux de succès similaires. Les raisons de cette rémunération sont multiples, allant des biais inconscients des préjugés sur les capacités des femmes à gérer une entreprise. Cela rend l'accès au capital et aux ressources difficiles.

Selon Santos et al. (2021) des preuves théoriques et empiriques (Moreno-Gavara & Jiménez-Zarco, 2017), les femmes entrepreneures ont du mal à obtenir des financements. Les institutions financières sont inaccessibles à 70 % des petites entreprises dirigées par des femmes dans les pays sous-développés, ce qui rend le financement très difficile².

La recherche met en évidence les défis auxquels font face les femmes entrepreneures dans les pays en développement³ :

¹Ibid, p: 73

² BABOVIĆ, Dunja et DE SANTO, Milica Kočović. « Female Entrepreneurship in the Creative Economy ». *JWEE*, 2023, p :115

³ FATHIMATH SHAFRA Abdulla, et ALBATTAT Ahmad, Op-cit, p. 75-77

Chapitre (I I) : Le champ d'étude : l'entrepreneuriat féminin

2.2.2.1 Défis financiers :

Selon les études, l'un des principaux obstacles auxquels les femmes entrepreneurs ont été confrontées tout au long de ces années est lié à la question financière. Que ce soit pour collecter des fonds pour une start-up, obtenir des fonds de roulement ou obtenir des prêts pour développer l'entreprise, les problèmes financiers sont le principal obstacle auxquels de nombreuses femmes chefs d'entreprise font face. Selon les études menées par Rudhumbu, Plessis & Maphosa (2020), il a été démontré que l'accès au financement est le principal obstacle auxquels les femmes entrepreneures du Botswana font face.

Un rapport publié par le Canada indique que le plus grand défi pour les femmes entrepreneurs au Canada est l'accès au capital (Domeisen, 2003). Des recherches menées au Pakistan ont également montré que 73 % des participantes avaient des difficultés à obtenir des capitaux et qu'elles comptaient sur les économies de leur famille pour créer leur entreprise (Goheer, 2003). Des recherches menées en Afrique ont abouti à un résultat identique, à savoir que l'aspect le plus difficile de l'entrepreneuriat féminin est l'acquisition de capitaux et de financements (Richardson et al., 2004).

Selon Gray (2001), les femmes entrepreneurs au Maroc font face à des problèmes financiers en raison de l'absence de garanties pour les prêts, des frais administratifs élevés liés aux prêts et de l'accessibilité limitée des banques dans les zones rurales.

2.2.2.2 Manque de connaissances et d'expérience :

Les chercheurs considèrent le manque de connaissances comme l'un des défis auxquels font face les femmes entrepreneurs (Alemayehu & Joseph, 2019). En raison de la discrimination subie par les femmes entrepreneures, les petites et moyennes entreprises ne peuvent pas exploiter pleinement leur potentiel, ce qui les prive de ressources essentielles (Boudreaux & Nikolaev, 2018). Selon Gray (2001), la majorité des femmes entrepreneures au Maroc s'approprient des compétences et des connaissances auprès d'autres femmes, ce qui entraîne un manque de connaissances en marketing et en gestion d'entreprise modernes sans une éducation et une expérience adéquate. Selon Report Canada, les opportunités de développement des compétences et des connaissances en gestion d'entreprise sont différentes pour les femmes par rapport aux hommes (Domeisen, 2003).

Chapitre (I I) : Le champ d'étude : l'entrepreneuriat féminin

Selon Rudhumbu, Plessis et Maphosa (2020), les femmes entrepreneurs du Botswana rencontrent des difficultés pour collecter des fonds et manquent de soutien technique, ce qui est crucial pour assurer le succès de toute entreprise. De manière similaire, les femmes entrepreneures indiennes font face à un manque d'éducation qui les empêche d'exploiter pleinement le potentiel de leur entreprise (Archana et al., 2022). De plus, l'ignorance des femmes entrepreneures népalaises les empêche de saisir les opportunités et de faire part de leurs inquiétudes (Bushell, 2008)¹.

2.2.2.3 Équilibre entre vie professionnelle et vie privée :

Selon Zohora, 2022 et Khatri, 2022. L'équilibre entre vie professionnelle et vie privée est un défi plus important dans les pays en développement que dans les pays développés, car le stigmata de la femme au foyer existe toujours dans ces pays. Selon Vasilić et al., 2020 une étude en Serbie a montré que 79% des femmes ont été affectées par le COVID-19 en raison de l'augmentation des tâches ménagères non rémunérées pendant le lockdown, elles ont dû réduire leur temps de travail pour s'occuper de la famille.

2.2.2.4 Discrimination fondée sur le sexe :

Selon Xie et Lv (2016), la discrimination basée sur le genre est l'un des problèmes les plus courants auxquels font face les entrepreneurs, notamment les femmes entrepreneures. Selon Booyavi & Crawford (2023), les femmes entrepreneures font face à différentes formes de discrimination, comme les préjugés concernant leurs compétences en tant que dirigeantes et les stéréotypes concernant leurs priorités et leurs engagements. Ces obstacles sont souvent perçus comme des obstacles pour elles.

Les médias sociaux ont un impact crucial sur le succès d'une entreprise ; cependant, il est clair que les hommes entrepreneurs ont une avance significative sur les femmes entrepreneures en ce qui concerne les réseaux sociaux (Raimi et al, 2023). De plus, les entrepreneurs féminins font face à une discrimination basée sur le genre en ce qui concerne leur éducation et leur expérience professionnelle, ce qui a un impact significatif sur leurs capacités d'innovation et de créativité (DeMartino & Barbato, 2003).

¹ Ibid, p :76

Chapitre (I I) : Le champ d'étude : l'entrepreneuriat féminin

Des recherches menées en Éthiopie ont montré que les femmes entrepreneures sont confrontées à la discrimination comme forme d'évitement lorsqu'elles reçoivent des offres, qu'elles ont des difficultés à trouver des espaces d'exploitation et qu'elles manquent de mobilité en raison de restrictions familiales (Singh & Belwal, 2008). Les femmes entrepreneures font face à un défi majeur en raison de la discrimination basée sur le sexe, comme en témoigne la performance inférieure des entreprises dirigées par des femmes par rapport à celles dirigées par des hommes (Booyavi & Crawford, 2023). L'investissement dans l'entrepreneuriat féminin aide à réduire la disparité entre les sexes, car les études démontrent que les femmes qui sont propriétaires ont une plus grande probabilité d'embaucher des femmes (Quak et al., 2022).

2.2.2.5 Facteurs socioculturels :

De nombreux défis socioculturels entravent le succès des femmes entrepreneures dans de nombreuses régions du monde, notamment dans les pays en développement, comme l'ont démontré les recherches (Adiza et al., 2020). Chez les femmes, ces difficultés sont plus prononcées que chez les hommes et sont constatées dans les pays à grande diversité culturelle. Les défis socioculturels auxquels font face les femmes entrepreneures en Inde sont liés aux attentes culturelles et aux structures sociétales qui ont longtemps été intégrées dans la culture et les traditions dominées par les hommes (Shastri & Sinha, 2010). Des études réalisées à Iringa et en Tanzanie ont mis en évidence que les femmes qui entreprennent font face à divers défis socioculturels, tels que l'inégalité des responsabilités sociales, le manque d'accès aux marchés et l'idéologie patriarcale (Kapinga & Montero, 2017). On a également obtenu des résultats similaires dans le cadre d'une étude réalisée à Oman, qui a mis en évidence que les femmes entrepreneurs font face à des préjugés socioculturels à leur égard (Ghouse et al., 2021).

De plus, les femmes dirigeantes au Pakistan font également face aux disparités entre les sexes et à la discrimination dans leur société masculine, ce qui entrave leur succès (Khan et al., 2021). De plus, il est constaté une augmentation du nombre de femmes entrepreneurs au Moyen-Orient et en Afrique du Nord, ce qui démontre que la société reconnaît leur rôle dans l'économie (Rosca et al., 2020). Ainsi que l'Arabie saoudite qui met en œuvre des politiques nationales visant à renforcer l'autonomie des femmes entrepreneures en créant des initiatives comme le Conseil national des affaires.

Chapitre (I I) : Le champ d'étude : l'entrepreneuriat féminin

Cependant, comme le souligne Strawser et ses collègues (2021), le nombre d'entrepreneurs féminins a augmenté, mais il demeure inférieur à celui des hommes, et le potentiel des femmes n'a pas encore été pleinement exploité.

2.2.2.6 Manque de soutien gouvernemental :

Les femmes entrepreneures font face à un défi majeur en raison du manque de soutien et de politiques gouvernementales (Mathew, 2010). En Pologne, des études ont montré que les femmes polonaises ne bénéficient pas d'un soutien officiel de la part du gouvernement pour développer leur entreprise (Bliss & Garratt, 2001). Le même constat a été fait au Pakistan, où les femmes entrepreneures font face à un défi majeur en raison de l'absence de soutien gouvernemental (Roomi & Parrott, 2008).

Selon une étude menée par Danish et Smith (2012), le gouvernement ne fournit pas un soutien adéquat aux femmes entrepreneures et constitue un obstacle majeur à leur succès. Selon l'étude de Welsh et ses collègues (2014), les résultats en miroir ont confirmé que le manque de soutien gouvernemental représente un défi majeur pour les femmes entrepreneures en Arabie saoudite. Selon des études menées en Éthiopie, il a été démontré que les femmes entrepreneures du pays rencontrent un soutien gouvernemental limité (Singh & Belwal, 2012). Les femmes entrepreneures ont été confrontées à de nombreux obstacles en raison du manque de soutien du gouvernement, ce qui les empêche de développer leurs entreprises (Danish & Smith, 2012).

Section 3 : l'évolution de la recherche sur l'entrepreneuriat féminin

Reconnaître que l'entrepreneuriat féminin aide au développement social, c'est reconnaître son importance économique (générer des emplois, favoriser l'innovation en proposant des produits et services originaux sur le marché).

Nous allons parcourir dans cette section les Principaux sujets récurrents de l'entrepreneuriat féminin et le modèle d'analyse entrepreneurial des 5M selon Brush, de Bruin et Welter (2009).

2.3.1 Principaux sujets récurrents de l'entrepreneuriat féminin :

Les écrits scientifiques sur ce thème ont commencé à prendre de l'ampleur dans les années 1970. Les auteurs classent les écrits sur l'entrepreneuriat féminin en deux grandes catégories : les études de type descriptif qui ont cherché et cherchent à mieux comprendre les caractéristiques de l'entrepreneuriat féminin, et les études qui se sont intéressées aux différences entre hommes et

Chapitre (I I) : Le champ d'étude : l'entrepreneuriat féminin

femmes en termes de motivations, de mode de gestion, de performance de l'entreprise, de besoins de formation, d'accès aux financements, de conciliation travail-famille et de participation aux réseaux d'affaires.

Voici quelques études antérieures pertinentes sur le sujet de l'entrepreneuriat féminin :

-Une étude menée au Canada a confirmé que les femmes choisissent l'entrepreneuriat majoritairement pour des raisons d'autonomie et de flexibilité¹.

-Une étude visant à dresser l'état des lieux de l'entrepreneuriat féminin dans les pays émergents et en de développement, examine dans quelle mesure les différentes opportunités de l'économie numérique permettent d'améliorer le niveau du succès entrepreneurial des femmes entrepreneures. Certains auteurs comme Gurumurthy et al. (2006) concluent que l'utilisation des outils numériques offrent aux femmes davantage d'occasions de participer aux affaires publiques, d'accéder à l'information privilégiée et de constituer des réseaux de sensibilisation. Aussi des travaux de Deming (2015); Sorgner et Krieger-Boden (2017); Wilson, Daugherty et Bianzino (2017) cherchent à essayer de comprendre comment mieux utiliser cette ressource qu'est l'économie numérique pour l'essor des entrepreneures. C'est dans ce contexte que la plateforme numérique francophone de l'entrepreneuriat féminin est lancée par l'Organisation internationale de la Francophonie à la fin de 2017. Un nouvel instrument qui, d'après l'organisation, « offre la chance à toutes les femmes entrepreneures de faire francophonie d'entrer en relation sur les cinq continents, d'accéder à des informations stratégiques en matière de financement, d'investissements, d'appels d'offres, de sous-traitance ou de co-entreprises, et donc de favoriser le développement de partenariats pour accroître l'accès aux marchés internationaux »²

-Plusieurs thèses ont été consacrées à l'entrepreneuriat féminin, telles qu'une étude de la dynamique entrepreneuriale en entrepreneuriat féminin, une lecture par le Business Model du cas des mampreneurs. Inscrits dans le champ de l'entrepreneuriat et du management stratégique, les résultats de ce travail doctoral permettent de proposer : d'abord un modèle de BM spécifique en entrepreneuriat féminin : « 2C.E.R.E » (capital, connaissance, entrepreneure, réseau, entreprise)

¹ Richer, St-Cyr et Beaudoin, « 2. L'apport spécifique de la recherche sur les entrepreneures », Presses de l'Université de Montréal, Montréal, 2018, p. 43-69

² Zogning, Félix, Op-cit, p : 371-372.

Chapitre (I I) : Le champ d'étude : l'entrepreneuriat féminin

puis, une nouvelle définition du mampreneuriat sur la base de leurs comportements entrepreneuriaux¹.

-Une étude a examiné l'entrepreneuriat féminin dans un contexte de développement international. En mobilisant la méthode des cas pour analyser en profondeur trois entreprises dirigées par des femmes. Faisant ressortir les spécificités de leur démarche à l'international, et l'articulation des différents réseaux (professionnels et personnels, domestique et international) associée au développement d'un co-leadership, pour conjuguer une conciliation travail-famille et réussir son développement à l'international².

-Des chercheurs se sont intéressés aux parcours féminins en amont de la création d'entreprise, une étude qualitative des parcours entrepreneuriaux féminins, basée sur la réalisation d'entretiens semi-directifs compréhensifs avec 31 femmes, candidates à l'entrepreneuriat ou déjà entrepreneuses, suivies en interne ou par l'un des membres du réseau lorrain Crealiance. Analysant la cohérence entre les outils proposés aux femmes pour les accompagner dans la création et les besoins et attentes de ces dernières ; la proposition d'outils d'accompagnement adaptés, qui permettraient aux femmes engagées dans un processus de création d'entreprise de voir aboutir leur projet. Pour percevoir les facteurs qui, au sein de ces parcours, pouvaient obérer le projet de création d'entreprise³.

Ces études ont permis de mieux comprendre les spécificités de l'entrepreneuriat féminin, les obstacles et les freins auxquels les femmes entrepreneuses peuvent être confrontées, ainsi que les facteurs qui influencent leur parcours entrepreneurial.

Il existe plusieurs modèles d'entrepreneuriat féminin avec des approches non féministe telle que le modèle Lacasse (1988) avec une vision psychologique, sociologique et économique, ou les modèles féministes qui se basent sur les conditions et les pratiques dont résultent le genre (Ahl,

¹ LACLE, Nadine. *Etude de la dynamique entrepreneuriale en entrepreneuriat féminin, une lecture par le Business Model du cas des mampreneurs*. 2020. Thèse de doctorat. Université Paris-Saclay.

² BEDDI, Hanane, FADIL, Nazik, et SAADAOUI, Khaled, Op-cit, p. 12-23.

³ BADIA, Benjamin, BRUNET, Florence, et KERTUDO, Pauline. « Les freins et obstacles à l'entrepreneuriat féminin ». *Recherche sociale*, 2013, vol. 208, no 4, p. 7-57.

Chapitre (I I) : Le champ d'étude : l'entrepreneuriat féminin

2004)¹, tel que Le modèle Simard (1995) avec une vision identité sociale et professionnelle stratégie d'accompagnement et le modèle de Brush et al (2009) que nous utiliserons dans notre étude².

2.3.2 Modèle d'analyse entrepreneurial des 5M (BRUSH, DE BRUIN ET WELTER, 2009) :

Brush, de Bruin et Welter (2009) ont proposé un cadre d'analyse de l'entrepreneuriat féminin. Contrairement à Lacasse (1988) et Hernandez (1997), le genre est ici considéré comme un angle de recherche à part entière. En effet, Brush, de Bruin et Welter (2009) ont analysé l'entrepreneuriat féminin suivant une approche féministe. Selon ces auteurs, ce sont les stéréotypes, les préjugés et les mentalités en défaveur des femmes qui font que ces dernières sont socialement discriminées et qui entravent leur démarche entrepreneuriale. Il faut alors lutter contre ces préjugés et autres valeurs rétrogrades par l'adoption de politiques publiques qui encouragent les femmes à entreprendre. C'est dans ce sens que ces auteurs proposent ce présent cadre d'analyse de l'entrepreneuriat féminin. Le cadre d'analyse de l'entrepreneuriat féminin proposé par Brush, de Bruin et Welter (2009) se base sur celui développé par Bates, Jackson et Johnson (2007) pour analyser l'environnement des entrepreneurs. La théorie de Bates, Jackson et Johnson (2007) est la théorie des 3M : « Market », « Money » et « Management ». Selon ces auteurs, ces 3M constituent le socle, les « buildings blocks », sur lequel repose toute démarche entrepreneuriale. Alors que pour Brush, de Bruin et Welter (2009), tout processus de création d'entreprises ne peut être abstrait de son contexte social. Ces auteurs parlent alors de « social embeddedness ». De ce fait, elles ont ajouté aux « buildings blocks » de Bates, Jackson et Johnson (2007), deux autres dimensions permettant de mieux saisir l'impact qu'a l'environnement social sur l'émergence de l'entrepreneuriat féminin. Ces auteurs ajoutent, ainsi, deux autres M aux trois M de Bates, Jackson et Johnson (2007) : la « Maternité » et le « Méso et Macro environnement »³.

La maternité désigne le contexte familial des femmes et elle influence très fortement leur démarche entrepreneuriale. Le méso et macro environnement désignent deux niveaux de compréhension de l'environnement des femmes. « Le niveau méso renvoie à l'environnement immédiat des femmes (les institutions et structures autour d'elles) et le niveau macro renvoie à un ensemble d'attentes sociales et de normes culturelles qui orientent la démarche entrepreneuriale ».

¹ DALI, Chantale, Op-cit, p : 95

² Ibid, p : 91

³ Ibid, pp :86-87

Chapitre (I I) : Le champ d'étude : l'entrepreneuriat féminin

Pour Brush, de Bruin et Welter (2009), comme pour la plupart des théoriciennes du féminisme, l'économie est « genrée ». Ce qui fait que, par exemple, les femmes opèrent généralement dans le secteur dit « informel ». C'est pourquoi « au lieu de s'attacher à dégager les caractéristiques des entrepreneures, il serait plus productif de s'intéresser à leur démarche, afin de mettre en lumière l'importance du contexte social »¹.

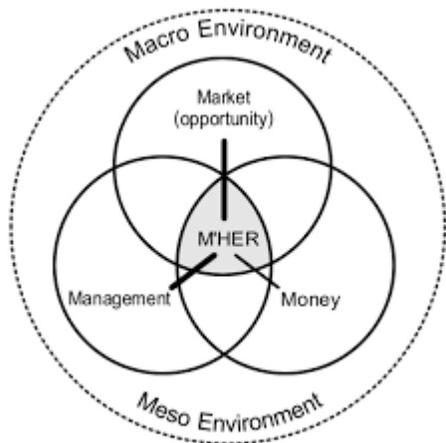
Comme le proposent Minniti et Naudé (2010), en référence aux facteurs environnementaux et aux facteurs générés par l'entrepreneur. De Bruin et al. (2009) proposent le modèle 5M dans lequel les trois premiers "M" sont "management", qui fait référence au capital humain et organisationnel ; "money", qui fait allusion à la disponibilité et à l'accès aux ressources financières ; et "market", qui concerne l'accès au marché et la possibilité d'identifier les opportunités. Les autres sont la "maternité", qui fait référence au micro-environnement (le contexte social de l'entrepreneuse - en d'autres termes, le foyer et la famille, les réseaux de contact en tant que source de ressources et de soutien émotionnel, de conseil ou d'orientation, ainsi que les possibilités d'apprentissage dépendant des valeurs sociales de la création d'entreprise), et l'environnement "mésomacro", dans lequel le méso-environnement fait référence à la région, au secteur, aux installations et aux réseaux qui ont un impact sur l'identification des opportunités et l'apprentissage (Welter et Smallbone, 2000), d'après Shinnar, (2012) ; Hechevarría, (2015) le "macro" environnement, qui englobe la culture, et enfin selon Luke et Munshi (2010), Gupta (2014) le cadre juridique et réglementaire et les valeurs et attitudes sociales qui déterminent l'attitude collective et individuelle de l'entrepreneur l'entrepreneuriat féminin².

¹ Idem

² CABRERA, Ezilda María et MAURICIO David. « Facteurs affectant le succès de l'entrepreneuriat féminin : une revue de la littérature. » *Revue internationale du genre et de l'entrepreneuriat* 9.1 (2017), p :42

Chapitre (I I) : Le champ d'étude : l'entrepreneuriat féminin

Figure (3) : Le cadre théorique des 5 M



Source: BRUSH, Candida G., DE BRUIN, Anne, et WELTER, Friederike. « A gender-aware framework for women's entrepreneurship ». *International Journal of Gender and entrepreneurship*, 2009, vol. 1, no 1, p :13

Section 4 : L'accompagnement entrepreneurial de la femme

Il est important Selon Sammut (2003), de prendre en compte l'accompagnement comme une énergie, une réflexion guidée, la formation de nouvelles habitudes et la prise de conscience que la réalité ne suit pas toujours une logique convenue¹.

Selon Moreno-Gavara & Jiménez-Zarco (2017), il est très avantageux de soutenir les femmes entrepreneures. Afin de progresser sur de nombreux fronts cruciaux, tels que la stimulation de la croissance économique, la promotion de l'unicité et l'avancement de l'objectif de l'autonomisation des femmes à l'échelle mondiale².

L'accompagnement dont bénéficient les femmes entrepreneures a fait l'objet d'études de certaines recherches (Boughanem, 2008 ; Le Moign et al, 2013, Lee-Gosselin et al, 2010 ; Mclymont, 2008, D'andria et Richomme-Huet, 2013). Ces dernières ont pour la majorité confirmé le rôle positif que joue une bonne politique publique d'accompagnement afin d'encourager et promouvoir l'entrepreneuriat féminin³.

¹ MICHRAFY, Rhizlane. « Mobilité sociale ascendante et accompagnement entrepreneurial: Analyse de la contribution des conseillères en entrepreneuriat de l'ANAPEC à l'autonomisation des femmes ». *International Journal of Accounting, Finance, Auditing, Management and Economics*, 2023, vol. 4, no 5-2, p : 626

² BABOVIĆ, Dunja et DE SANTO, Milica Kočović. Op-cit, p :115

³ BEN MAKHLOUF Yasmina, Op-cit, p :47

Chapitre (I I) : Le champ d'étude : l'entrepreneuriat féminin

2.4.1 L'importance du soutien pour les femmes entrepreneures :

L'entrepreneuriat féminin est une tendance croissante dans le monde des affaires. Les femmes entrepreneures apportent une perspective unique et des compétences précieuses, mais elles font également face à des défis uniques. L'un des défis les plus importants que les femmes entrepreneures doivent surmonter est le manque de soutien et de mentorat. C'est là où l'importance du soutien pour les femmes entrepreneures est décisif pour leur succès. Ces dernières ont souvent un plus faible réseau et une moindre accessibilité aux ressources que les hommes dans le monde des affaires, ce qui peut réduire leur chance de créer une entreprise. Le soutien s'exprime à travers de nombreuses formes présentées dans le tableau suivant :

Tableau (5) : Les différentes formes d'accompagnement

Types	Caractéristiques
Coaching	<ul style="list-style-type: none">• Dimension psychologique ;• Répondre au défi du changement personnel et/ou professionnel ;• Recherche d'efficacité et de performance ;• Proximité du coach avec la notion d'entraîneur ;• Rémunération.
Compagnonnage	<ul style="list-style-type: none">• Accent mis sur les savoir-faire, savoir-être ;• Transmission générationnelle entre pairs ;• Relation entre l'ancien devenu maître à l'apprenti novice ;• Rémunération rare.
Consultance	<ul style="list-style-type: none">• Processus court ;• Ciblage du problème ;• Rémunération.
Counseling	<ul style="list-style-type: none">• Dimension psychologique ;• Travail sur les émotions ;• Fondement comportementaliste ;• Rémunération.

Chapitre (I I) : Le champ d'étude : l'entrepreneuriat féminin

Mentorat	<ul style="list-style-type: none">• Mimétisme entre pairs ;• Appréciation réciproque ;• Personnalisation de la relation ;• Rémunération rare.
-----------------	--

Source : Messeghem, Karim, et SAMMUT Sylvie. « Chapitre 14. L'accompagnement entrepreneurial. Facteur de réussite », Catherine Léger-Jarniou éd., *Le grand livre de l'entrepreneuriat*. Dunod, 2013, p :273.

Ainsi que des réseaux de femmes entrepreneures et des programmes de financement spécifiques aux femmes. L'intérêt de ce soutien entrepreneurial est de renforcer les compétences et les connaissances nécessaires pour lancer et développer une entreprise, aller au-delà des stéréotypes de genre dans le monde des affaires. La sous-représentation des femmes dans les postes à haute responsabilité et de leadership fait de l'accompagnement entrepreneurial un propulseur d'actions entrepreneuriales à succès.

Selon Botha, Nieman et Van Vuuren (2007). Des études répertoriées portent principalement sur la nécessité de mieux former les femmes entrepreneures. Une étude quantitative sur l'efficacité du programme d'entrepreneuriat féminin (WEP) en Afrique du Sud a montré que l'acquisition de nouvelles compétences et connaissances entrepreneuriales aurait permis une augmentation du nombre d'employés et du chiffre d'affaires chez les répondantes. D'autres études abordent le soutien aux femmes entrepreneures dans une perspective globale sans s'attarder sur des données à partir d'expériences concrètes et ancrées dans le milieu. En mettant l'accent sur l'accès à trois types de capitaux : financiers, humains et sociaux¹.

Un exemple phare et récent en la matière est le programme de mentorat au féminin lancé par la Commission européenne en 2017 (CE 2017), appelé « European Network of Mentors for Women Entrepreneurs », visant à encourager l'entrepreneuriat féminin en Europe. Ce programme a impliqué plus de 3000 femmes entrepreneures et plus de 1000 mentors expérimentés, offrant un soutien dans de nombreux domaines, ainsi qu'un accès à des formations, des sessions de coaching et des événements pour développer leur entreprise. L'évaluation menée en 2020 a révélé le succès du modèle d'accompagnement genré².

¹ BRIÈRE, Sophie, AUCLAIR, Isabelle, et TREMBLAY, Maripier. « Soutenir les femmes entrepreneures en contexte africain: vers une nouvelle approche dynamique et collective ». *Revue internationale PME*, 2017, vol. 30, no 3, p : 74

² MICHRAFY, Rhizlane. Op-cit, p : 626.

Chapitre (I I) : Le champ d'étude : l'entrepreneuriat féminin

2.4.2 Approches relatives à la performance des entreprises créées par les femmes :

Selon Braidford, Stone et Tesfaye (2013) s, il est nécessaire de comprendre la signification d'entreprises dites performantes, leurs rôles dans la société et l'impact du soutien qu'elles reçoivent sur la performance de leurs entreprises. Comme l'ont montré St-Pierre et Cadieux (2011), les objectifs de nombreux propriétaires dirigeants sont multiples, de même que leur perception de la performance entrepreneuriale, celle-ci pouvant être sociale, personnelle, économique et pérenne. La performance des entreprises dans ce contexte ne peut donc être uniquement mesurée par les indicateurs financiers tel que le profit, le chiffre d'affaires et la création d'emplois (Ahl, 2002). Des mesures personnelles peuvent être considérées. Par exemple l'épanouissement personnel, la conciliation travail-vie personnelle, la participation à la vie communautaire et la création d'un revenu (Braidford, Stone et Tesfaye, 2013). En d'autres termes avoir des objectifs non lucratifs. Cette vision de la performance pousse à envisager la création de nouvelles méthodes pour évaluer l'efficacité des entreprises, en particulier celles fondées par des femmes. Certaines enquêtes, telles que celle du Global Entrepreneurship Monitor, offrent des portraits généraux des types d'entreprises créées, mais elles ne permettent pas de déterminer le type d'entreprise créée (privée, coopérative, familiale, sociale, etc.) ni la performance d'un modèle spécifique. C'est la raison pour laquelle il est essentiel de mener d'autres recherches qui incluent des indicateurs qualitatifs tels que l'évolution du contexte local d'affaires, la participation, l'apprentissage et les conséquences sur la communauté (Mano, Iddrisu, Yoshino et Sonobe, 2012 ; McKenzie et Woodruff, 2013) afin de mieux comprendre l'influence de l'entrepreneuriat féminin sur le développement économique et social¹.

¹ BRIÈRE, Sophie, AUCLAIR, Isabelle, et TREMBLAY, Maripier. Op-cit, p : 75

Chapitre (I I) : Le champ d'étude : l'entrepreneuriat féminin

Conclusion

L'entrepreneuriat a longtemps été considéré comme un domaine dominé par les hommes, les femmes étant confrontées à de nombreux obstacles pour démarrer et développer leur propre entreprise. Des études récentes mettent l'accent sur l'approche cognitive de l'entrepreneure afin d'analyser son comportement plutôt que d'être axé sur la spécificité du genre. Mais les résultats de certaines études montrent que les défis et obstacles sont plus importants pour les femmes entrepreneures de par l'impact environnementale (mésos/macro).

L'acte entrepreneurial est une décision qu'elle soit prise par nécessité ou par opportunité, et par conséquent engendre une coopération de la femme entrepreneure avec son milieu. L'un des aspects les plus spécifiques de l'entrepreneuriat féminin est l'importance de fournir un soutien et des ressources aux femmes entrepreneurs. Cela comprend l'accès au financement, au mentorat et aux opportunités de réseautage dans le but de créer un écosystème équilibré.

Après avoir présentée dans ce chapitre le cadre général de l'entrepreneuriat féminin nous allons consacrer le prochain chapitre au dynamisme entrepreneurial et à la réussite entrepreneuriale.

Chapitre (I I I) :

Dynamisme et succès entrepreneurial au féminin

Chapitre (I I I) : Dynamisme et succès entrepreneurial au féminin

Introduction :

Le succès entrepreneurial suivant une perspective de dynamique territoriale représente une excellente combinaison de développement économique. Ce dynamisme peut être mesurée par plusieurs modèles et approches théoriques tels que nous allons le voir dans ce chapitre, ce qui met l'accent sur les relations complexes existantes entre les entrepreneurs, les institutions et l'environnement local.

Sachant que l'être humain est le fruit ou le résultat de son environnement et que l'entrepreneur est l'acteur de son environnement local, il existe une corrélation entre les facteurs clés de succès entrepreneuriaux et la dynamique territoriale ou régionale, selon Pierre André Julien « Tout développement territoriale repose sur la création d'entreprise »¹.

Ce troisième chapitre va être scindé en deux sections, la première section traitera de la mesure du dynamisme entrepreneurial et de ces facteurs situationnels et spatiaux pour un développement local. Quant à la deuxième section, nous présenterons sur la base d'une revue de la littérature les facteurs clés de succès qui influent sur l'entrepreneuriat féminin.

¹ Julien, P-A (2012), « entrepreneuriat régional, incertitude et milieu », présentation lors du séminaire GRIDEQ-CRDT du 24 Avril 2012 à Rimouski

Chapitre (I I I) : Dynamisme et succès entrepreneurial au féminin

Section 1 : Mesure du dynamisme entrepreneurial régional et développement local

Ce qui définit une région dynamique est la qualité des ressources territoriales, la présence d'entrepreneurs particulièrement entreprenants, innovants et ouverts sur le marché extérieur qui développent une culture entrepreneuriale dynamique malgré les obstacles entrepreneuriaux tels que l'incertitude, le flux d'informations énorme, complexité de la demande, relations internes ou externes, différentes institutions territoriales et extraterritoriales fournissant ressources, compétences, connaissance et technologie¹.

Dans l'actuel contexte de multiplication de crises complexes et de manque de ressources, la multiplication des entreprises créées reste la principale source d'un développement régional et un moteur économique non négligeable.

Dans une étude portant sur la création et la disparition des entreprises dans 382 petites régions américaines, Reynolds, Miller et Maki (1995) ont montré que la croissance de la population, la densité de celle-ci de même qu'un tissu industriel comprenant un grand nombre de PME avaient un effet très net sur la création des entreprises, sur le taux de mortalité de celles-ci et, donc, sur la volatilité des PME².

Selon l'approche sociale soutenue par Shaver et Scott (1991), Larson et Starr (1993), Greve et Salaff (2003), Watson (2006) et le philosophe Jürgen Habermas (1987), le succès des PME, notamment durant la phase de création des entreprises est en grande partie expliquée par l'influence de l'environnement ou du milieu³. De ce fait les PME constituent la meilleure école pour les futurs entrepreneurs⁴.

Nous ne pouvons étudier le dynamisme entrepreneurial sans parler de l'influence du type d'entreprises, ou d'événements marquants une forte demande dans le secteur immobilier, qui s'atténuera avec le temps à moins qu'il y est une immigration imprévue de ressortissants étrangers. Comme il est le cas des ressortissants ukrainiens vers les pays européens (conjoncture politique).

¹ Julien & St. Pierre, Dynamiser le développement régional par l'entrepreneuriat : mesures et clés pour agir, collection Entrepreneuriat & PME, Québec, 2015, p. 229

² Julien & St. Pierre, La mesure de l'entrepreneuriat : rapport d'étude, Institut de la statistique du Québec, 2010, p : 45

³ Julien & St. Pierre, Dynamiser le développement régional par l'entrepreneuriat : mesures et clés pour agir, Op-cit, p : 229

⁴ Ibid, p : 182

Chapitre (I I I) : Dynamisme et succès entrepreneurial au féminin

Ou au contraire lors de récession qui rend certains secteurs moins florissant exemples des secteurs de loisir qui produisent des bien moins indispensables en temps de crise. Aussi l'effet de ces changements de conjonctures sur l'entrepreneuriat est parfois traduit par des actions gouvernementales apaisant le climat d'affaire et exigeant un certain temps d'adaptation des entrepreneurs face à ces changements, comme par exemple libérer une activité qui était jusque-là sous un monopole étatique. Ou en contrepartie une forte conjoncture économique qui multiplie l'emploi mais n'incite pas forcément à la création d'entreprise. D'où la complexité du levier entrepreneurial.

3.1.1 Mesure du dynamisme entrepreneurial régional :

Les variations dans la dynamique entrepreneuriale entre régions reflètent les différents contextes sociaux, culturels, politiques et économiques. Ces facteurs peuvent être influencés par des politiques nationales, mais la dimension locale s'avère déterminante pour réunir les conditions-cadres favorables à l'entrepreneuriat. D'où l'intérêt de se poser la question sur les facteurs territoriaux déterminants de la dynamique entrepreneuriale à l'échelle régionale et locale.

3.1.1.1 La dynamique régionale :

La dynamique régionale se traduit, entre autres, par la multiplication des activités, la modification de leur contenu et la modification de la structure économique interne des régions en fonction de différents facteurs, internes et externes. Cela peut être évalué par l'évolution quantitative et sectorielle du niveau d'emploi régional, de la population active régionale et/ou d'autres paramètres socio-économiques (production, valeur ajoutée, exportation, revenu...). La dynamique économique régionale peut être étudiée de diverses manières, mais dans ce travail, nous nous focaliserons exclusivement sur l'analyse structurelle-résiduelle. (Shift-Share Analysis) de Creamer et Bernstein.

Une analyse de la littérature sur l'action publique et la croissance locale relative aux diverses politiques de développement des régions et des territoires visant à souligner une série de questions liées à la démarche d'évaluation. Les différences entre les pratiques locales et régionales en matière d'accompagnement des entreprises sont nombreuses, notamment sous l'angle de la nature des modalités de financement (subvention ou exonération de charge). Il serait judicieux de souligner ici deux autres aspects des politiques mises en place. La première question concerne la nature de

Chapitre (I I I) : Dynamisme et succès entrepreneurial au féminin

l'impact souhaité, qui peut être individuel car il s'agit d'une entreprise ou collectif s'il s'agit d'un groupe de personnes ou d'un objet commun. La deuxième concerne l'influence sur les comportements, la mise en place de la politique peut soit optimiser un comportement déjà existant et entraîner ainsi une efficacité qualifiée de statique, soit encourager l'adoption d'un nouveau comportement, ce qui entraîne une efficacité dite dynamique. La première classe des politiques publiques de soutien aux entreprises est défini par ses objectifs, il peut s'agir d'adapter le comportement actuel des acteurs afin de leur permettre d'être plus performants dans la réalisation d'actions connues et déjà maîtrisées. Alternativement, ces politiques peuvent les inciter à adopter un nouveau comportement en remplacement d'un autre (informatisation de tâches préalablement réalisées « manuellement ») ou à introduire une véritable nouveauté dans l'entreprise (ouverture à l'international). La seconde classe opère une distinction en fonction des modalités de l'incitation ou du support institutionnel : distorsion de droit public des prix de marché ou système de récompenses conditionnelles comme pour les financements liés à des projets communs à plusieurs catégories d'établissements (entre PME, entre PME et grandes entreprises, entre entreprises et universités, etc.)¹.

Lorsqu'on examine la croissance de l'entrepreneuriat dans une région sur une période de quelques années, le résultat fournit un premier niveau d'information : création ou diffusion, niveau de croissance ou de décroissance. En comparant la croissance nationale avec l'ensemble du territoire, on peut ensuite déterminer si la région a connu une croissance plus ou moins élevée que d'autres régions. En réalité, il est souvent utile et indispensable de comparer les indicateurs entre différentes zones afin d'obtenir une position relative du territoire étudié.

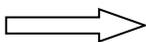
3.1.1.2 Modèles théoriques entrepreneuriaux :

En tant que guides pratiques, les modèles théoriques entrepreneuriaux se présentent comme des cadres structurés pour incorporer les principes agiles au sein des entreprises. Nous allons voir quelques modèles entrepreneuriaux retenues dans le tableau ci-dessous.

¹ CARRÉ, Denis et LEVRATTO, Nadine, « La complémentarité des dispositifs et des effets : problème pour l'évaluation des Politiques Publiques Territoriales ? », revue Politiques et management public, vol 29, N 2, p 169

Chapitre (I I I) : Dynamisme et succès entrepreneurial au féminin

Tableau (6) : liste de modèles entrepreneuriaux

Modèle	Approche	Définition
Le modèle Morris (1998)	<p>Approche processuelle de transformation (définir le lien entre les intrants dans un territoire donné et la dynamique entrepreneuriale)</p> <p>Intrants  extrants</p> <p>Opportunités d'affaires, création d'entreprise</p> <p>Avantage concurrentiel</p> <p>Ressources financières humaines</p>	<p>Degré d'intensité entrepreneuriale liée à l'interdépendance de trois groupes de facteurs environnementaux :</p> <p>1-Les infrastructures environnementales (niveau d'éducation, conjoncture économique, capacité financière, environnement juridique et légal, situation politique, infrastructures matérielles) ;</p> <p>2-le degré de turbulence environnemental (dynamique régionale, menaçante ou non et complexe) ;</p> <p>3-experience de vie (famille, éducation, modèle social et expérience professionnelle).</p>
Le modèle de Thurik, Wennekers et Uhlaner (2002)	Approche causale et circulaire (rétroactive)	<p>Considérant ici que la forme entrepreneuriale création d'entreprise qui émerge d'elle-même une fois les conditions environnementales réunies (technologique, économique, démographique, culturelle) donnant un taux d'entrepreneuriat (intention entrepreneuriale, entreprises naissantes ou en démarrage) réalisant une performance entrepreneuriale qui aura à son tour des répercussions sur les facteurs environnementaux et sur la dynamique entrepreneuriale.</p>
Le modèle du Global Entrepreneur	Approche individuelle	La dynamique entrepreneuriale est définie « comme une mesure sur une période donnée, du taux d'activité

Chapitre (I I I) : Dynamisme et succès entrepreneurial au féminin

<p>ship Monitor (GEM)</p>		<p>entrepreneuriale (TEA) au sein d'une entité territoriale donnée ».</p> <p>Le (TEA) est mesuré par : la part de la population adulte en âge de travailler engagée dans le lancement ou la gestion d'une nouvelle entreprise depuis moins de trois ans et demi.</p> <p>Le modèle GEM distingue les facteurs suivants : le financement, les politiques gouvernementales, les programmes spécifiques, l'enseignement et la formation, l'ouverture du marché, les normes socioculturelles, le transfert technologique et recherche et développement, l'infrastructure physique, l'infrastructure légale et commerciale</p>
<p>Le modèle très simplifié de Audretsch et Keilbach (2005)</p>	<p>Approche cumulative en ce qui concerne (la production, diffusion technologique et la productivité)</p>	<p>Prend en considération le facteur humain « l'entrepreneur » (E) qui crée une activité qui sera le reflet du dynamisme régional qui dépendra à son tour du capital investi (K) et du travail fourni (L) grâce au cumul de connaissances ou la technologie (A) développé par eux (R&D) ou provenant d'universités ou centres de recherche privés ou publics</p> <p>l'équation $Y=f(K, L, A, E)$</p> <p>Mais ce modèle ne prend pas en considération le type d'entrepreneur, soutien du milieu, les conditions structurelles et conjoncturelles (barrières territoriales, faiblesse du système financier, les problèmes de transport et de distribution,</p>

Chapitre (I I I) : Dynamisme et succès entrepreneurial au féminin

		corruption ...etc). Ce qui impactera notre compréhension des différences régionales
Le modèle de Julien (2005)	Approche circulaire, territoriale et méso économique	Etudier la relation entre la culture entrepreneuriale , les conventions (règles du jeu),qui seront favorables au dynamisme du milieu ainsi qu'à la création ou au développement des entreprises grâce aux réseaux a signaux faibles afin de mieux affronter l'incertitude et favoriser les informations partagée, les opportunités saisies et les ressources réquisitionnées pour mieux adapter l'innovation encourageant une multiplication d'entreprises réactives (les PIC), actives et transformation en Gazelles ou PME à forte croissance (proactives) qui peuvent transformer l'économie territoriale si elle comportait de 15% à 20% de ces dernières avec un soutien étatique et un capital social(financement formation, R&D, réputation, etc) et une certaine coopération.
Le modèle de Larsen (2008)		Evalue le développement entrepreneurial par la performance (les données de l'activité de création et celle de croissance des nouvelles firmes) et les conditions cadres d'un territoire (facilité d'accès au marché étrangers, l'accès illimité au capital financier, la présence des compétences nécessaires, la présence de structure d'incitation, culture entrepreneuriale) en matière d'entrepreneuriat

Chapitre (I I I) : Dynamisme et succès entrepreneurial au féminin

Source : Julien & St. Pierre, Dynamiser le développement régional par l'entrepreneuriat : mesures et clés pour agir, collection Entrepreneuriat & PME, Québec, 2015, p. 119-152

3.1.1.3 Analyse méso économique et macroéconomiques empirique portant sur la création d'entreprises :

Une étude de Bosma, Wennekers et Wit (2001) sur les régions Hollandaises conclue que l'importance du nombre d'entreprises par 100 000 habitants, l'importance des inégalités de ces derniers, la diversité dans la structure industrielle, la profitabilité des entreprises et l'aide gouvernementale a la création de nouvelles entreprises sont les variables les plus significatives du développement régional¹.

Ainsi qu'une étude de Rotefoss et Kolvereid (2005) sur le dynamisme en création d'entreprises des régions Norvégiennes conclue que les variables significatives sont l'expérience antérieure de l'entrepreneure, ainsi que les variables (croissance de la population, taux de chômage, spécialisation industrielle, poids des politiques d'intervention) sont relativement significatives selon le type d'entrepreneurs (souhaités, naissants ou débutants)².

3.1.2 Développement local :

Selon He et ses collègues (2018), l'entrepreneuriat est considéré comme une composante marginale dans le processus de développement des économies en développement. Ils étudient comment les politiques entrepreneuriales sont utilisées, adaptées et diffusées dans une petite ville de Chine intérieure, selon leurs conclusions, l'entrepreneuriat joue un rôle positif dans la croissance économique locale³.

D'après Frimousse et Peretti (2017) ainsi que Pouka et al., 2020, dans de nombreux pays développés ou en développement, des initiatives publiques et/ou privées ont abouti à la création de structures organisationnelles visant à soutenir le lancement et le développement de petites et moyennes entreprises. Étant donné que l'entreprise est considérée comme un moteur de développement économique et social, ces dispositifs, connus sous le nom d'incubateurs ou de pépinières, varient en fonction des pays et des particularités régionales⁴.

¹ Julien & St. Pierre, Op-cit, p : 175

² Ibid, p: 176

³ Ewango-Chatelet & Estay, Op-cit, p: 101

⁴ Ibid, p : 107

Chapitre (I I I) : Dynamisme et succès entrepreneurial au féminin

Notons qu'il existe une différence entre les deux concepts « développement » et « croissance économique » cette dernière désigne l'amélioration quantitative des paramètres économiques (Bairoch, 1971 ; Desjardins et Fripiat, 1998 ; Rist, 2007), alors que le processus de développement selon Kate Young implique l'amélioration sociale, économique, politique et culturelle des individus et de la société¹.

3.1.2.1 Fondements théoriques de la notion de développement :

Selon Rist (1996), On assimile le développement à la théorie de l'évolution naturelle. Il semble être un processus de transformation continu². Les théories du développement général et les théories du développement économique en particulier ont longtemps été fondées sur les principes de l'économie développés par les premiers théoriciens de l'économie classique, car à cette époque, les deux notions sont confondues. Ces principes sont appliqués lors de la révolution industrielle avec la création d'un système de production économique organisé. C'est dans ce contexte que se forment le fordisme et le keynésianisme, qui constituent les fondements de la croissance économique du XXe siècle.

D'après Tremblay (1999). Ces modèles sont remis en question par plusieurs crises économiques successives, ce qui entraîne l'émergence d'approches territoriales du développement, ainsi que des théories du développement spatial. D'après Boisvert (1996) Elles se sont multipliées en raison de la diversité des situations propres à chaque espace, ce qui a conduit à la formation actuelle du "corpus des théories du développement régional". Selon Perroux, (1955) et Boudeville (1963) Au cours des années 30 glorieuses, l'aménagement du territoire reposait sur la théorie des pôles de croissance : « La croissance ne se manifeste pas partout à la fois ; elle se manifeste en des points ou des pôles de croissance, avec des intensités variables ; elle se propage par différents canaux et avec des effets terminaux variables pour l'ensemble de l'économie ». D'après (Aydalot, 1985), l'expansion n'est pas homogène dans l'espace, ce qui nécessite que les politiques interventionnistes se concentrent sur certains points géographiques ou secteurs d'activité qui pourraient avoir des conséquences sur d'autres secteurs, villes ou régions. Ce processus est donc

¹ DALI, Chantale. « *L'émergence de l'entrepreneuriat féminin dans un processus de développement local en milieu rural: le cas de la sous-préfecture de Gadouan en Côte d'Ivoire* ». 2014. Thèse de doctorat. Université du Québec à Rimouski, p :106

² Chabault, D. (2006). « Les systèmes territoriaux de production: revue de littérature et approches théoriques d'un concept évolutif ». *Cahiers de Recherche du CERMAT*, 19(6), p : 2-3

Chapitre (I I I) : Dynamisme et succès entrepreneurial au féminin

celui de la diffusion d'un centre vers les périphéries. Cependant, d'après Tremblay (1999) ces politiques ont un impact négatif car la division du développement dans un espace spécifique favorise la formation d'espaces marginalisés autour du centre de développement¹.

Selon (Garofoli, 1994) l'idée du développement interne repose sur le territoire, qui se manifeste dans un espace spécifique et y prend sa source. Son origine réside dans l'ensemble des éléments territoriaux d'un espace, c'est-à-dire les éléments naturels, culturels, économiques et sociaux. Dans cette optique, il concerne des initiatives territoriales qui impactent l'apparition ou la localisation d'activités économiques. La croissance endogène repose sur les besoins essentiels des individus (alimentation, logement, éducation, travail...) plutôt que sur les besoins de la croissance économique. Il se concentre sur la mise en valeur des ressources naturelles, sur sa culture et ses compétences locales. Ces principes permettent à un territoire de tenter de modifier les caractéristiques qui lui sont propres et de générer un certain nombre d'avantages qui lui sont propres. Il est possible que cette initiative volontaire renforce l'attrait d'un territoire².

3.1.2.2 La théorie du développement local :

Est un courant qui se présente moins comme une théorie du développement que comme un paradigme nouveau du développement. Selon certains auteurs (Boisvert, 1996), le développement local découle directement du concept de développement endogène, mais selon Tremblay (1999), « il a subi une formalisation encore plus grande, ce qui a engendré plusieurs approches de développement local ». Tremblay (1999) dans une tentative de synthèse a dégagé deux approches qui englobent l'ensemble des courants : l'approche du développement local communautaire qui est centrée sur une vision globale et sociale du développement et l'approche du développement économique local. L'approche du développement local communautaire est fondée à la fois sur les solidarités et les initiatives à l'échelle de la communauté locale. Son objectif est de contrer les effets du développement libéral et des interventions ou des non-interventions de l'état. Selon cette approche, c'est donc le développement social qui influencera le développement économique.

Dionne (1996) parle de l'approche territoriale qui se fonde sur les solidarités humaines et communautaires. Il rejoint le concept d'économie sociale et la mise en place d'entreprises

¹ Ibid, p : 2-3

² Idem

Chapitre (I I I) : Dynamisme et succès entrepreneurial au féminin

d'économie sociale. L'approche du développement économique local est axée sur la mise en place d'initiatives concertées par des partenaires œuvrant au niveau d'un territoire local. Elle est principalement orientée vers l'amélioration des indices économiques traditionnels tels que la croissance des emplois et des revenus. Certains auteurs parlent de modèle fonctionnel qui se traduit par un modèle d'ajustement aux marchés mondialisés (Dionne, 1996). Le courant des districts industriels, le courant de la spécialisation flexible et plus tard le courant des milieux innovateurs, sont des approches différentes qui découlent du courant du développement économique local. Elles se situent davantage dans une optique économique classique, fondées sur l'entrepreneuriat, les systèmes de production géographiques et la flexibilité des entreprises¹.

3.1.2.3 Le rôle des PME dans la théorie du développement local :

Les petites et moyennes entreprises PME autochtones jouent le rôle d'accès à l'innovation (génération sur place ou importation). D'un point de vue politique gouvernemental, il est possible de se demander s'il est nécessaire de promouvoir les PME (en leur faveur) afin de promouvoir le développement local. Et si c'est le cas, comment.

En effet, il n'existe pas dans la littérature économique de justification théorique de la discrimination en faveur des PME, comme il existe une justification, par Williamson, de l'existence des grandes entreprises verticalement intégrées. En outre, quand on essaie de justifier des politiques discriminatoires en faveur des PME, on refuse parce que les lacunes du fonctionnement des marchés financiers ne sont pas suffisamment importantes pour justifier ce type d'interventions. Le Conseil économique du Canada est parvenu à la même conclusion (si l'on se contente de l'aide aux PME en tant que telles), à l'exception du capital de risque. D'après le Small Business Financing Review Team du ministère de l'Expansion industrielle régionale (Ottawa) la conclusion est comme suite: « Chacune des lacunes empiriques (dans les marchés financiers) a été examinée du point de vue de la théorie économique qui suggère que les subventions ne sont pas nécessaires pour corriger les lacunes perçues »².

L'état joue un rôle de coordinateur entre les différentes parties prenantes de l'écosystème entrepreneurial (universités, entrepreneurs, centres de recherche, grandes entreprises, etc.), il joue

¹ Idem

² FERNAND Martin . "L'entrepreneurship et le développement local : une évaluation." *Canadian Journal of Regional Science* 9.1 (1986): 1-23.

Chapitre (I I I) : Dynamisme et succès entrepreneurial au féminin

également un rôle primordial en encourageant les entrepreneurs à lancer leur projet de création d'entreprise et à innover. Le secteur privé, et en particulier les microentreprises et les petites et moyennes entreprises, constitue le socle de la croissance et du développement de l'économie.

3.1.3 L'enjeu des relations entre entreprise et territoire :

L'objectif consiste à évaluer la relation entre une entreprise et son territoire dans le cadre d'une analyse de développement basée sur la logique de proximité, ainsi que le rôle de cette relation dans la création d'institutions qui jouent un rôle crucial dans le développement territorial. En effet, le territoire de l'entreprise constitue simplement une partie de l'économie locale, à laquelle s'ajoutent les territoires des acteurs publics responsables du développement économique de certaines zones, ainsi que les territoires d'autres parties prenantes impliquées dans le projet de développement. Selon Pecqueur et Zimmerman (2004), la relation entre l'entreprise et son territoire peut être interprétée comme un investissement spécifique visant à altérer les conditions d'exercice de l'activité au niveau local. Les interactions entre l'entreprise et le territoire soulèvent des questions de coordination locale qui peuvent avoir des répercussions significatives sur le développement local et territorial¹.

3.1.3.1 Le concept de l'entreprise :

Chez les économistes, la définition du concept d'entreprise est complexe et sujette à controverse. Cette complexité découle de la nature de l'entreprise et de son environnement, qu'il soit interne ou externe, dans lequel elle opère. Traditionnellement, l'entreprise est définie par son activité économique, laquelle est liée à la production de biens et de services en combinant diverses ressources communément appelées "facteurs de production", avec pour objectif la génération de profits. Pour Bernemann et Separi (2001), l'entreprise est une structure productive créant des biens et services marchands. Elle constitue également un regroupement humain cherchant à mettre en avant le rôle des individus dans son fonctionnement. En outre, elle représente une organisation interagissant avec son environnement, chaque entreprise possédant une culture, une identité et une image. Selon Chancel et al. (1996), "les entreprises consistent à organiser le travail de manière à générer plus de richesse que la simple somme des contributions individuelles de ceux qui y

¹ FERDJ, Younes. « Les stratégies des entreprises dans les politiques de développement territorial en Algérie. Quels rôles et quelles évaluations de leurs effets? » ,Les Cahiers de l'Association Tiers-Monde, n°38,2024, p :46

Chapitre (I I I) : Dynamisme et succès entrepreneurial au féminin

travaillent", impliquant ainsi que pour perdurer, une entreprise doit créer plus de richesse qu'elle n'en consomme. Outre la dimension économique, les définitions intègrent également les aspects sociaux et environnementaux de l'entreprise. Sur le plan social, l'amélioration des conditions de travail, la formation et l'encadrement des travailleurs sont essentiels pour répondre aux besoins de ses membres (Chancel et al., 1996). La dimension ou la taille de l'entreprise joue également un rôle crucial dans le développement de cette dimension sociale (Darbelet et al., 1995)¹.

3.1.3.2 Les Petites et Moyennes Entreprises (PME) :

En règle générale, il s'agit d'entreprises de petite taille, caractérisées par un effectif limité (moins de 250 salariés) et une spécialisation très prononcée. Elles opèrent principalement dans les secteurs du commerce, des services et de l'industrie, où une proximité physique significative entre le prestataire et le client est nécessaire. Les PME représentent la majorité des entreprises et de l'emploi dans la zone Organisation de Coopération et de développement économiques (OCDE), soit environ 99% de l'ensemble des entreprises (OCDE, 2010). On trouve également de petites structures agissantes en tant que fournisseurs ou sous-traitants en amont et/ou en tant que clients en aval des activités des grandes entreprises. Aujourd'hui, les PME occupent une place centrale dans les politiques de développement, de restructuration et de transition vers l'économie de marché. L'intérêt pour les PME est devenu un phénomène mondial, considérant ces entreprises comme une véritable solution miracle : elles sont reconnues pour leur adaptabilité, leur flexibilité, ainsi que leur capacité à créer des emplois et de la richesse. Actuellement, tous les chercheurs s'accordent à reconnaître la difficulté de définir précisément le concept de la PME. À cet égard, plusieurs chercheurs l'ont défini comme un objet de recherche (D'Amboise, 1993 ; Torrès, 1998). Les définitions de la PME peuvent être classées en deux approches : celles qui utilisent des critères qualitatifs et celles qui utilisent des critères quantitatifs tels que le chiffre d'affaires et le nombre d'employés. Aux États-Unis, par exemple, une PME peut employer jusqu'à 1 500 salariés, tandis qu'au Royaume-Uni, toute unité de production employant jusqu'à 200 personnes est considérée comme une PME. L'application de la définition de la PME adoptée par l'Union européenne en 1996, basée sur trois critères (l'effectif, le chiffre d'affaires et l'indépendance de l'entreprise), donne une structure commune au parc des entreprises dans différents pays. En ce qui concerne les

¹ Ibid, p :46-47

Chapitre (I I I) : Dynamisme et succès entrepreneurial au féminin

entreprises familiales, elles sont généralement des TPE (Très Petites Entreprises) comptant moins de 9 employés, bien que certaines puissent aller jusqu'à une trentaine (30) de personnes. D'un point de vue opérationnel, le développement de nouveaux moyens matériels tels que l'informatique et les technologies de l'information et de la communication (TIC) a joué un rôle crucial. Ainsi, les grandes entreprises tendent à créer des filiales spécialisées pour optimiser leurs résultats et décentraliser la gestion (Torrès, 1998). Le développement de la sous-traitance et de la distribution constitue également des incitations significatives à la croissance des PME. Sur le plan économique, l'émergence des PME est souvent associée à des crises générales ou sectorielles qui fragilisent les grandes entreprises, entraînant souvent des licenciements massifs. La création de petits projets se présente alors comme une alternative pour ces travailleurs. Cette émergence découle également de la nécessité de faire face à la concurrence et de réduire les coûts par le biais de la sous-traitance ou de la segmentation de l'activité. Dans ce contexte, il convient de souligner l'impact de la stratégie d'essaimage adoptée par les grandes entreprises, qui vise à réduire le suremploi au sein de ces grandes structures¹.

3.1.3.3 Les stratégies territoriales des entreprises :

Généralement, les choix de localisation des entreprises sont principalement influencés, selon P. Moati et A. Perraud (2001), par trois priorités stratégiques pour lesquelles elles cherchent un appui de la part de leurs territoires d'implantation² :

a. La recherche de la flexibilité productive :

Face à l'accentuation de la contrainte de performance logistique ressentie par de nombreuses entreprises, les territoires sont de plus en plus sollicités pour leur capacité à aider les entreprises à améliorer leur flexibilité logistique (Moati et Perraud, 2001). Ainsi, les considérations logistiques peuvent jouer un rôle crucial dans les critères de localisation de certains types d'activités telles que les unités d'assemblage, les entrepôts, les plates-formes, etc. Par exemple, une entreprise peut chercher à s'implanter à proximité immédiate de ses principaux clients ou fournisseurs, comme cela est souvent le cas pour les unités d'assemblage des constructeurs automobiles accompagnées de l'implantation de sous-traitants à proximité immédiate du site. Mais si la proximité

¹ Idem

² Idem

Chapitre (I I I) : Dynamisme et succès entrepreneurial au féminin

géographique permet de réduire les coûts et les délais de transport, elle peut également compromettre la contribution des ressources du territoire à la compétitivité structurelle de l'entreprise. Selon Moati et Perraud (2001), cette proximité immédiate n'est envisageable que pour les entreprises dont les ventes sont concentrées sur un très petit nombre de gros clients, très concentrés géographiquement. Dans le cas contraire, la recherche de proximité physique pourrait entraîner une dispersion excessive de l'activité. Comme le souligne Veltz (1993), nous sommes passés d'une "géographie des coûts" à une "géographie des délais". Enfin, la capacité des entreprises à s'adapter aux exigences de flexibilité ne se limite pas à l'optimisation des flux logistiques. Comme le soulignent Moati et Perraud (2001), elle repose également sur des éléments tels que l'organisation des processus de production, les modes de gestion de la main-d'œuvre, et la nature des relations avec les fournisseurs et les clients. Dans cette perspective, d'autres caractéristiques du territoire sont recherchées, notamment un marché du travail suffisamment fluide et flexible, la présence locale d'une capacité de sous-traitance, et la capacité des institutions locales à faciliter l'établissement de relations de collaboration souples entre les entreprises locales opérant dans un même secteur.

b. La recherche de la flexibilité stratégique :

Face aux principaux éléments de leur environnement, les entreprises doivent faire face aux évolutions inattendues de leur environnement et renforcer ainsi leur flexibilité stratégique (Gaffard, 1990, cité par Moati et Perraud, 2001). La mobilité stratégique est d'autant moins complexe lorsque les évolutions de l'environnement sont perçues de manière précoce. La diffusion de l'intelligence économique souligne la nécessité, face à un environnement incertain, d'être constamment en veille et de faire un usage stratégique de l'information (Moati et Perraud, 2001). Selon ces auteurs, la capacité d'une entreprise à détecter de manière précoce et pertinente les évolutions de son environnement dépend de divers facteurs internes, mais elle n'est pas indifférente à sa localisation. Certains territoires peuvent offrir un accès privilégié à l'information, et bien que les progrès des technologies de l'information et de la communication (TIC) puissent laisser penser que la dimension territoriale perd de son importance, cela n'est pas toujours le cas. En réunissant les conditions propices à des redéploiements rapides, le territoire peut contribuer à la mobilité stratégique des entreprises. Un marché du travail important facilite les reconversions qui remettent en cause le profil de la main-d'œuvre, tandis qu'un tissu dense d'entreprises peut favoriser la

Chapitre (I I I) : Dynamisme et succès entrepreneurial au féminin

constitution d'un réseau flexible de sous-traitants et de prestataires de services. Ainsi, les territoires marqués par une forte densité économique retrouvent un avantage comparatif.

c. La recherche du renforcement de la capacité d'innovation :

De nos jours, selon Moati et Perraud (2001) les entreprises cherchant à renforcer leur capacité d'innovation recherchent un environnement stimulant. Ainsi, le territoire peut offrir des externalités de connaissance aux entreprises qui y sont implantées, telles que la circulation de la main-d'œuvre qualifiée et les échanges avec les institutions de recherche. Il peut encourager la coopération entre les entreprises ou entre les entreprises et les institutions de recherche travaillant dans des domaines de savoir pertinents pour elles. Elles peuvent également apprécier la proximité d'entreprises qui, qu'elles appartiennent ou non au même secteur, développent des compétences dans des domaines de savoir similaires. La quête d'un environnement propice à l'innovation est particulièrement marquée lorsque les entreprises souhaitent enrichir leur capacité d'innovation grâce à des contributions extérieures. Enfin, la capacité des territoires à faciliter la constitution de réseaux de coopération avec des entreprises spécialisées dans des compétences complémentaires peut constituer un facteur déterminant supplémentaire dans le choix de la localisation.

Section 2 : Les facteurs de succès liés à la création d'entreprise

L'importance accordée à l'entrepreneuriat a été cruciale dans toutes les initiatives de développement économique. De nombreux pays ont ainsi mis en œuvre des mesures significatives visant à encourager la création et la promotion des entreprises. Dans cette section nous procéderons à une clarification du concept du succès ensuite nous donnerons une classification exhaustive des facteurs clés de succès du phénomène entrepreneurial.

3.2.1 Le conceptualisation du succès :

Les sociétés évoluent sur un marché de plus en plus compétitif et cherchent à proposer un produit ou un service de haute qualité pour faire face à la concurrence, ou le succès reste un déterminant majeur que nous tenterons de définir.

3.2.1.1 Définitions du succès :

Le succès se définit comme l'aboutissement favorable ou prospère d'une tentative, d'un objectif, d'une activité ou d'une entreprise. Sa mesure peut varier d'un individu à l'autre ou d'un contexte à l'autre. Ce concept comporte une dimension quantitative (indicateurs de résultats

Chapitre (I I I) : Dynamisme et succès entrepreneurial au féminin

organisationnels, économiques ou financiers) et une dimension qualitative (équilibre travail-famille et indépendance, entre autres). Par conséquent, la réussite entrepreneuriale est un concept qui comprend à la fois une dimension quantitative et une dimension qualitative, tant pour l'entrepreneur que pour l'entreprise. Fisher et al. (2014) soulignent que la réussite entrepreneuriale est une variable dépendante qui n'a pas de définition opérationnelle, mais qui est exprimée par ses indicateurs. Selon Weber, (2014) dans certains cas, il est associé au niveau atteint non seulement par les indicateurs entrepreneuriaux, mais aussi par des aspects subjectifs pour l'entrepreneur¹.

La notion de succès entrepreneurial telle que la décrivent les femmes est intéressante dans la mesure où elles mettent davantage l'accent sur la pérennité de l'entreprise, sur la satisfaction éprouvée dans la conduite des affaires, sur la création et le maintien des emplois ou encore sur le sentiment de réalisation de soi. Cela ne signifie pas pour autant que les femmes entrepreneures accordent moins d'importance à la performance économique ; ce n'est simplement pas le seul élément à prendre en compte².

3.2.1.2 Mesure du succès :

La question de l'évaluation du succès des entreprises, notamment dans les petites et moyennes entreprises, est polémique. Une analyse de la littérature démontre bien qu'il n'existe pas de consensus sur ce qui est le meilleur indicateur du succès.

Si certains experts recommandaient l'utilisation rigoureuse d'indicateurs financiers pour évaluer le succès d'une entreprise, d'autres, notamment dans des recherches récentes, mettent en avant l'importance des aspects non financiers de la réussite. (Buttner et Moore, 1997³, Simonin, 2006⁴, Walker et Brown, 2004⁵). Les premiers soutiennent que l'utilisation de mesures financières traditionnelles telles que la rentabilité, le chiffre d'affaires, la croissance des ventes et le retour sur investissement, est essentielle pour évaluer la mesure dans laquelle une entreprise réussit ou non. D'après Brader et Preisendörfer (1998) pour que les organisations soient considérées comme

¹ Cabrera, EM et Mauricio, D. (2017). Op-cit, p :41

² Chasserio, S., Pailot, P. & Poroli, C. (2013). Op-cit, p : 184

³ BUTTNER, (E.H) et MOORE, (D.P) :« Women's organizational exodus to entrepreneurship: Selfreported motivations and correlates with success», Journal of Small Business Management, N° 1, 1997, pp. 34-46

⁴ SIMONIN, (M): "Women entrepreneurship", Business Strategy and International Business, Helsinki University of Technology, 2006, pp. 91-167.

⁵ Walker, (E) et Brown,(A): "What success factors are important to small business owners?" International SmallBusiness Journal, N°6, 2004, pp.577-594.

Chapitre (I I I) : Dynamisme et succès entrepreneurial au féminin

réussies, il est important pour elles de générer des revenus et des augmentations de profits, et de montrer un niveau de croissance spécifique, comme le montrent leurs ventes et leur chiffre d'affaires (Perren, 2000)¹.

D'un autre côté, d'autres chercheurs ont souligné l'importance des indicateurs de succès non financiers (Frese et al., 2002²; Hoque, 2004³; O'Regan et Ghobadian, 2004⁴), pour mesurer la réussite entrepreneuriale. Selon Cooper (1993)⁵, Walker et Brown (2004)⁶ Ces indicateurs représentent la satisfaction personnelle, la croissance personnelle, l'amélioration des compétences, le style de vie flexible, la satisfaction et la fidélisation de la clientèle, la rétention des clients et les progrès de carrière.

Jennings et Beaver (1997)⁷ ont soutenu que la réalisation d'objectifs personnels tels que le désir d'implication personnelle, l'indépendance et l'amélioration de style sont les critères de réussite les plus pertinents pour de nombreux petits propriétaires-exploitants. De même, Beaver (2002)⁸ a souligné que, pour de nombreux entrepreneurs, L'argent ne joue pas un rôle essentiel dans la motivation, mais plutôt un moyen plaisant de prendre en charge leur propre avenir.

Par conséquent, Wiklund (1999)⁹ a proposé que les mesures financières et non financières se complètent mutuellement et offrent une description plus précise du rendement actualisé.

¹ PERREN, (L): "Factors in the growth of micro-enterprises (part 2): Exploring the implication", Journal of Small Business and Enterprise Development , N° 4, 2000, pp. 366-385.

² Frese, (M) , et alii: " Psychological success factors of small scale businesses in Namibia: The roles of strategy process, entrepreneurial orientation, and the environment", Journal of Developmental Entrepreneurship , N° 7 , 2002, p265.

³ HOQUE, (Z): "A contingency model for the association between strategy, environmental uncertainty and performance measurement: Impact on organisational performance", International Business Review, N° 4, 2004, pp. 485-502.

⁴ O'REGAN, (N) et GHOBADIAN, (A): "The importance of capabilities for strategic direction and performance", Management Decision, N° 2, 2004, pp.292-312.

⁵ COOPER, (A.C): "Challenges in predicting new firm performance", Journal of Business Venturing , N° 3, 1993, pp. 241-254.

⁶ WALKER, (E) et BROWN, (A): "What success factors are important to small business owners?" International Small Business Journal , N°6,2004,pp. 577-593.

⁷ JENNINGS, (J.E) et BEAVER, (G): "The performance and competitive advantage of small firms: A management perspective", International Small Business Journal , N° 2, 1997,pp 63-75.

⁸ BEAVER, (G): Small business, entrepreneurship, and enterprise development", Englewood Cliffs, Prentice Hall, 2002.

⁹ WIKLUND, (J): "The sustainability of the entrepreneurial orientation-performance relationship", Entrepreneurship Theory & Practice, N° 1, 1999, pp.37-49.

Chapitre (I I I) : Dynamisme et succès entrepreneurial au féminin

A cet effet, Murphy et al (1996)¹, ont soutenu que la performance organisationnelle est constituée de divers aspects et qu'il est préférable pour les futurs chercheurs de continuer à inclure des mesures financières, sans négliger les mesures non financières. De même Walker et Brown (2004) ont souligné que la réussite financière détermine la capacité d'une entreprise à maintenir et à poursuivre ses activités, ainsi que sa capacité à évoluer dans le domaine des affaires, mais d'un autre côté, une mesure non financière du succès, comme en témoigne la satisfaction globale quant à la réalisation des objectifs, semblerait également pertinente, surtout dans les PME féminines dont la réalisation des objectifs personnels de l'entrepreneur est jugée importante.

Selon les auteurs, bien que les femmes aient une performance économique moins bonne, elles ressentent un succès subjectif de leur carrière entrepreneuriale plus élevé que les hommes. Ce résultat est dû au fait que les femmes seraient davantage attirées par l'entrepreneuriat car il leur offrirait la possibilité de concilier vie professionnelle et vie personnelle. En effet, Arthur et alii (2005)² rapportent que les femmes ont une appréciation très différente de la réussite objective et de la réussite subjective de leur carrière entrepreneuriale lorsqu'elles ont des enfants. Malgré les expériences de mobilité inter organisationnelle plus importantes et un niveau de réussite objective de la carrière plus faible, elles constatent toujours un niveau de réussite subjective élevé. Dans cette perspective, Powell et Mainiero (1992) soutiennent une évaluation de leur satisfaction qui reflète leur propre perception de leurs carrières entrepreneuriales est plus importante pour les femmes que l'aspect extérieur de ces dernières³.

Après une étude réalisée auprès de 916 femmes entrepreneures, Valcour et Ladge (2008)⁴ concluent que pour elles, concilier vie personnelle et vie professionnelle est important pour leur perception de réussite⁵. Il est donc essentiel d'analyser divers indicateurs de réussite pour améliorer la capacité d'explication des facteurs qui expliquent le succès entrepreneurial des femmes.

¹ MURPHY, (G. B) et alii: "Measuring performance in entrepreneurship research", Journal of Business Research, N° 1, 1996, pp. 15-23.

² ARTHUR (M.B) et alii: « Career success in a boundaryless career world », Journal of Organizational Behavior, N° 2, 2005, pp. 177-202.

³ POWELL (G.N) et MAINIERO (L.A): « Cross-currents in the river of time: Conceptualizing the complexities of women's careers », Journal of Management, N° 02, 1992, pp. 215-237.

⁴ VALCOUR, (M) et LADGE, (J): « Family and career path characteristics as predictors of women's objective and subjective career success: Integrating traditional and protean career explanations », Journal of Vocational Behavior, N° 7, 2008, pp.300-309.

⁵ Cabrera, E M et Mauricio, D. Op-cit , p : 59

Chapitre (I I I) : Dynamisme et succès entrepreneurial au féminin

Autrement dit, la réussite peut être perçue comme une variable dépendante qui n'a pas de définition opérationnelle et qui peut être mesurée à travers différents résultats.

La revue de littérature montre clairement, qu'il y a toujours, un manque consensus sur ce qui constitue le meilleur gage de succès. Les chercheurs ont soutenu que le succès des entreprises dépend à la fois de facteurs externes et internes.

Selon (Guzman et Santos, 2001)¹ l'impact sur l'entrepreneuriat et sur la réussite des entreprises comprend tous les facteurs spécifiques à l'entrepreneur qui sont influencés par une action précise, y compris les traits de personnalité de l'entrepreneur, les compétences personnelles et les aptitudes à exercer des fonctions entrepreneuriales et l'utilisation efficace des ressources au sein de l'entreprise (Nieman, 2006)².

Notre recherche pour le volet FCS se basera sur l'étude de « Ezilda Cabrera et David Mauricio » intitulée « Factors affecting the success of women's entrepreneurship: a review of literature » publiée en 2017 ».

L'étude a classifié les facteurs influençant la réussite entrepreneuriale des femmes en facteurs individuels (interne) et facteurs environnementaux (externes).

Les facteurs identifiés au niveau individuel (facteurs internes) sont les compétences proposées par (Mitchelmore et Rowley, 2013)³, classé en compétences managériale et entrepreneuriale, le capital humain qui comprend les expériences précédentes et le niveau d'éducation de la femme entrepreneure, en plus des caractéristiques de la personnalité de la femme entrepreneure qui sont le besoin d'accomplissement, la propension à prendre le risque et le locus contrôle.

Pour les facteurs environnementaux, les déterminants externes sont divisés en : micro environnement, méso-environnement et macro environnement, dans lequel l'environnement méso correspond aux services d'infrastructures et à la dynamique économique locale (clients,

¹ GUZMAN, (J) et SANTOS, (F): "The booster function and the entrepreneurial quality: An application to the Province of Seville", Entrepreneurial and Regional Development, N° 3, 2001, pp.211-228.

² NIEMAN, (G): Small business management: A South African approach, Van Schaik Publishers, 2006

³ MITCHELMORE, (S) et ROWLEY, (J): "Entrepreneurial competencies of women entrepreneurs pursuing growth", Journal of Small Business and Enterprise Development, N° 01, 2013, pp. 125-142.

Chapitre (I I I) : Dynamisme et succès entrepreneurial au féminin

fournisseurs, et concurrents) qui ont un impact sur l'identification et l'apprentissage des opportunités d'affaire (Welter et Smallbone, 2010)¹. L'environnement « macro », correspond à la culture (Shinnar, 2012²; Hechevarría, 2015³), et le soutien gouvernemental qui déterminent la perception collective et individuelle de l'entrepreneuriat féminin (Luke et Munshi, 2010⁶, Gupta, 2014⁷). Le rôle de la famille, l'accès aux ressources financières, ainsi que le réseautage (les contacts personnels et professionnels) représentent les facteurs micro environnementaux qui sont déterminés dans les phases de motivation, d'identification des opportunités et d'acquisition de ressources pour réussir dans les affaires.

3.2.2 Les facteurs de succès internes (environnement individuel) :

Dans le contexte de cette analyse les déterminants internes sont le capital humain, les caractéristiques personnelles et les compétences de la femme entrepreneure

3.2.2.1 Capital humain :

Dans les années 60, l'idée de capital humain a été principalement développée grâce aux publications de Hary Stanley Becker, qui ont suivi les travaux de (Mincer et Schulz). Cette théorie repose sur un principe fondamental : pour l'individu, l'éducation et la formation professionnelle sont perçues comme des investissements.

Dans cette perspective, on peut définir le capital humain comme l'ensemble des compétences de l'individu, peu importe leur origine (éducation, formation professionnelle, etc.). Son accumulation est due à l'interaction de l'individu tout au long de sa vie avec son environnement social, étant donné que le capital humain est perçu comme un ensemble de connaissances acquises, il se constitue principalement par deux voies ou deux sources essentielles : l'éducation et l'expérience active.

a. L'éducation : définie par Hornby (2010) comme une activité d'enseignement, de formation et d'apprentissage, notamment dans les établissements scolaires ou les collèges, visant à améliorer les connaissances et à développer les compétences. La littérature a largement évoqué l'impact de

¹ WELTER, (F) et SMALLBONE, (D): The embeddedness of women's entrepreneurship in a transition context, Edward Elgar Publishing, Cheltenham, 2010.

² SHINNAR, (R.A): "Entrepreneurial perceptions and intentions: the role of gender and culture", Entrepreneurship, Theory and Practice, N° 03, 2012, pp. 465-493.

³ HECHAVARRIA, (D): "The impact of culture on national prevalence rates of social and commercial entrepreneurship", International Entrepreneurship and Management Journal, N° 04, 2015, pp. 1025-1052.

Chapitre (I I I) : Dynamisme et succès entrepreneurial au féminin

l'éducation sur l'entrepreneuriat. Tandis que selon Brush et Chaganti (1998) certaines recherches ont souligné l'absence de corrélation entre l'éducation des femmes entrepreneures et leur succès dans leur carrière. Toutefois, plusieurs recherches ont démontré que le niveau de formation d'un entrepreneur, qu'il soit un homme ou une femme, a un effet bénéfique sur leur performance entrepreneuriale.

Selon Cooper et al (1992)¹, Les études sont positivement liées aux connaissances, aux compétences, à la motivation, à la confiance en soi, à la résolution de problèmes, à l'engagement et à la discipline. En réalité, les études supérieures offrent aux fondateurs d'entreprises, qu'ils soient hommes ou femmes, une meilleure capacité à faire face aux défis et à saisir les opportunités qui sont essentielles pour la croissance de l'entreprise.

De même, Richer et St-Cyr (2007)² révèlent que La formation joue un rôle essentiel dans la réussite des femmes entrepreneures. D'après leur estimation, « 50 % des femmes entrepreneures réussies possèdent à la fois une formation scolaire et une expérience professionnelle liée à leur domaine d'activité ». Hicks (2013)³, a expliqué aussi que Quand les femmes reçoivent une éducation, elles jouent un rôle essentiel dans la main-d'œuvre du pays, ce qui entraîne une augmentation de leurs revenus personnels et nationaux. Mark (2003)⁴ affirme que l'éducation des femmes permettra d'améliorer le développement national et d'encourager leur engagement politique et leur meilleure compréhension de leurs droits légaux et de la façon de les exercer.

D'autres études ont souligné l'importance de l'éducation à l'entrepreneuriat pour la réussite des PME, faisant référence à des initiatives visant à stimuler l'engouement pour l'entrepreneuriat professionnel et proposent une formation pour la création et le développement d'entreprises (Vesper, 1990⁵; Bechard et Toulouse, 1998⁶).

¹ COOPER, (A.C) et alii: Entrepreneurs, process of founding, and new firm performance, PWS Kent Publishing, Paris, 1992.

² RICHER et ST-CYR: l'entrepreneuriat féminin au Quebec, open edition books, 2007, p277

³ HICKS, (P. C): Importance of women for national development in LDCs, Lagos: Essen Press Ltd, 2013.

⁴ MARK, (E. N): Process of economic empowerment in Nigeria. Benin city, Ethiope Publisher, 2003.

⁵ VESPER, (K. H): New venture strategies, Englewood Cliffs, N.J, Prentice-Hall, 1990.

⁶ BECHARD, (J) et TOULOUSE, (J): Validation of a didactic model for the analysis of training objectives in entrepreneurship, Journal of Business Venturing, N° 4, 1998, pp.317-332.

Chapitre (I I I) : Dynamisme et succès entrepreneurial au féminin

b. Expérience précédente : Aldrich et al, (2006) définissent l'expérience professionnelle antérieure comprenant des années d'expérience en gestion, des années d'autres expériences à temps plein, une expérience de démarrage antérieure et un travail indépendant actuel ; ils soutiennent qu'il existe une forte corrélation entre ces expériences passées et le succès entrepreneurial obtenu. Dans la même optique, Krasniqi et al (2007) soutiennent que L'expérience peut avoir un impact bénéfique sur la progression d'une entreprise. De plus, ils soulignent que l'expérience, bien qu'elle ne soit pas propre à l'entreprise, est bénéfique pour la croissance.

Quant aux femmes entrepreneures, la majorité d'entre elles accumulent leur première expérience de gestion lors de la création de leur propre entreprise. Elles ne disposent pas de réseaux commerciaux de base, ni d'expérience préalable en gestion, ce qui les empêche de développer leurs entreprises (McClelland et al., 2005)¹. Pour Shaw et al (2001)², Selon de nombreuses femmes, la réussite dépend inévitablement de l'existence préalable du salaire. Effectivement, cela permettra de développer l'expérience technique, de connaître les fournisseurs, d'accumuler des connaissances et des réseaux, voire d'obtenir les fonds nécessaires pour créer et développer leurs entreprises.

3.2.2.2 Caractéristiques personnelles : Les caractéristiques, également connues sous le nom de "traits psychologiques", permettent de faire la distinction entre les entrepreneurs et les autres groupes de travail. L'analyse des traits vise principalement à saisir ce qui incite une personne à s'engager et à réussir dans une activité entrepreneuriale, et donc à détecter les caractéristiques psychologiques qui permettent de prédire ce comportement entrepreneurial.

Notre recherche se concentre principalement sur les caractéristiques suivantes : le besoin d'accomplissement, le locus de contrôle et la tendance à prendre des risques.

a. Besoin d'accomplissement : Mc Clelland (1994)³ a défini le besoin d'accomplissement comme le désir d'excellence et d'atteindre un objectif spécifique, dans le but d'atteindre son épanouissement personnel. Il a aussi mis en évidence que les emplois entrepreneuriaux se distinguent par leur niveau plus élevé de ces caractéristiques de tâche que les autres carrières. Par conséquent, il est probable que les individus ayant un besoin élevé de réussite seront plus enclins à occuper des

¹ MCCLELLAND, (D): "Characteristics of successful entrepreneurs", Journal of Creative Behaviour, N° 21, 2005, pp. 219-233.

² SHAW, (E) et alii: Unequal Entrepreneurs: Why Female Entrepreneurship is an Uphill Struggle, The Industrial Society Policy Report. 2001.

³ MCCLELLAND (D): "Sources of need for achievement," Human Motivation, a Book of Readings,1994,p.319,

Chapitre (I I I) : Dynamisme et succès entrepreneurial au féminin

emplois entrepreneuriaux que d'autres types de rôles. Selon Brockhaus (1992)¹ Ce besoin d'accomplissement ou « nAch » pour « need for achievement » revêt une importance accrue chez les personnes qui pèsent sur les défis et l'initiative. Ces personnes ont la responsabilité de leur propre succès.

Selon des recherches, il a été démontré que la réussite entrepreneuriale est fréquemment influencée par les expériences que les femmes entrepreneures ont eu pendant leur précédent emploi. Hackler et al (2004) identifient trois éléments clés de l'expérience professionnelle passée qui jouent un rôle crucial dans le processus d'entrepreneuriat. Ils incluent une connaissance préalable des marchés, des renseignements sur les méthodes pour les desservir et une compréhension des problèmes des clients. Certaines de ces expériences peuvent permettre à l'entrepreneur d'acquérir un ensemble de compétences générales, tandis que d'autres, comme la connaissance des marchés et des clients, peuvent être très spécifiques à la startup.

Selon Orhan et al., (2001)² l'épanouissement personnel est le principal élément motivant des femmes, exprimé par le défi et la volonté de voir si elles peuvent concevoir et faire progresser leur projet entrepreneurial. Collins et al., (2004) d'après leurs observations, les mesures projectives et individuelles de besoin à la réussite permettent de prédire les intentions et les résultats entrepreneuriaux des femmes.

b. Locus contrôle : Une autre caractéristique psychologique, mise en avant par les recherches, est relative au locus contrôle, Selon (Borland, 1994)³ le contrôle est une théorie développée par Rotter dans les années 1960. La conduite de l'entrepreneur repose sur son propre comportement et ne dépend pas d'autres éléments, comme le hasard ou la décision d'autrui. Si l'entrepreneur ne se sent pas en mesure de contrôler le développement de son entreprise, il n'a aucune raison de chercher activement à changer l'ordre des choses.

¹ BROCKHAUS, (R.H): « The psychology of the entrepreneur », Vesper edition, Englewood Cliffs NJ, Prentice Hall, 1992, pp.39-56.

² ORHAN, (O) et SCOTT (D): "Why women enter into entrepreneurship: an explanatory model", Women in Management Review, N° 16, 2001, pp. 232-247.

³ BORLAND, (C): Locus of control, need for achievement and entrepreneurship, these de doctorat, , University of Texas at Austin, 1994, p154.

Chapitre (I I I) : Dynamisme et succès entrepreneurial au féminin

Neider (1990)¹. Après avoir évalué le niveau de contrôle chez les femmes entrepreneures, il a été observé qu'elles sont davantage orientées vers le domaine interne. Dans un premier temps, les entrepreneurs qui réussissent manifestent une orientation interne beaucoup plus significative du Locus of Control que les dirigeants d'entreprises moins prospères.

Selon (Brockhaus et Horwitz,1996)² une personnalité contrôlée intérieurement est l'une des caractéristiques « classiques » d'un entrepreneur. Sans un niveau élevé de contrôle interne, il est probable que les personnes ne seront pas confrontées à des problèmes liés au lancement d'une nouvelle entreprise non expérimentée. D'après Gilad (1996)³ la théorie psychologique de Rotter sur le LOC est parfaitement liée au concept économique de Kirzner de vigilance entrepreneuriale, car le LOC interne entraîne une vigilance élevée qui est nécessaire pour l'apprentissage fortuit (c'est-à-dire la reconnaissance des opportunités une fois qu'elles sont rencontrées).

c.Propension à prendre le risque : Mc Celland (1961) Détermine la tendance à prendre des risques en fonction de la probabilité ou de la volonté d'une personne de prendre des risques. On la retrouve lors de la création d'une entreprise ou lors de la décision de poursuivre une idée d'entreprise avec peu de chances de réussite⁴.

Une situation à risque survient lorsqu'il est nécessaire de faire un choix entre deux ou plusieurs options dont les résultats potentiels ne sont pas connus et doivent être évalués de manière subjective (Meredith et ali, 1992)⁵. Cependant, certaines personnes ont une tolérance plus élevée au risque que d'autres, ce qui signifie que la création et le succès d'une entreprise seraient réservés à ceux qui ont une aversion plus faible pour les risques. (McClelland 1961 ; cité par Emin et Philippart, 2015) a affirmé que les personnes qui ont des exigences élevées en termes de réussite

¹ NEIDER, (L): "A preliminary investigation of female entrepreneurs in Florida", Journal of Small Business Management,N°05, 1990, pp.22–29

² Brockhaus,(R. H) et& Horwitz, (P. S.) :”The psychology of the entrepreneur, The Art and Science of Entrepreneurship. Cambridge, MA: Ballinger, 1996,pp.25-48

³ GILAD, (B.S): Entrepreneurial Decision Making: Some Behavioral Considerations, Handbook of Behavioral Economics, Volume A, , JAI Press, Greenwich,1996

⁴ Emin, (S) et Philippart, (P) : David Clarence McClelland. La motivation de l'entrepreneur, in book: Les Grands Auteurs en Entrepreneuriat ,Edition: Management et Société, Collection Grands Auteurs, Chapter: David Clarence McClelland. La motivation de l'entrepreneur, 2005

⁵ MEREDITH, (G) et alii: The Practice of Entrepreneurship, International Labor of entrepreneurship, Geneva, 1992

Chapitre (I I I) : Dynamisme et succès entrepreneurial au féminin

auraient une tendance modérée à prendre des risques. De plus, Lumpkin et Dess (1996)¹ déclarent que satisfaire les exigences des entrepreneurs, l'orientation entrepreneuriale implique l'autonomie, l'innovation, la prise de risques, l'agressivité proactive et la compétitivité. Ainsi, l'entrepreneur doit être capable de prendre en charge un risque prédéfini pour atteindre son objectif entrepreneurial (Desislava et Matilda, 2011)².

En ce qui concerne les femmes, en théorie, la volonté de prendre des risques élevés permet aux femmes entrepreneures de saisir des opportunités rentables face à l'incertitude, ce qui entraîne une rentabilité à long terme (McGrath, 2001)³. D'un point de vue empirique, les sociétés qui prennent des risques peuvent assurer une croissance plus élevée et une rentabilité à long terme, à la différence des autres sociétés (Yang, 2008⁴; Wang et Poutziouris, 2010⁵; Ahimbisibwe et Abaho, 2013⁶). (Walker et al., 2006⁷) ont examiné la tendance à prendre des risques chez les femmes dirigeantes d'entreprise ainsi que l'impact de l'âge sur ces activités. Selon l'étude les femmes étaient plus résistantes au risque émotionnel que leurs homologues masculins.

Certains chercheurs rejettent la caractéristique de prise de risque, tandis que d'autres considèrent que l'entrepreneur prend des risques modérés tel que (Bridge et al., 1998⁸). Alors que certaines personnes, estiment que la volonté de prendre des risques est l'essence même de l'entrepreneuriat (Gasse, 1987)⁹.

¹ LUMPKIN, (G.T) et DESS, (G.G): "Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance", *Academy of Management Review*, N° 21, 1996, pp. 135-72.

² DESISLAVA, (I) et alii : « Gender effects on risk-taking of entrepreneurs: evidence from Bulgaria », *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, N° 17, 2001, pp. 272 – 295.

³ MCGRATH, (R. G): "Exploratory learning, innovative capacity and managerial oversight", *Academy of Management Journal*, N°44, 2001, pp. 118–131.

⁴ YANG, (C. W): "The relationships among leadership styles, entrepreneurial orientation and firm performance", *Managing Global Transitions*, N° 6, 2008, pp.257–275.

⁵ WANG, (Y) et POUTZIOURIS, (P): "Entrepreneurial risk taking: empirical evidence from UK family firms", *Entrepreneurial Behavior & Research*, N° 16, 2010, pp. 370- 388.

⁶ AHIMBISIBWE, (G. M) et ABAHO, (E): "Export entrepreneurial orientation and export performance of SMEs in Uganda", *Global Advanced Research Journal of Management and Business Studies*, N° 2, 2013, pp. 56- 62.

⁷ WALKER, (E) et alii: "Risk taking propensity of new women owners: the importance of age", *Proceedings Babson College Entrepreneurial Research Conference, Indiana, USA*, Accessed from <http://eprints.qut.edu.au>, 2006

⁸ BRIDGE, (S) et alii: "Understanding Enterprise, Entrepreneurship and Small Business", *MacMillan Press Ltd, England*, 1998.

⁹ GASSE, (Y): *Elaborations on the psychology of the entrepreneur*, *Encyclopedia of Entrepreneurship*, Englewood Cliffs, 1982, pp. 57–71.

Chapitre (I I I) : Dynamisme et succès entrepreneurial au féminin

3.2.2.3 Compétences de la femme entrepreneure :

De nombreux chercheurs ont clairement avancé que les compétences des propriétaires d'entreprise jouent un rôle crucial dans la réussite de l'entreprise (Chandler et Jansen, 1992¹; Bird, 1995²).

Pour Katz (1995)³, La performance des gestionnaires est influencée davantage par les compétences que par les caractéristiques de personnalité. Rowe (1995)⁴ définit le terme « compétence » comme un niveau de performance, à la différence de « compétence (s) » qui, selon lui se réfère à un comportement où la réalisation est terminée. Selon le Répertoire opérationnel des métiers et des emplois/ANPE, la compétence est définie comme un ensemble de connaissances, de compétences et de compétences sociales qui se manifestent dans l'exercice d'un emploi/métier dans une situation d'activité spécifique (Jolis, 2000)⁵. Par ailleurs, (Hoffmann, 1999)⁶ considère que les compétences ont été définies de trois manières différentes : la performance observable, la norme de l'issue ou le résultat de rendement d'une personne et les attributs sous-jacents d'une personne, comme ses connaissances, compétences et habiletés.

Nous pouvons classer les compétences en deux types : compétences entrepreneuriales, et compétences en gestion.

a. Compétences entrepreneuriales : D'après Lyons (2002)⁷. Les compétences entrepreneuriales sont définies comme les aptitudes requises pour concevoir des produits et services innovants et pour apporter des solutions aux besoins émergents sur le marché. Il a également évoqué trois aptitudes entrepreneuriales qui doivent être présentes chez chaque entrepreneur :

- Concept d'entreprise : plan d'affaires, compétences de présentation ;

¹ CHANDLER, (G) et JANSEN, (E): "The founder's self-assessed competence and venture performance", Journal of Business Venturing, N° 7, 1992, pp. 223-236.

² BIRD, (B): "Toward a theory of entrepreneurial competency", Advances in entrepreneurship, firm emergence and growth, N°2, 1995, pp. 51-72.

³ KATZ, (R.L): "Skills of an effective administrator", Harvard Business Review, N° 1, 1955, pp. 33-42.

⁴ ROWE, (C): "Clarifying the use of competence and competency models in recruitment, assessment and staff development", Industrial and Commercial Training, N° 11, 1995, pp.12-17.

⁵ JOLIS, (N) : Piloter les compétences: de la logique de poste à l'atout-compétence, Éditions d'Organisation , Paris, 2000.

⁶ HOFFMANN, (T): "The meanings of competency", Journal of European Industrial Training, N°06, 1999, pp.275-286.

⁷ LYONS, (T. S): The entrepreneurial league system: Transforming your community's economy through enterprise development, Washington, DC: The Appalachian Regional Commission,2002.

Chapitre (I I I) : Dynamisme et succès entrepreneurial au féminin

- Analyse de l'environnement : Identifier les faiblesses du marché, saisir les opportunités du marché ;
- Comité consultatif et réseautage : équilibre entre l'indépendance et la recherche d'aide.

b. Compétences managériales (administratives) :

Selon Hellriegel et al (2008)¹. Les connaissances, les comportements et les attitudes qui contribuent à l'efficacité personnelle et organisationnelle sont appelées compétences managériales. Lyons (2002)² à identifier les compétences managériales comme étant les compétences nécessaires pour organiser le travail quotidien. Il a également, mentionné que les six compétences en gestion sont les suivantes :

- Gestion : planification, organisation, supervision, direction, mise en réseau ;
- Marketing/Ventes : identifier les clients, les canaux de distribution, la chaîne d'approvisionnement ;
- Financier : gestion des ressources financières, comptabilité, budgétisation ;
- Légal : forme d'organisation, gestion des risques, vie privée et sécurité ;
- Administratif : relations de personnes, relations de conseil consultatif ;
- Ordre supérieur : apprentissage, résolution de problèmes.

Une étude menée par Ibrahim et Goodwin (2010)³ au Canada et aux États-Unis d'Amérique (USA), dans laquelle des données ont été recueillies auprès de 74 petites entreprises à Montréal et de 70 autres petites entreprises à New York ; Au moyen d'un questionnaire suivi d'entrevues, a indiqué que le concept de compétences en gestion des propriétaires-gestionnaires est perçu comme un deuxième facteur clé du succès, après le facteur de compétence entrepreneurial. Dans le même ordre d'idées, de nombreuses études ont révélé que la majorité des échecs de l'entreprise sont attribuables au manque de compétences en gestion (O'Neill et Duker, 1996⁴ ; Terpstra et Olson,

¹ HELLRIEGEL, (D) et alii: *Managing: A competency based approach* (11th ed.), Mason, Thomson South- Western, 2008.

² LYONS, (T. S): *The entrepreneurial league system: Transforming your community's economy through enterprise development*, Washington, DC: The Appalachian Regional Commission, 2002.

³ IBRAHIM ET GOODWIN : « entrepreneurial et TPE: problématique d'accompagnement », *rede caurn*, N° 40, 2010, p.124.

⁴ O'NEILL, (H) et DUCKER,(J): "Survival and failure in small business: An application of strategic prescriptions in entrepreneurial firms", *Journal of Small Business Management* , N° 24 , 1996, pp.30-37.

Chapitre (I I I) : Dynamisme et succès entrepreneurial au féminin

1993¹). Les entrepreneurs possèdent les compétences requises, notamment en opérations, en finances, en marketing et en ressources humaines, ainsi que des compétences en gestion, ont davantage de chances de réussir et de développer leurs entreprises (Prahalad et Hamel, 1990)².

3.2.3 facteurs de succès externe (environnementaux) :

L'écologie organisationnelle, introduite par Hannan et Freeman (1977), cité par Forgues (2017)³, défend l'idée que les organisations sont soumises à des contraintes liées à leur environnement externe et par conséquent, la réussite de l'entreprise est largement influencée par ces forces extérieures.

3.2.3.1 micro- environnement :

Dans le contexte de cette analyse, les déterminants de micro environnement sont divisés en : famille, contacts et ressources financières.

a. La famille :

Plusieurs recherches mettent en évidence l'importance des liens familiaux (Paoloni, 2011⁴; Paoloni et Demartini, 2012⁵; Paoloni et Dumay, 2015⁶) Certains travaux se concentrent également sur le rôle essentiel de la famille dans le financement des entreprises détenues par des femmes pour leur réussite entrepreneuriale. En effet, les femmes qui entreprennent démarrent leur entreprise avec un financement moins élevé que leurs homologues masculins. Il est moins probable qu'elles sollicitent des fonds externes, même lors des phases suivantes du cycle de vie de l'entreprise. Les prêts de la famille ou des amis sont plus appréciés par elles que les crédits bancaires.

Selon Bruni et al (2004)⁷, « la famille est la variable intermédiaire entre le genre et l'entrepreneuriat », c'est pourquoi dans le parcours des femmes, la famille et le travail sont souvent étroitement liés.

¹ TERPSTRA, (D.E) et OLSON, (P. D) : « Entrepreneurial start-up and growth: A classification of problems», *Entrepreneurship Theory and Practice*, N° 3, 1993, pp. 5-20.

² PRAHALAD, (C. K) et HAMEL, (G) : « The core competence of the corporation», *Harvard Business Review*, N°68, 1990, pp. 79-91.

³ Forgues, (B) : *Évolution, variation, entrepreneuriat, les grands auteurs en management*, 2017, p.85

⁴ PAOLONI, (P) : *La dimensione relazionale delle imprese femminili*, Franco Angeli, Milano, Italy, 2011.

⁵ PAOLONI (P) et DEMARTINI (P): "The relational capital in female SMEs", *Journal of Academy of Business and Economics*, N° 2, 2012, pp. 23–32.

⁶ PAOLONI, (P) et DUMAY, (J): "The relational capital of micro-enterprises run by women: The start-up phase", *Gender in Management: An International Journal*, N° 15, 2015, pp. 172–197.

⁷ BRUNI,(A) et alii: *gender and entrepreneurship: an ethno- graphic approach*, NEW YORK: routledge, 2004

Chapitre (I I I) : Dynamisme et succès entrepreneurial au féminin

Selon la « perspective intégrée » Brush (1992)¹, L'intégration étroite entre la famille et l'entreprise est privilégiée par les femmes entrepreneures, car elles ne considèrent pas leur entreprise comme une entité externe à leur vie, mais plutôt comme un « système de relations interconnectées ». Cela implique qu'une femme qui devient entrepreneure continue d'être mère, épouse ou fille. Ces rôles continueront d'avoir un impact significatif sur son expérience entrepreneuriale, ce qui peut rendre son travail plus facile, mais peut aussi le rendre gêné.

De même Aldrich et Cliff (2003)² soutiennent l'intégration familiale a un effet sur la création de nouvelles entreprises et sur leur performance et leur succès, en raison de l'assistance apportée par la famille dans la mobilisation des ressources pertinentes. Ainsi que le soutien financier des familles aux femmes entrepreneures comme l'une des dimensions essentielles de l'entrepreneuriat dans le cadre institutionnel et améliorer davantage les performances des femmes chefs d'entreprise dans les pays moins développés que dans les pays développés (Welsh et al., 2014)³.

De la même manière, les femmes mariées, surtout dans les pays en voie de développement, ont besoin de l'appui de leur conjoint, tout comme leurs homologues masculins, afin de réussir dans leur activité entrepreneuriale : Tout d'abord, les valeurs culturelles sont en contradiction avec le besoin des femmes entrepreneures de se déplacer et de socialiser avec les hommes ; Ensuite, les responsabilités familiales peuvent être prises en compte. Ensuite, il arrive fréquemment que les femmes manquent de confiance dans l'exploitation d'une entreprise et, ensuite, les institutions financières sont généralement sensibles à l'idée de fournir une aide aux femmes (BIT, 1996)⁴.

D'après Cetindamar et al (2012)⁵. Le soutien moral et émotionnel des membres de la famille, encourage les femmes à devenir entrepreneures et aide à résoudre les problèmes

¹ BRUSH, (CG): "Research on women business owners: Past Trends, a new perspective and future directions", Entrepreneurship, Theory and Practice, N° 11, 1992, pp. 5-30.

² ALDRICH, (H) et CLIFF, (J): "The pervasive effects of family on entrepreneurship: toward a family embeddedness perspective", Journal of Business Venturing, N°18, 2003, pp. 573-596.

³ WELSH, (D.H.B): "Saudi women entrepreneurs: a growing economic segment", Journal of Business Research, N° 67, 2014, pp. 758-762.

⁴ Bureau international de travail, 1996

⁵ CETINDAMAR, (D), et alii: "What the numbers tell: The impact of human, family and financial capital on women and men's entry into entrepreneurship in Turkey", Entrepreneurship & Regional Development, N° 24, 2012, pp. 29-51.

Chapitre (I I I) : Dynamisme et succès entrepreneurial au féminin

entrepreneuriaux. (Eddleston et Powell, 2012)¹. Ce soutien procure à la femme entrepreneure confiance en soi et responsabilités familiales, augmentant ainsi les chances de croissance de l'entreprise.

b. Contacts des femmes entrepreneures (Réseau) :

Pendant la planification et le développement de leur entreprise, les entrepreneurs sollicitent leur famille ou leurs contacts, en fonction des besoins actuels et des relations avec les individus. (Rosenblatt et al., 1995)². Cependant, afin d'explorer d'autres opportunités, l'entrepreneur doit se connecter à de nouveaux réseaux sociaux grâce aux liens structuraux (ponts relationnels) qui existent entre divers groupes sociaux (Burt, 1992)³.

Toutefois, même si les réseaux d'affaires sont perçus comme bénéfiques, les femmes restent peu présentes et ont des niveaux de réseautage inférieurs à ceux de leurs homologues masculins (Aldrich, 1989⁴; St-Cyr, 2002⁵). Des recherches révèlent que les femmes se retrouvent, souvent exclues des réseaux masculins. (Manolova et al., 2008)⁶.

Quant à la composition du réseau, certains chercheurs démontrent que les réseaux investis par les femmes seraient majoritairement féminins. (Ruef et al., 2003)⁷. Des études soulignent le fait que, Les femmes entrepreneures ont tendance à se référer, surtout aux membres de la famille ou aux amis proches, plutôt qu'à des conseillers externes (Moore, 1990)⁸. La structure des réseaux des femmes entrepreneures serait difficile à créer et à développer, car ces réseaux et ces liens offrent

¹ EDDLESTON, (K) et POWELL, (G): "Nurturing entrepreneurs' work-family balance: a gendered perspective", *Entrepreneurship: Theory & Practice*, N°3, 2012, pp. 513-541.

² ROSENBLATT, (P.C) et alii: *The Family in Business*, Jossey-Bass, San Francisco, 1995.

³ BURT, (R. S): *The Social Structure of Competition*, Harvard University Press, 1992.

⁴ ALDRICH, (H) et alii: "Women on the verge of a breakthrough: networking among entrepreneurs in the United States and Italy", *Entrepreneurship & Regional Development*, N° 4, 1989, pp.339-356.

⁵ ST-CYR, (L) et alii : « Les entrepreneures québécoises: taille des entreprises et performance », *Chaire de développement et de relève de la PME*, HEC Montréal, 2003, p.211

⁶ Manolova, (T.S), Eunnii, (R. V) et Gyoshev, (B.S) : " Institutional environments for entrepreneurship: Evidence from emerging economies in eastern Europe", *Entrepreneurship Theory and Practice*, N°1, 2008, pp. 203-218.

⁷ Ruef, (M), Aldrich, (H) et Carter, (N): "The structure of founding teams: Homophily, strong ties, and isolation among US entrepreneurs". *Sociologie review*, N°6,2003, pp.195-222.

⁸ Moore, (R): «Entrepreneurs, high growth entrepreneurs and managers: contrasting and overlappingmotivational patterns», *Journal of Business Venturing*, N° 5, 1990, pp. 221-234.

Chapitre (I I I) : Dynamisme et succès entrepreneurial au féminin

l'accès aux conseils et à l'information, des éléments indispensables lors de la création d'une entreprise (Robinson et Stubberud, 2009¹; Anderson et al., 2010²).

En ce qui concerne les comportements de réseautage, des recherches récentes mettent en évidence l'importance de certaines caractéristiques personnelles des entrepreneurs, telles que leur personnalité (Geraudel, 2012)³, leurs motivations et leurs objectifs (Manolova et al. 2015)⁴. Selon certaines recherches, les objectifs ou les priorités des femmes et des hommes entrepreneurs ne seraient pas les mêmes dans le cadre des activités de réseautage, les femmes ayant des motivations plus « relationnelles » tandis que les hommes considéreraient leur participation dans des réseaux de manière plus pragmatique ou « instrumentale », privilégiant le gain personnel et l'efficacité plutôt que l'affectif (Aldrich, 1989⁵; Moore, 1990⁶). D'autres recherches ne montrent cependant pas de différences dans la perception et l'utilisation des réseaux par les entrepreneurs hommes et femmes (Katz et Williams, 1997)⁷. Ces dernières ont également une assez grande agressivité et efficacité que les hommes pour trouver des informations et du soutien dans les réseaux (Aldrich, 1989⁸; Blisson et Rana, 2001⁹; Hamouda et al., 2003¹⁰). Ces réseaux constituent en effet une réponse au manque de confiance en soi des femmes et leur confèrent une crédibilité dans un monde où leur position est encore remise en question (Fonrouge et Sammut, 2004¹¹). Les contacts

¹ ROBINSON, (S) et STUBBERUD, (H. A): "Sources of Advice in Entrepreneurship: Gender Differences in Business Owners", *International Journal of Entrepreneurship*, N°13, 2009, pp. 83-101.

² ANDERSON, (A. R) et alii: « Network practices and entrepreneurial growth », *Scandinavian Journal of Management*, N°26, 2010, pp. 121-133.

³ GERAUDEL, (M) : Réseau personnel du dirigeant de PME et accès aux ressources : le rôle modérateur de la personnalité, Thèse de doctorat en sciences de gestion, Institut de Recherche en Gestion et en Economie, Université de Savoie, France, 2012, p187.

⁴ MANOLOVA, (T. S) et alii: "Breaking the family and friends' circle: predictors of external financing usage among men and women entrepreneurs in a transitional economy", *Venture capital*, N°2, 2015, p. 109-132.

⁵ ALDRICH, (H): *Networking among women entrepreneurs: Women owned businesses*, Praeger edition, New York, 1989.

⁶ MOORE, (G): "Structural determinants of men's and women's personal networks", *American sociological review*, N°5, 1990, pp. 726-735.

⁷ KATZ, (J) et WILLIAMS, (P): "Gender, self-employment and weak tie networking", *Entrepreneurship and regional development*, N° 3, 1997, pp. 183-198.

⁸ Op-cit :285

⁹ BLISSON, (D) et RANA, (B. K): The role of entrepreneurial networks: the influence of gender and ethnicity in British SME's, 46th world conference on SMEs in a traditional and new mixed area, Taipei, juin 2001.

¹⁰ HAMOUDA, (A) et alii: The role of networking in the creation and development of women-led businesses : a study of female entrepreneurs in Ireland, 26th conference on SMEs in the knowledge-based economy, Grande- Bretagne, novembre 2003.

¹¹ FONROUGE et SAMMUT : « Vers une intermédiation effective », *Revue Internationale PME*, N° 13, 2004, pp. 87-104.

Chapitre (I I I) : Dynamisme et succès entrepreneurial au féminin

réguliers, qu'ils soient formels ou non, offrent aux femmes la possibilité de nouer des liens avec d'autres entrepreneures et de partager avec elles des idées et des expériences. Ces réseaux, qu'ils soient sociaux, économiques ou culturels, créent une véritable dynamique entrepreneuriale chez les femmes, en leur transmettant une culture entrepreneuriale, en leur offrant la possibilité de contribuer à l'élaboration des politiques gouvernementales. Hoang et Antoncic (2003)¹ estiment que les réseaux sont un facteur de pérennité pour les entreprises selon une étude réalisée en Allemagne auprès de 1600 créateurs d'entreprises.

c. Accès aux ressources financières :

L'accès au capital par les femmes entrepreneures est une condition essentielle à son activité. Pour certains auteurs, Des pratiques discriminatoires sont observées dans l'octroi de crédit aux femmes, en particulier lors de la création d'entreprise (Schwartz, cité par Rachdi, 2006² ; Chavan, 2005 et Welter 2007³). Cette discrimination est controversée par les résultats de (Deng et al., 1995)⁴ qui Dans leur étude, il est démontré que la plupart des femmes qui ont bénéficié de financements bancaires n'ont pas eu de difficultés avec les banques. De même, pour Carter et al (2001)⁵, Ce n'est pas le jugement discriminatoire des institutions qui poserait le problème, mais plutôt le manque de compétences des femmes pour négocier un prêt.

Ainsi, l'impossibilité d'obtenir un financement formel et l'absence de fonds propres incitent les entrepreneurs à utiliser principalement leurs épargnes personnelles, les tontines et le capital relationnel (Coleman, 2000)⁶.

¹ HOANG, (H) et ANTONCIC, (B): "Network-Based research in entrepreneurship", a critical Review, Journal of Business Venturing, forthcoming, N°2, 2003, p34.

² SCHWARTZ (1979), cité dans RACHDI, (F.Z) : L'entrepreneuriat féminin au Maroc : une étude exploratoire, Laboratoire ERMES (Toulon) EDHEC Nice France, huitième congrès international francophone en entrepreneuriat et PME, 2006

³ ICHAVAN, (M): Demystifying the women entrepreneurship in Sydney, Australia: A best practice model, Actes de la 50e conférence de l'International Council for Small Business, Washington, 16-18 mai 2005

⁴ DENG, (S) et alii "Female entrepreneurs doing business in Asia: a special investigation", Journal of small business and enterprise, N° 12, 1995, pp. 60-80.

⁵ CARTER, (S) et alii: Women's Business Ownership: A Review of the Academic, Report to the Small Business Service, Royaume-Uni, 2001

⁶ COLEMAN, (S): « Access to capital and term of credit: a comparison of men-women-owned small business », Journal of small business management, N°3, 200, pp. 37-52.

Chapitre (I I I) : Dynamisme et succès entrepreneurial au féminin

3.2.3.2 méso- environnement :

Le méso-environnement délimite l'ensemble des éléments qui impactent l'entreprise dans sa dimension régionale, en prenant en considération les particularités de zones spécifiques. On peut également définir la structure de l'environnement méso en se basant sur deux approches : subject-based approach et object-based approach (Wach ali,2016)¹.

Selon subject-based approach, le méso-environnement comprend selon Bednarczyk (1996)² :

- Les organismes d'administration publique, par exemple : le gouvernement local, les bureaux de l'administration fiscale ;
- Entités de services d'infrastructures à l'activité entrepreneuriales, par exemple : agences de développement régional, chambres de commerce et d'industrie, incubateurs d'entreprises, entreprises de formation et de conseil.

Selon l'object-based approach, le méso-environnement se compose selon Wach (2008)³ de :

- Les institutions de financement, par exemple : banques, partenariats financiers, fonds de garantie, sociétés de leasing, institutions financières régionales ;
- Les institutions gouvernementales locales, par exemple : les autorités locales, les unités administratives locales ;
- Les institutions autonomes des entreprises, par exemple : les chambres de commerce, les chambres des métiers, les associations d'employeurs ;
- Institutions de recherche, par exemple : universités, instituts de recherche, parcs scientifiques et technologiques, centres d'information ;

¹ 2 Wash,(K)et Wojciechowski, (L): Entrepreneurial Intentions of Students in Poland in the View of Ajzen's Theory of Planned Behaviour , entrepreneurial business and economic review, N° 4, 2016, p83

² BEDNARCZYK, (M): Environment and entrepreneurship in strategic management of an economic organization, Scientific Journals of the University of Economics in Kraków, N° 28,1996, p.46

³ Wach, (K): Regional surroundings of small and medium-sized enterprises,Publishing House of the Cracow University of Economics, N° 14, 2008, pp.34-35

Chapitre (I I I) : Dynamisme et succès entrepreneurial au féminin

- Institutions actives dans le domaine du développement de l'entrepreneuriat, par exemple : agences de développement régional, incubateurs d'entreprises, clusters industriels, bureaux d'études, entreprises de formation ;
- Des entités du secteur donné, par exemple : concurrents, fournisseurs, clients ;
- Groupes d'influence spécifiques, par exemple : communautés locales, groupes de pression locaux ;

Dans l'analyse du méso-environnement, ces déterminants sont divisés en : accessibilité au territoire (infrastructures) et dynamique économique locale (relations clients, relations fournisseurs, concurrence).

a. L'accessibilité au territoire : infrastructures

L'infrastructure est définie comme étant « les actifs physiques modernes qui sont essentiels au fonctionnement d'un pays, d'une région ou d'une organisation, qui contribuent à un avenir durable et qui facilitent les possibilités d'investissement »¹.

Nous pouvons distinguer deux types d'infrastructures : les infrastructures économiques et les infrastructures socio-économiques.

- **Les infrastructures économiques** : est un ensemble d'éléments constituant l'infrastructure de base, l'infrastructure énergétique, ainsi que la télécommunication, qui sont indispensables et liés à toutes les activités industrielles.
- **Les infrastructures socio-économiques** : est le facteur qui évalue le niveau et la qualité de vie des différentes populations. Son impact sur les entreprises industrielles est considérable, car elle évite des investissements supplémentaires et improductifs, des économies d'échelle et des dépenses supplémentaires. Ainsi, malgré l'importance du concept d'infrastructure, la littérature met largement en évidence l'importance des services d'infrastructure pour le succès des entreprises.

¹ KPMG, Réseau des investisseurs en infrastructure, « Guide de l'investisseur sur la définition de l'infrastructure », 2024, p :4

Chapitre (I I I) : Dynamisme et succès entrepreneurial au féminin

Clover et Darroch, (2005)¹ ont observé que le facteur « manque de services » était responsable de la plus grande variance des données. L'accès à l'électricité, des espaces commerciaux inadéquats, le manque de transports propres, l'accès à l'eau, aux routes, aux services postaux et aux télécommunications sont tous des facteurs qui sont à prendre en compte.

Nabli(2013)² a noté que, selon les évaluations du climat des investissements de la Banque mondiale en 2012, près de la moitié des entreprises privées de la région MENA(Middle East and North of Africa) se plaignent que les infrastructures constituent un obstacle modéré à majeur à la conduite des affaires. Les télécommunications et les transports, deux services de base, sont considérés comme des services sous-développés.

Dans ce cadre, il ne suffit pas que le territoire régional soit seulement accessible, mais il faut que cette accessibilité soit de qualité.

b.La dynamique économique locale : Dans le contexte de cette analyse, la dynamique économique locale est présentée par : les relations avec les clients, les fournisseurs et la concurrence.

. Relations client :

La notion de relation client a évolué ces trois dernières décennies. Les années 1990 ont été marquées par le passage d'une orientation produit à une orientation client selon Bruhn (2013)³. Si les entreprises se distinguaient jusqu'alors de la concurrence en répondant de manière générale aux besoins des clients, celles-ci deviennent de plus en plus exigeantes et attendent désormais des entreprises un traitement plus personnalisé.

Au sein d'une stratégie marketing, l'entreprise cherchera éventuellement à ajuster son offre en fonction de la "valeur globale" de chaque client, à mettre en place des communications

¹ CLOVER, (T.A) et DARROCH, (M.A.G) : "Owners' perceptions of factors that constrain the survival and growth of small, medium and micro agribusinesses in South Africa", *Agrekon*, N° 44, 2005, pp.238-263.

² NABILI, (M,K) : *Breaking the barriers to higher economic growth :Better governance and deeper reforms in the Middle East and North Africa*, Washington, DC : World Bank Publication , Numéro 6914, Décembre 2007

³ BRUHN, (M): "Consumer education and service quality: Conceptual issues and practical implications", *Journal of Services Marketing*, N°16, 2013, pp. 125–142.

Chapitre (I I I) : Dynamisme et succès entrepreneurial au féminin

personnalisées et à développer les ventes croisées, dans le but d'augmenter son chiffre d'affaires mondial (Payne et Frow, 2005)¹.

Par ailleurs, Boulding et alii (2005)² ont souligné que la réalisation de bonnes contributions avec les clients n'est pas toujours liée à une augmentation de la valeur pour l'entreprise. Cependant, ils maintiennent l'idée que les entreprises qui ont établi des relations solides avec les clients éprouvés sont celles qui améliorent le plus leur rentabilité.

Considérée comme un FCS la satisfaction (Morgan et Hunt, 1994)³ est primordial pour une entreprise, mettre en œuvre des procédures afin de mesurer cet indicateur et adapter les pratiques implique de bien comprendre les attentes des clients, d'évaluer la qualité et de traiter les défauts de prestation grâce à un service après-vente impeccable.

. Relations avec les fournisseurs :

Devant des marchés extrêmement compétitifs, caractérisés par une demande croissante de produits sur mesure, de qualité supérieure, livrés dans des délais et au moindre coût, les entreprises sont maintenant conscientes qu'une gestion efficace de leurs achats locaux ou internationaux peut représenter un avantage compétitive importante (Gulati et Sytch, 2007)⁴.

De plus, il est difficile et coûteux pour les entreprises de persuader leurs fournisseurs et de réussir avec elles à développer et partager les avantages d'une coopération efficace. Afin de définir cette catégorie de relations avec les fournisseurs, les entreprises cherchent à identifier les éléments essentiels de cette relation. Il est nécessaire avant tout de choisir les fournisseurs potentiels en se basant sur des critères élargis tels que la compétitivité (prix, qualité, délai), les compétences (innovation, capacité technologique, actifs humains et matériels), la qualité de l'organisation du partenaire potentiel (décisions stratégiques, qualité de gestion et de processus, flexibilité), la

¹ PAYNE (A) et FROW, (P): "A strategic framework for customer relationship management", Journal of Marketing, N°04, 2005, pp. 167-176.

² BOULDING, (W) et alii: "A customer relationship management roadmap: What is known, potential pitfalls and where to go", Journal of Marketing, N°9, 2005, pp.155-16.

³ MORGAN,(M) et HUNT, (S): "The Commitment-Trust Theory of Relationship Marketing", Journal of Marketing, 1994, N° 5, pp.20-38.

⁴ GULATI, (R) ET MAXIM (S): Joint Dependence in Interorganizational Relationships: Effects of Embeddedness on a Manufacturer's Performance in Procurement Relationships, Administrative Science Quarterly, 2007

Chapitre (I I I) : Dynamisme et succès entrepreneurial au féminin

durabilité financière, la taille et les comportements relationnels (solidarité, partage d'informations, volonté d'implication).

Effectivement, une gestion adéquate des échanges entre l'entreprise et les fournisseurs contribuent à renforcer non seulement les relations entre les deux parties, mais aussi le sentiment de confiance antérieur. De cette manière, les échanges réguliers entre les personnes, les réussites partagées, favorisent l'émergence de règles explicites (protocoles de communication, échange d'informations) et implicites (honnêteté, transparence, réciprocité, solidarité) qui renforcent la confiance (Larson, 1992)¹, Et cela consolide la relation et la renforce sur le long terme. Cependant, il est évident que la relation avec le fournisseur ne suffit pas pour être satisfaisante. Elle doit être supérieure à celle qui existe entre les membres de réseaux d'entreprise concurrents, car la qualité de la relation entre les parties ne se limite pas à la confiance, mais elle est également influencée par les mécanismes de socialisation qui sont positivement liés à la création d'un avantage compétitif durable pour l'entreprise (Cousins et al., 2008)².

. Relations avec les concurrents :

Dans un contexte économique caractérisé par des changements profonds et une grande complexité, l'entreprise est confrontée à une concurrence intense et agressive de la part de ses concurrents. Afin d'assurer une compétitivité élevée, toute entreprise qui souhaite s'imposer sur le marché doit donc adopter des méthodes innovantes pour une dynamique concurrentielle ne concernant pas que l'économie industrielle mais aussi la façon dont les dirigeants perçoivent leurs concurrents comme un facteur explicatif des décisions stratégiques. Effectivement, il est de plus en plus reconnu que les opinions des managers sur l'environnement devraient avoir un impact sur l'évolution de l'entreprise. (Reger et Huff, 2004)³.

Une vision globale de la compétition indique que les entreprises sont en compétition sur différents fronts ou dans différents marchés tels que le travail, les matières premières et les fournitures, le capital, la technologie, l'information et les consommateurs...Par conséquent,

¹ LARSON, (P.D): "product quality and total cost", international journal of physical distribution and logistic management, N° 06, 1993, pp. 4-10

² Cousins, (P) et alii: « Performance measurement in strategic buyer-supplier relationships: The mediating role of socialization mechanisms », International Journal of Operations & Production Management, N°3, 2008, pp. 238-258.

³ REGER (R.K) ET HUFF (A.N.) : "Strategic Groups : A cognitive perspective", Strategic Management Journal, N°14, 2004, pp. 103-124

Chapitre (I I I) : Dynamisme et succès entrepreneurial au féminin

l'entrepreneur est encouragé à collaborer, souvent sur certains projets tout en restant compétitif sur d'autres.

La stratégie de compétition, dans une nouvelle approche, implique de développer en même temps des relations de compétition et de coopération avec le même partenaire-adversaire, Bengtsson et Kock (2000)¹ développent une théorie de la coopétition fondée, principalement sur la théorie des réseaux sociaux et la RBV (Ressource- Based). Selon cette théorie, une entreprise a la capacité de générer un avantage compétitif en gérant ses ressources stratégiques de manière à ce qu'elles se distinguent par leur singularité, leur inimitabilité et leur non-imitation (Dierickx et Cool, 1990)².

Cependant, à mesure que les produits et services deviennent plus complexes, il devient de plus en plus ardu pour les entreprises de disposer et de développer seules les ressources nécessaires à leur création d'après Bauer et Snow (1996)³. Afin de surmonter cette difficulté, les entreprises peuvent opter pour des stratégies de collaboration (Dyer et Singh, 1998)⁴.

3.2.3.3 macro- environnement : Dans le contexte de cette analyse, les déterminants de macro environnement sont divisés en : soutien du gouvernement et l'environnement socioculturelle.

a. Soutien du gouvernement :

Il a été démontré par des chercheurs que les lois politiques et les programmes jouent un rôle dans la tendance et le potentiel des individus, en ce qui concerne leur choix d'activités entrepreneuriales et leur accès aux moyens et services favorisant le démarrage des affaires. Il est clairement souligné dans le modèle d'analyse de Shapero (1975, cité par Colot et al., 2007) et Gartner (1985, cité par Colot et al., 2007)⁵, via les aides de l'Etat, la disponibilité de services de

¹ BENGTTSSON, (M) et KOCK, (S): "Coopetition in Business Networks : to Cooperate and Compete Simultaneously", *Industrial Marketing Management*, N° 29, 2000, p. 411.

² DIERICKX, (I) et COOL, (K): "Asset Stock Accumulation and Sustainability of Competitive Advantage", *Management Science*, N° 12, 1989, p. 1504-1513.

³ HANSEN-BAUER,(J) et SNOW, (C.C): "Responding to Hypercompetition : The Structure and Processes of a Regional Learning Network Organization", *Organization Science*, N°4, 1996, p. 413-427.

⁴ DYER, (J.H) et SINGH, (H): "The Relational View: Cooperative Strategy and Sources of Interorganizational Competitive Advantage", *Academy of Management Review*, N°4, 1998, pp. 660-679.

⁵ COLOT, (O) : « Expliquer le phénomène entrepreneurial: les variables environnementales», *Cahiers de la Recherche de l'ISC de Paris*,2007, pp. 82-97.

Chapitre (I I I) : Dynamisme et succès entrepreneurial au féminin

soutien et d'autres influences gouvernementales. Ce modèle a, dans une certaine mesure, été validé par (Paturel et Arasti,2006).

Cependant, dans le cas spécifique des femmes entrepreneures, Yusuf (1995)¹, dans sa recherche a retenu sur 20 femmes entrepreneures dans la région du Pacifique Sud, elle a identifié neuf éléments qui favoriseraient la réussite de ces entreprises, dont les plus importants sont un soutien gouvernemental adéquat. Bellacourt et al., (1991; Cités par Lee-Gosselin, Housieaux et Villeneuve, 2010)² ont constaté que les programmes sont perçus par les femmes entrepreneures comme étant trop complexes sur le plan administratif, manquent d'informations et ne répondent pas à leurs besoins en matière d'accès au financement, et ne conviennent pas aux petites et moyennes entreprises qu'elles dirigent. De ce fait, le soutien gouvernemental peut être un facilitateur comme un obstacle au mouvement entrepreneurial féminin.

b. l'environnement socioculturel :

Le statut social de l'entrepreneuriat (Begley et Tan 2001) ou le fait qu'il s'agisse d'un parcours professionnel respecté selon Busenitz, Gómez et Spencer (2000) augmente l'intérêt des individus pour l'entrepreneuriat (Morris et Schindehutte 2005). Le capital social comprend les liens entre les membres d'une famille ou d'un groupe ethnique qu'ils soient forts ou faibles (Woolcock et Narayan 2000). Le capital social cognitif fait référence aux types de compréhension qui se développent entre les individus en fonction d'un sens partagé de la langue, des codes et de la culture (Farr-Wharton et Brunetto 2007 ; Naphiet et Ghoshal 1998).

La « culture », d'après Boyd et Richerson, est définie comme l'ensemble de toutes les idées, valeurs, etc. qui sont partagées et transmises au sein d'un groupe, entre des individus de la même génération et aussi entre divers générations (Boyd et Richerson, 1995). Bayad et Bourguiba (2006 ; cités par Colot, 2007)³ ont évalué l'effet de la culture sur l'entrepreneuriat en se basant sur la grille culturelle d'Hofstede. Selon celle-ci, une culture est caractérisée par une faible « distance

¹ YUSUF, (A): "Critical success factors for small business: Perceptions of South Pacific entrepreneurs", Journal of Small Business Management , N° 1, 1995, pp.68-73.

² LEE-GOSSELIN, (H) et alii : « Réalités, besoins et défis des femmes entrepreneures de la région de la Capitale-Nationale », .étude de doctorat, Université de Laval, Canada, 2010, p.108

³ COLOT, (O): « Expliquer le phénomène entrepreneurial: les variables environnementales», Cahiers de la Recherche de l'ISC , Paris,2007, p.101.

Chapitre (I I I) : Dynamisme et succès entrepreneurial au féminin

hiérarchique », un fort « individualisme », une forte « masculinité » et une faible « maîtrise de l'incertitude ».

En ce qui concerne les convictions religieuses, les réformistes contestent les interprétations restrictives de la religion qui ont conduit à transformer l'esprit du Coran et de la Sunna en des outils d'asservissement des femmes et demander une réinterprétation de l'Islam (Minces, 1996). Benradi, (1999)¹ indique que le Coran accorde, déjà les capacités permettant de produire des richesses et de les gérer en autonomie (Kebe, 2004)². Il est indéniable que les normes et les valeurs culturelles jouent un rôle prépondérant dans les pays arabo-musulmans, ce qui aura un impact sur le phénomène de l'entrepreneuriat féminin, (Arocena et al., (1983), cité par Grossetti et Reix ,2014³), Il a été démontré que, dans le cas particulier des femmes, leur succès ne se produit pas « par hasard », et que leur réussite se situe toujours dans un contexte connu, à travers un réseau relationnel et un « milieu de soutien ».

Dans la même logique, (Paturel et Arasti, 2006)⁴ Selon ces études, il est suggéré que la présence de modèles d'entrepreneurs dans son entourage familial ou dans son cercle d'amis est un élément clé pour le succès entrepreneurial des femmes. Certains principes transmis par les parents aux enfants lors de la socialisation poussent ainsi l'entrepreneuriat, tels que l'indépendance, la responsabilisation, la capacité à prendre des décisions en prenant en charge les conséquences et l'ouverture à d'autres cultures.

¹ BENRADI, (M) : Genre et gouvernance : analyse des comportements politiques des hommes et des femmes au Maroc, Rabat, Maroc, Haut-Commissariat au Plan, Centre national de documentation, 1999

² KEBE,(A.A) : Argumentaire religieux musulman sur l'équité de genre : Sénégal, Fonds des Nations Unies pour la population, 2004

³ Grossetti, (M) et Reix , (F) : parcours bibliographique et carrière entrepreneuriale, dictionnaire sociologique de l'entrepreneuriat, N° 7, 2014, p.421.

⁴ PATUREL, (R) et ARASTI, (Z) : Les principaux déterminants de l'entrepreneuriat féminin en Iran, Congrès International Francophone en Entrepreneuriat et PME sur le thème « L'Internationalisation des PME et ses conséquences sur les stratégies entrepreneuriales, Haute Ecole de Gestion (HEG) Fribourg, Suisse, 25-26 octobre 2006

Chapitre (I I I) : Dynamisme et succès entrepreneurial au féminin

Conclusion :

La dimension territoriale dans la réflexion du succès entrepreneuriales féminin nous permet d'explorer une relation entre le contexte économique global et le succès entrepreneurial individuel. Les disparités entre les taux d'entrepreneuriat régional influence le développement économique local. Les éléments immatériels, tels que la culture régionale et le "capital relationnel" afin de posséder l'information (avantage concurrentiel) ainsi que les éléments matériels tels que l'accessibilité aux infrastructures et aux ressources financières qui impulsent une croissance économique régionale. Ces mécanismes sont le moteur de multiplicité des entreprises locales et de ce fait la création d'emplois.

Aussi nous avons exposées les différentes dimensions des facteurs clés de succès de l'entrepreneuriat féminin qui sont divisées sur deux grandes catégories : facteurs internes (Capital humain , caractéristiques personnelles et compétences) et des facteurs externes avec trois sous catégories micro-économique (famille, contacts personnels et professionnels et accès aux ressources financières) , méso économique (accessibilité au territoire et la dynamique économique locale) et macro-économique (soutien du gouvernement et environnement socioculturel).

Dans le chapitre suivant nous allons faire un état des lieux de l'entrepreneuriat en Algérie de façon générale et de l'entrepreneuriat féminin dans le sud Algérien de façon spécifique.

Chapitre (IV) :

L'entrepreneuriat féminin en Algérie

Chapitre (IV) : L'entrepreneuriat féminin en Algérie

Introduction :

Le gouvernement Algérien a pris des mesures pour soutenir l'entrepreneuriat féminin. La législation Algérienne promeut le travail des femmes et leur participation au développement de l'économie. Les Algériennes entreprennent généralement à un âge avancé, fondent souvent des entreprises individuelles avec un nombre très limité d'employés, et sont motivées par un fort désir de réussite et par la volonté de s'épanouir.

Cependant, un changement ne peut être effectif sans que des individus décident d'entreprendre une action. D'où l'importance d'un recensement de l'activité entrepreneuriale féminine dans les régions du sud Algérien.

Le phénomène entrepreneurial étudié dans ce chapitre est situé dans un contexte territorial qui est l'Algérie plus précisément la région sud Algérien que nous allons explorer avec des statistiques et indices économiques.

Chapitre (IV) : L'entrepreneuriat féminin en Algérie

Section 1 : La réalité de l'entrepreneuriat féminin en Algérie

L'activité économique des femmes a doublé, en passant de 7,6% à 17,5% de 1977 à 2014. Il y a lieu de rappeler que le taux de chômage affectant la gent féminine a été multiplié par plus de 9 durant la même période, en sautant de 3,2% à 29,1%¹.

- La population active a été estimée en 2013 à 11.964.000 personnes
- L'effectif des femmes actives est de 2.275.000, soit 19% de la population active totale.
- L'effectif des femmes au chômage a été multiplié par 17 (entre 1977 et 2015)².

4.1.1 Le marché de l'emploi féminin en Algérie :

D'après l'économiste Mouloud Hedir en 2020, le taux d'emploi des femmes en Algérie se situait à 12.9%, loin derrière l'Égypte, la Libye, le Maroc et la Tunisie (17.7%, 25.3%, 21.1% et 20.4%), alors que la moyenne mondiale est de 45.9%, avec un taux d'occupation des femmes dans la période (2016-2020), qui passe de 13.9 % à 12.1%. Même constat pour le taux d'activité des femmes, qui chute de 16.9% à 15.4%, ainsi que le taux de chômage féminin passant de 18.2% à 21.5%, il conclut que la faible présence des femmes sur le marché de l'emploi est due au manque de moyens de transport, manque de garderies, l'éloignement entre le domicile et le lieu de travail, ainsi que la difficulté d'accès au financement bancaire et aux assiettes foncières pour les femmes entrepreneures. Effectivement, l'entrepreneuriat féminin est perçu comme un élément essentiel de la diversification économique qui doit profiter d'un soutien actif. Selon le dispositif ANADE, 14% des projets ont été financés pour les femmes, tandis que 64% des projets ont été financés par l'Agence Nationale de Gestion du Micro-crédit en Algérie (l'ANGEM), ce qui est bien supérieur aux financements accordés aux hommes. Cependant cela reste insuffisant.

Les chiffres du Centre National du Registre de Commerce (rapport 2021) révèlent que les femmes inscrites sous le statut de personnes physiques étaient au nombre de 154 662 sur un total de 1 928 567, soit un taux de 08%. Celles inscrites sous le statut de personnes morales étaient au nombre de 13 894 sur un ensemble de 212 432, soit un taux de 6,5%. Cette structure déclare aussi le nombre de femmes inscrites au registre du commerce est passé de 136 204 à 160 908, soit une

¹ OUADAH REBRAB, SALIHA. « L'entrepreneuriat féminin en Algérie étude statistique sur la dispersion de l'entrepreneuriat féminin en Algérie ». *Revue d'économie et de statistique appliquée*, vol. 13, no 1, 2016, p : 259

² Ibid, p : 258

Chapitre (IV) : L'entrepreneuriat féminin en Algérie

augmentation de 24 704 équivalant à une croissance de 18,1%, ce qui est positive mais reste non significative, car l'objectif du gouvernement est d'attendre les 40%¹.

D'après l'Office national des statistiques (ONS), la moyenne du taux de chômage des femmes serait de 20 %. Les taux affichés pour les diplômées de l'enseignement supérieur sont plus élevés : ils sont proches de 35 %, voire 40 % dans certaines régions. En même temps, la part des femmes dans l'activité économique n'excède pas les 18 % en 2015. En ce qui concerne l'entrepreneuriat féminin, il y a seulement 6 % de femmes qui sont chefs d'entreprise par rapport au nombre d'employeurs. Autrement chiffré, le nombre de femmes chefs d'entreprise est de l'ordre de 22 000 : le nombre de femmes inscrites au registre de commerce est de 8% uniquement. Selon l'ONS, les femmes restent également en nombre faible dans les différents dispositifs et programmes sectoriels dédiés au soutien de l'emploi. Ainsi 7% seulement ont bénéficié du dispositif ANADE en 2011, 4% de l'Andi entre 2005 et 2011, et 1,6% parmi 3,6% d'elles ont profité de programmes dédiés à l'agriculture pour l'intervalle 2008-2010².

Tableau (7) : Répartition de la population totale résidente active des ménages ordinaires et collectifs dans la région sud selon la wilaya et le sexe au recensement de 1998

Wilaya	Population active féminine	Population active masculine	Total Population active
01 – Adrar	59 105	9 839	68 944
07 – Biskra	120 822	14 212	135 033
08 – Bechar	51 203	13 153	64 356
11 – Tamanrasset	28 010	5 172	33 182
30 – Ouargla	87 449	15 721	103 170
33 – Illizi	8 315	1 493	9 808
37 – Tindouf	6 001	1 525	7 526
39 - El-Oued	96 013	9 626	105 640
47 – Ghardaia	63 444	7 621	71 065
Total Sud	520 362	78 362	598 724

Source : Rétrospective Statistique 1962 - 2011 Emploi, p :60

Nous relevons du tableau ci-dessus que la population active féminine dans la région sud est élevée respectivement dans les wilayas de Biskra, El oued et Ouargla représentant un potentiel

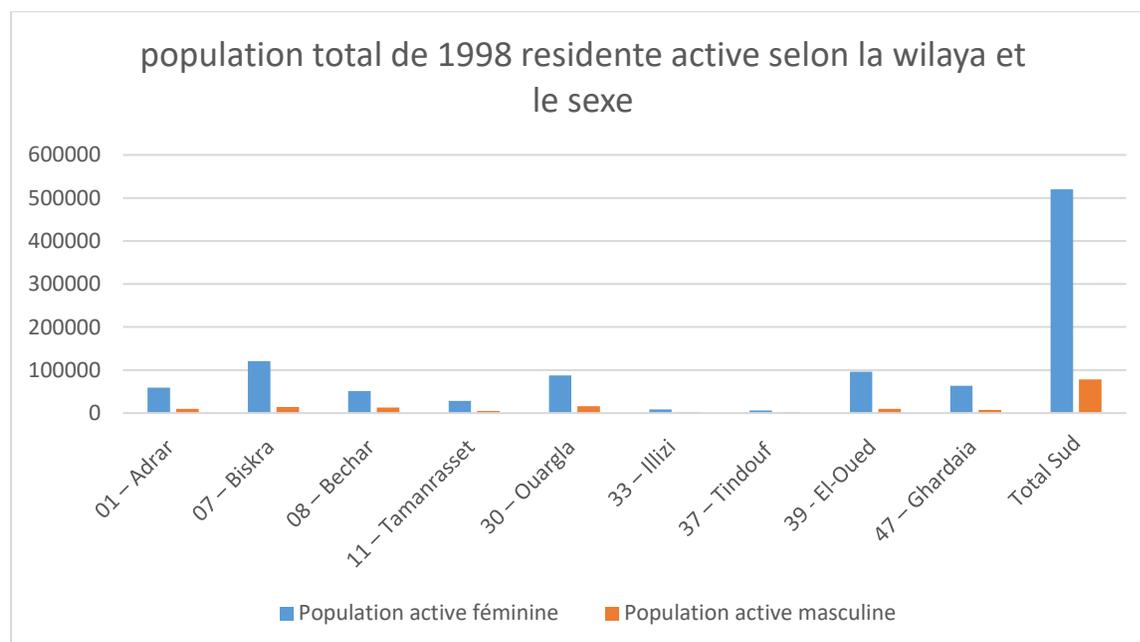
¹OUIAHIA Zoubida et TOUIL Rachid-Sofiane . L'entrepreneuriat féminin en quête de défis et d'opportunités: Profils, motivations et freins dévoilés. Female entrepreneurship in search of challenges and opportunities: Profiles, motivations, and barriers revealed. *Revue Algérienne d'Economie et gestion Vol, 2023, vol. 17, no 01, pp : 165-166*

²OUADAH REBRAB Saliha, Op-cit, p : 258

Chapitre (IV) : L'entrepreneuriat féminin en Algérie

économique non négligeable car leur proportion est plus importante que la population active masculine.

Figure (4) : Répartition de la population totale résidente active des ménages ordinaires et collectifs selon la wilaya et le sexe au recensement de 1998



Source : établie par nous même

Tableau (8) : Population totale résidente active des ménages nomades au recensement de 1998

Sexe	Effectifs	%
Féminin	5 412	7,93
Masculin	62 817	92,07
Total	68 229	100

Source : Rétrospective Statistique 1962 - 2011 Emploi, p :60

Nous Retenons du tableau ci-dessus correspondant au recensement de 1998 de la Population totale résidente active des ménages nomades un faible taux (7,93%) présence de la femme dans l'environnement nomade.

4.1.2 L'accompagnement entrepreneurial des femmes en Algérie :

La promotion de la femme entrepreneure reste une nécessité dans la cadre d'un projet de société progressive et égalitaire. De ce fait encourager les porteuses de projets et mieux les accompagner représente un outil incontournable surtout pour une stratégie de développement régional.

Chapitre (IV) : L'entrepreneuriat féminin en Algérie

L'accompagnement entrepreneurial est représenté par « l'ensemble des politiques publiques, les structures d'accompagnement généralistes ou spécialistes, les experts (comptables, avocats, consultants etc.), les organismes de recherche et de financement ainsi que les clubs d'entrepreneurs et des événements pour sensibiliser et renforcer l'entrepreneuriat ». Selon Labex (2016) Les phases de sensibilisation, d'accueil/information font partie du processus ainsi que l'accompagnement post-crédation. Selon Messeghem et al (2013) il existe une multitude de structures dédiées à l'accompagnement (pépinières, incubateurs, couveuses, etc...), mais aussi des programmes d'accompagnement de créateurs ou repreneurs organisés par des fondations, des associations ou des réseaux qui se sont organisés en dehors de structures d'hébergement¹.

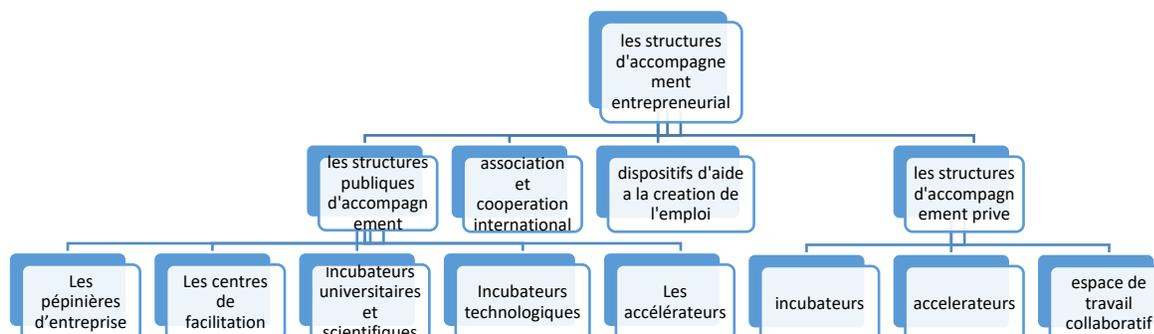
Avec l'avènement du nouveau ministère de la Micro-entreprise, des start-ups et de l'économie de la connaissance en 2020, suivi par la publication du décret n 20-254 du 15 septembre 2020 pour la labélisation des "start-up", des "projets innovants" et des "incubateurs". Ces derniers ayant un rôle d'accompagnement via un coaching de l'idée jusqu'à la création de l'entreprise. Au côté d'institutions relevant de la politique nationale de création de l'emploi assurent la mission d'accompagnement tel que les dispositifs CNAC- ANADE- ANGEM. Des universités ainsi que les institutions utilisatrices des TIC tel que : L'Agence Nationale de Promotion et de Développement des Parcs Technologiques (ANPT) et l'Agence National pour la Valorisation de la Recherche et du Développement technologique (ANVREDET). Aussi des opérateurs privés se lancent dans le domaine de l'accompagnement tels que : incube me, l'incubateur Tstart de Ooredoo, WOM WORK by the Annex DZ etc.

Depuis la mise en œuvre de la politique de soutien à la PME sous la tutelle du ministère de la Micro-entreprise, des start-ups et de l'économie de la connaissance. On identifie les structures d'accompagnement suivantes :

¹ HARRAR, Sabeha. « Ecosystème D'accompagnement Entrepreneurial en Algérie: Etat des Lieux The Entrepreneurial Support Ecosystem in Algeria: State of Play ». *Revue Abaad Iktissadia Vol*, 2021, vol. 11, no 01, p. 397.

Chapitre (IV) : L'entrepreneuriat féminin en Algérie

Figure (5) : écosystème d'accompagnement entrepreneurial en Algérie



Source : HARRAR, Sabeha. Ecosystème D'accompagnement Entrepreneurial en Algérie: Etat des Lieux The Entrepreneurial Support Ecosystem in Algeria: State of Play. *Revue Abaad Iktissadia Vol*, 2021, vol. 11, no 01, pp : 397-408

4.1.2.1 Projets financés par genre et par secteur d'activité par l'ANADE :

Depuis sa mise en place à la fin du premier semestre 2018, le dispositif ANADE, anciennement ANSEJ, a été utilisé pour soutenir 374 325 entrepreneurs masculins contre 38 307 entrepreneures féminines, ce qui représente un taux de féminité global de 10%. Cependant, les femmes entrepreneures occupent une position significative dans les activités libérales avec 45%¹.

Tableau (9) : Projets financés en fonction du genre et du secteur d'activité (Cumul au 30/06/2018) par l'ANADE

Secteur d'Activité	Projets financés	Hommes	Femmes	Taux de Féminité (%)
AGRICULTURE	55232	52653	2579	4,67
ARTISANAT	42772	35452	7320	17,11
BTPH	33144	32400	744	2,24
HYDRAULIQUE	545	521	24	4,40
INDUSTRIE	25586	21931	3655	14,29
MAINTENANCE	9699	9534	165	1,70
PECHE	1131	115	16	1,41
PROFESSION LIBERALE	10323	5661	4662	45,16
SERVICE	106992	89429	17563	16,42

¹ Direction Générale de la Veille Stratégique, des Etudes et des Systèmes d'Information, Bulletin d'information Statistique de la PME, novembre 2018, N 33, p. 29

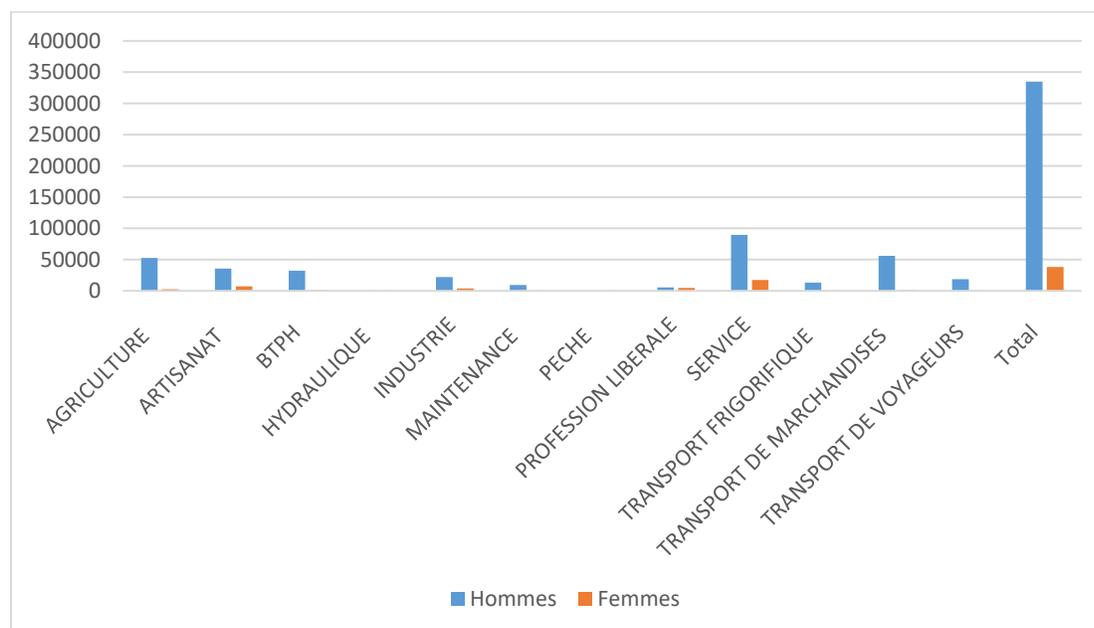
Chapitre (IV) : L'entrepreneuriat féminin en Algérie

TRANSPORT FRIGORIFIQUE	13385	12996	389	2,91
TRANSPORT DE MARCHANDISES	56530	55821	709	1,25
TRANSPORT DE VOYAGEURS	18986	18505	481	2,53
Total	374325	335018	38307	10,23

Source : Direction Générale de la Veille Stratégique, des Etudes et des Systèmes d'Information, « Bulletin d'information Statistique de la PME 2018 », p : 29

Nous observons du tableau ci-dessus que les secteurs d'activité financés par l'ANADE jusqu'au 30-06-2018 favorisés par les femmes entrepreneures sont : en première position le secteur de la profession libérale avec un taux de 45,16%, suivi du secteur de l'artisanat avec 17,11% et du secteur des services avec 16,42%. Les secteurs d'activités les moins choisis par les femmes entrepreneures sont les transports de marchandises, la pêche et la maintenance qui sont des secteurs plus masculins que d'autres.

Figure (6) : Projets financés par genre et par secteur d'activité (Cumul au 30/06/2018)



Source : établie par nous même

Chapitre (IV) : L'entrepreneuriat féminin en Algérie

Tableau (10) : Projets financés par genre et par secteur d'activité (Cumul au 31/12/2021)
ANADE

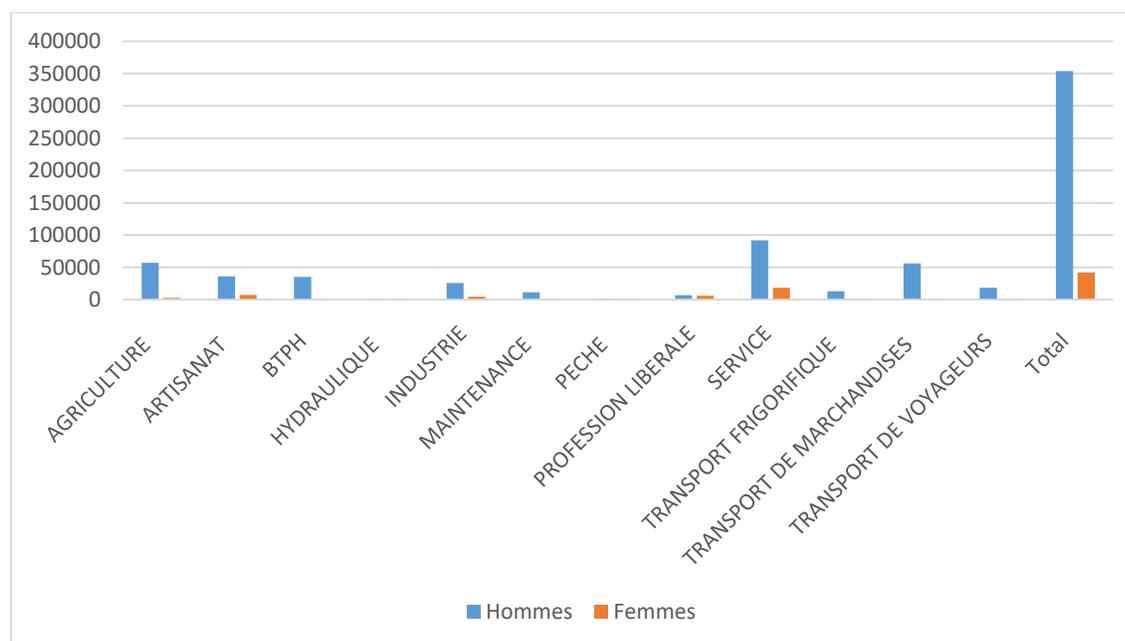
Secteur d'Activité	Projets financés	Hommes	Femmes	Taux de Féminité (%)
AGRICULTURE	59 894	57 113	2 781	5%
ARTISANAT	43 663	36 225	7 438	17 %
BTPH	36 162	35 296	866	2 %
HYDRAULIQUE	570	543	27	5 %
INDUSTRIE	30 348	25 779	4 569	15%
MAINTENANCE	11 395 182	11 213	182	2 %
PECHE	1 136	1 119	17	1 %
PROFESSION LIBERALE	13 055	6 958	6 097	47 %
SERVICE	110 355	91 852	18 503	17 %
TRANSPORT FRIGORIFIQUE	13 390	13 001	389	3 %
TRANSPORT DE MARCHANDISES	56 824	56 112	712	1 %
TRANSPORT DE VOYAGEURS	19 020	18 539	481	3 %
Total	395 812	353 750	42 062	11 %

Source : Direction Générale de la Veille Stratégique, des Etudes et des Systèmes d'Information, Bulletin d'information Statistique de la PME, Mars 2022, N 40, p. 31

D'après les informations présentées dans le tableau ci-dessus, le domaine des services est le plus attrayant pour les porteuses de projets accompagnées par l'ANADE depuis le début de ce dispositif (avec 18 503 projets), suivi du domaine de l'artisanat avec 7438 projets, puis le secteur de la profession libérale avec 6097 projets financés. Grâce au programme ANADE, 353 750 entrepreneurs masculins ont bénéficié d'un soutien, tandis que 42 062 entrepreneures féminines ont en bénéficié, ce qui représente un taux de féminité global de 11%. La part des femmes entrepreneures dans les activités libérales est significative, représentant 47%.

Chapitre (IV) : L'entrepreneuriat féminin en Algérie

Figure (7) : Projets financés par genre et par secteur d'activité (Cumul au 31/12/2021) ANADE



Source : Direction Générale de la Veille Stratégique, des Etudes et des Systèmes d'Information, Bulletin d'information Statistique de la PME, Mars 2022, N 40, p. 31

4.1.2.2 Répartition des projets financés par la structure CNAC

Tableau (11) : Projets financés par secteur d'activité (cumul au 30/06/2018) CNAC

Secteur d'Activité	Nombre de projets financés	Part de la femme	Impact emploi	Total financement (Million DA)
AGRICULTURE	19 698	2 332	47 525	78 467,58
ARTISANAT	12 938	2 897	33 900	41 074,92
BTPH	8 295	198	26 590	33 221,10
HYDRAULIQUE	332 16	16	1 143	2 339,22
INDUSTRIE	11 203	2 441	32 590	50 695,92
MAINTENANCE	833	19	2 004	2 434,61
PECHE	451	2	1 625	3 093,10
PROFESSION LIBERALE	989	449	2 147	3 858,72
SERVICE	30 714	5 269	64 926	109 171,43
TRANSPORT DE MARCHANDISES	45 848	698	69 666	118 383,90
TRANSPORT DE VOYAGEURS	12 192	150	18 486	28 851
Total	143 493	14 471	300 602	471 591,51

Source : Direction Générale de la Veille Stratégique, des Etudes et des Systèmes d'Information, Bulletin d'information Statistique de la PME, novembre 2018, N 33, p. 30

Chapitre (IV) : L'entrepreneuriat féminin en Algérie

D'après les informations présentées dans le tableau ci-dessus, le domaine des services est le plus attrayant pour les porteuses de projets accompagnés par la CNAC depuis le début de ce dispositif au 30/06/2018 avec 5269 projets, suivi du domaine de l'artisanat avec 2897 projets, puis du secteur de l'industrie avec 2441 projets financés. 143493 projets ont été financés par la CNAC dont 14471 projets financés destinés aux femmes, ce qui représente un taux de féminité global de 10,08%.

Tableau (12) : Répartition des projets financés par secteur d'activités et par genre (cumulé au 31/12/2021)

Secteur d'Activité	Nombre de projets financés	Part de la femme	Impact emploi	Total financement (Million DA)
AGRICULTURE	26 967	11,0%	63 813	113 700,57
ARTISANAT	16 659	22,5%	43 092	55 281,22
BTPH	8 946	2,6%	28 455	37 586,69
HYDRAULIQUE	372 2	5,6%	1 255	627,35
INDUSTRIE	12 943	22,1%	37 523	61 440,17
MAINTENANCE	1 026	2,0%	2 480	3 314,28
PECHE	626	0,5%	2 231	4 211,68
PROFESSION LIBERALE	1 771	49,4%	3 821	7 931,51
SERVICE	32 381	17,3%	68 958	118 229,02
TRANSPORT DE MARCHANDISES	46 124	1,5%	70 053	120 632,29
TRANSPORT DE VOYAGEURS	12 347	1,2%	18 712	29 611,13
Total	160 393	10,7%	162 340	554 565,91

Source : Direction Générale de la Veille Stratégique, des Etudes et des Systèmes d'Information, Bulletin d'information Statistique de la PME, Mars 2022, N 40, p. 32

D'après les informations présentées dans le tableau ci-dessus, le domaine de la profession libérale est le plus significativement attrayant pour les porteuses de projets accompagnées par la CNAC depuis le début de ce dispositif au 31/12/2021 avec une part de 49,4% projets, suivi du domaine de l'artisanat avec 22,5% de projets féminin financés, puis du secteur de l'industrie avec 22,1% projets féminin financés. 160 393 projets ont été financés par la CNAC dont 10,7% des projets financés destinés aux femmes.

Chapitre (IV) : L'entrepreneuriat féminin en Algérie

4.1.2.3 Répartition des personnes physiques et entités économique dans la région du sud Algérien au cours du premier recensement économique 2011 :

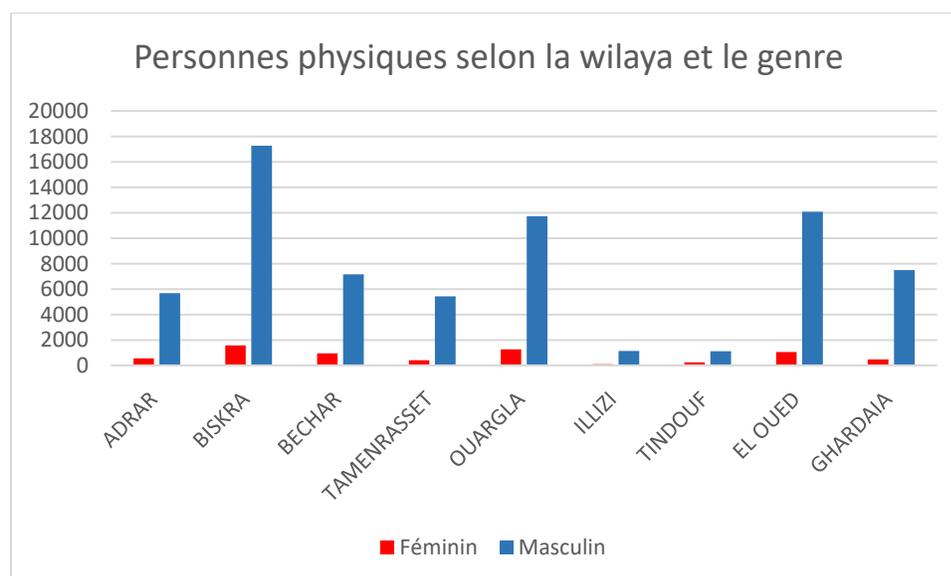
Tableau (13) : Répartition des personnes physiques selon la wilaya et le genre 2011(région sud)

Wilaya	Féminin	Masculin	Total
ADRAR	554	5 683	6 237
BISKRA	1 575	17 271	18 846
BECHAR	958	7 157	8 115
TAMENRASSET	410	5 429	5 839
OUARGLA	1 270	11 727	12 997
ILLIZI	91	1 131	1 222
TINDOUF	246	1 124	1 370
EL OUED	1 055	12 070	13 125
GHARDAIA	478	7 497	7 975
Total	6637	69089	75726

Source : ONS, Premier recensement économique, 2011 résultats définitifs de la première phase, 2012, p :77

Nous observons du tableau ci-dessus selon le découpage administratif de l'année 2011 (9 wilayas représentent la région sud) que le nombre de commerçants inscrits sous le statut de personnes physiques dans la région sud est de 75726 commerçants, dont 6637 sont des femmes ce qui correspond à une part féminine de 8,76% seulement.

Figure (8) : Répartition des personnes physiques selon la wilaya et le genre 2011



Source : établie par nous même

Chapitre (IV) : L'entrepreneuriat féminin en Algérie

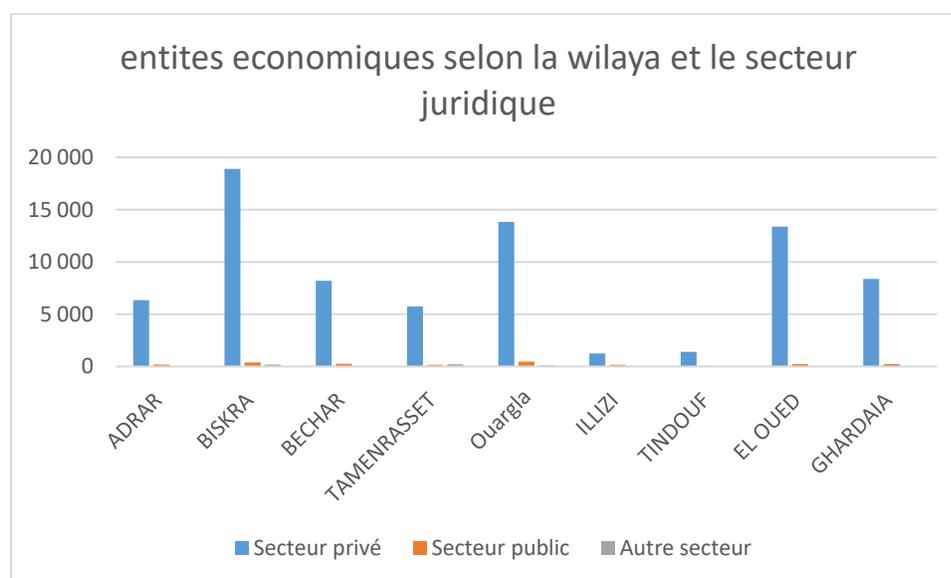
Tableau (14) : Répartition des entités économiques selon la wilaya et le secteur juridique 2011(région sud)

Wilaya	Secteur privé	Secteur public	Autre secteur	Total
ADRAR	6 358	184	4	6546
BISKRA	18 909	382	178	19 469
BECHAR	8 208	273	12	8 493
TAMENRASSET	5 748	170	206	6 124
Ouargla	13 821	473	102	14 396
ILLIZI	1 265	153	14	1 432
TINDOUF	1 416	68	1	1 485
EL OUED	13 381	231	5	13 617
GHARDAIA	8 376	236	9	8 621
Total	77 482	2170	531	80183

Source : ONS, Premier recensement économique, 2011 résultats définitifs de la première phase, 2012, p :37

Nous pouvons observer du tableau ci-dessus que les entités économiques dans la région sud été concentrées majoritairement en 2011 dans le secteur privé avec 77482 entités correspondant à un taux de 96,63%.

Figure (9) : Répartition des entités économiques selon la wilaya et le secteur juridique 2011(région sud)



Source : Etablie par nous même à partir des statistiques ONS 2012

Chapitre (IV) : L'entrepreneuriat féminin en Algérie

Tableau (15) : Répartition des entités économiques selon la wilaya, la forme juridique et la strate 2011 (région sud)

Wilaya	Personnes morales			Personnes physiques			Total		
	Urbain	Rural	Total	Urbain	Rural	Total	Urbain	Rural	Total
Adrar	4 636	1 601	6 237	196	113	309	4 832	1 714	6 546
Biskra	15 477	3 369	18 846	450	173	623	15 927	3 542	19469
Bechar	7 105	1 010	8 115	256	122	378	7 361	1 132	8 493
Tamanrasset	5 050	789	5 839	220	65	285	5 270	854	6 124
Ouargla	12 253	744	12997	1 146	253	1 399	13 399	997	14396
Illizi	909	313	1 222	109	101	210	1 018	414	1 432
Tindouf	1 303	76	1 370	102	13	115	405	80	1 485
El-Oued	11 165	1 960	13125	384	108	492	11 549	2 068	13617
Ghardaia	7 601	183	7975	601	45	646	8 393	228	8 621
Total Sud	65 499	10045	75726	3464	993	4457	68154	11029	80183

Source : ONS, Premier recensement économique, 2011 résultats définitifs de la première phase, 2012, p :41

Nous pouvons observer du tableau ci-dessus que la répartition des entités économiques dans la région sud du le milieu rural était au nombre de 11029 entités et du milieu urbain était au nombre de 68154 entités, ce dernier correspondant à presque 85% du total des entités économiques.

Tableau (16) : Répartition des entités économiques selon la wilaya et le secteur d'activités 2011

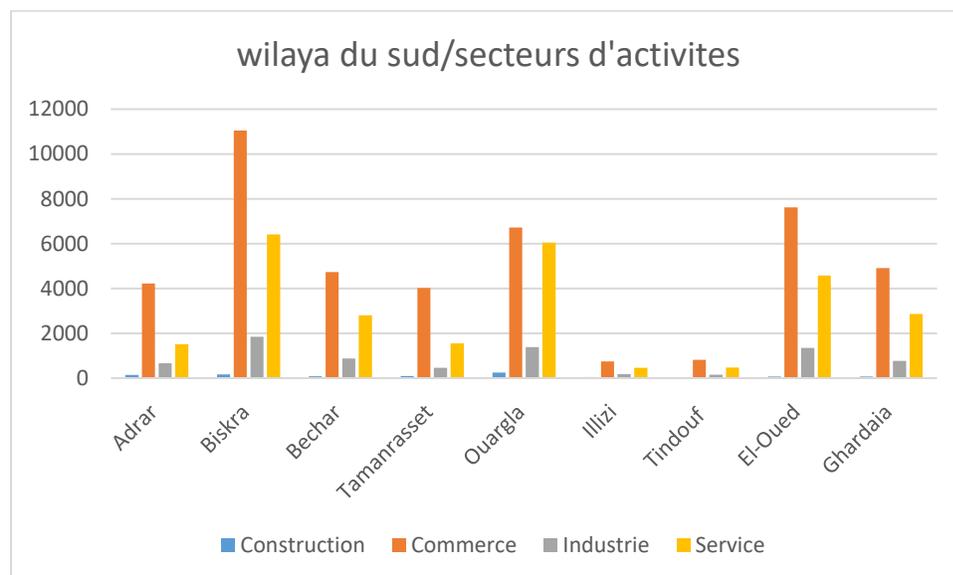
Wilaya	Construction	Commerce	Industrie	Service	Total
Adrar	145	4 221	664	1 516	6 546
Biskra	161	11 052	1 849	6 407	19 469
Bechar	87	4 730	873	2 803	8 493
Tamanrasset	95	4 020	465	1 544	6 124
Ouargla	246	6 720	1 387	6 043	14 396
Illizi	49	747	178	458	1 432
Tindouf	40	820	150	475	1 485
El-Oued	72	7 620	1 351	4 574	13 617
Ghardaia	68	4 915	773	2 865	8 621
Total	963	44845	7690	26685	80183

Source : ONS, Premier recensement économique, 2011 résultats définitifs de la première phase, 2012, p :45

Nous pouvons retenir du tableau ci-dessus que la répartition des entités économiques en 2011 dans la région sud que le secteur du commerce est le plus attrayant avec 44845 entités économiques soit presque 56% du total.

Chapitre (IV) : L'entrepreneuriat féminin en Algérie

Figure (10) : Répartition des entités économiques selon la wilaya et le secteur d'activités



Source : Etablie par nous même à partir des statistiques ONS 2012

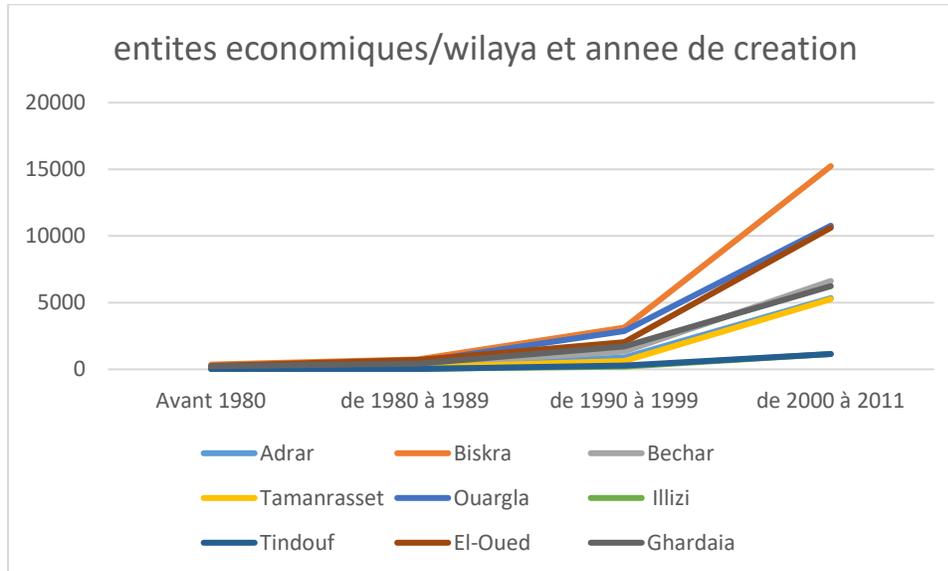
Tableau (17) : Répartition des entités économiques par wilaya et année de création

Wilaya	Avant 1980	de 1980 à 1989	de 1990 à 1999	de 2000 à 2011	Total
Adrar	98	226	883	5 339	6 546
Biskra	359	737	3 134	15 239	19 469
Bechar	176	356	1 335	6 626	8 493
Tamanrasset	61	173	628	5 262	6 124
Ouargla	203	554	2 868	10 771	14 396
Illizi	22	49	211	1 150	1 432
Tindouf	14	27	293	1 151	1 485
El-Oued	259	702	2 037	10 619	13 617
Ghardaia	238	429	1 715	6 239	8 621
Total	1430	3253	13104	62396	80183

Source : ONS, Premier recensement économique, 2011 résultats définitifs de la première phase, 2012, p :50

Chapitre (IV) : L'entrepreneuriat féminin en Algérie

Figure (11) : Evolution des créations d'entités économiques par wilaya période (avant 1980-2011)



Source : Etablie par nous même à partir des statistiques ONS 2012

Selon l'ONS, les résultats du recensement économique en 2011 dénombrent 934 250 entités économiques dont le nombre d'entités recensées dans la région sud est de 62396 entités, soit 6,67% de l'ensemble des entités économiques au niveau national.

La répartition des entités économiques cumulée par région, avec environs 80 183 entités économiques dans la région Sud qui est composée de neuf (09) wilayas. La wilaya de Biskra compte 19 469 entités suivie par la wilaya de Ouargla avec 14 396 entités et la wilaya d'El Oued avec 13 617 entités. Ces trois wilayas s'accaparent la part de 59,2% de l'ensemble des entités de la région Sud. La wilaya d'Illizi en dernière position comptabilise le plus faible résultat avec environ 1 432 entités économiques¹.

¹ ONS, Premier recensement économique, 2011 résultats définitifs de la première phase, 2012, p 21-23

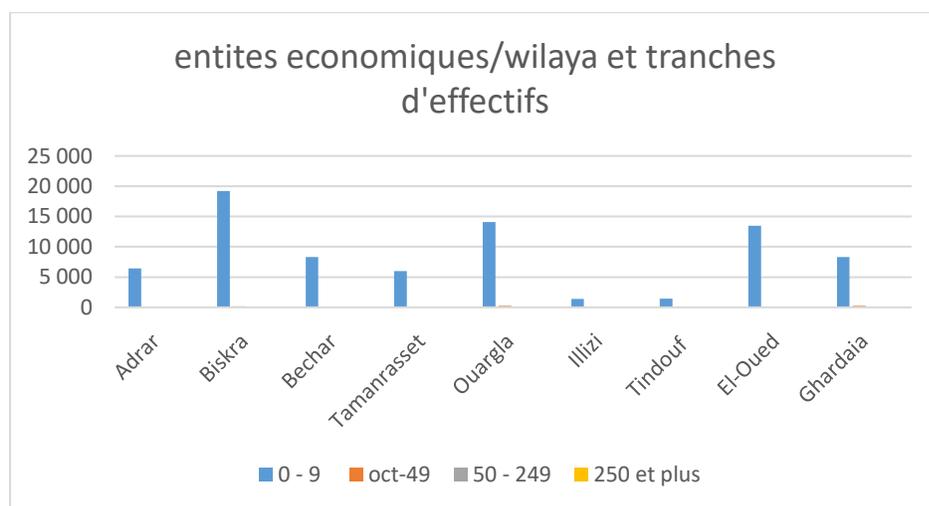
Chapitre (IV) : L'entrepreneuriat féminin en Algérie

Tableau (18) : Répartition des entités économiques par wilaya et tranches d'effectifs (2011)

Wilaya	0 - 9	10 - 49	50 - 249	250 et plus	Total
Adrar	6 445	85	13	3	6 546
Biskra	19 216	181	60	12	19 469
Bechar	8 323	120	38	12	8 493
Tamanrasset	5 995	102	23	4	6 124
Ouargla	14 085	237	59	15	14 396
Illizi	1 383	32	12	5	1 432
Tindouf	1 423	49	13	-	1 485
El-Oued	13 458	119	33	7	13 617
Ghardaia	8 331	233	47	10	8 621
Total sud	78 659	1158	298	68	80183

Source : ONS, Premier recensement économique, 2011 résultats définitifs de la première phase, 2012, p :68

Figure (12) : Répartition des entités économiques par wilaya et tranches d'effectifs (2011)



Source : Etablie par nous même à partir des statistiques ONS 2012

Nous observons du schéma et du tableau ci-dessus que le tissu économique de la région sud Algérie est majoritairement constitué des très petites entreprises avec 78 659 soit environ plus de 98% du total des entités.

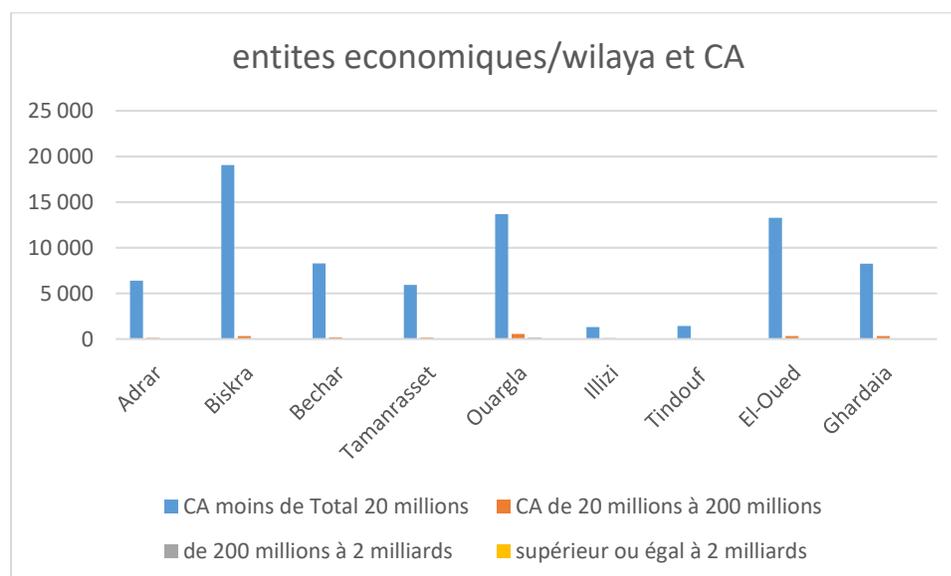
Chapitre (IV) : L'entrepreneuriat féminin en Algérie

Tableau (19) : Répartition des entités économiques selon la wilaya et les tranches de chiffre d'affaires (2011)

Wilaya	CA moins de Total 20 millions	CA de 20 millions à 200 millions	de 200 millions à 2 milliards	supérieur ou égal à 2 milliards	Total
Adrar	6 409	129	8	0	6 546
Biskra	19 073	321	68	7	19 469
Bechar	8 278	189	25	1	8 493
Tamanrasset	5 941	162	15	6	6 124
Ouargla	13 680	566	139	11	14 396
Illizi	1 309	88	29	6	1 432
Tindouf	1 418	59	8	0	1 485
El-Oued	13 277	317	23	0	13 617
Ghardaia	8 257	312	50	2	8 621
Total sud	77 642	2143	365	33	80183

Source : ONS, Premier recensement économique, 2011 résultats définitifs de la première phase, 2012, p :75

Figure (13) : Répartition des entités économiques selon la wilaya et les tranches de chiffre d'affaires (2011)



Source : Etablie par nous même à partir des statistiques ONS 2012

Nous pouvons observer du tableau ci-dessus que la majorité des entités économiques dans la région sud Algérie déclarent un chiffre d'affaires de moins 20 millions et cela est en accord avec la composition du tissu économique de très petites entreprises.

Chapitre (IV) : L'entrepreneuriat féminin en Algérie

Section 2 : Le profil des femmes entrepreneures en Algérie

Selon l'indice Mastercard de l'entrepreneuriat féminin (MIWE), 2019 l'Algérie occupe la 54ème place avec un taux de 7.3% du total des entreprises détenues par des femmes entrepreneures Algériennes, un taux relativement faible comparé à celui de nos voisins, Marocains et Tunisiens. Par conséquent, l'Algérie se retrouve en queue des classements à côté des pays du MENA¹.

Néanmoins, plusieurs actions nationales et coopérations internationales ont vu le jour, parmi les dispositifs mis en place en faveur de l'entrepreneuriat féminin en Algérie²:

. Le projet de la femme productrice : Le ministère de la solidarité, de la famille et de la condition de la femme, lança en 2014, le projet de la femme productrice qui s'est étendu en 2017 dans toutes les wilayas avec comme objectif le renouvellement rural au profit des femmes rurales, et favorise la création de très petites entreprises artisanales et de production.

. L'amendement constitutionnel de 2016 apporte des mesures spécifiques et consolide les droits des femmes en élargissant leur représentation dans les assemblées élues.

. La caravane de sensibilisation à l'entrepreneuriat féminin, menée en coopération avec le bureau international du travail (BIT) en 2017. Elle a concerné 6 wilayas du Nord du pays. Aussi des salons d'exposition des produits réalisés par les femmes entrepreneures bénéficiaires des trois dispositifs (ANADE, CNAC et ANGEM).

. La confédération générale des entreprises Algériennes (CGEA), a installé la « Commission Femmes » en vue de prendre en charge les doléances des femmes entrepreneures algériennes.

. Le Forum des Chefs d'Entreprise (FCE) qui a lancé en 2016 le Guichet Femmes en partenariat avec la Banque Nationale d'Algérie (BNA), aussi la division femmes entrepreneures de ce forum a conclu en 2017, une collaboration avec les réseaux canadiens de soutien à l'entrepreneuriat féminin « Femmesor » pour accompagner les femmes entrepreneures algériennes.

¹ KACI, Amina, et AMIAR Lila. "L'entrepreneuriat féminin informel en Algérie: cas des femmes entrepreneures de la wilaya de Bejaia." *Revue tadamsa d'unegmu* 3.2 (2023), p : 136

² BEN MAKHLOUF Yasmina et AKNINE Souidi Rosa. « Politiques Publiques Et Entrepreneuriat Feminin En Algerie », *مجلة الباحث الإقتصادي*, 2018, p :42-43

Chapitre (IV) : L'entrepreneuriat féminin en Algérie

. L'Union Générale des Travailleurs Algériens (UGTA) dispose d'une Section Femmes qui prend en charge le suivi des conditions de travail des femmes au sein des entreprises et des administrations (OIT, 2017).

Le contexte de l'entrepreneuriat féminin en Algérie est marqué par une longue tradition de lutte pour l'égalité des sexes et l'autonomisation des femmes. Pendant des décennies, les femmes algériennes ont fait face à de nombreux obstacles pour créer et développer leurs propres entreprises. Dans les années 1960 et 1970, l'Algérie a connu une période de nationalisation de l'économie, ce qui a limité les opportunités entrepreneuriales pour tous, y compris les femmes. Cependant, avec l'ouverture économique des années 1980 et 1990, de nouvelles possibilités se sont présentées pour les femmes algériennes souhaitant créer leurs propres entreprises. Malgré cela, elles ont dû faire face à de nombreux défis culturels, sociaux et économiques qui ont freiné leur progression dans le monde des affaires. Le contexte de l'entrepreneuriat féminin en Algérie a évolué au fil du temps. Au cours des dernières années, le gouvernement algérien a pris des mesures pour promouvoir l'entrepreneuriat féminin et encourager les femmes à créer leurs propres entreprises. Des mesures telles que l'octroi de prêts et de subventions spécifiquement destinés aux femmes entrepreneurs ont été mises en place. De plus, des programmes de formation et de mentorat ont été développés pour soutenir les femmes dans leur parcours entrepreneurial.

4.2.1 L'état des lieux de l'entrepreneuriat féminin en Algérie :

L'état des lieux de l'entrepreneuriat féminin en Algérie est mitigé. Bien que l'État ait mis en place des politiques volontaristes pour booster l'activité féminine, l'entrepreneuriat féminin reste faible, mais il reste vital pour le dynamisme de l'économie algérienne.

Une réflexion du gouvernement algérien qui cherche à accorder davantage d'importance à la création et au développement des entreprises féminines. Deux dispositifs fondamentaux ont été mis en œuvre par le plan national du développement agricole (PNDA) : le Fond National du Développement de l'Investissement Agricole (FNDIA) et le Fond National de Régulation de la Production Agricole (FNRPA). D'après une riche expérience des dispositifs existants (un

Chapitre (IV) : L'entrepreneuriat féminin en Algérie

processus d'appréhension exhaustive de la situation en se basant sur les résultats des enquêtes sur le terrain)¹.

En somme, l'entrepreneuriat féminin en Algérie est un domaine en évolution, avec des politiques publiques efficaces sur la formation et l'accès au financement, mais des femmes entrepreneures qui sont souvent confrontées à des obstacles tels que l'accès limité aux financements et aux réseaux d'affaires. Les études sur le sujet mettent en évidence la grande hétérogénéité de l'entrepreneuriat féminin en Algérie et cherchent à mieux comprendre les défis et les opportunités auxquels les femmes entrepreneures sont confrontées.

4.2.2 Le développement local en Algérie dans une optique du schéma national d'aménagement du territoire (SNAT) :

D'après la définition du SNAT (2010), le développement local est défini comme le développement du territoire impulsé à partir des collectivités territoriales le composant, telles que les communes, les wilayas, et éventuellement, à terme, l'espace de programmation territoriale. Le SNAT souligne que le développement local repose sur une approche économique axée sur la productivité et le renouvellement des richesses. Il implique également une gestion locale performante, fondée sur un encadrement de qualité avec des plans de formations ciblées par domaines de compétences, préalablement répertoriées, identifiées et engagées (SNAT, 2010). Le développement local, tel que défini, englobe le "développement spatial" dans l'état actuel d'un développement inter-wilayas, les espaces de programmation territoriale n'étant pas des collectivités de plein droit. Bien que la définition de programmes d'intervention, l'identification et la mise en œuvre des projets locaux d'aménagement et de développement soient destinées à relever des collectivités territoriales, le rôle de l'État reste déterminant dans la politique de développement local (SNAT, 2010). Il est à noter que le développement local ne repose pas uniquement sur des ressources locales, mais également sur des savoir-faire permettant le montage et la mise en œuvre de projets. Ainsi, l'ingénierie territoriale joue un rôle essentiel en permettant d'identifier, concevoir et gérer ces projets dans l'ensemble de leurs dimensions techniques, juridiques et financières. Elle

¹BESSOUH Nadira, « L'entrepreneuriat Féminin et son Accompagnement en Algérie-Bilan et Perspectives », مجلة دفاتر اقتصادية, 2018, p :20

Chapitre (IV) : L'entrepreneuriat féminin en Algérie

est considérée comme un facteur crucial de réussite des projets locaux de développement selon le SNAT (2010)¹.

4.2.2.1 La place des PME dans une stratégie du développement territorial en Algérie :

À l'heure actuelle, le secteur des PME constitue, après les hydrocarbures, la principale orientation de la stratégie économique visant à générer des richesses et des emplois. Au cours des dernières années, les autorités publiques ont constamment souligné l'importance de la relation entre le développement des PME et le développement durable. Selon Madoui (2001), le développement local représente l'un des axes majeurs d'une action durable, bénéfique tant pour l'entreprise que pour le processus de développement auquel elle contribue. En investissant dans des activités mobilisant les ressources humaines et naturelles locales pour un marché de même espace, l'entreprise assure la durabilité maximale de son activité. L'engagement de l'Algérie dans la voie de l'économie de marché au milieu des années quatre-vingt a libéré l'initiative individuelle pour l'investissement, déclenchant ainsi une dynamique économique significative. Cette période s'est caractérisée par un développement rapide du tissu des entreprises, en particulier des Petites et Moyennes Entreprises (PME) du secteur privé. Les réformes institutionnelles et juridiques ont favorisé l'émergence des PME, lesquelles occupent désormais une place de plus en plus importante dans la structure économique locale et nationale. La création de PME joue un rôle central dans le processus de développement local en Algérie, comme en témoigne le phénomène démographique marquant, avec un nombre d'entreprises dépassant la barre de 1 286 140 en 2021. Bien que des progrès quantitatifs significatifs aient été réalisés dans le secteur des PME depuis la fin des années 90, il reste à évaluer son évolution qualitative, notamment en termes de contribution au développement local et territorial.²

4.2.2.2 La dynamique et l'évolution de la création d'entreprise en Algérie :

Le développement de la PME constitue l'une des priorités majeures du plan d'action gouvernemental, étant donné son rôle crucial dans la stimulation de la croissance économique en Algérie. En dehors des hydrocarbures, qui représentent 27% du PIB, la production des PME privées prend de plus en plus d'importance dans divers secteurs d'activité. En 2021, le nombre de PME a

¹ FERDJ, Younes. Op-cit, p : 51

² Ibid, p :52

Chapitre (IV) : L'entrepreneuriat féminin en Algérie

dépassé le seuil d'un million d'entreprises, avec une prédominance marquée des très petites entreprises du secteur privé. Avec plus de 1 286 140 nouvelles PME enregistrées au cours de cette année, le taux de croissance annuel des créations d'entreprises a atteint environ 9%. Le secteur privé représente plus de 57% de la production nationale en 2021 selon l'Office National des Statistiques (ONS). En ce qui concerne la répartition géographique et sectorielle, les PME ont connu un développement significatif depuis le début des années 2000. L'instauration de politiques visant à encourager l'investissement, notamment à travers le décret législatif 93- 12 du 05 octobre 1993 portant sur la promotion de l'investissement, a joué un rôle central dans la création d'un environnement propice à la liberté d'investissement en Algérie. Parallèlement, l'élan entrepreneurial observé ces dernières années, particulièrement parmi les jeunes diplômés, a contribué de manière positive à l'essor du secteur privé (Nemiri-Yaici, 2014). L'établissement de l'ANDI (Agence nationale de développement de l'investissement) en 2001, de l'ANSEJ (Agence nationale de soutien à l'emploi des jeunes) ayant pour mission de promouvoir la micro-entreprise, et la création de l'Agence nationale de gestion du microcrédit (ANGEM) en 2004 ont également été des éléments déterminants dans le développement de la population des PME¹.

Section 3 : L'entrepreneuriat féminin région sud Algérie

Le sud Algérien se démarque par une organisation structurelle territoriale multiple et variée (wilayas déléguées, daïras et communes) afin de couvrir le vaste territoire saharien qui permettra à des localités de quelques milliers d'habitants de bénéficier d'infrastructures et de services publics pour un développement économique locale.

Force est de constater que les PME sont les entités principales qui composent un tissu économique, identifier leur distribution et l'évolution de la création d'entreprise nous permet d'établir un état des lieux d'une dynamique régionale. Cette dernière résulte du domaine de la science régionale qui a été fondée en 1955 par Isard Walter autour du concept « région » défini par plusieurs auteurs comme suite ².

¹ Idem

² DALI, Op-cit, p : 110

Chapitre (IV) : L'entrepreneuriat féminin en Algérie

4.3.1 La notion région :

D'après Lajugie (1979) la notion de « région » est passée d'une approche géographique qui décrit des phénomènes naturels et humains et analyse des données socio-économiques se basant sur deux principes : l'homogénéité et l'intégration fonctionnelle, vers une approche économique « regulationniste » qui définit « la région » comme un espace en soi qui constitue une aire homogène d'articulation des modes et des formes de production (appartenant à un même régime d'accumulation)¹.

Benko (1998) définit la région tel un « produit social progressivement construit par des sociétés dans leur espace de vie »².

Notons que la notion « territoire » ressemble à celle de « région » avec une particularité de construit historique ou la dimension sociale est très importante³.

4.3.2 Evolution du fondement développement régional :

Après l'échec des théories libérales et Marxistes dans le contexte du développement et des externalités négatives issue de l'industrialisation comme les catastrophes écologiques, vient alors la théorie du « développement régional » basée sur la pensée économique spatiale élaborée par Von Thünen (1820) « théorie de la rente foncière » qui étudie le contexte économique agraire (répartition des activités agricoles)⁴.

Par la suite sont apparues d'autres théories selon l'approche de croissance industrielle (Marshall 1890, Weber 1910), ainsi que des théories axées sur l'équilibre économique spatiale (Lösch 1930 et Christaller 1940)⁵. Et des théories de croissance régionale, en effet les théoriciens voulant trouver des alternatives aux modèles de développement traditionnel révolues par l'économie de la connaissance » se tournent vers le rôle du territoire dans le dynamisme de développement en s'appuyant sur les notions « capital relationnel », « apprentissage collectif » et « interconnexion » formant des théories exogènes qui sont des théories de « développement

¹ BENKO, Georges. 1998. La science régionale. Que sais-je ? Paris: PUF. P : 15-16

² Ibid, p : 16

³ DALI, Op-cit, 2014, p : 109

⁴ Ibid, p : 106

⁵ CAPRON, Henri. Economie régionale et urbaine. *Notes de cours*: http://homepages.vub.ac.be/~hcapron/sylere1_ro.ppt, 2009, p : 9

Chapitre (IV) : L'entrepreneuriat féminin en Algérie

descendant » selon Stöhr (2003) classées par leurs caractéristiques : théories de base (North, 1955) et théories de pôles de croissances (Perroux,1955). Ainsi que des théories du développement endogène qui sont des théories de « développement ascendant » s'appuyant sur l'utilisation des ressources locales (humaines, écologiques ou institutionnelles) qui permettent de combler les besoins de base des individus au niveau local, ces théories englobent les courants de pensée « milieu innovant » (Aydalot,1985) et le « développement local » (Friedmann,1979 ;stöhr, 1981)¹.

4.3.3 Distribution économique par wilaya dans la région du sud Algérien :

D'après le schéma national d'aménagement du territoire (SNAT), les petites et moyennes entreprises sont majoritaires dans le Nord et, à un degré moindre, dans les Hauts-Plateaux. Les régions du Sud et du Grand Sud comptent 108 068 petites et moyennes entreprises, soit 8,40% du total².

Conformément à la loi de l'organisation territoriale 10 nouvelles circonscriptions promues au rang de wilayas à part entière dans la région sud Algérien sont les suivantes : Timimoune, Bordj Badji Mokhtar, Béni Abbès, Ouled Djellal, In Salah, In Guezzam, Touggourt, Djanet, El M'Ghair, et El Menia ³. Qui viennent s'ajoute aux wilayas du sud antérieure sauf concernant la wilaya de Laghouat qui est actuellement comptée parmi les wilayas des hauts plateaux.

¹ DALI, Op-cit, P : 111

² Direction Générale de la Veille Stratégique, des Etudes et des Systèmes d'Information, et قرازو, « buletin d'information statistique de la PME 2022 », p :12

³ ALGERIE PRESSE SERVICE. « Les 10 nouvelles wilayas, un renfort pour le développement socioéconomique », [en ligne], 28 Février 2022,[<https://www.aps.dz/regions/118329-les-10-nouvelles-wilayas-un-renfort-pour-le-developpement-socioeconomique>], 08 juin 2024

Chapitre (IV) : L'entrepreneuriat féminin en Algérie

Figure (14) : Nouvelle distribution des wilayas région Sud Algérie (2020)



Source : ALGERIE PRESSE SERVICE. « Les 10 nouvelles wilayas, un renfort pour le développement socioéconomique », [en ligne], 28 Février 2022, [<https://www.aps.dz/regions/118329-les-10-nouvelles-wilayas-un-renfort-pour-le-developpement-socioeconomique>], 08 juin 2024.

Selon la direction générale de la veille stratégique, l'emploi national aurait à la fin 2021 atteint 3 134 968 agents avec 1 286 365 PME subdivisées en 1 286 140 PME privées et 225 PME publiques. La région Sud avec une population de 4 313 000 Habitants au 1er janvier 2022, dénombre 108 068 PME soit un nombre de 25 PME privés par 1000 habitants et un taux de concentration de 8,40 %¹.

Selon l'ANDI les Projets d'investissement enregistrés à la date de fin 2021 dans la région du sud sont estimés à 363 projets soit 19,34% des projets d'investissement au niveau national. Avec un montant de 60 790 millions de DA offrant 5908 emplois soit 12,65% de l'emploi National². Selon la FGAR la situation cumulée entre Avril 2004 et Décembre 2021 totalise, depuis sa création au 31/12/2021, 233projets ce qui représente seulement 7% des offres de garanties au niveau

¹ Direction générale de la veille stratégique des études et des systèmes d'information, 2022, pp : 6-13

² Ibid, p : 18

Chapitre (IV) : L'entrepreneuriat féminin en Algérie

national. L'activité du fonds du 1er janvier au 31 décembre 2021 soit 29 accords de garanties ce qui représente 10% du portefeuille¹.

Selon la répartition spatiale du Schéma National d'Aménagement du Territoire (SNAT), les régions du Sud et du Grand Sud regroupent 103 558 PME représentant 8.41% du total. En termes de densité, selon les dernières statistiques de l'ONS sur la démographie (4 246 500 habitants au 1er janvier 2021) et présente 24 PME privées pour 1000 habitants dans la région du Sud. Ce ratio régional diminue à 14 pour 1.000 habitants pour les PME privées de type « personnes morales » dans la région du Sud.

Tableau (20) : les projets d'investissement enregistrés par région au (31-12-2020)

	NOMBRE DE PROJETS	%	MONTANT Millions de DA	%	NOMBRE D'EMPLOIS	%
SUD OUEST	2 203	3,62%	379 929	2,48%	25 845	2,11%
SUD EST	7 176	11,78%	1 135 248	7,41%	95 137	7,78%
Grand sud	404	0,66%	61 789	0,40%	7 388	0,60%
Total Sud	9783	16,06	1576966	10,29%	128370	10,49%

Source : Direction Générale de la Veille Stratégique, et al., bulletin d'information statistique de la PME, 2022, p. 22

Dans la répartition en matière d'investissement par zones géographiques observée au 31-12-2020. La région Sud présente un taux de 7%. Une stabilisation de l'activité comparativement aux exercices précédents.

Les statistiques du Ministère de l'Industrie selon lesquelles 98% du tissu des PME algériennes sont constitués de très petites entreprises (TPE). Un marché très important qui renferme de nombreuses TPE éligibles au dispositif de la Garantie de la CGI-PME et plus particulièrement de la garantie déléguée TPE/PE².

Le tableau ci-dessous représente l'allocation du foncier au niveau des nouvelles zones industrielles/ point de situation arrêté au 31/12/2020.

¹ Idem

² Idem

Chapitre (IV) : L'entrepreneuriat féminin en Algérie

Tableau (21) : Statistiques du foncier au niveau des nouvelles zones industrielles a la fin de l'année 2020

Wilaya	Superficie de la zone (m ²)	Superficie concessible de la zone (m ²)	Superficie globale allouée (m ²)	Nombre de lots alloués	Investisseurs implantés Nombre/Superficie (m ²)	Arrêtés de concession établis Nombre/Superficie (m ²)	Actes de concession établis Nombre/Superficie (m ²)	Permis de construire délivrés Projets entrés en activité	Projets lancés	Projets entrés en activité
Bechar	1 870 000	1 039 916	314 458	25	13/254 333	19/30444 2	11/14155 2	7	5	2
Adrar (Timm)	2 148 796	1 642 664	1 527 664	76	52/1 342 623	65/1 527 664	64/1 482 658	35	18	0
Ouargla (Hassi Ben Abdellah)	5 000 000	3 595 136	626 898	26	-	9/239 227	-	-	-	-
Biskra (Ouméc he)	2 000 000	1 206 315	415 465	77	-	50/415 465	-	-	-	-
Eloued (Guemar)	2 000 000	1 455 372	47 965	2	-	-	-	-	-	-
Ghardaia (Oued Nechou)	1 000 000	648 933	288 216	68	-	-	-	-	-	-
Total sud	14 018 796	9 588 336	3 220 666	274	65/1 596 956	154/2 742 232	75/1 624 210	42	23	2

Source : Direction Générale de la Veille Stratégique, et al., bulletin d'information statistique de la PME, 2022, p. 28

Chapitre (IV) : L'entrepreneuriat féminin en Algérie

Tableau (22) : Densité des PME au 31-12-2020

La densité = (Nombre de PME/Population résidente) * 1000

Wilaya	PME 2019	Mouvement 2020	Mouvement 2020	Mouvement 2020	Mouvement 2020	PME 2020	RGPH2008	Densité
		Création	Radiation	Réactivation	Croissance			
Illizi	2033	64	6	27	85	2118	49149	43
Tamanrasset	3021	98	53	53	98	3119	176637	18
Tindouf	2144	10	0	2	12	2156	52333	41
Adrar	4305	106	86	32	52	4357	399714	11
Biskra	8072	267	164	89	192	8264	721356	11
Ouargla	10389	229	16	34	247	10636	558558	19
El Oued	8829	365	46	65	384	9213	647548	14
Bechar	7304	35	1	8	42	7346	270061	27
Ghardaia	10453	279	61	111	329	10782	363598	30
Total du Sud	56550	1453	433	421	1441	57991	3238954	18

Source : Direction Générale de la Veille Stratégique, et al., bulletin d'information statistique de la PME, Mai 2021, p. 34

Selon la direction générale de la veille stratégique et al, le nombre de PME aurait au en 2020 atteint 57991 PME dans la région Sud avec une densité de 18 PME par 1000 habitants allant de 11 PME par 1000 habitants concernant les wilayas d'Adrar et Biskra à 43 PME par 1000 habitants concernant la wilaya d'Illizi.

4.3.4 l'évolution de l'entrepreneuriat dans la région sud Algérien :

La formulation du taux d'évolution peut se calculer à partir des tableaux¹ par la formule suivante : $Evol(n, n+1) = (IMMAT\ n+1/IMMAT\ n) - 1$

Le tableau suivant illustre l'évolution du Nombre d'immatriculations Au centre du Registre du Commerce entre 2018-2022 dans la région du sud Algérien.

¹ Voir Annexe 1

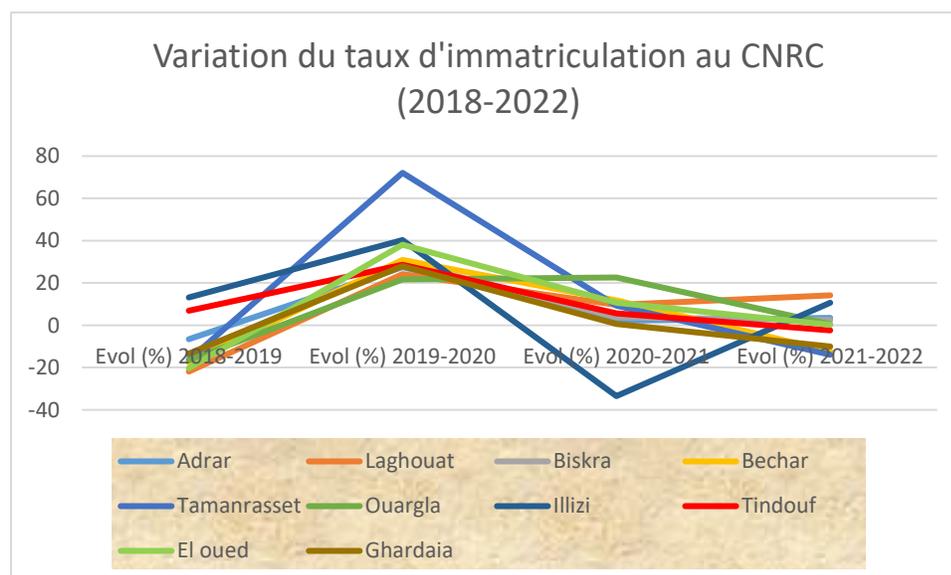
Chapitre (IV) : L'entrepreneuriat féminin en Algérie

Tableau (23) : Variation du taux d'immatriculation au CNRC période 2018-2022 (région sud)

Wilaya	Evol (%) 2018-2019	Evol (%) 2019-2020	Evol (%) 2020-2021	Evol (%) 2021-2022
Adrar	-6,6	27,5	2,1	3,5
Laghouat	-21,9	24,2	9,7	14,2
Biskra	-14,2	29,8	3,8	2,5
Bechar	-17,6	30,9	11,8	-12,3
Tamanrasset	-16,4	72,1	9,3	-13,9
Ouargla	-16,5	21,7	22,6	0,5
Illizi	13,1	40,3	-33,5	10,7
Tindouf	6,9	28,6	5,6	-2,4
El oued	-20,3	38,1	10,7	0,3
Ghardaia	-13,4	28	0,6	10,1

Source : Etablie par nous même¹

Figure (15) : Variation du taux d'immatriculation au CNRC période 2018-2022 (région sud)



Source : Etablie par nous même

Nous observons une variation du nombre d'immatriculation au registre de commerce dans la région du sud plus ou moins homogène qui suit la même tendance, en hausse pour la période 2019-2020 ensuite en baisse pour la plupart des wilayas à la période 2020-2021 et enfin retour à la situation de départ (2018-2019) pour la période (2018-2022). Une évolution positive a été relevée

¹ Voir Annexe 1

Chapitre (IV) : L'entrepreneuriat féminin en Algérie

pour toutes les wilayas sauf pour les deux wilaya Illizi et Tindouf qui tendent vers une légère baisse en 2022 comparée aux taux de l'année 2018.

Notons que pour une considération de comparaison temporelle nous avons retenu la classification de la région sud de l'année 2018 comportant 10 wilayas dans la région sud¹.

¹ Voir Annex 1

Chapitre (IV) : L'entrepreneuriat féminin en Algérie

Conclusion :

Le climat d'affaire en Algérie reste souple à fort potentiel. L'économie Algérienne a connu une évolution dans l'activité entrepreneuriale (le taux d'immatriculation) dans la région du sud Algérien positive en 2021-2022 comparé à son évolution 2018-2019 (la variation du Nombre d'immatriculations Au Registre du Commerce) avant et post COVID- 19. Nous pouvons donc confirmer l'hypothèse d'un taux d'évolution de la création d'entreprise de la période (2018-2022) positive dans la région sud Algérien.

L'écosystème entrepreneurial est diversifié en Algérie, notons qu'une grande importance est dédiée aux PME, l'initiative individuelle est encouragée notamment dans des programmes de relance économique.

Après avoir établi un état des lieux de la distribution de la PME dans le sud Algérien et éclairci le concept de « région » nous irons voir dans le chapitre 5 la démarche méthodologique adoptée, les outils et les procédures utilisés dans l'analyse de données pour l'obtention de résultats cohérents.

Chapitre (V) :
Méthodologie de recherche

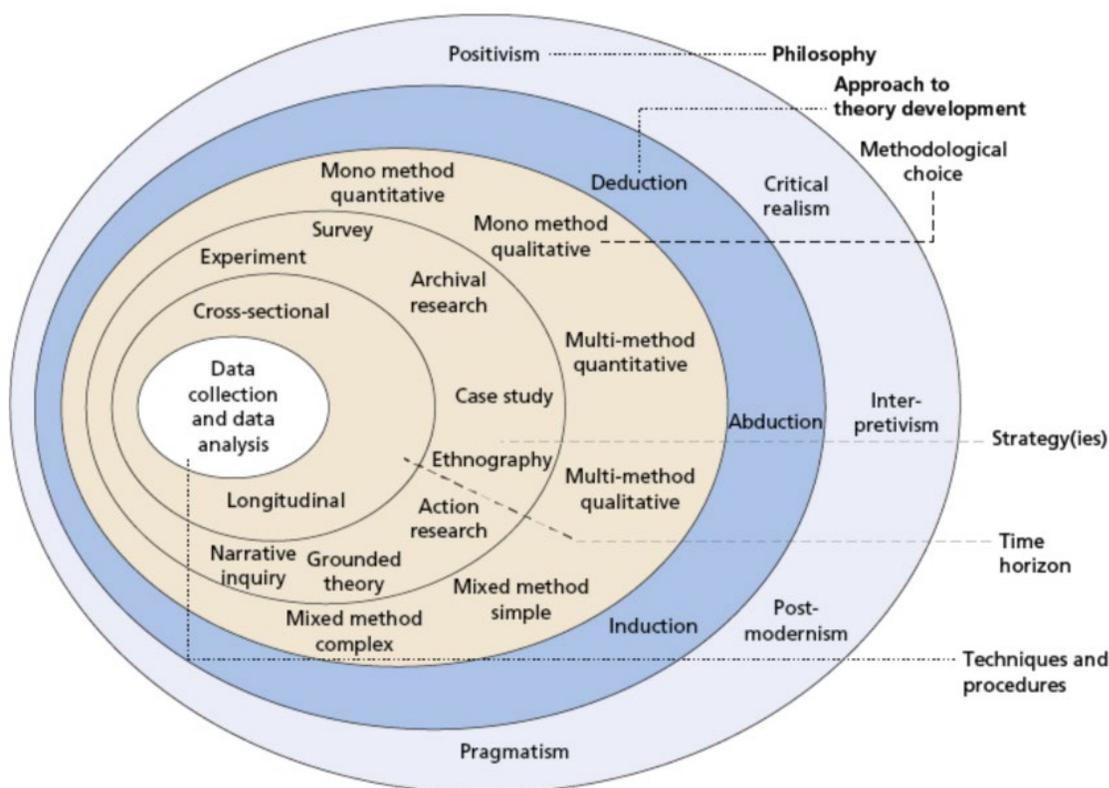
Chapitre (V) : Méthodologie de recherche

Introduction :

Dans toute recherche le passage entre la partie théorique et la partie empirique est ponctué d'une démarche méthodologique qui permet d'avoir des résultats finaux en cohérence avec les fondements épistémologiques.

Ce cinquième chapitre nous permet de clarifier une démarche méthodologique bien déterminée pour une cohérence dans la création de connaissance et une concordance avec les résultats d'analyse en partant de la conceptualisation de la recherche puis le cadre épistémologique, l'approche du développement théorique et enfin les techniques et procédures analytiques à utiliser dans la recherche qui nous permettront de confirmer ou d'infirmer nos hypothèses. Nous résumons les étapes de la recherche dans le schéma suivant :

Figure (16) : la stratégie de la recherche



Source : <https://uofgsotl.blog/research-onion-sotl-project/>, 2juillet 2021, actualisé le 25 juin 2024

Chapitre (V) : Méthodologie de recherche

Section 1 : Conceptualisation de la recherche

Toute étude vise à répondre à des questions essentielles concernant un sujet particulier qui demande une explication ou une meilleure compréhension du phénomène étudié. Chaque étude renforce le défi pour le chercheur de faire progresser les connaissances.

5.1.1 La question de la recherche :

Suivant la particularité de notre contexte d'étude, nous formulons ainsi la question centrale de notre recherche : « Quelles sont les caractéristiques du succès entrepreneurial féminin dans la région du sud de l'Algérie, et dans quelle mesure de dynamique régionale est présent ce phénomène socioéconomique ? ».

Pour déterminer les sous-questions qui se rattachent à cette question centrale, nous nous sommes référés au triptyque ; nous avons ainsi rattaché trois sous-questions à la question centrale de notre recherche :

- Quelles variations du taux de création d'entreprise dans la région sud Algérien ?
- Quelle dynamique entrepreneuriale régionale dans le contexte sud Algérien ?
- Quels sont les Facteurs Clés de Succès (FCS) qui influencent significativement la réussite des femmes entrepreneures dans notre contexte régional ?

5.1.2 La pertinence de la recherche :

La pertinence de notre objet de recherche est rattachée à la position de la femme dans un milieu local ou son engagement et ses actions entrepreneuriales font d'elle un élément essentiel dans le développement local. Aussi l'importance stratégique à l'échelle locale et régionale s'impose comme un cadre d'analyse et de réflexion sur la dynamique entrepreneuriale. En vue du contexte politique et économique actuel qui a pour objectif de relancer le développement de l'économie locale dans la région du sud.

Nous avons aussi utilisé une analyse quantitative descriptive comptable pour mesurer le rythme du dynamisme entrepreneurial différentiel (par région, secteur et durant une période

Chapitre (V) : Méthodologie de recherche

donnée) transposée d'une étude sur la part nette d'emploi d'une zone géographique i par secteur d'activité j dans une période $t-t'$.

5.1.3 Le choix du terrain :

Nous avons choisi la région sud Algérien comme champ d'investigation, et cela pour plusieurs raisons¹ :

-Une population en constante croissance sur un territoire en plein expansion : Au dernier recensement de 2008, le Sahara algérien est peuplé de près de 3 570 000 habitants. D'après Fontaine (2005) le réseau routier saharien compte environ 8 000 kilomètres de pistes revêtues, ce qui engendre une dynamique spatiale. Ainsi qu'un réseau aérien entraînant une forte croissance du trafic estimé à 6 442 442 en 2018. Avec 5 aéroports internationaux : Biskra, Djanet, El oued, Tamanrasset et une plateforme aéroportuaire de Hassi-Messaoud qui, détient la seconde place des aéroports à l'échelle nationale après celle d'Alger, avec 10% de la part du mouvement total des flux commerciaux (intérieurs et extérieurs) du pays.

-Le sud Algérien est une région à fort potentiel agricole et attractivité touristique : de nouvelles wilayas promues ont bénéficié de budgets conséquents pour la construction d'équipements, de programmes d'habitat et d'infrastructures routières. Ceci a impulsé l'attractivité des régions sahariennes et induit à une intégration plus poussée de ces territoires dans le processus économique.

-Une mutations socio-économiques majeures est observée dans la région : le développement de l'emploi salarial et des migrations de travail, le développement de réseaux, d'infrastructures de communication (voies ferrées, routes et aéroport), une urbanisation massive ainsi que le développement d'activités touristiques.

-Une dynamique locale grâce aux flux migratoire : une migration nationale (nord vers le sud) ainsi que des expatriés européens pour des opportunités d'emploi dans le secteur des hydrocarbures induit une densité de population en demande de biens et services, ce qui attire de nouveaux investisseurs et porteurs de projet. Ainsi qu'une disponibilité de main d'œuvre agricole venue des flux migratoire Niger, Tchad et le Mali. Cependant, même si le secteur des hydrocarbures constitue

¹ MERABET, Fadia. "Le Sahara algérien à l'épreuve de la mutation touristique: entre attractivité et durabilité." *L'Oasis Rouge" de Timimoun*. 2021. Thèse de doctorat. Université Paul Valéry-Montpellier III, p : 131-153

Chapitre (V) : Méthodologie de recherche

le centre névralgique de l'économie des villes sahariennes, le commerce transsaharien représente une ressource essentielle et demeure au centre des économies locales oasiennes.

5.1.4 L'objectif de la recherche :

L'objectif de notre recherche est de dresser un état des lieux sur la dynamique entrepreneuriale régionale, ainsi que de déterminer le profil des femmes entrepreneures algériennes de la région sud et leur entreprise pour cela nous avons choisi d'interroger ces femmes entrepreneures par trois méthodes de collecte (entretien face à face, entretien téléphonique, et collecte des données en ligne).

5.1.5 La philosophie de la recherche :

Toute étude vise à fournir des éléments de réponse à une problématique principale. En se positionnant sur une démarche épistémologique et cela dépendra du paradigme adopté.

Selon Gauthier B, (1990) Un paradigme est « un ensemble de règles qui orientent la recherche scientifique en fournissant, à partir de connaissances universellement reconnues, des façons de poser les problèmes, d'effectuer des recherches et de trouver des solutions »¹, les courants de positionnement épistémologiques sont principalement classés en quatre paradigmes résumés dans le tableau suivant :

¹ BENDARKAWI, Anass. « Méthodes mixtes et paradigme pragmatique en sciences de gestion: un essai de réflexion épistémologique et méthodologique ». *Revue Internationale des Sciences de Gestion*, 2022, vol. 5, no 2. P : 630

Chapitre (V) : Méthodologie de recherche

Tableau (24) : les courants de positionnement épistémologiques

Le positivisme	Le constructivisme	Transformatrice	Pragmatique
Nommée aussi science empirique (philosophie de science sociale par Auguste Comte) Selon Giordano (2003) la réalité existe, c'est une essence, une évidence sensible ; elle est exogène à l'observateur et doit être objective. -Observation empirique et mesure Vérification de théorie	Subjectivité dans la recherche. Selon Martineau, (2004) « le chercheur accordera une attention particulière aux interactions entre les acteurs lorsqu'ils Coconstruisent leur monde»	Politique Orienté vers le pouvoir/justice Collaboratif Orienté vers le changement	-Centrés sur le problème ; -axés sur la pratique par des actions et des conséquences ; - pluralistes : peuvent utiliser des méthodes mixtes pour comprendre les problèmes.

Source : BENDARKAWI, Anass. « Méthodes mixtes et paradigme pragmatique en sciences de gestion : un essai de réflexion épistémologique et méthodologique ». *Revue Internationale des Sciences de Gestion*, 2022, vol. 5, no 2. P : 631-634

La philosophie que nous adoptons dans notre recherche est la vision post positiviste, sa position principale étant le réalisme critique considère le domaine réel comme un système ouvert. C'est un système qui n'est pas contrôlé par l'homme et qui est complexe en raison de la diversité de ses structures et mécanismes en interaction. Les interactions complexes entraînent des événements inattendus, plutôt que des interactions constantes de type « cause-à-effets » prévisibles. Selon Ballard et al (2016) l'objectif des chercheurs est d'expliquer les structures, leurs caractéristiques et les mécanismes d'interactions du domaine réel ¹.

La position épistémologique dans notre contexte d'étude est justifiée comme suite :

¹ RAPIN, Joachim et GENDRON, Sylvie. «Le réalisme critique: la valeur de sa réflexion ontologique et épistémologique pour la créativité méthodologique des chercheurs qualitatifs engagés en faveur d'une transformation plus juste des structures ». *RECHERCHES QUALITATIVES*, 2022, p : 69

Chapitre (V) : Méthodologie de recherche

- La réalité est expliquée par des mécanismes sous-jacents, la réalité de l'entrepreneuriat féminin existe et elle est influencée par plusieurs facteurs environnementaux culturels, religieux ou historique...des variables qui représentent partiellement le réel social et tangible ;

-La réalité complexe de la dynamique entrepreneuriale régionale existe indépendamment de nos perceptions, mais seule une partie est expliquée prenant en compte seulement les immatriculations sans explorer les modifications qui sont effectués au sein du même registre de commerce telles que le changement du gérant, changement d'adresse ... etc ;

-L'étude de l'entrepreneuriat féminin dans le sud algérien poursuit des valeurs de justice sociale ce qui est le principe du réalisme critique selon BHASKAR (2017)¹.

5.1.6 Formes du raisonnement de la recherche :

Dans les sciences de gestion il existe trois aspects de raisonnements de la recherche : abductifs, déductifs et inductifs ces dernières peuvent former une boucle de raisonnement, les raisonnements scientifiques combinent les trois formes de raisonnement. Cette articulation peut se formaliser comme suite² :

- Une hypothèse explicative est construite par abduction pour rendre compte de données posant problème L'abduction correspond à la permutation ACB : elle consiste à élaborer une observation empirique qui relie une règle générale à une conséquence, c'est-à-dire qui permet de retrouver la conséquence si la règle générale est variée ;

- La déduction (ABC) implique de déduire (C) d'une règle générale (A) et une observation empirique (B). La prémisse (la règle générale) est conjecturale dans la déduction : elle est vraie ou fausse, sans que l'on puisse le déterminer ;

-L'induction permet une mise à jour (confirmation ou infirmation) des règles ou théories mobilisées, elle correspond à la permutation BCA : elle consiste à trouver une règle générale qui pourrait rendre compte de la conséquence si l'observation empirique était vraie, si ces règles sont

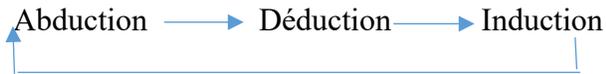
¹ Ibid, p :71

² David, Albert. "Logique, épistémologie et méthodologie en sciences de gestion." *Conférence de l'AIMS*. Vol. 23. 1999. P :3-5

Chapitre (V) : Méthodologie de recherche

infirmées, alors il faut reformuler - par abduction - de nouvelles hypothèses explicatives, et le cycle recommence.

Figure (17) : boucle de raisonnement les raisonnements



Source : David, Albert. "Logique, épistémologie et méthodologie en sciences de gestion." *Conférence de l'AIMS*. Vol. 23. 1999. P :5

Notre travail repose sur une approche hypothético-déductive partant de cadres théoriques existant et hypothèses définies avec l'intention de les tester, concernant les deux études de notre recherche : la dynamique entrepreneuriale régionale et la réussite de l'entrepreneuriat féminin dans la région sud.

La recherche consiste à décrire, expliquer ou évaluer un problème ou une action. De ce fait il est nécessaire de définir au préalable le type d'étude (analyse quantitative ou qualitative, enquête transversale ou longitudinale) et la méthode d'investigation (enquête téléphonique, questionnaire, analyse de dossiers, analyse de littérature, etc).

Section 2 : Approches de développement et mise en œuvre de la recherche :

L'une des décisions qu'un chercheur doit prendre est le type de recherche qu'il effectuera afin de résoudre le problème soulevé.

5.2.1 Recherche quantitative et qualitative :

Il existe deux principaux types d'études quantitatives et qualitatives, qui peuvent même être combinés dans certaines recherches pour obtenir de meilleurs résultats.

5.2.1.1 Recherche quantitative :

Elle cherche à réaliser des inférences d'un échantillon et à l'évaluation de la relation existante entre les aspects ou les variables d'observations. En plus d'employer des catégories à soumettre les données obtenues pour l'analyse statistique¹.

¹ Skinner, D., Tagg, C. & Holloway, J. (2000). Managers and Research. The Pros and Cons of Qualitative Approaches. *Management Learning*, 31(2). P : 171

Chapitre (V) : Méthodologie de recherche

De ce fait, elle permet d'inférer les résultats de la recherche des populations importantes, c'est-à-dire, permet la généralisation statistique des résultats, véhicule une vision de la réalité sociale qui est statique, et tend à négliger l'impact et le rôle du changement dans la vie sociale. D'après les données émanant de la recherche, les mesures quantitatives sont souvent envisagées tangibles, rigoureuses et dignes de confiance. Ces adjectifs suggèrent que ces données ont une précision considérable, ont été recueillies au moyen de procédures systématiques et peuvent être facilement testés par un autre chercheur¹.

5.2.1.2 Recherche qualitative :

Les positivistes adoptent comme modèle de recherche provenant des sciences naturelles des méthodes telles que les questionnaires, inventaires et études démographiques qui nous permettent d'analyser le phénomène statistiquement. Le phénoménologue, d'autre part, cherche à comprendre les faits à travers des méthodes qualitatives qui nous fournissent un niveau plus élevé de compréhension des motifs et croyances qui sont à l'origine actions des gens².

Les études qualitatives sont privilégiées par ses propriétés explicatives et son pouvoir exploratoire. Ceux-ci aident à clarifier les résultats obtenus dans la recherche quantitative ou pour générer des théories (qui sont plus tard dues à confirmer avec des méthodes quantitatives). De cette façon, la construction ou le développement de la théorie et des concepts sont le résultat de l'enquête et non les ins et les outs du processus, comme dans la recherche quantitative. Par conséquent, la méthodologie qualitative sert non seulement à explorer et à décrire, mais elle facilite également le développement du travail d'enquête en vue d'obtenir des explications significatives d'un phénomène³.

¹ Bryman, A. (1988). *Quantity and Quality in Social Research*, Unwind Hyman, Londres, p :15

² ZAPPAROLI, Marzio. *Concepciones teóricas metodológicas sobre investigación. Girasol: revista de la escuela de estudios generales*, 2003, vol. 5, p : 195

³ BELABES Taqiyeddine et BENMABROUK Faycal, « paradigmes quantitatifs a la recherche des avantages de différentes méthodologies de recherche comparaison épistémologique », *Revue ElRyssala des etudes et recherches en sciences humaines*, Volume 6, N 4, Decembre 2021, p : 787-788

Chapitre (V) : Méthodologie de recherche

5.2.2 L'étude transversale et l'étude longitudinale :

Il existe deux modes d'études dans l'analyse des données d'un échantillon ¹:

5.2.2.1 L'étude transversale :

Il s'agit d'une étude d'observation qui consiste à recueillir les données dans leur ensemble pour étudier une population à un moment donné et analyser la relation entre les variables d'intérêt.

Le chercheur, dans une étude d'observation, enregistre des données sur les participants sans modifier l'environnement naturel dans lequel ils vivent. La principale caractéristique d'une étude transversale réside dans sa capacité à comparer différents échantillons.

5.2.2.2 L'étude longitudinale :

L'étude longitudinale, à l'instar de l'étude transversale, est aussi une étude d'observation, où les données sont collectées fréquemment auprès du même échantillon sur une longue période de temps. Le temps nécessaire pour mener une étude longitudinale varie de quelques années à plusieurs décennies, selon le type d'informations requises.

Une étude longitudinale présente l'avantage de permettre aux chercheurs de prendre en compte les évolutions, de faire des observations et de repérer toute modification des caractéristiques de leurs participants. Une des caractéristiques essentielles est que l'étude longitudinale s'étend au-delà d'une période de temps donnée. Ils peuvent donc établir une chronologie adéquate des événements qui se sont déroulés.

5.2.3 Les données :

La collecte des données joue un rôle essentiel dans le processus de recherche en management, comme le soulignent Baumard, Donada, Ibert et Xuereb (in Thiétart, 2003). Elle offre au chercheur la possibilité de collecter les données empiriques sur lesquelles il va baser sa recherche². Pour construire cette base empirique, nous allons voir la population et l'échantillonnage concernés dans notre étude.

¹ Adi Bhat, ? Question pro, « étude transversales et étude longitudinale », [en ligne], 29 mai 2024, [<https://www.questionpro.com/blog/fr/etude-transversale-etude-longitudinale/>], 28 juin 2024.

² Velmuradova, Maya. *Epistémologies et méthodologies de la recherche en Sciences de gestion. Note de synthèse*. USTV, 2004, p : 65

Chapitre (V) : Méthodologie de recherche

5.2.3.1 Participantes à l'enquête :

La population visée par cette enquête est « les femmes entrepreneures » telles définies par Dina Lavoie (1988) comme « 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 »¹. Exerçant leur activité dans la région du Sud Algérien. Nous avons pris un échantillon d'entrepreneures composé de 72 femmes. L'opération s'est déroulée entre le mois de Janvier jusqu'au mois d'Avril 2024, nous avons essayé de faciliter l'énoncé des questions en faisant en sorte de proposer le questionnaire dans les deux langues en français et en arabe tout en informant sur le but de la recherche et donner des explications de certains items lors de la distribution de ce questionnaire tout en insistant sur l'anonymat et la confidentialité de toutes les informations collectées. Nous avons distribué directement aux femmes entrepreneures de la wilaya de Laghouat et El Mniaa les questionnaires aussi nous avons contacté certaines de la wilaya d'Adrar et Tamanrasset par Téléphone ainsi qu'une distribution des questionnaires en ligne à travers un lien google forms, et nous avons donné suffisamment de temps pour répondre à ces questions pour nous les faire retourner. Nous avons distribué 138 questionnaires et nous avons reçu 93 soit un taux de retour de 67,39%. Puis nous avons annulé les questionnaires présentant des données manquantes issue des questionnaires distribués en mains propre au nombre de 21 ce qui nous a permis d'exploiter 72 questionnaires, soit un taux d'exploitation de 52,17% des questionnaires distribuée au départ.

5.2.3.2 Echantillonnage :

Selon Pires (1997), « échantillonner », c'est « prélever une partie d'un tout bien déterminé » ; et de façon plus générale, c'est « constituer le corpus empirique d'une recherche ». Pour constituer le corpus empirique de notre recherche, nous avons fait un échantillonnage à deux niveaux : au niveau des sites observés et au niveau des personnes à interviewer².

¹ CONSTANTINIDIS Christina, « Femmes entrepreneures », dans : Pierre-Marie Chauvin éd., *Dictionnaire sociologique de l'entrepreneuriat*. Paris, Presses de Sciences Po, « Références », 2014, p. 287-300. DOI : 10.3917/scpo.chauv.2015.01.0287. URL : <https://www.cairn.info/dictionnaire-sociologique-de-l-entrepreneuriat--9782724616408-page-287.htm>

² JULIEN, Pierre-André et ST-PIERRE, Josée. *Dynamiser le développement régional par l'entrepreneuriat: mesures et clés pour agir*. PUQ, 2015.p :182

Chapitre (V) : Méthodologie de recherche

D'après Glaser et Strauss (1967) la mise en place d'un échantillon peut suivre diverses méthodes. Plusieurs d'entre elles peuvent être associées à deux approches génériques : l'approche traditionnelle, caractéristique d'un échantillonnage probabiliste, et l'approche itérative, comme celle de la théorie enracinée¹.

Les différentes méthodes de sélection d'un échantillon peuvent être regroupées en quatre catégories²:

1) Echantillon probabiliste : regroupe les méthodes suivantes « méthode aléatoire simple », « systématique », « stratifiée » proportionnel et non proportionnel, « en degré », et « méthode par grappes », car tous les éléments de la population ont une probabilité, connue a priori et différente de zéro, d'appartenir à l'échantillon ;

2) Echantillon par choix raisonné : À la différence des approches probabilistes, qui visent à supprimer la subjectivité du chercheur, les approches par choix raisonné sont basées sur le jugement. Ces méthodes facilitent le choix précis des éléments de l'échantillon pour respecter plus aisément les critères établis par le chercheur. Les résultats d'un échantillon choisi de manière raisonnable peuvent être utilisés pour une généralisation analytique ;

3) Echantillon par quota : n'autorise pas une approximation statistique. Cependant, dans certaines conditions de test, la méthode des quotas est proche d'une méthode probabiliste et, par conséquent, on procède en pratique par inférence statistique ;

4) Echantillon de convenance : Ils font référence aux échantillons choisis selon les seules possibilités qui se sont présentées au chercheur, sans qu'aucun critère de choix n'ait été établi à l'avance. Ce procédé de sélection ne garantit en aucun cas une inférence statistique ; il ne garantit pas non plus la possibilité d'une inférence théorique, que seule une analyse a posteriori de la composition de l'échantillon peut permettre. Par conséquent, les échantillons de convenance seront principalement employés lors de la phase exploratoire, avec pour objectif de préparer une étape ultérieure plutôt que de tirer des conclusions. Dans cette situation, l'utilisation d'un échantillon de convenance offre l'avantage de simplifier et d'accélérer la collecte des informations désirées.

¹ Velmuradova, Maya. *Op-cit*, 2004.p : 56

² Ibid, p :59

Chapitre (V) : Méthodologie de recherche

Dans notre présent travail de recherche, nous utilisons la méthode d'échantillonnage probabiliste aléatoire simple. Les données proviennent d'une enquête menée auprès de femmes entrepreneures ayant créés leurs entreprises depuis au minimum 3 ans sans changement de secteur d'activité, exerçant leur activité dans l'une des régions du sud Algérien (Illizi, Tamanrasset, Tindouf, Adrar, Biskra, Ouargla, El oued, Bechar, Ghardaia, Laghouat) selon la classification régionale de l'année 2018 – qu'elles soient nées ou non sur le territoire ou proviennent de l'extérieur, l'analyse prend en compte que les entreprises dont le siège sociale se trouve dans la région sud Algérien. En effet nous savant qu'environ 15% à 20% des entreprises naissantes ne franchissent pas la première année d'existence à cause de la nature du projet, manque de ressources humaines ou financières, changement de conjoncture économique ou une augmentation de la concurrence...etc).

Dans notre recherche le facteur temps joue un rôle très important, car il faut entre 3 et 5ans pour l'amélioration des conditions des entreprises naissantes et avoir un effet important sur la performance¹.

L'homogénéité de l'échantillon est importante (taille des échantillons, perception des répondantes et secteur d'activité) sont souvent les mêmes entre les régions du sud Algérien.

Ceci dit, l'échelle locale et régionale s'impose comme un cadre d'analyse et de réflexion.

5.2.4 Les méthodes de collecte de données :

Nous pouvons classer ses méthodes de collecte selon le classement de Baumard, Donada, Ibert et Xuereb (2003) en deux catégorie qualitative et quantitative² :

5.2.4.1 Les méthodes de collecte de données qualitatives :

-l'entretien : On distingue deux catégories d'entretiens individuels : non-directifs (avec un thème, sans intervention du chercheur) et semi-directifs (avec le chercheur guidant à travers des micro-thèmes). Les entretiens peuvent être réalisés de manière structurée et délibérée ou de manière

¹ JULIEN, Pierre-André et ST-PIERRE, Josée. Op-cit, p. 182.

² Velmuradova, Maya. Op-cit, 2004.p : 66-70

Chapitre (V) : Méthodologie de recherche

spontanée (heuristique), ainsi que l'entretien de groupe qui implique de rassembler divers sujets autour d'un ou plusieurs animateurs, dans une situation d'échange.

a. L'observation : consiste à collecter des données en observant de lui-même, de manière visuelle. Il existe deux types d'observation : soit le chercheur adopte un point de vue interne et son approche est considérée comme une observation participante, soit il conserve un point de vue externe et son approche est considérée comme une observation non participante.

b. Mesures discrètes : L'objectif est de recueillir des données qui ne sont pas influencées par la réactivité des sujets-sources car elles sont collectées de manière "confidentielle" (par exemple, des vidéos, des analyses des sols dans les musées...).

5.2.4.2 Les méthodes de collecte de données quantitatives : cette méthode de collecte de données concerne le questionnaire, l'observation et l'expérimentation.

a. Le questionnaire : offre la possibilité d'interroger directement des personnes en établissant, à l'avance, par une méthode quantitative, les différentes manières de répondre aux questions dites "fermées". Se basant sur trois étapes : le choix des échelles de mesure ; la construction du questionnaire et les prétests pour vérifier la validité et la fiabilité de l'instrument de mesure ; l'administration définitive du questionnaire.

b. l'observation : n'est pas une méthode de collecte très répandue, car elle est difficile à effectuer sur de grands échantillons et peut être peu homogène. L'«observation systémique » (structurée) doit donc être utilisée pour décrire de la même manière les comportements observés (questionnaire).

c. Les méthodes expérimentales : offrent la possibilité de réaliser des prélèvements quantitatifs et d'analyser statistiquement les données collectées. Il s'agit de reproduire les comportements « naturels » ou d'organiser un jeu de rôle. Les avantages de ces méthodes expérimentales résident dans leur richesse en informations pour le chercheur et leur capacité à contrôler et mesurer leurs variables.

5.2.4.3 Collecte des données secondaires :

La collecte des données secondaires internes et externes peut être différenciée :

Chapitre (V) : Méthodologie de recherche

a. Données secondaires internes : Les informations internes secondaires comprennent les données déjà générées par des organisations ou des individus tels que les archives, les notes, les rapports, les documents, les règles et procédures écrites, les modes d'emploi, les presses...

b. Données secondaires externes : Leurs sources de collecte sont les bibliothèques et les centres de documentation disposant d'un fonds d'ouvrages et de périodiques important pour le domaine d'étude envisagé. De la même manière, les publications gouvernementales (documents officiels, études ministérielles...), les publications d'organismes publics ou internationaux (INSEE, FMI, BM, ONU, OCDE...) ainsi que quelques publications spécifiques.

Dans le cas de notre recherche, nous utilisons pour notre première étude sur la dynamique entrepreneuriale régionale des données secondaires externes plus précisément des publications statistiques de l'organisme public CNRC (centre national du registre de commerce). Et pour notre deuxième étude une méthode de collecte de données quantitative qui est le questionnaire.

5.2.5 Génération d'items :

L'étude des facteurs clés de succès de l'entrepreneuriat féminin dans la région sud Algérien utilise des échelles binaires et des échelles de type Likert (l'échelle de réponse est de 1 à 5) pour mesurer chaque concept. On s'appuie sur la génération d'items selon une approche déductive à partir de travaux théoriques de l'articles de Cabrera, EM et Mauricio, D. (2017). De ce fait nous avons utilisé dans notre étude des échelles de mesure préexistantes. Concernant les facteurs clés de succès, d'autre part. Une combinaison des items nous a conduit à proposer un questionnaire de 67 items pour l'évaluation de la réussite entrepreneuriale. Correspondant à 5 dimensions :

- La dimension des caractéristiques personnelles (13 items) ;
- La dimension des compétences de la femme entrepreneure (12 items) ;
- La dimension concernant le niveau micro (22 items) ;
- La dimension concernant le niveau Méso (12 items) ;
- La dimension concernant le niveau Macro (08 items).

Chapitre (V) : Méthodologie de recherche

Les items correspondant à chaque dimension ont été mesurés par des échelles du type Likert à cinq degrés :

- Le premier degré correspond à : pas du tout important ;
- Le deuxième degré correspond à : pas important ;
- Le troisième degré correspond à : assez important ;
- Le quatrième degré correspond à : Important ; et
- Le cinquième degré correspond à : très important.

Ces échelles multiples ont pour principe de proposer un ensemble d'énoncés qui sont censés définir le construit. Le répondant indique à chaque énoncé affirmatif son degré d'accord ou de désaccord avec le jugement proposé.

La démarche de validation de l'échelle d'importance ou pertinence des facteurs clés de succès de l'entrepreneuriat féminin dans la région sud Algérien repose sur l'utilisation simultanée d'analyses factorielles exploratoires et confirmatoires. Il s'agit d'une démarche basée en partie sur le paradigme de Churchill (1979) et sur les dernières avancées méthodologiques en termes de validation d'échelle de mesure. Après avoir décrit la phase de génération des items, nous présenterons les Procédures de traitement des données¹.

5.2.6 Procédures de traitement des données :

Dans le cadre de notre recherche nous avons utilisé deux sources de données : des données documentaires et des données issues de l'enquête menée auprès des femmes entrepreneures de la région sud Algérien à travers un questionnaire.

Les données recueillies des rapports annuels publiés par le centre national du registre de commerce ont fait l'objet d'une analyse structurelle résiduelle. L'effet structurel est mesuré en appliquant la tendance nationale à la structure sectorielle de la région. Il correspond à la croissance attendue pour la région si chaque secteur connaissait la même croissance qu'au niveau national. Il

¹ BEN HANANA Ellamrani, et HOUFAIDI Souad. Satisfaction du personnel : validation d'une échelle de mesure dans le contexte des administrations publiques Marocaines. *Revue internationale d'innovation et d'études appliquées*, 2016, vol. 18, n° 4, P :1058

Chapitre (V) : Méthodologie de recherche

faut bien voir que le « structurel » de cette appellation renvoie à une structure sectorielle. (On pourrait aussi considérer le découpage du territoire comme une structure). L'effet résiduel correspond à la part de la croissance régionale non expliquée par la structure sectorielle.

Les données recueillies du questionnaire ont fait l'objet d'analyses exploratoires afin de déterminer la dimensionnalité de la réussite entrepreneuriale des femmes. D'après Field A. (2009) l'analyse factorielles en composantes principales (ACP) est la méthode la plus pertinente pour explorer la structure sous-jacente d'un concept (analyse multivariée) qui permet d'explorer en même temps les relations entre plusieurs variables. Nous avons utilisé le test de Kayser Meyer Olkin (KMO) et le test de sphéricité de Bartlett Pour apprécier l'efficacité éventuelle de l'ACP¹.

Selon Galtier V. (2003) L'examen de la matrice des corrélations est l'étape finale de l'analyse factorielle, qui consiste à vérifier la stabilité de la structure des facteurs. Si les facteurs sont fortement corrélés (corrélation supérieure ou égale à 0,3), alors une rotation oblique (Oblimin) est adéquate. Dans le cas inverse, il faut s'orienter vers une rotation orthogonale (Varimax). Nous avons choisi cette dernière méthode qui est utilisée très régulièrement dans la pratique du fait de l'absence d'une forte corrélation entre les facteurs. Selon Evrard Y., Pras B., Roux E. (2003) L'analyse factorielle sera complétée par l'estimation de la fiabilité. Cette dernière constitue le critère utilisé pour juger de la qualité de la mesure. Selon Roussel, P. (1996), La fiabilité d'un instrument de mesure représente sa capacité à reproduire des résultats similaires s'il était administré plusieurs fois à une même population. Selon EVRARD Y., Pras B. et Roux E. ; 1997, un alpha de Cronbach compris entre 0,6 et 0,8 est acceptable pour une étude exploratoire. Toutefois, Nunnally J.C. (1978) juge qu'un alpha de Cronbach est acceptable lorsqu'il est compris entre 0,6 et 0,7, pour Fayers, P.M. et D. Machin Un coefficient alpha de Cronbach supérieur à 0.70 permet de conclure une bonne consistance interne des échelles. La purification des échelles de mesure de la réussite entrepreneuriale a été réalisée sur SPSS version 26, et les principaux résultats seront présentés le chapitre suivant.²

¹ BEN HANANA Ellamrani, et HOUFAIDI Souad. Proposition d'un instrument de mesure de la qualité de service perçue par les usagers des administrations publiques Marocaines. *European Cientific Journal*, 2016, p : 297-298

² BEN HANANA Ellamrani, et HOUFAIDI Souad, Op-cit , p : 1060

Chapitre (V) : Méthodologie de recherche

Il existe deux types de variables ;

-Des variables manifestes qui sont des variables observables ou mesurables telles que le chiffre d'affaires ou l'âge.

- Des variables latentes (un construit) sont des variables subjectives qui ne sont pas mesurables mais appréciables à travers des indicateurs tels que la satisfaction, performance ou bien ambitions.

Il existe deux types d'approches pour les variables latente : une approche réflexive et une approche formative

- L'approche réflexive vise à maximiser le chevauchement entre les indicateurs interchangeables, la méthode la plus utilisée reste le paradigme de Churchill et aussi celui sur lequel nous allons nous appuyer ;
- L'approche Formative vise à minimiser le chevauchement entre les indicateurs qui sont considérés complémentaires.

Dans notre travail de recherche, nous avons utilisé la triangulation des méthodes (multi méthodes quantitative) la triangulation des théories (comparaison de plusieurs perspectives théoriques pour expliquer le phénomène entrepreneurial : une perspective factorielle pour le succès de l'entrepreneuriat féminin et une perspective territorial pour la mesure de la dynamique entrepreneuriale) et la triangulation des sources de données (utilisation du questionnaire et l'analyse documentaire pour recueillir des données).

5.2.6.1 L'analyse structurelle résiduelle (Shift Share) :

L'analyse shift-share, datant de la fin des années 1950 a distingué un effet lié à l'économie nationale (national share), un effet lié à la structure sectorielle (proportional shift) et un facteur lié aux différences locales de productivité (« differential shift »). Cette décomposition a été qualifiée de structurelle résiduelle et peut être appliquée à des « taux » : taux de croissance de l'emploi, taux de chômage et taux de création d'entreprise. Les méthodes shift-share ont fait l'objet de nombreux développements dans la littérature anglo-saxonne notamment. La critique de ces modèles (Berzeg 1978 ; Knudsen 1991) a conduit à explorer d'autres modélisations, de nature économétrique. Tel que le modèle « structurel géographique », en ne perdant pas de vue que la dimension géographique

Chapitre (V) : Méthodologie de recherche

se réduit à une partition du territoire en zones d'étude. La géographie au sens fort renvoie à des proximités et des distances. Cette méthode permet de dégager, au niveau de chaque branche d'activité, la croissance relative de chaque région par rapport à la croissance nationale et de déterminer la part due à la structure régionale originelle favorable et celle due aux avantages de localisation¹.

a. Composition de la dynamique économique régionale :

Il est démontré par l'analyse résiduelle structurelle que l'analyse spatiale se concentre sur la distinction des secteurs d'activités et des espaces. (Évolution enregistrée entre 2018 et 2022), cette méthode nous a permis de décomposer la dynamique économique régionale mesurée par la création d'entreprise (inscrit au centre du registre de commerce) en trois composantes identifiées² :

- La composante régionale (CR) qui exprime la part théorique enregistrée dans une région i au cours d'une période $(t - t')$ si l'activité régionale (création d'entreprise) avait évolué au rythme national. Une région i sera influencée par la dynamique économique globale du pays.

-La composante structurelle (CS) exprime la force d'inertie qui fait que la création d'entreprise additionnelle nationale entre t et t' se répartit proportionnellement au poids initial de chaque région. L'écart observé entre la croissance réelle et théorique d'une région est l'effet des deux autres composantes : la composante structurelle et la composante locale, elles forment réunies la Part Nette entrepreneuriale (PNE).

- La composante locale (CL) qui exprime l'effet des facteurs locaux propres à chaque région. Ces facteurs sont liés à la localisation et à la topologie, à l'histoire et aux traditions, aux ressources matérielles, techniques et logistiques, aux potentialités humaines, culturelles ou économiques.

b. La formulation :

-La croissance régionale réelle s'écrit sous la formule: $Er' - Er = CR + PNE$ avec Er' et Er : inscrit au registre de commerce en 2018 et 2022.

¹ BELHEDI, Amor. "La dynamique économique régionale en Tunisie. Analyse structurelle-résiduelle." *Cybergeo: European Journal of Geography* (2005), p : 2

² Ibid, p : 2-3

Chapitre (V) : Méthodologie de recherche

-La Composante Régionale (CR) s'écrit: $CR = Er ((E' - E)/E)$ avec Er : inscrits au registre de commerce régional en 2018, E et E' : inscrits au registre de commerce niveau national en 2018 et 2022.

-La Part Nette d'Entrepreneuriat (PNE) exprime la différence entre la croissance enregistrée entre 2018 et 2022 et la croissance théorique dans une région donnée. Une PNE positive exprime une dynamique régionale plus rapide que le rythme national tandis qu'une valeur négative reflète plutôt un rythme régional moins soutenu. La PNE se subdivise, à son tour, en deux composantes : une composante structurelle (CS) et une composante locale (CL) : $PNE = CS + CL$.

- La composante structurelle s'écrit $CS = [\sum_i (E_j'/E_j) - (E'/E)]E_{ij}$ avec E_j, E_j' : inscrits au registre de commerce national de l'activité j en t et t' . E, E' : inscrits au registre de commerce au niveau national en t et t' . Er_j : inscrit au registre de commerce régional dans l'activité j en t .

- La composante locale s'écrit : $CL = \sum_i (Er_j' - Er_j (E_j'/E_j))$ avec Er_j, Er_j' : inscrits au CNRC régional dans l'activité j en t et t' . E_j', E_j : Inscrit au CNRC dans l'activité j en t et t' . \sum_i = Somme des régions i .

5.2.6.2 L'analyse prédictive de la réussite entrepreneuriale :

Cette analyse quantitative est soutenue par plusieurs étapes d'analyses économétriques qui nous permettent d'épurer notre modèle de prédiction et avoir des résultats cohérents et de qualités. En premier lieu une analyse de la fiabilité des échelles de mesure ensuite la validation de ces dernières, par la suite une analyse descriptive et une analyse bi variée des caractéristiques de notre population (caractéristiques de l'entreprise et le capital humain) et enfin une analyse a modèle de régression logistique binaire.

La procédure utilisée dans cette analyse est celle de Churchill (1979) qui correspond aux étapes suivantes¹ :

1. Spécifier le domaine de la construction
2. Générer un échantillon d'éléments

¹ CHURCHILL JR, Gilbert A. A paradigm for developing better measures of marketing constructs. *Journal of marketing research*, 1979, vol. 16, no 1, p: 66

Chapitre (V) : Méthodologie de recherche

3. Collecter les données
4. Purifier la mesure
5. Collecte des données
6. Évaluer la fiabilité
7. Évaluer la validité
8. Élaborer une norme

a. L'analyse de fiabilité :

L'analyse de fiabilité de l'échelle de mesure correspond à l'objectif d'une mesure particulière est d'estimer le score qui serait obtenu si tous les éléments du domaine étaient utilisés, l'utilisation d'un échantillon d'éléments, erreur de mesure due à un échantillonnage inadéquat, matrice de corrélation des éléments du domaine, corrélation moyenne dans la matrice, dispersion de la corrélation autour de la moyenne et l'hypothèse que tous les items, « s'ils appartiennent au domaine du concept, ont une quantité égale de tronc commun »¹.

L'utilisation de l'indice Alpha de Cronbach pour mesurer la cohérence interne d'un ensemble d'éléments, un coefficient alpha faible indique que l'échantillon d'items décrit mal le construit qui a motivé la mesure.

La procédure à suivre en cas de faible coefficient alpha est² :

- D'éliminer certains items ;
- Calculer la corrélation de chaque item avec le score total ;
- Tracer les corrélations par ordre de grandeur décroissant ;
- Les items dont les corrélations sont proches de zéro doivent être éliminés ;

¹ Ibid, p: 68

² Idem

Chapitre (V) : Méthodologie de recherche

-Les items dont la corrélation entre l'item et le score total a fortement baissé doivent également être éliminés.

Le résultat souhaitable est d'obtenir un coefficient alpha élevé, les dimensions sont en accord avec la conceptualisation ce qui donne une cohérence interne, si le coefficient alpha est faible et la restructuration des éléments formant chaque dimension est improductive nous revenant à la première étape d'analyse de la fiabilité.

b. La validation des échelles de mesures :

Une mesure fiable peut ou non produire une mesure qui a une validité de construit. La validité de la construction, qui se trouve au cœur même du processus scientifique, est plus directement liée à la question de savoir ce que l'instrument mesure en fait, autrement dit quel trait ou quel concept sous-tend la performance ou le score d'une personne sur un instrument de mesure. Nous passons à l'analyse factorielle qui suggère que les dimensions se chevauchent. Les éléments ayant une charge pure sur le nouveau facteur sont conservés et un nouveau coefficient alpha est calculé.

La validité du critère est d'évaluer si l'échelle prédit correctement la mesure du critère, par exemple les concepts de satisfaction au travail (A) et de probabilité de quitter son emploi (B) sont liés¹ :

-L'échelle X permet de mesurer A ;

-Y fournit une mesure de B ;

-X et Y sont en corrélation positive ;

Établir la validité en reliant la mesure à un certain nombre d'autres concepts et non à un seul.

c. L'analyse descriptive :

La description d'une variable qualitative implique de présenter les effectifs, c'est-à-dire le nombre d'individus de l'échantillon pour chaque modalité de la variable, ainsi que les fréquences, c'est-à-dire la proportion des réponses associées à chaque modalité, de la variable étudiée. A travers

¹ Idem

Chapitre (V) : Méthodologie de recherche

l'outil SPSS nous avons obtenu un affichage statistique et graphique pour décrire nos variables (caractéristiques de l'entreprise et capital humain)¹.

d. L'analyse bivariée et test khi2 :

L'analyse descriptive est une première lecture nécessaire des résultats mais elle ne suffit pas, l'analyse bivariée cherche à mesurer la liaison entre deux variables en utilisant des tableaux croisés sur SPSS afin de ventiler une variable indépendante en fonction du succès ou non succès de la femme entrepreneure², et enfin en tester la signification avec un test associé khi2.

En général, le test de Khi-2 repose sur le sens asymptotique (la marge d'erreur) afin d'accepter l'hypothèse (H1) ou de la rejeter (H0). Afin d'accomplir cela, il est nécessaire de revoir la marge d'erreur. Si elle dépasse 5% (0.05), cela signifie que le test accepte l'hypothèse H0 et rejette l'hypothèse H1, ce qui signifie qu'il n'y a pas de relation de dépendance entre les deux variables. Cependant, si la marge d'erreur est inférieure à 5%, cela indique qu'il y a une relation de dépendance entre les deux variables, ce qui signifie que le test rejette H0³.

e. La régression logistique binaire :

Les modèles de choix binaires (ou encore appelés modèles dichotomiques) sont utilisés dans des secteurs très divers dès que la variable à expliquer ne peut prendre que deux modalités, par exemple :

– médecine : guérison ou non guérison,

– marketing : achat ou non achat,

La fonction logistique « Logit model » ou encore appelée courbe en « S » est donnée par l'expression suivante :

$$P_i = \text{Prob}(y_i = 1) = \text{Prob}(y_i^* > 0) = \text{Prob}(a_0 + a_1 x_i + \epsilon_i > 0) = \text{Prob}(\epsilon_i > -(a_0 + a_1 x_i)) =$$

¹ Carricano, Manu, Fanny Pujol, and Laurent Bertrandias. *Analyse de données avec SPSS®*. Pearson Education France, 2010, p : 32

² Ibid, p :39

³ REHALI Youssef et TOUHAMI Fatima, "Analyse des comportements financiers des petites et moyennes entreprises au Maroc Analysis of the financial behavior of small and medium-sized enterprises in Morocco.", p : 370

Chapitre (V) : Méthodologie de recherche

Avec

(.) la fonction de répartition de la loi logistique.

$$P_i = \frac{\exp(a_0 + a_1 x_i)}{1 + \exp(a_0 + a_1 x_i)}$$

$$1 + \exp(a_0 + a_1 x_i) = 1$$

$$1 + \exp(-(a_0 + a_1 x_i))$$

Les propriétés de cette équation sont les suivantes, si $a_1 > 0$: $\lim_{x_i \rightarrow \infty} P_i = 1$

et $\lim_{x_i \rightarrow -\infty} P_i = 0$

ce qui assure bien que les valeurs de P_i sont comprises entre 0 et 1¹.

5.2.7 Les considérations éthiques de la recherche :

Chaque étude doit se conformer à des principes éthiques. Il est essentiel d'accorder une attention particulière lorsque le travail de recherche implique des individus et peut avoir un impact sur eux. C'est une pratique courante dans le milieu universitaire.

Selon l'ESRC, les principes essentiels de l'éthique de la recherche sont les suivants² :

- L'objectif de la recherche doit être de maximiser les bénéfices pour les individus et la société, tout en réduisant les risques et les dangers ;
- Il est essentiel de préserver les droits et la dignité des individus et des groupes ;
- La participation doit être volontaire et s'effectuer en toute connaissance de cause, dans la mesure du possible ;
- Il est essentiel de mener les recherches de manière intégrale et transparente ;
- Il est essentiel de clarifier les responsabilités et l'obligation de rendre des comptes ;
- Il est essentiel de garantir l'indépendance du travail de recherche et de clarifier les conflits d'intérêts lorsqu'ils sont inévitables.

Dans le cadre de notre étude nous avons respecté le consentement des répondantes qui ont répondu volontairement à notre questionnaire sous la condition de la confidentialité et l'anonymat.

¹ BOURBONNAIS, Régis, et TERRAZA Virginie. *Analyse des séries temporelles*. Dunod, 2022, p : 323-324

² MAGER Franziska, « Éthique de la Recherche : Guide pratique », p : 2

Chapitre (V) : Méthodologie de recherche

Conclusion :

Afin de répondre à notre question de recherche, nous avons adopté une démarche méthodologique post positiviste avec une approche hypothético déductive.

Il nous a semblé intéressant de tester la réalité de l'entrepreneuriat dans la région sud avec une étude quantitative longitudinale pour mesurer la dynamique régionale durant une période donnée avec une analyse structurelle résiduelle, ainsi qu'une deuxième étude quantitative transversale sur le succès de l'entrepreneuriat féminin par rapport au modèle théoriques et ainsi déduire la spécificité de ce phénomène dans un contexte donné.

Chapitre (VI) :

Analyse et discussion des résultats

Chapitre (VI) : Analyse et discussion des résultats

Introduction :

Dans ce chapitre nous traduirons les acquis théoriques en résultats empiriques à travers des méthodes quantitatives adaptées à l'objectif de notre recherche à savoir la mesure de la dynamique entrepreneuriale régionale et l'identification des Facteurs clés de succès de l'entrepreneuriat féminin dans la région sud Algérien.

Ces résultats seront identifiés de par leurs influences et leurs significativités afin de déterminer la réalité du phénomène entrepreneurial régional à travers une analyse structurelle résiduelle et les spécificités de l'entrepreneuriat féminin dans la région sud à travers une régression logistique binaire avec une analyse factorielle et test d'alpha de Cronbach pour passer à l'épuration des échelles de mesure ainsi qu'une analyse bivariée pour les variables descriptives.

Nous clôturons ce chapitre par la discussion des résultats et enfin la confirmation ou l'infirmerie de nos hypothèses de départ.

Chapitre (VI) : Analyse et discussion des résultats

Section 1 : Résultats de L'analyse résiduelle structurelle

D'après JOYAL André (2001)¹ « le développement autour de l'entrepreneuriat local n'est pas une chimère et qu'il constitue l'ossature des stratégies actuelles en matière de développement régional ». La dynamique régionale peut être mesurée par l'évolution quantitative et sectorielle de l'entrepreneuriat régional. Plusieurs méthodes peuvent être mobilisées pour analyser la dynamique économique régionale mais on se limitera dans ce travail à l'analyse structurelle-résiduelle (Shift-Share Analysis) de Creamer et Bernstein.²

Nous utiliserons une approche quantitative pour représenter le développement entrepreneurial régional des wilayas du sud Algérien par rapport au développement de la création d'entreprise au niveau national entre la période 2018-2022

Notons que pour une considération de comparaison temporelle. Nous retiendrons la distribution régionale administratives des wilayas de l'année 2018 (10 wilayas dans la région sud), en attribuant les inscrits au CNRC des nouvelles wilayas à leurs anciennes wilayas de rattachement³.

Tableau (25) : Répartition des commerçants inscrits (actifs – personnes physique et morales) au registre du Commerce par secteur d'activité et par wilaya A fin 2018

Commerçants	Prod.biens	Prod Art	DIST.Gros	Import	DIST. Details	Services	Export	Wilaya
23684	3622	25	1602	75	11159	7183	18	Adrar
19595	3402	56	1694	98	7224	7114	7	Laghouat
33649	4495	4	1364	192	15833	11462	299	Biskra
15252	2339	48	633	55	6652	5515	10	Bechar
19195	2817	1	1304	64	8316	6649	44	Tamanrasset
41173	8304	68	2383	303	12595	17480	40	Ouargla
6601	1764	6	190	16	1767	2858	0	Illizi
5975	1063	19	143	8	2309	2425	8	Tindouf
36844	6233	2	915	463	14995	14157	79	El oued
21602	3860	47	1029	157	8425	8052	32	Ghardaia
223570	37899	276	11257	1431	89275	82895	537	Total region s
2165892	324467	6116	92829	42160	887218	810223	2879	Total national

Source : Le Registre du Commerce Indicateurs & Statistiques 2018, p 39

¹ JOYAL, André. Que faire avec la Gaspésie?. *Choix publics et prospective territoriale. Horizon 2025. La Gaspésie: futurs anticipés*, 2001, p : 98

² BELHEDI Amor, Op-cit, p : 2

³ Voir Annexe 1

Chapitre (VI) : Analyse et discussion des résultats

Tableau (26) : Répartition des commerçants inscrits (actifs – personnes physique et morales) au registre du Commerce par secteur d'activité et par wilaya A fin 2022

wilaya	NBR commer	PROD. BIENS.	ETS.PROD.AR	DIST. GROS	Import	DIST. DETAIL	SERVICES	EXPORT
Adrar	29 895	10267	14	2021	54	8445	8919	175
Laghouat	21255	3464	52	2040	88	7979	7608	24
Biskra	29 011	4080	4	1834	168	18865	3535	525
Bechar	15959	2402	41	830	50	6934	5661	41
Tamanrasset	25 566	3186	78	1598	51	12275	8238	140
Ouargla	46268	9225	48	2985	280	14572	19051	107
Illizi	7 802	1850	109	267	9	2276	3269	22
Tindouf	6866	1103	18	220	17	2668	2703	137
El Oued	42 103	6833	3	1044	404	17852	15777	190
Ghardaia	23394	3973	24	1092	103	9400	8743	59
TOTAL SUD	258 697	46383	391	13931	11802	101266	83504	1420
Total Nationa	2395521	354010	5095	37851	105460	998652	888951	5502

Source : Le Registre du Commerce Indicateurs & Statistiques 2022, p 34

6.1.1 Rythme de croissance entrepreneuriale :

Tableau (27) : Croissance du phénomène entrepreneurial au niveau national et régional période 2018-2022

Taux régional= E_r'/E_r	Rythme de croissance régional= $(E_r'/E_r - E'/E) \times 100$	Croissance réelle= $E_r' - E_r$	Wilaya
1,262244553	15,62240315	6 211	Adrar
1,084715489	-2,130503315	1660	Laghouat
0,862165295	-24,38552271	-4 638	Biskra
1,046354576	-5,966594535	707	Bechar
1,331909351	22,58888296	6 371	Tamanrasset
1,123746144	1,772562252	5095	Ouargla
1,18194213	7,592160818	1 201	Illizi
1,149121339	4,310081711	891	Tindouf
1,142736945	3,671642316	36 128	El oued
1,082955282	-2,306523988	1792	Ghardaia
1,157118576	5,109805404	35 127	Région sud

Source : Etablie par nous même

Nous pouvons conclure du tableau ci-dessus que le rythme de croissance entrepreneurial dans la région du sud est positif estimé à plus de 0,051% comparé au rythme de croissance entrepreneuriale national.

6.1.2 La mesure de la composante structurelle de la dynamique entrepreneuriale régionale :

La composante structurelle s'écrit $CS = [\sum_i (E_j'/E_j) - (E'/E)] E_{ij}$ avec E_j, E_j'

Le taux national : $E'/E = 2\ 395\ 521 / 2\ 165\ 892 = 1,10602052$

Chapitre (VI) : Analyse et discussion des résultats

Tableau (28) : représentation de la composante structurelle (CS) par activité et Wilaya période 2018-2022

wilaya	PROD. BIENS.	ETS.PROD.AR	DIST. GROS	Import	DIST. DETAIL	Services	Export	total
Adrar	-54,2201082	-6,82399245	-1118,6298	104,655197	218,48009	-63,5854355	14,4910749	-905,632978
Laghouat	-50,9267837	-15,2857431	-1182,87072	136,749458	141,43742	-62,9746329	5,635418	-1028,23558
Biskra	-67,2886223	-1,09183879	-1508,59546	267,917305	309,99151	-101,464049	240,712855	-859,818304
Bechar	-35,014035	-13,1020655	-442,005409	76,7471445	130,238333	-48,8199467	8,05059714	-323,905382
Tamanrasset	-42,1695326	-0,2729597	-910,545108	89,3057682	162,817495	-58,8583546	35,4226274	-724,300064
Ouargla	-124,308058	-18,5612595	-1663,97929	422,806996	246,59528	-154,736658	32,2023886	-1259,9806
Illizi	-26,4064805	-1,63775819	-132,67145	22,326442	34,5957809	-25,2996206	0	-129,093086
Tindouf	-15,9127487	-5,18623426	-99,8527228	11,163221	45,2075032	-21,466613	6,44047771	-79,6071169
El Oued	-93,3058916	-0,5459194	-638,917772	646,071417	293,584456	-125,320759	63,5997174	145,165249
Ghardaia	-57,7828881	-12,8291058	-718,520641	219,078213	164,951587	-71,2780074	25,7619109	-450,618932
Region SUD	-567,335149	-75,3368766	-7860,43427	1996,82116	1747,89946	-733,804076	432,317067	-5059,87269

Source : Etablie par nous même

Nous pouvons observer du tableau ci-dessus que la composante structurelle de la région sud est négative ce qui signifie que les structures sont défavorables à une dynamique entrepreneuriale. Cependant nous observons que ce sont principalement les activités d'import, distribution en détail et l'export qui enregistrent une certaine dynamique structurelle de la région du sud, dans la mesure où elles ont enregistré des taux de croissance plus élevés que l'activité entrepreneuriale nationale.

La wilaya la plus dynamique qui a enregistré une composante structurelle positive est la wilaya d'El Oued, sa structure économique sectorielle initiale leur donnent un nombre d'inscrits au CNRC largement plus élevé que celui qu'elle a enregistré réellement entre 2018 et 2022. Cependant les autres wilayas ont une composante structurelle négative, la valeur la plus basse concerne la wilaya de Ouargla.

La composante se calcule sur une base théorique selon la composition sectorielle initiale, les résultats obtenus du tableau ci-dessus révèlent des valeurs négatives ce qui représente un ralentissement de la croissance entrepreneuriale régionale et des structures initiales défavorables.

Chapitre (VI) : Analyse et discussion des résultats

6.1.3 La mesure de la composante locale de la dynamique entrepreneuriale régionale :

La composante locale s'écrit : $CL = \sum_i (Erj' - Erj (Ej'/Ej))$

Tableau (29) : représentation de la composante locale (CL) par activité et Wilaya période 2018-2022

wilaya	PROD. BIENS.	ETS.PROD.AR	DIST. GROS	Import	DIST. DETAIL	Services	Export	total
Adrar	6315,21378	-6,8265206	1367,78493	-133,606736	-4115,56309	1038,04003	140,600556	4605,64294
Laghouat	-247,755032	5,34859385	1349,27195	-157,139469	-152,329671	-197,255361	10,6224383	610,763452
Biskra	24106,7264	0,6677567	1277,82936	-312,273245	1043,38556	-9040,74317	-46,4129906	17029,1797
Bechar	-149,967966	1,01308044	571,894419	-87,5782732	-553,486845	-389,883232	21,8891976	-586,11962
Tamanrasset	112,509722	77,1669392	1066,29435	-109,091082	2914,51584	942,927904	55,9124696	5060,23614
Ouargla	164,913643	-8,64813604	2013,33239	-477,931214	395,076245	-127,502067	30,5567906	1989,79765
Illizi	-74,6137203	104,001635	189,527551	-31,0227704	287,065957	133,292969	22	630,25162
Tindouf	-56,7870662	2,17184434	161,691788	-3,0113852	68,9911115	42,3668472	121,711358	337,134498
El Oued	32,4799779	6717,23479	670,908994	-754,158918	973,637816	244,388229	39,0246613	7923,51555
Ghardaia	-238,456327	-15,1538587	672,425524	-3615,88909	-83,1744847	-91,3992358	-2,15456756	-3373,80204
Region SUD	5033,26339	161,075213	9340,96125	8222,46347	778,118442	-7445,76709	393,749913	16483,8646

Source : Etablie par nous même

La composante locale représente la part due à la dynamique propre de chaque wilaya, cette composante exprime l'attractivité de chaque espace et reflète l'effet de facteurs spécifiques, selon les résultats obtenus nous relevons une faible attractivité de deux wilayas Bechar et Ghardaia.

La composante locale de la région sud est positive estimée à plus de 16 483. Ce qui exprime la forte attractivité de la région.

6.1.4 La mesure du rythme de la dynamique entrepreneuriale régionale :

Tableau (30) : représentation du taux de croissance globale (2018-2022) par activité et Wilaya

wilaya	PROD. BIENS.	ETS.PROD.AR	DIST. GROS	Import	DIST. DETAIL	Services	Export	total
Adrar	6260,99367	-13,6505131	249,155124	-28,9515392	-3897,083	974,45459	155,091631	3700,00996
Laghouat	-298,681816	-9,93714923	166,401236	-20,3900112	-10,8922509	-260,229994	16,2578563	-417,472129
Biskra	24039,4378	-0,42408209	-230,7661	-44,3559402	1353,37708	-9142,20722	194,299864	16169,3613
Bechar	-184,982001	-12,0889851	129,88901	-10,8311287	-423,248512	-438,703179	29,9397948	-910,025002
Tamanrasset	70,3401895	76,8939795	155,749239	-19,7853134	3077,33334	884,069549	91,335097	4335,93608
Ouargla	40,6055853	-27,2093955	349,353096	-55,1242182	641,671525	-282,238725	62,7591791	729,817048
Illizi	-101,020201	102,363877	56,8561008	-8,69632835	321,661738	107,993348	22	501,158534
Tindouf	-72,6998149	-3,01438992	61,8390654	8,15183582	114,198615	20,9002342	128,151836	257,527381
El Oued	-60,8259136	6716,68887	31,9912224	-108,087502	1267,22227	119,06747	102,624379	8068,6808
Ghardaia	-296,239215	-27,9829645	-46,0951171	-3396,81088	81,7771022	-162,677243	23,6073433	-3824,42097
Region SUD	4465,92824	85,7383359	1480,52698	10219,2846	2526,0179	-8179,57117	826,06698	11423,9919

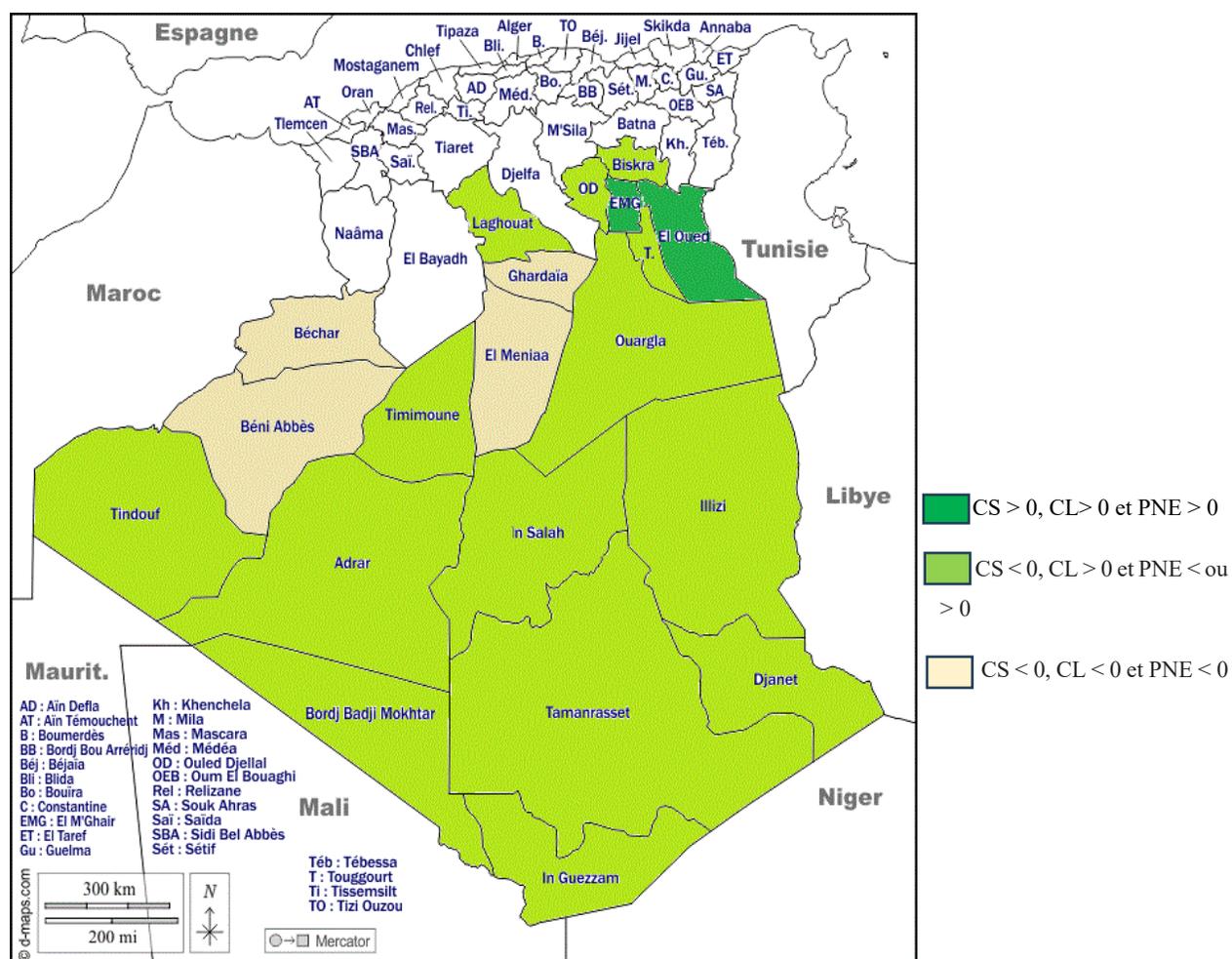
Source : Etablie par nous même

Chapitre (VI) : Analyse et discussion des résultats

Nous observons du tableau ci-dessus que la part nette d'entrepreneuriat ($PNE=CS+CL$) est négative concernant les wilayas de Laghouat, Bechar et Ghardaia, ce qui correspond à un rythme régional moins soutenu que le rythme national. Contrairement aux autres wilayas (Adrar, Biskra, Tamanrasset, Ouargla, Illizi, Tindouf et El oued) qui ont une part nette d'entrepreneuriat positive, ce qui correspond à un rythme régional plus soutenue que le rythme national.

Nous relevons du tableau ci-dessus que la part nette d'entrepreneuriat dans la région sud pour la période 2018-2022 est positive estimée à 11423,9919. Ce qui nous mène à rejeter l'hypothèse H3 qui suppose que la dynamique entrepreneuriale dans la région du sud Algérien est moins soutenue que la dynamique entrepreneuriale au niveau national.

Figure (18) : Typologie des espaces selon l'analyse structurelle - résiduelle dans la région sud de l'Algérie



Chapitre (VI) : Analyse et discussion des résultats

Source : Etablie par nous même

Tableau : récapitulatif des résultats de l'analyse résiduelle structurelle appliquée à la dynamique entrepreneuriale régionale (région sud)

Les composantes résiduelles et structurelles	Résultats
$CS > 0, CL > 0$ et $PNE > 0$	La wilaya d'El Oued est une région active et a une structure favorable à une dynamique entrepreneuriale.
$CS < 0, CL > 0$ et $PNE < \text{ou} > 0$	Les wilayas Adrar, Laghouat, Biskra, Tamanrasset, Ouargla, Illizi et Tindouf sont des régions actives mais présentent des structures défavorables à la dynamique entrepreneuriale
$CS < 0, CL < 0$ et $PNE < 0$	Les wilayas de Bechar et Ghardaia sont des régions non actives et présentent des structures défavorables à la dynamique entrepreneuriale.

Source : Etablie par nous même

Section 2 : Résultats de l'analyse des facteurs clés de succès qui influencent la réussite entrepreneuriale

Nous allons procéder à l'analyse des résultats obtenus des questionnaires distribués aux femmes entrepreneures dans la région sud Algérien.

6.2.1 Validation et fiabilité des échelles de mesure et Analyse factorielle avec la méthode d'analyse en composantes principales (ACP) :

Afin d'analyser l'influence des différentes variables préétablies selon une revue de la littérature des facteurs clés de succès de l'entrepreneuriat féminin s'appuyant sur le modèle d'analyse entrepreneuriale des 5M (Brush, De Bruin et Welter, 2009) et l'étude de Cabrera et Mauricio (2017). Nous devons au préalable prouver la validation et la fiabilité des échelles de mesures suivantes : caractéristiques personnelles, compétences de la femme entrepreneure, facteurs micro économiques, facteurs méso économiques et facteurs macro-économiques.

Chapitre (VI) : Analyse et discussion des résultats

En premier lieu, nous avons appliqué le coefficient de fiabilité Alpha de Cronbach qui devra répondre aux conditions suivantes¹ :

- Alpha < 0,6 : inacceptable ;
- Alpha > 0,6 : acceptable pour une recherche exploratoire ;
- Alpha > 0,8 : acceptable pour une recherche confirmatoire.

En deuxième lieu, l'évaluation de la validité des échelles de mesure à travers l'analyse par principales composantes (ACP) permet de réduire l'information sur les deux-trois premiers axes dont les variations observées dans l'échantillon sont expliquées par un changement de systèmes de coordonnées, tandis que les axes restants ne fournissent que des informations supplémentaires.

Ainsi qu'une analyse factorielle exploratoire qui sert à éliminer les Item qui nuisent à la réalité, il faudra pour cela respecter quelques conditions et exigences.

- les KMO sont supérieurs à 0,6 et le test de sphéricité de Bartlett est significatif
- Le test de fiabilité de l'échelle : valeur de corrélation supérieur à 0,3
- Le pourcentage de la variance expliquée dépasse 60% pour les différents construits.
- Les communalités et les poids factoriels des items supérieurs a (>0,5).
- Coefficient Structurel Sup Alpha de Cronbach supérieure à 0,6
- Valeur propre Sup A 1

¹ MEGHARI, Randa. *Les déterminants du choix d'une carrière entrepreneuriale cas d'étude : Etudiants des écoles du pôle universitaire de Koléa (EHEC, ENSSEA, ESC, ENSM)*. 2020. Thèse de doctorat. HEC Alger, p : 236

Chapitre (VI) : Analyse et discussion des résultats

Tableau (31) : Résultats de l'analyse de la fiabilité et de la validité des échelles de mesure

Variabiles	Nombre d'items initiaux (Alpha de Cronbach)	Fiabilité avant épuration	Nombre d'items choisis après épuration	Fiabilité après épuration (Alpha de Cronbach)	Indice KMO après épuration	Variance totale expliquée	Type de dimensionnalité des variables du modèle
Caractéristiques personnelles	13	0,702	6	0,787	0,737	67,754%	Bidimensionnelle
Compétences de la femme entrepreneure	12	0,922	10	0,926	0,785	75,153%	Bidimensionnelle
Facteurs micro économiques	22	0,841	15	0,845	0,736	76,375%	Quatre dimensions
Facteurs méso économiques	12	0,816	6	0,905	0,779	68,113%	Unidimensionnelle
Facteurs macro-économiques	8	0,704	6	0,744	0,653	65,126%	Bidimensionnelle

Source : Etablie par nous même à travers l'analyse de fiabilité et validité des échelles de mesure à partir du logiciel SPSS V-26¹

6.2.2 Analyse descriptive :

Nous allons analyser notre base de données, afin d'essayer de décrire notre variable qualitative qui est la réussite entrepreneuriale des femmes entrepreneures en terme graphique et sur tableau.

¹ Voir Annexe 3

Chapitre (VI) : Analyse et discussion des résultats

6.2.2.1 Axe 1 : caractéristiques de l'entreprise

1-Secteur d'activité :

Tableau (32) : Secteur d'activité de l'entreprise

		Secteur			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	industrie	4	5,6	5,6	5,6
	service	28	38,9	38,9	44,4
	Artisanat	22	30,6	30,6	75,0
	hôtellerie et restauration	4	5,6	5,6	80,6
	Agriculture	4	5,6	5,6	86,1
	commerce	6	8,3	8,3	94,4
	profession libérale	3	4,2	4,2	98,6
	voyage et tourisme	1	1,4	1,4	100,0
	Total	72	100,0	100,0	

Source : établie par nous même

2-Statut juridique de l'entreprise :

Tableau (33) : Statut juridique de l'entreprise

		staut			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	EURL	17	23,6	23,6	23,6
	SARL	7	9,7	9,7	33,3
	SPA	2	2,8	2,8	36,1
	Personne physique	24	33,3	33,3	69,4
	Carte d'artisan	20	27,8	27,8	97,2
	Carte agriculteur	2	2,8	2,8	100,0
	Total	72	100,0	100,0	

Source : Etablie par nous même

Chapitre (VI) : Analyse et discussion des résultats

3- La taille d'entreprise :

Tableau (34) : Taille de l'entreprise.

		Taille			Cumulative
		Frequency	Percent	Valid Percent	Percent
Valid	TPE (de 1 à 9 employés)	54	75,0	75,0	75,0
	PE (de 10 à 49 employés)	15	20,8	20,8	95,8
	ME (de 50 à 250 employés)	3	4,2	4,2	100,0
	Total	72	100,0	100,0	

Source : établie par nous même

4- Age de l'entreprise :

Tableau (35) : Age de l'entreprise

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative
					Percent
Valid	Moins de 5 ans	24	33,3	33,3	33,3
	Plus de 5 ans	48	66,7	66,7	100,0
	Total	72	100,0	100,0	

Source : établie par nous même

5- Augmentation du chiffre d'affaires :

Tableau (36) : Augmentation du chiffre d'affaires

		C.A			Cumulative
		Frequency	Percent	Valid Percent	Percent
Valid	oui	63	87,5	87,5	87,5
	non	9	12,5	12,5	100,0
	Total	72	100,0	100,0	

Source : Etablie par nous même

6- Gestion de la trésorerie :

Tableau (37) : Gestion de la trésorerie

		Trésorerie			Cumulative
		Frequency	Percent	Valid Percent	Percent
Valid	oui	69	95,8	95,8	95,8
	non	3	4,2	4,2	100,0
	Total	72	100,0	100,0	

Source : Etablie par nous même

Chapitre (VI) : Analyse et discussion des résultats

7- la rentabilité Financière de l'entreprise :

Tableau (38) : Rentabilité financière de l'entreprise

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	oui	42	58,3	58,3	58,3
	non	30	41,7	41,7	100,0
	Total	72	100,0	100,0	

Source : Etablie par nous même

- Les facteurs de succès entrepreneurial internes

6.2.2.2 Axe (2) : capital humain

8. âge des répondantes :

Tableau (39) : Age des femmes entrepreneures

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	20-29	11	15,3	15,3	15,3
	30-39	24	33,3	33,3	48,6
	40-49	18	25,0	25,0	73,6
	50-59	14	19,4	19,4	93,1
	plus de 60 ans	5	6,9	6,9	100,0
	Total	72	100,0	100,0	

Source : Etablie par nous même

9.L' état civil des femmes entrepreneures :

Tableau (40) : Etat Civil des femmes entrepreneures

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	célibataire	15	20,8	20,8	20,8
	mariée	42	58,3	58,3	79,2
	veuf	4	5,6	5,6	84,7
	divorcée	11	15,3	15,3	100,0
	Total	72	100,0	100,0	

Source : Etablie par nous même

Chapitre (VI) : Analyse et discussion des résultats

10. Niveau d'éducation des femmes entrepreneures :

Tableau (41) : Niveau d'éducation des femmes entrepreneures

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	moyen	6	8,3	8,3	8,3
	secondaire	25	34,7	34,7	43,1
	universitaire	41	56,9	56,9	100,0
	Total	72	100,0	100,0	

Source : Etablie par nous même

11. Expérience, parcours professionnel et parcours de vie :

11.1. Situation professionnelle avant de créer l'entreprise :

Tableau (42) : Situation professionnelle avant de créer l'entreprise

		Parcours			Cumulative Percent
		Frequency	Percent	Valid Percent	
Valid	chômage	36	50,0	50,0	50,0
	fonctionnaire	22	30,6	30,6	80,6
	freelance	11	15,3	15,3	95,8
	autre	3	4,2	4,2	100,0
	Total	72	100,0	100,0	

Source : Etablie par nous même

11.2. Expériences professionnelles antérieures à l'activité entrepreneuriale actuelle :

Tableau (43) : Expériences professionnelles antérieures

		Experiences1			Cumulative Percent
		Frequency	Percent	Valid Percent	
Valid	oui	44	61,1	61,1	61,1
	non	28	38,9	38,9	100,0
	Total	72	100,0	100,0	

Source : Etablie par nous même

Chapitre (VI) : Analyse et discussion des résultats

11.3. Activité antérieure dans le même Secteur de votre activité actuel :

Tableau (44) : Activité antérieure dans le même Secteur.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	oui	17	23,6	38,6	38,6
	non	27	37,5	61,4	100,0
	Total	44	61,1	100,0	
Missing	System	28	38,9		
Total		72	100,0		

Source : Etablie par nous même

6.2.3 Analyse bi variée : Tableaux croisés et Tests d'association KHI2

Indépendamment des facteurs clés de réussite internes (caractéristiques personnelles des femmes entrepreneures), nous allons définir la réussite à travers l'existence de l'entreprise qui une fois passe le cap des 5ans est considérée relativement hors danger. Selon Mignon (2000) la moitié des entreprises nouvellement créées sont toujours présentes après cinq ans d'existence.(Djoutsa Wamba & Hikkerova, 2015) ¹

6.2.3.1 L'influence des caractéristiques de l'entreprise sur le succès entrepreneurial :

Nous allons tester l'influence qu'ont les caractéristiques de l'entreprise grâce à l'indice de sig α

a. Influence du secteur d'activité sur le succès entrepreneurial :

Tableau (45) : croisement entre secteur d'activité et le succès

Secteur * réussite entrepreneuriale Crosstabulation

		reussite entrepreneuriale		Total	
		succes	non succes		
Secteur	industrie	Count	3	1	4
		% within Secteur	75,0%	25,0%	100,0%
		% within reussite entrepreneuriale	6,3%	4,2%	5,6%
		% of Total	4,2%	1,4%	5,6%
	service	Count	18	10	28
		% within Secteur	64,3%	35,7%	100,0%

¹ Djoutsa Wamba, L. & Hikkerova, L. (2014). L'entrepreneur : un input non négligeable pour la pérennité de son entreprise. *Management & Prospective*, 31, 111-131. <https://doi.org/10.3917/g2000.314.0111>, P : 111

Chapitre (VI) : Analyse et discussion des résultats

	% within réussite entrepreneuriale	37,5%	41,7%	38,9%
	% of Total	25,0%	13,9%	38,9%
Artisanat	Count	15	7	22
	% within Secteur	68,2%	31,8%	100,0%
	% within réussite entrepreneuriale	31,3%	29,2%	30,6%
	% of Total	20,8%	9,7%	30,6%
hôtellerie et restauration	Count	4	0	4
	% within Secteur	100,0%	0,0%	100,0%
	% within réussite entrepreneuriale	8,3%	0,0%	5,6%
	% of Total	5,6%	0,0%	5,6%
Agriculture	Count	4	0	4
	% within Secteur	100,0%	0,0%	100,0%
	% within réussite entrepreneuriale	8,3%	0,0%	5,6%
	% of Total	5,6%	0,0%	5,6%
commerce	Count	2	4	6
	% within Secteur	33,3%	66,7%	100,0%
	% within réussite entrepreneuriale	4,2%	16,7%	8,3%
	% of Total	2,8%	5,6%	8,3%
profession libérale	Count	1	2	3
	% within Secteur	33,3%	66,7%	100,0%
	% within réussite entrepreneuriale	2,1%	8,3%	4,2%
	% of Total	1,4%	2,8%	4,2%
voyage et tourisme	Count	1	0	1
	% within Secteur	100,0%	0,0%	100,0%
	% within réussite entrepreneuriale	2,1%	0,0%	1,4%
	% of Total	1,4%	0,0%	1,4%

Source : Etablie par nous même

Chapitre (VI) : Analyse et discussion des résultats

Tableau (46) : test de khi2 relation secteur d'activité et succès entrepreneurial

	Value	df	Asymptotic Significance (2- sided)
Pearson Chi-Square	9,219 ^a	7	,237
Likelihood Ratio	11,682	7	,112
Linear-by-Linear Association	,459	1	,498
N of Valid Cases	72		

Source : Etablie par nous même

Nous pouvons observer des deux tableaux précédents que la plupart des femmes entrepreneures qui réussissent ou non choisissent d'exercer leur activité dans le secteur des services avec plus de 38,9%

Nous formulant l'hypothèse, selon laquelle il n'y a pas une différence de succès entrepreneurial entre les femmes selon le secteur d'activité.

Nous allons vérifier cette hypothèse à l'aide du test Khi 2 au risque d'erreur de 5%

H0 : X et Y sont indépendants (x : secteur d'activités, Y : le succès)

H1 : X et Y sont dépendants

Si sig $\alpha \leq 0,05$, l'hypothèse H0 est rejetée

On remarque que la valeur de khi2 est de 9,219 ce qui signifie qu'il existe une faible relation entre les deux variables, et sig α égale à 0,237 par conséquent l'hypothèse H0 est non rejetée, et donc nous confirmons que les variables secteur d'activité et succès entrepreneurial sont indépendantes.

b. Influence du statut juridique de l'entreprise sur le succès entrepreneurial :

Tableau (47) : croisement entre le statut juridique et le succès entrepreneurial

		reussite entrepreneuriale		Total	
		succes	non succes		
staut	EURL	Count	11	6	17
		% within staut	64,7%	35,3%	100,0%
		% within reussite entrepreneuriale	22,9%	25,0%	23,6%
		% of Total	15,3%	8,3%	23,6%

Chapitre (VI) : Analyse et discussion des résultats

SARL	Count	6	1	7
	% within staut	85,7%	14,3%	100,0%
	% within reussite entrepreneuriale	12,5%	4,2%	9,7%
	% of Total	8,3%	1,4%	9,7%
SPA	Count	2	0	2
	% within staut	100,0%	0,0%	100,0%
	% within reussite entrepreneuriale	4,2%	0,0%	2,8%
	% of Total	2,8%	0,0%	2,8%
personne physique	Count	14	10	24
	% within staut	58,3%	41,7%	100,0%
	% within reussite entrepreneuriale	29,2%	41,7%	33,3%
	% of Total	19,4%	13,9%	33,3%
carte d'artisan	Count	13	7	20
	% within staut	65,0%	35,0%	100,0%
	% within reussite entrepreneuriale	27,1%	29,2%	27,8%
	% of Total	18,1%	9,7%	27,8%
carte agriculteur	Count	2	0	2
	% within staut	100,0%	0,0%	100,0%
	% within reussite entrepreneuriale	4,2%	0,0%	2,8%
	% of Total	2,8%	0,0%	2,8%

Source : Etablie par nous même

Tableau (48) : test de khi2 relation statut juridique de l'entreprise et succès entrepreneurial

	Value	df	Asymptotic Significance (2- sided)
Pearson Chi-Square	3,947 ^a	5	,557
Likelihood Ratio	5,343	5	,375
Linear-by-Linear Association	,043	1	,837
N of Valid Cases	72		

Source : Etablie par nous même

Chapitre (VI) : Analyse et discussion des résultats

Nous pouvons observer des deux tableaux précédents que la plupart des femmes entrepreneures qui réussissent ou non ont fait le choix d'un statut personne physique avec plus 33%.

Nous formulant l'hypothèse, selon laquelle il n'y a pas une différence de succès entrepreneurial entre les femmes selon le statut juridique de l'entreprise.

Nous allons vérifier cette hypothèse à l'aide du test Khi 2 au risque d'erreur de 5%

H0 : X et Y sont indépendants (x : statut juridique, Y : le succès)

H1 : X et Y sont dépendants

Si $\text{sig } \alpha \leq 0,05$, l'hypothèse H0 est rejetée

On remarque que la valeur de khi2 est de 3,947 ce qui signifie qu'il existe une faible relation entre les deux variables, et $\text{sig } \alpha$ égale à 0,557 par conséquent l'hypothèse H0 est non rejetée, et donc nous confirmons que les variables statut juridique et succès entrepreneurial sont indépendantes.

c. Influence de la taille de l'entreprise sur le succès entrepreneurial :

Tableau (49) : croisement entre la taille de l'entreprise et le succès entrepreneurial

Taille * réussite entrepreneuriale Crosstabulation

taille	TPE (de 1 a 9 employés)	Count	reussite entrepreneuriale		Total
			succes	non succes	
		35	19	54	
		% within taille	64,8%	35,2%	100,0%
		% within reussite entrepreneuriale	72,9%	79,2%	75,0%
		% of Total	48,6%	26,4%	75,0%
	PE (de 10 a 49 employés)	Count	10	5	15
		% within taille	66,7%	33,3%	100,0%
		% within reussite entrepreneuriale	20,8%	20,8%	20,8%
		% of Total	13,9%	6,9%	20,8%
	ME (de 50 a 250 employés)	Count	3	0	3
		% within taille	100,0%	0,0%	100,0%

Chapitre (VI) : Analyse et discussion des résultats

% within réussite entrepreneuriale	6,3%	0,0%	4,2%
% of Total	4,2%	0,0%	4,2%

Source : Etablie par nous même

Tableau (50) : test de khi2 relation Taille de l'entreprise et succès entrepreneurial

	Value	df	Asymptotic Significance (2- sided)
Pearson Chi-Square	1,583 ^a	2	,453
Likelihood Ratio	2,515	2	,284
Linear-by-Linear Association	,850	1	,356
N of Valid Cases	72		

Source : Etablie par nous même

Nous pouvons observer des deux tableaux précédents que la plupart des femmes entrepreneures qui réussissent ou non ont une TPE (jusqu'à 9 employés) avec 75%.

Nous formulant l'hypothèse, selon laquelle il n'y a pas une différence de succès entrepreneurial entre les femmes selon la taille de l'entreprise.

Nous allons vérifier cette hypothèse à l'aide du test Khi 2 au risque d'erreur de 5%

H0 : X et Y sont indépendants (x : taille de l'entreprise, Y : le succès)

H1 : X et Y sont dépendants

Si $\text{sig } \alpha \leq 0,05$, l'hypothèse H0 est rejetée

On remarque que la valeur de khi2 est de 1,583 ce qui signifie qu'il existe une faible relation entre les deux variables, et $\text{sig } \alpha$ égale à 0,453 par conséquent l'hypothèse H0 est non rejetée, et donc nous confirmons que les variables taille de l'entreprise et succès entrepreneurial sont indépendantes.

Chapitre (VI) : Analyse et discussion des résultats

d. Influence de l'existence de l'entreprise sur le succès entrepreneurial :

Tableau (51) : croisement entre l'existence de l'entreprise et le succès entrepreneurial

Existence * réussite entrepreneuriale Crosstabulation

		réussite entrepreneuriale		Total	
		succes	non succes		
existence	moins de 5 ans	Count	0	24	24
		% within existence	0,0%	100,0%	100,0%
		% within réussite entrepreneuriale	0,0%	100,0%	33,3%
		% of Total	0,0%	33,3%	33,3%
	plus de 5 ans	Count	48	0	48
		% within existence	100,0%	0,0%	100,0%
		% within réussite entrepreneuriale	100,0%	0,0%	66,7%
		% of Total	66,7%	0,0%	66,7%

Source : Etablie par nous même

Tableau (52) : test de khi2 relation existence de l'entreprise et succès entrepreneurial

	Value	df	Asymptotic Significance (2- sided)	Exact Sig. (2- sided)	Exact Sig. (1- sided)
Pearson Chi-Square	72,000 ^a	1	,000		
Continuity Correction ^b	67,570	1	,000		
Likelihood Ratio	91,658	1	,000		
Fisher's Exact Test				,000	,000
Linear-by-Linear Association	71,000	1	,000		
N of Valid Cases	72				

Source : Etablie par nous même

Nous pouvons observer des deux tableaux précédents que la plupart des femmes entrepreneures qui réussissent ont créé leurs entreprises depuis plus de 5 ans avec 66,7%.

Nous formulant l'hypothèse, selon laquelle il n'y a pas une différence de succès entrepreneurial entre les femmes selon l'âge de l'entreprise.

Nous allons vérifier cette hypothèse à l'aide du test Khi 2 au risque d'erreur de 5%

H0 : X et Y sont indépendants (x : âge de l'entreprise, Y : le succès).

H1 : X et Y sont dépendants

Si sig $\alpha \leq 0,05$, l'hypothèse H0 est rejetée

Chapitre (VI) : Analyse et discussion des résultats

On remarque que la valeur de khi2 est de 72 ce qui signifie qu'il existe une très forte relation entre les deux variables, et sig α égale à 0,000 par conséquent l'hypothèse H0 est rejetée, et donc nous confirmons que les variables existence de l'entreprise et succès entrepreneurial sont dépendantes.

Influence des caractéristiques financières de l'entreprise sur le succès entrepreneurial :

e. Influence de l'augmentation du chiffre d'affaires sur le succès entrepreneurial :

Tableau (53) : croisement entre l'augmentation du chiffre d'affaires et le succès entrepreneurial

C.A * réussite entrepreneuriale Crosstabulation

		réussite entrepreneuriale		Total	
		succes	non succes		
C.A	oui	Count	40	23	63
		% within C.A	63,5%	36,5%	100,0%
		% within réussite entrepreneuriale	83,3%	95,8%	87,5%
		% of Total	55,6%	31,9%	87,5%
	non	Count	8	1	9
		% within C.A	88,9%	11,1%	100,0%
		% within réussite entrepreneuriale	16,7%	4,2%	12,5%
		% of Total	11,1%	1,4%	12,5%

Source : Etablie par nous même

Tableau (54) : test de khi2 relation augmentation du chiffre d'affaires et succès entrepreneurial

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	2,286 ^a	1	,131		
Continuity Correction ^b	1,286	1	,257		
Likelihood Ratio	2,687	1	,101		
Fisher's Exact Test				,256	,126
Linear-by-Linear Association	2,254	1	,133		
N of Valid Cases	72				

Source : Etablie par nous même

Chapitre (VI) : Analyse et discussion des résultats

Nous pouvons observer des deux tableaux précédents que la plupart des femmes entrepreneures qui réussissent ont créé leurs entreprises ont augmentées leur chiffre d'affaires depuis l'année dernière avec 87,5%

Nous formulant l'hypothèse, selon laquelle il n'y a pas une différence de succès entrepreneurial entre les femmes selon l'augmentation du chiffre d'affaires de l'entreprise depuis l'année dernière.

Nous allons vérifier cette hypothèse à l'aide du test Khi 2 au risque d'erreur de 5%

H0 : X et Y sont indépendants (x : l'augmentation du chiffre d'affaires, Y : le succès).

H1 : X et Y sont dépendants

Si $\alpha \leq 0,05$, l'hypothèse H0 est rejetée

On remarque que la valeur de khi2 est de 2,286 ce qui signifie qu'il existe une très faible relation entre les deux variables, et sig α égale à 0,131 par conséquent l'hypothèse H0 est non rejetée, et donc nous confirmons que les variables augmentation du CA de l'entreprise et succès entrepreneurial sont indépendantes.

f. Influence de l'augmentation de la bonne gestion de trésorerie sur le succès entrepreneurial :

Tableau (55) : croisement entre la gestion de la trésorerie et le succès entrepreneurial

		Trésorerie * réussite entrepreneuriale Crosstabulation			
		réussite entrepreneuriale		Total	
		succes	non succes		
tresorerie	oui	Count	46	23	69
		% within tresorerie	66,7%	33,3%	100,0%
		% within réussite entrepreneuriale	95,8%	95,8%	95,8%
		% of Total	63,9%	31,9%	95,8%
	non	Count	2	1	3
		% within tresorerie	66,7%	33,3%	100,0%
		% within réussite entrepreneuriale	4,2%	4,2%	4,2%
		% of Total	2,8%	1,4%	4,2%

Source : Etablie par nous même

Chapitre (VI) : Analyse et discussion des résultats

Tableau (56) : test de khi2 relation la gestion de trésorerie et succès entrepreneurial

	Value	df	Asymptotic Significance (2- sided)	Exact Sig. (2- sided)	Exact Sig. (1- sided)
Pearson Chi-Square	,000 ^a	1	1,000		
Continuity Correction ^b	,000	1	1,000		
Likelihood Ratio	,000	1	1,000		
Fisher's Exact Test				1,000	,744
Linear-by-Linear Association	,000	1	1,000		
N of Valid Cases	72				

Source : Etablie par nous même

Nous pouvons observer des deux tableaux précédents que la plupart des femmes entrepreneures qui réussissent ont créé leurs entreprises estiment avoir une bonne gestion de trésorerie avec 95,8%

Nous formulant l'hypothèse, selon laquelle il n'y a pas une différence de succès entrepreneurial entre les femmes selon la bonne gestion de trésorerie.

Nous allons vérifier cette hypothèse à l'aide du test Khi 2 au risque d'erreur de 5%

H0 : X et Y sont indépendants (x : gestion de la trésorerie, Y : le succès).

H1 : X et Y sont dépendants

Si $\text{sig } \alpha \leq 0,05$, l'hypothèse H0 est rejetée

On remarque que la valeur de khi2 est de 0,000 ce qui signifie qu'il existe une très faible relation entre les deux variables, et $\text{sig } \alpha$ égale à 1,000 par conséquent l'hypothèse H0 est non rejetée, et donc nous confirmons que les variables bonne gestion de trésorerie et succès entrepreneurial sont indépendantes.

Chapitre (VI) : Analyse et discussion des résultats

g. Influence de l'augmentation de la rentabilité de l'entreprise sur le succès entrepreneurial :

Tableau (57) : croisement entre la rentabilité financière de l'entreprise et le succès entrepreneurial

Rentabilité * réussite entrepreneuriale Crosstabulation

		reussite entrepreneuriale		Total	
		succes	non succes		
rentabilite	oui	Count	19	23	42
		% within rentabilite	45,2%	54,8%	100,0%
		% within reussite entrepreneuriale	39,6%	95,8%	58,3%
		% of Total	26,4%	31,9%	58,3%
	non	Count	29	1	30
		% within rentabilite	96,7%	3,3%	100,0%
		% within reussite entrepreneuriale	60,4%	4,2%	41,7%
		% of Total	40,3%	1,4%	41,7%

Source : Etablie par nous même

Tableau (58) : test de khi2 relation la rentabilité financière et succès entrepreneurial

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	20,829 ^a	1	,000		
Continuity Correction ^b	18,579	1	,000		
Likelihood Ratio	25,047	1	,000		
Fisher's Exact Test				,000	,000
Linear-by-Linear Association	20,539	1	,000		
N of Valid Cases	72				

Source : Etablie par nous même

Nous pouvons observer des deux tableaux précédents que la plupart des femmes entrepreneures qui réussissent ou non. Leur entreprise a été rentable depuis l'année dernière avec 58,3%

Nous formulant l'hypothèse, selon laquelle il n'y a pas une différence de succès entrepreneurial entre les femmes selon la rentabilité de l'entreprise.

Nous allons vérifier cette hypothèse à l'aide du test Khi 2 au risque d'erreur de 5%
H0 : X et Y sont indépendants (x : rentabilité financière, Y : le succès).

Chapitre (VI) : Analyse et discussion des résultats

H1 : X et Y sont dépendants

Si $\text{sig } \alpha \leq 0,05$, l'hypothèse H0 est rejetée

On remarque que la valeur de khi2 est de 20,829 ce qui signifie qu'il existe une forte relation entre les deux variables, et $\text{sig } \alpha$ égale à 0,000 par conséquent l'hypothèse H0 est rejetée, et donc nous infirmons que les variables rentabilité de l'entreprise et succès entrepreneurial sont indépendantes.

Tableau récapitulatif des résultats :

Hypothèses	Résultats
Secteur d'activité et le succès entrepreneurial sont des variables indépendantes.	Hypothèse non rejetée
Statut juridique et le succès entrepreneurial sont des variables indépendantes.	Hypothèse non rejetée
Taille de l'entreprise et le succès entrepreneurial sont des variables indépendantes.	Hypothèse non rejetée
L'existence de l'entreprise et le succès entrepreneurial sont des variables indépendantes.	Hypothèse rejetée
L'augmentation du chiffre d'affaires et le succès entrepreneurial sont des variables indépendantes.	Hypothèse non rejetée
La bonne gestion de trésorerie et le succès entrepreneurial sont des variables indépendantes.	Hypothèse non rejetée
La rentabilité de l'entreprise et le succès entrepreneurial sont des variables indépendantes.	Hypothèse rejetée

6.2.3.2 L'influence du capital humain sur le succès entrepreneurial :

a. Influence de l'âge des femmes entrepreneures sur le succès entrepreneurial :

Tableau (59) : croisement entre l'âge de la femme entrepreneure et le succès entrepreneurial

Âge * réussite entrepreneuriale Crosstabulation

		réussite entrepreneuriale		Total	
		succes	non succes		
age	20-29	Count	1	10	11
		% within age	9,1%	90,9%	100,0%
		% within réussite entrepreneuriale	2,1%	41,7%	15,3%
		% of Total	1,4%	13,9%	15,3%
	30-39	Count	17	7	24
		% within age	70,8%	29,2%	100,0%

Chapitre (VI) : Analyse et discussion des résultats

	% within réussite entrepreneuriale	35,4%	29,2%	33,3%
	% of Total	23,6%	9,7%	33,3%
40-49	Count	15	3	18
	% within age	83,3%	16,7%	100,0%
	% within réussite entrepreneuriale	31,3%	12,5%	25,0%
	% of Total	20,8%	4,2%	25,0%
50-59	Count	10	4	14
	% within age	71,4%	28,6%	100,0%
	% within réussite entrepreneuriale	20,8%	16,7%	19,4%
	% of Total	13,9%	5,6%	19,4%
plus de 60 ans	Count	5	0	5
	% within age	100,0%	0,0%	100,0%
	% within réussite entrepreneuriale	10,4%	0,0%	6,9%
	% of Total	6,9%	0,0%	6,9%

Source : Etablie par nous même

Tableau (60) : test de khi2 relation l'âge des femmes entrepreneures et succès entrepreneurial

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	21,489 ^a	4	,000
Likelihood Ratio	23,010	4	,000
Linear-by-Linear Association	11,431	1	,001
N of Valid Cases	72		

Source : Etablie par nous même

Nous pouvons observer des deux tableaux précédents que la plupart des femmes entrepreneures qui réussissent ou non sont dans la tranche d'âge de 30 à 39 ans avec 33,33%

Nous formulant l'hypothèse, selon laquelle il n'y a pas une différence de succès entrepreneurial entre les femmes selon leur âge

Nous allons vérifier cette hypothèse à l'aide du test Khi 2 au risque d'erreur de 5%

H0 : X et Y sont indépendants (x : âge de la femme, Y : le succès)

H1 : X et Y sont dépendants

Si $\text{sig } \alpha \leq 0,05$, l'hypothèse H0 est rejetée

Chapitre (VI) : Analyse et discussion des résultats

On remarque que la valeur de khi2 est de 21,489 ce qui signifie qu'il existe une forte relation entre les deux variables, et sig α égale à 0,000 par conséquent l'hypothèse H0 est rejetée, et donc nous infirmons que les variables âge de la femme et succès entrepreneurial sont indépendantes.

b. Influence de l'état civil des femmes entrepreneures sur le succès entrepreneurial :

Tableau (61) : Croisement entre l'état civil des femmes entrepreneures et le succès entrepreneurial

Etat civil * réussite entrepreneuriale Crosstabulation

		réussite entrepreneuriale		Total	
		succes	non succes		
etat_civil	celibataire	Count	6	9	15
		% within etat_civil	40,0%	60,0%	100,0%
		% within réussite entrepreneuriale	12,5%	37,5%	20,8%
		% of Total	8,3%	12,5%	20,8%
	mariée	Count	28	14	42
		% within etat_civil	66,7%	33,3%	100,0%
		% within réussite entrepreneuriale	58,3%	58,3%	58,3%
		% of Total	38,9%	19,4%	58,3%
	veuf	Count	4	0	4
		% within etat_civil	100,0%	0,0%	100,0%
		% within réussite entrepreneuriale	8,3%	0,0%	5,6%
		% of Total	5,6%	0,0%	5,6%
divorcée	Count	10	1	11	
	% within etat_civil	90,9%	9,1%	100,0%	
	% within réussite entrepreneuriale	20,8%	4,2%	15,3%	
	% of Total	13,9%	1,4%	15,3%	

Source : Etablie par nous même

Chapitre (VI) : Analyse et discussion des résultats

Tableau (62) : test de khi2 relation état civil des femmes entrepreneures et succès entrepreneurial

	Value	df	Asymptotic Significance (2- sided)
Pearson Chi-Square	9,709 ^a	3	,021
Likelihood Ratio	11,299	3	,010
Linear-by-Linear Association	8,234	1	,004
N of Valid Cases	72		

Source : Etablie par nous même

Nous pouvons observer des deux tableaux précédents que la plupart des femmes entrepreneures qui réussissent ou non sont mariées avec 58,3%

Nous formulant l'hypothèse, selon laquelle il n'y a pas une différence de succès entrepreneurial entre les femmes selon leur état civil.

Nous allons vérifier cette hypothèse à l'aide du test Khi 2 au risque d'erreur de 5%

H0 : X et Y sont indépendants (x : état civil, Y : le succès)

H1 : X et Y sont dépendants

Si $\text{sig } \alpha \leq 0,05$, l'hypothèse H0 est rejetée

On remarque que la valeur de khi2 est de 9,709 ce qui signifie qu'il existe une faible relation entre les deux variables, et $\text{sig } \alpha$ égale à 0,021 par conséquent l'hypothèse H0 est rejetée, et donc nous infirmons que les variables l'état civil et succès entrepreneurial sont indépendantes.

c. L'influence de niveau d'instruction des femmes sur le succès entrepreneurial :

Tableau (63) : Croisement entre le niveau d'instruction des femmes entrepreneures et le succès entrepreneurial

		niveau_education * reussite entrepreneuriale Crosstabulation			
		reussite entrepreneuriale		Total	
		succes	non succes		
niveau_education	moyen	Count	6	0	6
		% within niveau_education	100,0%	0,0%	100,0%
		% within reussite entrepreneuriale	12,5%	0,0%	8,3%
		% of Total	8,3%	0,0%	8,3%
	secondaire	Count	18	7	25
	% within niveau_education	72,0%	28,0%	100,0%	

Chapitre (VI) : Analyse et discussion des résultats

	% within réussite entrepreneuriale	37,5%	29,2%	34,7%
	% of Total	25,0%	9,7%	34,7%
universitaire	Count	24	17	41
	% within niveau_education	58,5%	41,5%	100,0%
	% within réussite entrepreneuriale	50,0%	70,8%	56,9%
	% of Total	33,3%	23,6%	56,9%

Source : Etablie par nous même

Tableau (64) : test de khi2 relation niveau d'éducation des femmes entrepreneures et succès entrepreneurial

	Value	df	Asymptotic Significance (2- sided)
Pearson Chi-Square	4,540 ^a	2	,103
Likelihood Ratio	6,373	2	,041
Linear-by-Linear Association	4,209	1	,040
N of Valid Cases	72		

Source : Etablie par nous même

Nous pouvons observer des deux tableaux précédents que la plupart des femmes entrepreneures qui réussissent ou non ont un niveau d'éducation universitaire avec 56,9%.

Nous formulant l'hypothèse, selon laquelle il n'y a pas une différence de succès entrepreneurial entre les femmes selon leur niveau d'éducation.

Nous allons vérifier cette hypothèse à l'aide du test Khi 2 au risque d'erreur de 5%

H0 : X et Y sont indépendants (x : niveau d'éducation, Y : le succès)

H1 : X et Y sont dépendants

Si sig $\alpha \leq 0,05$, l'hypothèse H0 est rejetée

On remarque que la valeur de khi2 est de 4,540 ce qui signifie qu'il existe une faible relation entre les deux variables, et sig α égale à 0,103 par conséquent l'hypothèse H0 est non rejetée, et donc nous confirmons que les variables niveau d'instruction et succès entrepreneurial sont indépendantes.

Chapitre (VI) : Analyse et discussion des résultats

d. L'influence de la situation professionnelle avant la création d'entreprise sur le succès entrepreneurial :

Tableau (65) : Croisement entre situation professionnelle antérieure des femmes entrepreneures et le succès entrepreneurial

Parcours * réussite entrepreneuriale Crosstabulation

		réussite entrepreneuriale		Total	
		succes	non succes		
parcours	chômage	Count	25	11	36
		% within parcours	69,4%	30,6%	100,0%
		% within réussite entrepreneuriale	52,1%	45,8%	50,0%
		% of Total	34,7%	15,3%	50,0%
	fonctionnaire	Count	16	6	22
		% within parcours	72,7%	27,3%	100,0%
		% within réussite entrepreneuriale	33,3%	25,0%	30,6%
		% of Total	22,2%	8,3%	30,6%
	freelance	Count	4	7	11
		% within parcours	36,4%	63,6%	100,0%
		% within réussite entrepreneuriale	8,3%	29,2%	15,3%
		% of Total	5,6%	9,7%	15,3%
autre	Count	3	0	3	
	% within parcours	100,0%	0,0%	100,0%	
	% within réussite entrepreneuriale	6,3%	0,0%	4,2%	
	% of Total	4,2%	0,0%	4,2%	

Source : Etablie par nous même

Tableau (66) : test de khi2 relation situation professionnelle antérieure des femmes entrepreneures et succès entrepreneurial

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	6,534 ^a	3	,088
Likelihood Ratio	7,140	3	,068
Linear-by-Linear Association	,448	1	,504
N of Valid Cases	72		

Source : Etablie par nous même

Chapitre (VI) : Analyse et discussion des résultats

Nous pouvons observer des deux tableaux précédents que la plupart des femmes entrepreneures qui réussissent ou non étaient sans-emplois avant la création d'entreprise avec un taux de 50%.

Nous formulant l'hypothèse, selon laquelle il n'y a pas une différence de succès entrepreneurial entre les femmes selon leur situation professionnelle avant la création d'entreprise.

Nous allons vérifier cette hypothèse à l'aide du test Khi 2 au risque d'erreur de 5%

H0 : X et Y sont indépendants (x : situation professionnelle, Y : le succès)

H1 : X et Y sont dépendants

Si $\text{sig } \alpha \leq 0,05$, l'hypothèse H0 est rejetée

On remarque que la valeur de khi2 est de 6,534 ce qui signifie qu'il existe une faible relation entre les deux variables, et $\text{sig } \alpha$ égale à 0,088 par conséquent l'hypothèse H0 est non rejetée, et donc nous confirmons que les variables situation professionnel antérieure et succès entrepreneurial sont indépendantes.

e. L'influence de l'expérience professionnelle avant la création d'entreprise sur le succès entrepreneurial :

Tableau (67) : Croisement entre l'expérience professionnelle antérieure des femmes entrepreneures et le succès entrepreneurial

Experiences1 * reussite entrepreneuriale Crosstabulation

		reussite entrepreneuriale		Total	
		succes	non succes		
experiences1	oui	Count	30	14	44
		% within experiences1	68,2%	31,8%	100,0%
		% within reussite entrepreneuriale	62,5%	58,3%	61,1%
		% of Total	41,7%	19,4%	61,1%
	non	Count	18	10	28
		% within experiences1	64,3%	35,7%	100,0%
		% within reussite entrepreneuriale	37,5%	41,7%	38,9%
		% of Total	25,0%	13,9%	38,9%

Source : Etablie par nous même

Chapitre (VI) : Analyse et discussion des résultats

Tableau (68) : test de khi2 relation expérience professionnelle antérieure des femmes entrepreneures et succès entrepreneurial

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	,117 ^a	1	,732		
Continuity Correction ^b	,007	1	,932		
Likelihood Ratio	,116	1	,733		
Fisher's Exact Test				,800	,463
Linear-by-Linear Association	,115	1	,734		
N of Valid Cases	72				

Source : Etablie par nous même

Nous pouvons observer des deux tableaux précédents que la plupart des femmes entrepreneures qui réussissent ou non avaient une expérience professionnelle antérieure à la création d'entreprise avec un taux de 61,1%.

Nous formulant l'hypothèse, selon laquelle il n'y a pas une différence de succès entrepreneurial entre les femmes selon leur situation professionnelle avant la création d'entreprise.

Nous allons vérifier cette hypothèse à l'aide du test Khi 2 au risque d'erreur de 5%

H0 : X et Y sont indépendants (x : expérience professionnelle, Y : le succès)

H1 : X et Y sont dépendants

Si sig $\alpha \leq 0,05$, l'hypothèse H0 est rejetée

On remarque que la valeur de khi2 est de 0,117 ce qui signifie qu'il existe une très faible relation entre les deux variables, et sig α égale à 0,732 par conséquent l'hypothèse H0 est non rejetée, et donc nous confirmons que les variables Parcours professionnel et succès entrepreneurial sont indépendantes.

Tableau récapitulatif des résultats :

Hypothèses	Résultats
Age de la femme et le succès entrepreneurial sont des variables indépendantes	Hypothèse rejetée
L'état civil et le succès entrepreneurial sont des variables indépendantes	Hypothèse rejetée

Chapitre (VI) : Analyse et discussion des résultats

Niveau d'éducation et le succès entrepreneurial sont des variables indépendantes	Hypothèse non rejetée
Situation professionnelle antérieure et le succès entrepreneurial sont des variables indépendantes	Hypothèse non rejetée
Expérience professionnelle et le succès entrepreneurial sont des variables indépendantes	Hypothèse non rejetée

6.2.4 Test de multi colinéarité :

Afin d'éviter un problème de redondance de l'information lors de la régression logistique, nous allons estimer la colinéarité des valeurs indépendantes avec la variable dépendante Y avec le test d'inflation de la variance VIF, on relève un problème de multi colinéarité lorsque la valeur VIF est supérieure à 5. Dans notre cas il n'y a pas de multi colinéarité entre les axes.

Tableau (69) : Test de coliniarité

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Collinearity Statistics		
		B	Std. Error	Beta	t			Sig.
1	(Constant)	-,169	,477		-,353	,725		
	rentabilite	,352	,097	,368	3,629	,001	,820	1,219
	cart	,247	,098	,300	2,518	,014	,595	1,682
	compt	,030	,096	,039	,309	,758	,534	1,871
	micro	-,107	,089	-,118	-1,201	,234	,882	1,134
	capt_H	,088	,069	,150	1,281	,205	,619	1,615
	meso	-,017	,050	-,033	-,331	,742	,844	1,185
	macro	,092	,072	,126	1,280	,205	,878	1,139

Source : Etablie par nous même

6.2.5 La régression logistique Binaire :

Est une analyse qui ne prend pas en compte les variables à l'étude, afin de mieux apprécier l'impact des variables indépendantes sur les variables du succès entrepreneurial, ce qui implique une meilleure prédiction.

Chapitre (VI) : Analyse et discussion des résultats

Tableau (70) : Classification du modèle

Observed		succès		Percentage
		oui	non	Correct
succès	oui	20	4	83,3
	non	6	42	87,5
Overall Percentage				86,1

Source : établie par nous même

Du tableau ci-dessus nous pouvons dire que le model prédit le succès entrepreneurial a 86,1%

6.2.5.1 La significativité globale du modèle :

Tableau (71) : Test Omnibus

Omnibus Tests of Model Coefficients				
		Chi-square	df	Sig.
Step 1	Step	45,637	7	,000
	Block	45,637	7	,000
	Model	45,637	7	,000

Source : Etablie par nous-même.

D'après le tableau ci-dessus le modèle est significatif a 0,000 inferieure a 0,005, avec khi2 estimé à 45,637.

6.2.5.2 Les pseudo R2 :

Tableau (72) : Récapitulatif des modèles

Model Summary				
Step	-2 Log likelihood	Cox & Snell R		Nagelkerke R
		Square		Square
1	46,021 ^a	,469		,652

Source : Etablie par nous même

Ce tableau ci-dessus révèle la qualité d'ajustement du modèle, le pseudo R2 obtenue de la formule $(1 + 0,469/2)$ est égal à 0,7345. Cela signifie que les variables indépendantes expliquent plus de 73% de changement de la variable dépendante Y. Ainsi la partie non expliquée par X est estimée à hauteur de 26,55% $(1 - 0,7345)$

Chapitre (VI) : Analyse et discussion des résultats

6.2.5.3 Le modelé de prédiction du succès entrepreneurial chez les femmes entrepreneures de la région sud Algérien :

Tableau (73) : les variables de l'équation

		B	S.E.	Wald	df	Sig.	Exp(B)
Step 1 ^a	cart	2,288	,939	5,932	1	,015	9,851
	compt	-,083	1,040	,006	1	,936	,920
	capt_H	,942	,653	2,083	1	,149	2,565
	Méso	-,456	,537	,721	1	,396	,634
	Macro	1,720	,868	3,924	1	,048	5,584
	Rentabilité	4,185	1,480	8,002	1	,005	65,711
	Micro	-,025	,895	,001	1	,978	,976
	Constant	-20,109	7,388	7,409	1	,006	,000

Source : Etablie par nous même

Test d'hypothèse de WALD :

La présente statistique évalue la signification du coefficient de régression en se basant sur la propriété de normalité asymptotique de l'estimation du maximum de vraisemblance. Elle est évaluée en fonction de la distribution du Khi2.

Les hypothèses de WALD :

H0 : $\beta_j = 0$

H1 : $\beta_j \neq 0$

On rejette H0 si sig $\alpha \leq 0.05$

Notons que X1 : caractéristiques de l'entreprise (rentabilité), X2 : capital humain, X3 : caractéristiques personnelles, X4 : compétences de la femme entrepreneure, X5 : facteurs microéconomiques, X6 : facteurs méso économiques, X7 : facteurs macroéconomiques.

Selon le test de Wald présenté dans le tableau, les β des variables caractéristiques de l'entreprise (rentabilité), caractéristiques personnelles et les facteurs macroéconomiques sont sélectionnées et contribuent de manière significative au succès entrepreneurial des femmes au seuil

Chapitre (VI) : Analyse et discussion des résultats

de 5 % (IC = 95 %). Cependant, les β des variables capital humain, compétences de la femme entrepreneure, facteurs microéconomiques et facteurs méso économiques ne sont pas significatives, ce qui entraînera le rejet des hypothèses concernant ces variables. Ainsi, l'équation peut être exprimée de la manière suivante :

$$Y = -20,109 + 4,185 X_1 + 2,288 X_3 + 1,720 X_7 + \text{err}$$

Les variables prennent des valeurs supérieures à 1 entraînant un effet positif sur la variable dépendante "succès entrepreneurial". Ou au contraire ayant un effet négatif sur la variable dépendante si le coefficient du paramètre du modèle est inférieure à 1.

Axe 1 : Caractéristique de l'entreprise (la rentabilité de l'entreprise)

Agit positivement sur le succès entrepreneurial. Le coefficient de régression de cette variable est de $\beta=4,185$ qui a une signification de 0,005 au seuil de 5% pour un ddl=1

Un accroissement du taux de caractéristiques de l'entreprise d'une unité, augmente la Probabilité de succès entrepreneurial des femmes de 4,185 fois.

Axe 3 : Caractéristiques personnelles (les besoins de la femme entrepreneure, le contrôle et la prise de risque)

Agit positivement sur le succès entrepreneurial. Le coefficient de régression de cette variable est de $\beta=2,288$ qui a une signification de 0,015 au seuil de 5% pour un ddl=1

Un accroissement du taux de caractéristiques de l'entreprise d'une unité, augmente la Probabilité de succès entrepreneurial des femmes de 2,288 fois.

Axe 7 : Facteurs macroéconomiques : (soutien du gouvernement et environnement socioculturel)

Agit positivement sur le succès entrepreneurial. Le coefficient de régression de cette variable est de $\beta=1,720$ qui a une signification de 0,048 au seuil de 5% pour un ddl=1

Un accroissement du taux de Caractéristiques personnelles d'une unité, augmente la Probabilité de succès entrepreneurial des femmes de 1,720 fois.

Chapitre (VI) : Analyse et discussion des résultats

Tableaux récapitulatifs des résultats d'hypothèses des variables explicatives :

Hypothèses	Résultats
H 1.1 - Les caractéristiques de l'entreprise influencent significativement et positivement le succès entrepreneurial	Hypothèse non rejetée
H1.1.a la rentabilité de l'entreprise influence significativement et positivement le succès entrepreneurial	Hypothèse non rejetée
H1.3 Les caractéristiques personnelles influence significativement et positivement le succès entrepreneurial	Hypothèse non rejetée
H1.3.a Les besoins d'accomplissement de la femme entrepreneure influence significativement et positivement le succès entrepreneurial	Hypothèse non rejetée
H1.3.b Le locus contrôle influence significativement et positivement le succès entrepreneurial	Hypothèse non rejetée
H1.3.c La prise de risques influence significativement et positivement le succès entrepreneurial	Hypothèse non rejetée
H1.7 Les Facteurs macroéconomique influence significativement et positivement le succès entrepreneurial	Hypothèse non rejetée
H1.7.a le soutien du gouvernement aux femmes entrepreneures influence significativement et positivement le succès entrepreneurial	Hypothèse non rejetée
H1.7.b L'environnement socioculturel influence significativement et positivement le succès entrepreneurial	Hypothèse non rejetée

Section 3 : Discussion des résultats

La présente recherche s'articule autour de la mesure de la dynamique entrepreneuriale, ainsi que la modélisation et la prédiction des facteurs clés de succès des femmes entrepreneures dans notre contexte qui est le Sud Algérien.

L'analyse empirique a permis dans un premier volet de mesurer le rythme de la dynamique entrepreneuriale, l'attractivité locale et la qualité des structures de la région sud Algérien.

Chapitre (VI) : Analyse et discussion des résultats

La notion de dynamique territoriale est un outil d'appréciation des forces et faiblesses du tissu productif local, parmi les éléments qu'elle mesure nous retenons l'intensité de la dynamique territoriale qui représente la répartition des entreprises dans une zone donnée ainsi que le niveau de renouvellement du tissu productif local¹. Force est de constater une synergie entre l'entreprise et le territoire

La dynamique territoriale désigne un niveau d'échanges économiques notamment l'entrepreneuriat jugé satisfaisant dans une région géographique spécifique².

D'après nos résultats d'étude une part nette de l'entrepreneuriat positive est enregistrée dans la région sud, ce qui signifie que la dynamique régionale du sud Algérien comparé à celle du rythme national est plus rapide dans tous les secteurs d'activité, sauf dans le secteur des services ou elle présente un rythme moins soutenue comparée au rythme national.

La région du sud est une région active car sa composante locale est positive, Cependant, elle présente des structures défavorables à la dynamique entrepreneuriale car sa composante structurelle est négative.

Un deuxième volet a permis de faire émerger six facteurs possibles, de les réunir sous trois axes :

Notons que pour l'étude empirique la variable de l'âge de l'entreprise a été prise en considération que pour concevoir la variable dépendante (réussite entrepreneuriale) et ne fait pas partie de l'analyse régression logistique binaire, cela signifie qu'elle vient renseigner notre variable à expliquer (y), selon la considération qu'une entreprise réussit au-delà d'une existence de 5ans. Ce qui a été confirmé par une enquête de l'INSEE, ou 49,5 % des nouvelles entreprises, soit près de la moitié se trouvent en échec entrepreneurial au bout de 5 années d'existence³.

En première position d'influences Vient l'axe 1 qui correspond aux caractéristiques de l'entreprise plus précisément la variable rentabilité financière (caractéristiques financières de l'entreprise) qui a une influence sur la variable dépendante succès entrepreneurial.

¹ NEKKA, Hadj. Dynamique territoriale et compétitivité de l'entreprise. In : *Conférence de l'AIMS*. 2001, p :4

² Ibid, p :5

³ <https://lecercledecredacteurs.com/presque-la-moitie-des-entreprises-ferment-apres-5-ans-dexistence/#:~:text=Selon%20les%20statistiques%20de%20l.entre%20deux%20%C3%A0%20cinq%20ans.,> 14 septembre 2022, consulté le 27 juin.

Chapitre (VI) : Analyse et discussion des résultats

La décomposition comptable de la rentabilité financière est le rapport entre le résultat net et le fond propre¹. Étant un élément essentiel de la stratégie globale d'une entreprise pour une croissance relativement maîtrisée².

Selon Veltz, (1993). Le territoire va au-delà d'une simple distribution de ressources génériques données, il constitue également une partie intégrante d'un processus de création de ressources grâce à l'interaction étroite entre ses entreprises³.

De ce fait, si nous partons du cadre territorial, nous pouvons conclure qu'il existe un lien entre la performance entrepreneuriale (impliquant l'aspect financier) et le développement local issue en grande partie des politiques d'investissement (décisions et stratégie gouvernementale) ce qui favorise la rentabilité des entreprises régionales. Nous pouvons donc dire qu'il y a un lien entre la rentabilité financière d'une entreprise, les facteurs macroéconomiques et le développement local.

D'après nos résultats d'étude la rentabilité financière est l'un des facteurs majeurs qui influence positivement la réussite entrepreneuriale car même au-delà de la pérennité de l'entreprise, la rentabilité est essentielle.

En seconde position d'influence l'axe 3 qui correspond aux caractéristiques personnelles de la femme entrepreneure : le besoin de réussite, locus contrôle et la prise de risque.

Selon Boufahja et Abriane, (2023); Passy, (2021) Les individus entrepreneurs ont des caractéristiques de personnalité, des caractéristiques personnelles et des valeurs qui les rendent plus susceptibles de se lancer dans les affaires⁴. Cantillon (1726) définit l'entrepreneur comme un preneur de risque face aux opportunités d'affaires qu'il saisit pour en tirer des bénéfices, Aussi le besoin d'accomplissement ou de réussite pousse l'individu à se fixer des objectifs pour son

¹ DU TERTRE, Renaud et GUY, Yann. Le profit contre la croissance ? Le dynamisme et la rentabilité des grandes entreprises cotées en France. *Horizons stratégiques*, 2008, no 1, p : 46

²PARANQUE, B. Compétitivité et rentabilité des entreprises industrielles. *Banque de France B*, 1995, vol. P : 4-5

³ NEKKA, Hadj. Dynamique territoriale et compétitivité de l'entreprise. In : *Conférence de l'AIMS*. 2001, p : 6

⁴ AMBASSA Claude, ESSOMBA, MENYE, Oscar ASSOUMOU, et CHITHOUA, Michel EMADAK. Pérennité des jeunes entreprises innovantes: Une analyse à travers les caractéristiques entrepreneuriales de l'entrepreneur. *Alternatives Managériales Economiques*, 2023, vol. 5, no 2, p :225

Chapitre (VI) : Analyse et discussion des résultats

épanouissement personnel et de ce fait le motive à être responsable et avoir le contrôle sur ses actions ¹.

D'après nos résultats d'étude les caractéristiques personnelles soutiennent l'acte entrepreneurial selon une approche plus comportementale que psychologique (l'intention entrepreneuriale est essentielle mais se lancer et affronter les défis est plus réaliste).

En troisième position d'influence l'axe7 l'environnement macroéconomique qui correspond à l'environnement gouvernemental et l'environnement socioculturel. D'après Baldwin et al (2000) l'environnement macroéconomique peut constituer un obstacle ou au contraire un avantage pour atteindre des objectifs d'affaires. D'après Gartner (1988), Fillion (1991) et Casson (1991), le comportement entrepreneurial est lié à son environnement social, économique et politique. L'environnement socioculturel ainsi que le cadre politique et économique sont primordiaux pour mieux expliquer les comportements entrepreneuriaux ².

D'après nos résultats d'étude l'environnement macroéconomique agit positivement sur l'entrepreneuriat féminin dans le sud Algérien dans divers secteurs (agriculture en plein expansion, tourisme, Energie renouvelable...etc).

¹ LAICHI, A., BEDDAA, M., & EL BAKKOUCHI, M. (2022). L'entrepreneur : Approches et facteurs de réussite: Cas de la ville d'Er-Rachidia. *International Journal of Accounting, Finance, Auditing, Management and Economics*, 3(3-2), p : 332-337

² Ibid, p : 338

Chapitre (VI) : Analyse et discussion des résultats

Conclusion :

Notre recherche s'est concentrée sur deux axes complémentaires la dimension territoriale et la dimension entrepreneuriale, une absence de documentation numérique sur le phénomène de l'entrepreneuriat féminin ventilé par région et par secteur d'activité, nous a conduit à explorer la réalité entrepreneuriale régionale, par la suite nous avons introduit la notion genre dans l'analyse des facteurs de réussite entrepreneuriale déduis de la revue de la littérature afin de déterminer les variables prédictives qui influent significativement sur le succès entrepreneuriale féminin dans la région sud Algérien.

Au terme de l'analyse et discussion des résultats, il paraît pertinent de souligner l'apport de ces résultats à la compréhension et l'explication de la réussite entrepreneuriale féminine dans la région du sud Algérien.

Nous pouvons retenir l'importance d'avoir un état des lieux du phénomène entrepreneurial dans la région sud Algérien. Cette dernière enregistre entre 2018 et 2022 une hausse du taux de croissance régionale de 0,051%. Une dynamique régionale entrepreneuriale plus rapide par rapport au rythme national, elle représente une région active mais se compose de structures défavorables à la dynamique entrepreneuriale régionale.

Concernant le profil de la femme entrepreneure de la région sud Algérien. Les entrepreneures sont majoritairement dans la tranche d'âge de 30 à 39 ans à plus de 33% et plus de 58% des entrepreneures sont mariées et ont un niveau d'instruction universitaire pour plus de 56% d'entre elles.

Elles ont créé leur entreprise dans le même secteur d'activité que leurs expériences professionnelles antérieures à plus de 23%. Le statut juridique de prédilection de ces femmes entrepreneures est la personne physique à plus de 33%. Ces entrepreneures préfèrent opérer dans le secteur des services à plus de 38% suivit du secteur artisanal à plus 30%, ces entreprises féminines sont majoritairement des TPE (1-9 employés) à 75%.

Finalement, nous rejetons l'hypothèse qu'il existe une disparité entrepreneuriale régionale dans le sud de l'Algérie par rapport au rythme entrepreneurial national, et avec l'appui des résultats de l'analyse quantitative nous déduisons que la variable dynamique économique locale n'influence pas significativement le succès entrepreneurial féminin dans le sud. Enfin nous avons tester les

Chapitre (VI) : Analyse et discussion des résultats

éléments individuels liés à la femme entrepreneure et les éléments externes liés à l'environnement entrepreneurial on obtient une influence significative et positive respectivement de la caractéristique financière de l'entreprise (la rentabilité), des caractéristiques personnelles de la femme entrepreneuriale et enfin de l'environnement macroéconomique sur la prédiction du succès entrepreneurial des femmes.

Conclusion générale

Conclusion générale

L'entrepreneuriat féminin est devenu un sujet de plus en plus important dans le monde des affaires et de l'économie. En effet, les femmes entrepreneures représentent une force considérable qui contribue à la croissance économique et à l'innovation. Cependant, malgré les avancées réalisées, les femmes entrepreneures font encore face à des défis et des obstacles spécifiques en raison de leur genre.

Grâce à notre analyse approfondie de la littérature, nous avons identifié plusieurs hypothèses concernant les liens entre les différents facteurs qui caractérisent l'environnement entrepreneurial, l'entrepreneur et son entreprise, ainsi que le succès entrepreneurial des femmes.

En effet, d'un point de vue théorique, l'entrepreneuriat féminin est de nos jours davantage évalué en fonction de la perception personnelle de la réussite (développement personnel, flexibilité des horaires de travail...etc).

Le terme facteurs désigne les déterminants primordiaux pour instaurer la pérennité des entreprises (Verstraete,1999)¹

Ainsi nous avons construit nos hypothèses, certaines ont été validées et d'autres non validées. La problématique de départ était la suivante :

Quelles sont les caractéristiques du succès entrepreneurial féminin dans la région du sud de l'Algérie, et dans quelle mesure de dynamique régionale est présent ce phénomène socioéconomique ?

Pour répondre à cette question, nous avons utilisé des données numériques relevées des rapports du registre de commerce sur la création d'entreprise, ainsi que des données collectées auprès de 72 femmes entrepreneures dans la région sud d'Algérie.

En premier lieu nous avons mesuré la croissance régionale réelle des wilayas du sud Algérien pour la période 2018-2022 estimée à 35127 est donc positive avec un taux de croissance régionale de 0,051% plus élevé que le rythme de croissance nationale. Dans la même perspective les composantes structurelles résiduelles de la région sud expriment une région active (attractivité

¹ LAICH, BEDDAA et BAKKOUCHI, Op-cit, p :334

Conclusion générale

locale positive) avec des structures défavorables et une part nette de l'entrepreneuriat positive enregistrée, ce qui exprime une dynamique régionale plus rapide que le rythme national.

En second lieu, nous avons testé la fiabilité des échelles de mesure afin de ne retenir que les items qui expliquent le mieux la réussite entrepreneuriale grâce au test α de Cronbach et l'analyse factorielle avec la méthode d'analyse par principal composantes APC.

En troisième lieu, nous avons utilisé l'analyse descriptive pour établir un profil de ces femmes entrepreneures correspondant aux caractéristiques suivantes :

Le secteur d'activité majoritaires choisi par la femme entrepreneure est le secteur des services avec un taux de 38,9%. Elles favorisent la forme juridique « personne physique » à 33,3% et sont propriétaires de TPE à 75%. L'âge de l'entreprise ou son existence représente une condition majeure et principale dans notre étude pour définir le succès entrepreneurial. Force est de constater que les caractéristiques financières représentent les facteurs objectifs pour la mesure de la réussite entrepreneuriale tels que le chiffre d'affaires qui augmente chez 87,5% des femmes entrepreneures, aussi la gestion de trésorerie qui est maîtrisée par 95,8% de ces femmes, enfin 58,3% des femmes entrepreneures déclarent que leur entreprise est rentable.

Ces femmes entrepreneures sont à 33,3% dans la tranche d'âge [30-39] ans, 56,9% universitaires et à 58,3% mariées. 50% des femmes entrepreneures étaient en situation de chômage avant de commencer leur activité entrepreneuriale et 61,1% avaient eu une expérience professionnelle antérieure à la création d'entreprise.

Par la suite nous avons identifié les facteurs « caractéristiques de l'entreprise » et « capital humain » qui influencent significativement la réussite entrepreneuriale grâce aux tableaux croisés, le test khi2 et l'indice α de Cronbach.

- Le secteur d'activité et la réussite entrepreneuriale sont indépendants (sig $\alpha=0,237$)  64,3% des femmes entrepreneures qui sont dans le secteur des services ont réussi, cependant celles qui sont dans le secteur de l'hôtellerie, restauration, agriculture, voyage et tourisme sont à 100% de succès entrepreneurial.

Conclusion générale

- Le statut juridique de l'entreprise et la réussite entrepreneuriale sont indépendants (sig $\alpha=0,557$) → 58,3% des femmes entrepreneures qui ont adopté la forme « personne physique » ont réussi, cependant 100% des femmes entrepreneures qui ont adopté la forme SPA ou agricultrices ont réussi.
- La taille de l'entreprise et la réussite entrepreneuriale sont indépendantes (sig $\alpha=0,453$) → 64,8% des femmes entrepreneures qui sont propriétaires de TPE ont réussi, cependant 100% des femmes entrepreneures propriétaire de PME ont réussi.
- L'âge de l'entreprise et la réussite entrepreneuriale sont dépendants (sig $\alpha=0,000$) → 100% des femmes entrepreneures qui existent depuis plus de 5 ans réussissent.
- L'augmentation du chiffre d'affaires et la réussite entrepreneuriale sont indépendantes (sig $\alpha=0,131$) → 63,5% des femmes entrepreneures qui voient leur chiffre d'affaires augmenter ont réussi.
- La gestion de trésorerie et la réussite entrepreneuriale sont indépendantes (sig $\alpha=1$) → 66,7% des femmes entrepreneures qui voient leur chiffre d'affaires augmenter ont réussi.
- La rentabilité financière et la réussite entrepreneuriale sont dépendantes (sig $\alpha=0,000$) → 45,2% des femmes entrepreneures qui ont une entreprise rentable financièrement ont réussi.
- L'âge de la femme entrepreneure et la réussite entrepreneuriale sont dépendantes (sig $\alpha=0,000$) → 70,8% des femmes entrepreneures âgées de 30-39 ans ont réussi, cependant 100% des femmes entrepreneures de plus de 60 ans ont réussi.
- L'état civil de la femme entrepreneure et la réussite entrepreneuriale sont dépendantes (sig $\alpha=0,021$) → 66,7% des femmes entrepreneures mariées ont réussi, cependant 100% des femmes entrepreneures veufs ont réussi.
- Le niveau d'éducation et la réussite entrepreneuriale sont indépendants (sig $\alpha=0,103$) → 58,5% des femmes entrepreneures universitaire ont réussi, cependant 100% des femmes entrepreneures qui ont un niveau d'instruction « Moyen » ont réussi.
- Le parcours professionnel et la réussite entrepreneuriale sont indépendants (sig $\alpha=0,088$) → 69,4% des femmes entrepreneures qui étaient en situation de chômage ont réussi, cependant 100% des femmes entrepreneures qui étaient dans une situation professionnelle autre que « en chômage », « fonctionnaire » ou « freelance » ont réussi.

Conclusion générale

- L'expérience professionnelle et la réussite entrepreneuriale sont indépendantes (sig $\alpha=0,732$) \longrightarrow 68,2 % des femmes entrepreneures qui avaient une expérience professionnelle antérieure avant la création d'entreprise ont réussi.

En dernier lieu nous avons tenté de modéliser la réussite entrepreneuriale, en identifiant le poids des variables explicatives grâce à l'analyse par régression logistique binaire.

- La rentabilité financière classée première en termes d'affectation sur le succès entrepreneurial, un accroissement du taux de la rentabilité financière d'une unité augmente la probabilité de la réussite entrepreneuriale de 4,185 fois.
- Les caractéristiques personnelles classées deuxième en termes d'affectation sur le succès entrepreneurial, un accroissement du taux des caractéristiques personnelles d'une unité augmente la probabilité de la réussite entrepreneuriale de 2,288 fois.
- Les facteurs macroéconomiques classés troisième en termes d'affectation sur le succès entrepreneurial, un accroissement du taux des facteurs macroéconomiques d'une unité augmente la probabilité de la réussite entrepreneuriale de 1,720 fois.

Afin de tester L'Hypothèse principale de la recherche qui est : la dynamique entrepreneuriale suit une évolution relativement positive, ainsi que la réussite entrepreneuriale féminine qui tend à être influencée de plus en plus par les caractéristiques internes qu'externes dans un contexte sud Algérien contraint en ressources au sein d'accompagnement fragile, non diversifié et peu adapté. Nous avons testé l'hypothèse H1 à travers un modèle de régression logistique binaire qui a été construit à partir des données de l'échantillon complet. Ensuite, avec les construits qui en résultent (le succès entrepreneurial), nous avons effectué un test VIF afin de déterminer si les axes de notre étude sont significatifs.

Enfin, les hypothèses H2 et H3 testent des variables de développement régional que nous avons analysé avec des méthodes quantitatives la première à travers une analyse de la variation de créations d'entreprises entre 2018 et 2022 (évolution allant vers une croissance ou un recul), et la dernière hypothèse utilise l'analyse résiduelle structurelle d'une dynamique spatiale liée a une dynamique sectorielle.

Conclusion générale

Tableaux récapitulatifs des résultats des hypothèses de départ :

Hypothèses de départ	Résultats
H1.1- Les caractéristiques de l'entreprise influencent positivement le succès entrepreneurial.	Hypothèse non rejetée
H 1.1.a- L'âge de l'entreprise influence positivement le succès entrepreneurial.	Hypothèse non rejetée
H1.1.b- Le secteur d'activité influence positivement le succès entrepreneurial.	Hypothèse rejetée
H1.2- Le capital humain influence significativement et positivement le succès entrepreneurial.	Hypothèse rejetée
H1.2.a- L'âge de la femme entrepreneure influence positivement le succès entrepreneurial.	Hypothèse rejetée
H1.2.b- L'état civil de la femme entrepreneure influence positivement le succès entrepreneurial.	Hypothèse rejetée
H1.3- Les caractéristiques personnelles de la femme influenceraient de façon positive la réussite entrepreneuriale.	Hypothèse non rejetée
H1.3.a- Le besoin de réussite serait un facteur positivement déterminant pour la réussite entrepreneuriale.	Hypothèse non rejetée
H1.3.b- Le locus contrôle agirait de façon positive sur la réussite entrepreneuriale.	Hypothèse non rejetée
H1.3.c- La propension à prendre des risques influencerait positivement la réussite entrepreneuriale.	Hypothèse non rejetée

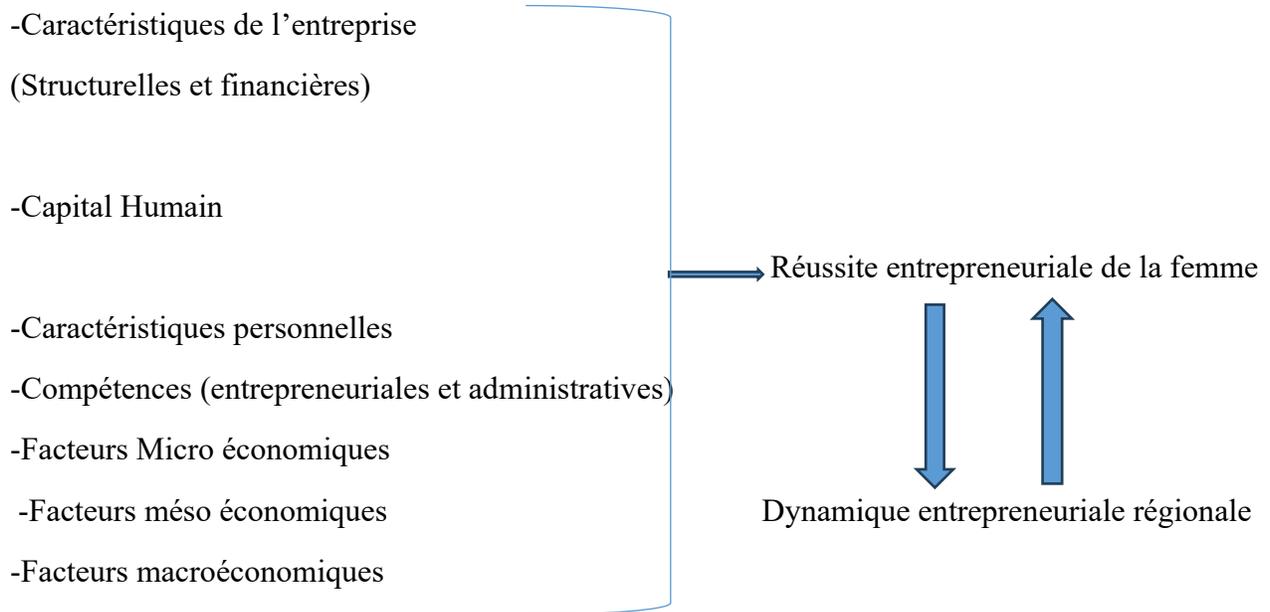
Conclusion générale

H1.4- L'accès aux ressources financières, favoriserait considérablement la réussite entrepreneuriale.	Hypothèse rejetée
H1.4.a- Avoir un apport financier de départ personnel serait un facteur clés de la réussite entrepreneuriale.	Hypothèse rejetée
H1.4.b- Bénéficiaire d'un crédit bancaire ou d'aide financière des structures d'appui à l'entrepreneuriat (privées ou publiques) favoriseraient la réussite entrepreneuriale.	Hypothèse rejetée
H1.5- La dynamique économique locale (relations clients, relations fournisseurs, concurrence) agirait de façon favorable sur la réussite entrepreneuriale.	Hypothèse rejetée
H1.5.a- Les relations clients agiraient en faveur de la réussite entrepreneuriale.	Hypothèse rejetée
H1.5.b- Avoir une forte concurrence et adopter une stratégie de compétition agirait sur la réussite entrepreneuriale.	Hypothèse rejetée
H1.5.c- Avoir l'exclusivité avec les fournisseurs jouerait un rôle important en vue d'un avantage concurrentiel pour atteindre la réussite entrepreneuriale.	Hypothèse rejetée
H1.6- L'environnement socioculturel agirait de façon favorable sur la réussite entrepreneuriale.	Hypothèse non rejetée
H1.6.a- La femme entrepreneure a une influence sur son environnement (pouvoir décisionnel et accès aux ressources).	Hypothèse non rejetée
H1.6.b- La culture entrepreneuriale vient appuyer le succès entrepreneurial des femmes.	Hypothèse non rejetée

Conclusion générale

H2- La variation dans la création d'entreprise évolue de façon positive ces dernières années dans la région du sud.	Hypothèse non rejetée
H3- La dynamique entrepreneuriale dans la région du sud Algérien est moins soutenue que le rythme national.	Hypothèse rejetée

Figure (19) : Cadre conceptuel de la recherche



Le présent projet de recherche vise à contribuer à la compréhension du phénomène de l'entrepreneuriat féminin dans le sud Algérien : la composante de son écosystème entrepreneurial et ses facteurs clés de succès. Notamment sur le plan territorial, les préoccupations qui le sous-tendent s'inscrivent dans un mouvement de développement local et de stratégie et planification territoriale.

Conclusion générale

Recommandations :

-Des programmes de formation ciblés qui offrent un support d'accompagnement sous forme de mentorat et un accès aux ressources pour les porteuses de projets. Ces programmes peuvent aider les femmes à mieux identifier les défis et les opportunités de l'entrepreneuriat et leur fournir les compétences et les connaissances nécessaires pour réussir.

-Un accompagnement entrepreneurial genré. Cela peut impliquer la création de réseaux et de plateformes où les femmes entrepreneures peuvent se connecter, partager des expériences et accéder à des services de soutien. De plus, offrir des incitations financières telles que des subventions, des prêts et des avantages fiscaux spécifiquement pour les entreprises appartenant à des femmes peut aider à surmonter les obstacles financiers et encourager davantage de femmes à démarrer leur propre entreprise.

-Encourager la collaboration et l'échange d'expérience entre les entrepreneures en organisant des événements de networking et des conférences.

-Mise au point d'un modèle économique adapté aux besoins et aux ressources de leurs milieux, malgré les freins (manque d'infrastructures, d'énergie, etc.).

-Promouvoir l'esprit d'entreprise c'est la promotion spécifique de clubs ou d'associations de « femmes entrepreneures », ainsi augmentera la visibilité de l'entrepreneuriat en tant qu'option de carrière pour les femmes.

-Avec la création de nouvelles wilayas au sud Algérien, émergent des projets de centres universitaires et sont programmés pour les prochaines années, cela encouragera l'entrepreneuriat académique. Selon Kickul et al (2008) ; Wilson et al (2007) l'enseignement supérieur dans les universités peut jouer un rôle important dans la promotion de l'entrepreneuriat féminin. Kickul et al. (2008) voit que l'inclusion de modèles féminins en tant qu'orateurs invités est une mesure pertinente à cet égard¹.

-D'après Bernard et al (2013), augmenter le nombre d'expériences dans les programmes d'études supérieures qui mettent en situation leurs étudiants pour former une entreprise en groupe. Les

¹ Santos et al., 2016, Op-cit, p. 20

Conclusion générale

expériences de ce genre se baseraient sur les politiques nationales mises en place, comme les maisons de l'entrepreneuriat¹.

-L'amélioration d'un processus spécifique pour les femmes entrepreneures dans la budgétisation nationale et locale.

- L'intégration de la question du genre dans les plans de développement locaux.

- L'élaboration d'un système et d'un mécanisme de suivi/évaluation relatif au genre et à la production de statistiques, d'enquêtes, d'études et de rapports de suivi/évaluation.

Perspectives de recherche :

Un développement par l'entrepreneuriat ne devrait pas se restreindre à la manière de créer de la valeur, mais devrait également porter sur la nature de la valeur créée et sur les moyens de la partager. Ces éléments appellent à des approfondissements, notamment la poursuite de recherches basée sur des méthodologies complémentaires telles que les études comparatives.

L'entrepreneuriat féminin suscite l'intérêt de plusieurs disciplines de recherche et le développement d'autres axes de recherche fusionnés à l'entrepreneuriat féminin tel que :

-L'entrepreneuriat social féminin.

-Développer le contexte spatial et explorer d'autres groupes de femmes entrepreneures.

-L'impact de la participation politique des femmes sur le développement local et l'entrepreneuriat féminin.

-Le rôle des médias dans la promotion de l'entrepreneuriat féminin.

¹ BERNARD, Claire, LE MOIGN, Caroline, et NICOLAÏ, Jean Paul. L'entrepreneuriat féminin: document d'étape. *Centre d'analyse stratégique*, 2013, no 2013-06, p : 12

Conclusion générale

Limites de recherche :

-Le rattachement administratif des structures financières (CASNOS, ANADE, ANGEM) à leur directions antérieures (dans la wilaya d'origine avant la réorganisation régionale) ce qui limite l'accès à l'information administrative (l'information est centralisée).

-L'absence d'évaluation en matière de genre dans les rapports de statistiques économiques nationales, ce qui nous a empêché de développer une méthodologie unifiée genrée.

-Le manque de coopération et d'interactivité face aux enquêtes en ligne.

-Une autre limite découle de la portée géographique de cette analyse. Il est possible que des échantillons provenant de différentes régions donnent des résultats contradictoires.

Bibliographie

Liste bibliographique

Article :

- AHIMBISIBWE, (G. M) et ABAHO, (E): “Export entrepreneurial orientation and export performance of SMEs in Uganda”, *Global Advanced Research Journal of Management and Business Studies*, N° 2, 2013, pp. 56- 62.
- Ahmetaj, Bardhyl, Alba Demneri Kruja et Eglantina Hysa. « L’entrepreneuriat féminin : défis et perspectives d’une économie émergente. » *Sciences administratives* 13.4 (2023)
- ARTHUR (M.B) et alii: « Career success in a boundaryless career world », *Journal of Organizational Behavior*, N° 2, 2005, pp. 177-202.
- ALDRICH, (H) et alii: “Women on the verge of a breakthrough: networking among entrepreneurs in the United States and Italy”, *Entrepreneurship & Regional Development*, N° 4, 1989, pp.339–356.
- ALDRICH, (H) et CLIFF, (J): “The pervasive effects of family on entrepreneurship: toward a family embeddedness perspective”, *Journal of Business Venturing*, N°18, 2003, pp. 573-596.
- AMBASSA, Claude ESSOMBA, MENYE, Oscar ASSOUMOU, et CHITHOUA, Michel EMADAK. Pérennité des jeunes entreprises innovantes: Une analyse à travers les caractéristiques entrepreneuriales de l’entrepreneur. *Alternatives Managériales Economiques*, 2023, vol. 5, no 2, p :225
- ANDERSON, (A. R) et alii: « Network practices and entrepreneurial growth”, *Scandinavian Journal of Management*, N°26, 2010, pp. 121–133.
- ATTAHIR Yusuf. Critical success factors for small business: Perceptions of South Pacific entrepreneurs. *Journal of small business management*, 1995, vol. 33, no 2, p. 68.
- BABOVIĆ, Dunja et DE SANTO, Milica Kočović. L'entrepreneuriat féminin dans l'économie créative. *JWEE* , 2023, p. 109-127.
- BADIA, Benjamin, BRUNET, Florence, et KERTUDO, Pauline. Les freins et obstacles à l’entrepreneuriat féminin. *Recherche sociale*, 2013, vol. 208, no 4, p. 7-57.
- BEAVER, (G): *Small business, entrepreneurship, and enterprise development*”, Englewood Cliffs, Prentice Hall, 2002.
- BECHARD, (J) et TOULOUSE, (J): Validation of a didactic model for the analysis of training objectives in entrepreneurship, *Journal of Business Venturing*, N° 4, 1998, pp.317-332.

Bibliographie

- BEDDI, Hanane, FADIL, Nazik, et SAADAOU, Khaled. Entrepreneuriat féminin et développement international: étude de trois cas. *Management international*, 2018, vol. 22, no 3
- BEDNARCZYK, (M): Environment and entrepreneurship in strategic management of an economic organization, Scientific Journals of the University of Economics in Kraków, N° 28,1996
- BELHEDJ, Amor. "La dynamique économique régionale en Tunisie. Analyse structurelle-résiduelle." *Cybergeog: European Journal of Geography* (2005)
- BEN MAKHLOUF, Yasmine , L'entrepreneuriat féminin et les dispositifs d'aide à la création d'entreprises en Algérie , Recherches économiques et managériale, N° 24 , Décembre 2018
- BEN MAKHLOUF Yasmina et AKNINE Souidi Rosa. « Politiques Publiques Et Entrepreneuriat Feminin En Algerie », *Revue Chercheur Economique*,2018
- BENDARKAWI, Anass. Méthodes mixtes et paradigme pragmatique en sciences de gestion: un essai de réflexion épistémologique et méthodologique. *Revue Internationale des Sciences de Gestion*, 2022, vol. 5, no 2
- BENDARKAWI, Anass. Méthodes mixtes et paradigme pragmatique en sciences de gestion : un essai de réflexion épistémologique et méthodologique. *Revue Internationale des Sciences de Gestion*, 2022, vol. 5, no 2
- BENGTSSON, (M) et KOCK, (S): "Coopetition in Business Networks : to Cooperate and Compete Simultaneously", *Industrial Marketing Management*, N° 29, 2000.
- BELABES Taqiyeddine et BENMABROUK Faycal, « paradigmes quantitatifs a la recherche des avantages de différentes méthodologies de recherche comparaison épistémologique », *Revue ElRyssala des etudes et recherches en sciences humaines*, Volume 6, N 4, Decembre 2021
- Belhedi Amor, « La dynamique économique régionale en Tunisie. Analyse structurelle-résiduelle », *Cybergeog: European Journal of Geography* [En ligne], Systèmes, Modélisation, Géostatistiques, document 310, mis en ligne le 09 mai 2005, consulté le 25 juin 2024. URL : <http://journals.openedition.org/cybergeog/3376> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/cybergeog.3376>
- BEN HANANA Ellamrani et HOUFAIDI, Souad. Satisfaction du personnel: validation d'une échelle de mesure dans le contexte des administrations publiques Marocaines/People satisfaction: Validation of a measuring scale in the context of Moroccan public administrations. *International Journal of Innovation and Applied Studies*, 2016, vol. 18, no 4.

Bibliographie

- BERNARD, Claire, LE MOIGN, Caroline, et NICOLAÏ, Jean Paul. L'entrepreneuriat féminin: document d'étape. *Centre d'analyse stratégique*, 2013, no 2013-06
- BESSOUH Nadira. L'entrepreneuriat Féminin et son Accompagnement en Algérie-Bilan et Perspectives, *Revue cahier économiques*, 2018
- BIRD, (B): "Toward a theory of entrepreneurial competency", *Advances in entrepreneurship, firm emergence and growth*, N°2, 1995, pp. 51-72.
- BORLAND, (C): Locus of control, need for achievement and entrepreneurship, these de doctorat, University of Texas at Austin, 1994
- BOULDING, (W) et alii: "A customer relationship management roadmap: What is known, potential pitfalls and where to go", *Journal of Marketing*, N°9, 2005, pp.155-166
- BRIÈRE, Sophie, AUCLAIR, Isabelle, et TREMBLAY, Maripier. Soutenir les femmes entrepreneures en contexte africain: vers une nouvelle approche dynamique et collective. *Revue internationale PME*, 2017, vol. 30, no 3
- BRIDGE, (S) et alii: "Understanding Enterprise, Entrepreneurship and Small Business", MacMillan Press Ltd, England, 1998.
- BRUHN, (M): "Consumer education and service quality: Conceptual issues and practical implications", *Journal of Services Marketing*, N°16, 2013, pp. 125–142.
- Bryman, A. (1988). *Quantity and Quality in Social Research*, Unwind Hyman, Londres
- BRUNI, Attila, GHERARDI, Silvia, et POGGIO, Barbara. *Gender and entrepreneurship: An ethnographic approach*. Routledge, 2004.
- BRUSH, (CG): "Research on women business owners: Past Trends, a new perspective and future directions", *Entrepreneurship, Theory and Practice*, N° 11, 1992, pp. 5–30
- BRUSH, Candida G., DE BRUIN, Anne, et WELTER, Friederike. A gender-aware framework for women's entrepreneurship. *International Journal of Gender and entrepreneurship*, 2009, vol. 1, no 1
- Bureau international de travail, 1996 CETINDAMAR, (D), et alii:"What the numbers tell: The impact of human, family and financial capital on women and men's entry into entrepreneurship in Turkey", *Entrepreneurship & Regional Development*, N° 24, 2012, pp. 29–51.
- BURT, (R. S): *The Social Structure of Competition*, Harvard University Press, 1992.

Bibliographie

- BUTTNER, (E.H) et MOORE, (D.P) :« Women’s organizational exodus to entrepreneurship: Selfreported motivations and correlates with success», *Journal of Small Business Management*, N° 1, 1997, pp. 34-46
- Chabault, D. (2006). Les systèmes territoriaux de production: revue de littérature et approches théoriques d’un concept évolutif. *Cahiers de Recherche du CERMAT*, 19(6)
- CABRERA, Ezilda María et MAURICIO, David. « Facteurs affectant le succès de l’entrepreneuriat féminin : une revue de la littérature. » *Revue internationale du genre et de l’entrepreneuriat* 9.1 (2017)
- CARRÉ, Denis et LEVRATTO, Nadine. La complémentarité des dispositifs et des effets: problème pour l’évaluation des Politiques Publiques Territoriales?. *Politiques et management public*, 2012, vol. 29, no 2, p. 167-189.
- CARRIER, Camille, JULIEN, Pierre-André, et MENVIELLE, William. Un regard critique sur l’entrepreneuriat féminin : une synthèse des études des 25 dernières années. *Revue International de Gestion*, 2006, vol. 31, no 2
- CHAMBARD, Olivia. La promotion de l’entrepreneuriat dans l’enseignement supérieur. Les enjeux d’une création lexicale. *Mots. Les langages du politique*, 2013, vol. 102, p. 103-120.
- CHANDLER, (G) et JANSEN, (E): “The founder's self-assessed competence and venture performance”, *Journal of Business Venturing*, N° 7, 1992, pp. 223-236
- COLEMAN, (S): « Access to capital and term of credit: a comparison of men-women-owned small business », *Journal of small business management*, N°3, 200, pp. 37-52.
- CLOVER, (T.A) et DARROCH, (M.A.G) :”Owners' perceptions of factors that constrain the survival and growth of small, medium and micro agribusinesses in South Africa”, *Agrekon*, N° 44, 2005, pp.238-263.
- COOPER, (A.C): “Challenges in predicting new firm performance”, *Journal of Business Venturing* , N° 3, 1993, pp. 241-254.
- Cousins, (P) et alii: « Performance measurement in strategic buyer-supplier relationships: The mediating role of socialization mechanisms », *International Journal of Operations & Production Management*, N°3, 2008, pp. 238-258.

Bibliographie

- CORNET, Annie et CONSTANTINIDIS, Christina. Entreprendre au féminin : une réalité multiple et des attentes différenciées. *Revue française de gestion*, 2004, no 4
- CHURCHILL JR, Gilbert A. A paradigm for developing better measures of marketing constructs. *Journal of marketing research*, 1979, vol. 16, no 1, p. 64-73.
- D'ANDRIA, Aude et GABARRET, Ines. "Femmes et entrepreneurs : trente ans de recherches en motivation entrepreneuriale féminine." *Revue de l'Entrepreneuriat* 15.3, 2016
- DIERICKX, (I) et COOL, (K): "Asset Stock Accumulation and Sustainability of Competitive Advantage", *Management Science*, N° 12, 1989, p. 1504-1513.
- Djoutsa Wamba, L. & Hikkerova, L. (2014). L'entrepreneur : un input non négligeable pour la pérennité de son entreprise. *Management & Prospective*, 31, 111-131. <https://doi.org/10.3917/g2000.314.0111>
- DU TERTRE, Renaud et GUY, Yann. Le profit contre la croissance? Le dynamisme et la rentabilité des grandes entreprises cotées en France. *Horizons stratégiques*, 2008, no 1
- DYER, (J.H) et SINGH, (H): "The Relational View: Cooperative Strategy and Sources of Interorganizational Competitive Advantage", *Academy of Management Review*, N°4, 1998, pp. 660-679.
- EDDLESTON, (K) et POWELL, (G): "Nurturing entrepreneurs' work-family balance: a gendered perspective", *Entrepreneurship: Theory & Practice*, N°3, 2012, pp. 513-541.
- ESCANDON Eva, Femmes et entrepreneuriat, JOURNAL OFFICIEL DE LA REPUBLIQUE FRANCAISE, 27 octobre 2020
- Ewango-Chatelet, Aurélie, and Christophe Estay. "Favoriser un développement durable en Afrique subsaharienne par l'entrepreneuriat innovant : quelles conditions institutionnelles et sociétales?." *Revue Organisations & territoires* 31.3 (2022)
- EZAHR Salma et NAOUI Fouad. « The Impact Of Women's Entrepreneurship On Territorial Development Moroccan Context ». *African Scientific Journal*, 2024, vol. 3, no 23
- FATHIMATH SHAFRA Abdulla, et ALBATTAT Ahmad, Les défis auxquels sont confrontées les femmes entrepreneures du 21e siècle : revue de la littérature. *Journal of Management & Science* , 2023, vol. 21, no 1, p. 71-86.

Bibliographie

- FERDJ, Younes. Les stratégies des entreprises dans les politiques de développement territorial en Algérie. Quels rôles et quelles évaluations de leurs effets? ,Les Cahiers de l'Association Tiers-Monde, n°38,2024
- FERNAND, Martin. L'entrepreneurship et le développement local : une évaluation. *Canadian Journal of Regional Science*, 1986, vol. 9, no 1, p. 1-23.
- FILION, Louis Jacques. Le champ de l'entrepreneuriat: historique, évolution, tendances. *Revue internationale PME*, 1997, vol. 10, no 2, p. 129-172.
- Frese, (M) , et alii: “ Psychological success factors of small scale businesses in Namibia: The roles of strategy process, entrepreneurial orientation, and the environment”, *Journal of Developmental Entrepreneurship* , N° 7 , 2002
- GASSE, Yvon. Elaborations on the psychology of the entrepreneur. *Encyclopedia of entrepreneurship*, 1982, vol. 5771.
- GULATI, Ranjay et SYTCH, Maxim. Dependence asymmetry and joint dependence in interorganizational relationships: Effects of embeddedness on a manufacturer's performance in procurement relationships. *Administrative science quarterly*, 2007, vol. 52, no 1, p. 32-69.
- GUZMÁN, J et JAVIER SANTOS, F. The booster function and the entrepreneurial quality: an application to the province of Seville. *Entrepreneurship & Regional Development*, 2001, vol. 13, no 3, p. 211-228.
- HANSSSEN-BAUER,(J) et SNOW, (C.C): “Responding to Hypercompetition : The Structure and Processes of a Regional Learning Network Organization”, *Organization Science*, N°4, 1996, p. 413-427.
- HECHAVARRIA, (D): “The impact of culture on national prevalence rates of social and commercial entrepreneurship”, *International Entrepreneurship and Management Journal*, N° 04, 2015, pp. 1025-1052.
- HOFFMANN, (T): “The meanings of competency”, *Journal of European Industrial Training*, N°06, 1999, pp.275– 286.
- IBRAHIM ET GOODWIN : « entrepreneuriat et TPE: problématique d'accompagnement », *rede caurn*, N° 40, 2010
- JENNINGS, (J.E) et BEAVER, (G): “The performance and competitive advantage of small firms: A management perspective”, *International Small Business Journal* , N° 2, 1997,pp 63-75.

Bibliographie

- JOY AL, André. Que faire avec la Gaspésie?. *Choix publics et prospective territoriale. Horizon 2025. La Gaspésie: futurs anticipés*, 2001, p. 95-14.
- JULIEN, Pierre-André. *La mesure de l'entrepreneuriat*. < bound method Organization. get_name_with_acronym of< Organization: Institut de la statistique du Québec>>, 2010.
- JULIEN, Pierre-André et ST-PIERRE, Josée. *Dynamiser le développement régional par l'entrepreneuriat: mesures et clés pour agir*. PUQ, 2015.

- KACI, Amina et AMIAR Lila. "L'entrepreneuriat féminin informel en Algérie : cas des femmes entrepreneures de la wilaya de Bejaia." *Revue tadamsa d'unegmu* 3.2 (2023)
- KATZ, (R.L): "Skills of an effective administrator", *Harvard Business Review*, N° 1, 1955, pp. 33-42.
- KATZ, (J) et WILLIAMS, (P): "Gender, self-employment and weak tie networking", *Entrepreneurship and regional development*, N° 3, 1997, pp. 183-198.
- LAICHI, A., BEDDAA, M., & EL BAKKOUCHI, M. (2022). L'entrepreneur : Approches et facteurs de réussite: Cas de la ville d'Er-Rachidia. *International Journal of Accounting, Finance, Auditing, Management and Economics*, 3(3-2)
- LARSON, (P.D): "product quality and total cost", *international journal of physical distribution and logistic management*, N° 06, 1993, pp. 4-10
- LUMPKIN, (G.T) et DESS, (G.G): "Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance", *Academy of Management Review*, N° 21, 1996, pp. 135-172.
- LYONS, Thomas S. *Le système de ligue entrepreneuriale : transformer l'économie de votre communauté grâce au développement des entreprises. Washington, DC : La Commission régionale des Appalaches* , 2002.
- MANOLOVA, (T. S) et alii: "Breaking the family and friends' circle: predictors of external financing usage among men and women entrepreneurs in a transitional economy", *Venture capital*, N°2, 2015, p. 109-132.
- Manolova, (T.S), Eunni, (R. V) et Gyoshev, (B.S) : " Institutional environments for entrepreneurship: Evidence from emerging economies in eastern Europe", *Entrepreneurship Theory and Practice*, N°1, 2008, pp. 203–218.
- MCCLELLAND, (D): "Characteristics of successful entrepreneurs", *Journal of Creative Behaviour*, N° 21, 2005, pp. 219-233.

Bibliographie

- MCGRATH, (R. G): “Exploratory learning, innovative capacity and managerial oversight”, *Academy of Management Journal*, N°44, 2001, pp. 118–131.
- MICHRAFY, Rhizlane. Mobilité sociale ascendante et accompagnement entrepreneurial: Analyse de la contribution des conseillères en entrepreneuriat de l'ANAPEC à l'autonomisation des femmes. *International Journal of Accounting, Finance, Auditing, Management and Economics*, 2023, vol. 4, no 5-2
- MITCHELMORE, (S) et ROWLEY, (J): “Entrepreneurial competencies of women entrepreneurs pursuing growth”, *Journal of Small Business and Enterprise Development*, N° 01, 2013, pp. 125-142.
- MOORE, (G): “Structural determinants of men’s and women’s personal networks”, *American sociological review*, N°5, 1990, pp. 726-735.
- MORGAN,(M) et HUNT, (S): “The Commitment-Trust Theory of Relationship Marketing”, *Journal of Marketing*, 1994, N° 5, pp.20-38.
- MURPHY, (G. B) et alii: “Measuring performance in entrepreneurship research”, *Journal of Business Research*, N° 1, 1996, pp. 15-23.
- NEIDER, (L): “A preliminary investigation of female entrepreneurs in Florida”, *Journal of Small Business Management*,N°05, 1990
- O'NEILL, (H) et DUCKER,(J): “Survival and failure in small business: An application of strategic prescriptions in entrepreneurial firms”, *Journal of Small Business Management* , N° 24 , 1996, pp.30-37.
- OMRANE, Amina, FAYOLLE, Alain, et ZERIBI-BENSLIMANE, Olfa. Les compétences entrepreneuriales et le processus entrepreneurial: une approche dynamique. *La Revue des Sciences de Gestion*, 2011, no 5, p. 91-100.
- O'REGAN, (N) et GHOBADIAN, (A): “The importance of capabilities for strategic direction and performance”, *Management Decision*, N° 2, 2004, pp.292-312.
- ORHAN, (O) et SCOTT (D): "Why women enter into entrepreneurship: an explanatory model", *Women in Management Review*, N° 16, 2001, pp. 232-247.
- OUKACI Moustafa et ARIF Salah Eddine. "Family entrepreneurship in Bejaia: exploratory study on the owner’s profile and the management of the company.", *Les Cahiers du MECAS*, V° 19, N°1, Juin 2023

Bibliographie

- OUADAH REBRAB Saliha, L'entrepreneuriat féminin en Algérie étude statistique sur la dispersion de l'entrepreneuriat féminin en Algérie. *Revue d'économie et de statistique appliquée*, vol. 13, no 1, 2016
- OUYAHIA Zoubida et TOUIL Rachid-Sofiane, L'entrepreneuriat féminin en quête de défis et d'opportunités: Profils, motivations et freins dévoilés. Female entrepreneurship in search of challenges and opportunities: Profiles, motivations, and barriers revealed. *Revue Algérienne d'Economie et gestion Vol, 2023*, vol. 17, no 01
- PAOLONI, (P) : La dimensione relazionale delle imprese femminili, Franco Angeli, Milano, Italy, 2011.
- PAOLONI (P) et DEMARTINI (P): "The relational capital in female SMEs", *Journal of Academy of Business and Economics*, N° 2, 2012, pp. 23–32.
- PAOLONI, (P) et DUMAY, (J): "The relational capital of micro-enterprises run by women: The start-up phase", *Gender in Management: An International Journal*, N° 15, 2015, pp. 172–197.
- PARANQUE, B. Compétitivité et rentabilité des entreprises industrielles. *Banque de France B*, 1995, vol. 95.
- PAYNE, (A) et FROW, (P): "A strategic framework for customer relationship management", *Journal of Marketing*, N°04 ,2005, pp. 167-176.
- PERREN, (L): "Factors in the growth of micro-enterprises (part 2): Exploring the implication", *Journal of Small Business and Enterprise Development* , N° 4, 2000, pp. 366-385.
- POWELL (G.N) et MAINIERO (L.A): « Cross-currents in the river of time: Conceptualizing the complexities of women'scareers », *Journal of Management*, N° 02, 1992, pp. 215-237.
- PRAHALAD, (C. K) et HAMEL, (G) : « The core competence of the corporation», *Harvard Business Review*, N°68, 1990, pp. 79-91.
- RAPIN, Joachim et GENDRON, Sylvie. Le réalisme critique: la valeur de sa réflexion ontologique et épistémologique pour la créativité méthodologique des chercheurs qualitatifs engagés en faveur d'une transformation plus juste des structures. *RECHERCHES QUALITATIVES*, 2022.
- ROBINSON, (S) et STUBBERUD, (H. A): "Sources of Advice in Entrepreneurship: Gender Differences in Business Owners", *International Journal of Entrepreneurship*, N°13, 2009, pp. 83-101.
- ROWE, (C):"Clarifying the use of competence and competency models in recruitment, assessment and staff development", *Industrial and Commercial Training*, N° 11, 1995, pp.12–17.

Bibliographie

- Ruef, (M), Aldrich, (H) et Carter, (N): “The structure of founding teams: Homophily, strong ties, and isolation among US entrepreneurs”. *Sociologie review*, N°6,2003, pp.195–222.
- SHINNAR, (R.A): “Entrepreneurial perceptions and intentions: the role of gender and culture”, *Entrepreneurship, Theory and Practice*, N° 03, 2012, pp. 465-493.
- ST-CYR, Louise et GAGNON, Stéphanie. *Les entrepreneures québécoises: taille des entreprises et performance*. École des hautes études commerciales [Chaire de développement et de relève de la PME], 2003.
- TERPSTRA, (D.E) et OLSON, (P. D) : « Entrepreneurial start-up and growth: A classification of problems”, *Entrepreneurship Theory and Practice*, N° 3, 1993, pp. 5-20.
- TOUNÉS, Azzedine. L’intention entrepreneuriale des étudiants : le cas français. *La revue des sciences de gestion*, 2006, no 3
- VALCOUR, (M) et LADGE, (J): « Family and career path characteristics as predictors of women’s objective and subjective career success: Integrating traditional and protean career explanations », *Journal of Vocational Behavior*, N° 7, 2008, pp.300-309.
- VESPER, (K. H): *New venture strategies*, Englewood Cliffs, N.J, Prentice-Hall, 1990.
- Wach, (K): *Regional surroundings of small and medium-sized enterprises*, Publishing House of the Cracow University of Economics, N° 14, 2008
- WALKER, (E) et BROWN, (A): “What success factors are important to small business owners?” *International Small Business Journal* , N°6,2004,pp. 577-593.
- Wash,(K)et Wojciechowski, (L): *Entrepreneurial Intentions of Students in Poland in the View of Ajzen’s Theory of Planned Behaviour* , *entrepreneurial business and economic review*, N° 4, 2016
- WANG, (Y) et POUTZIOURIS, (P): “Entrepreneurial risk taking: empirical evidence from UK family firms”, *Entrepreneurial Behavior & Research*, N° 16, 2010, pp. 370- 388.
- WELSH, (D.H.B): “Saudi women entrepreneurs: a growing economic segment”, *Journal of Business Research*, N° 67, 2014, pp. 758-762.
- WIKLUND, (J): “The sustainability of the entrepreneurial orientation-performance relationship”, *Entrepreneurship Theory & Practice*, N° 1, 1999, pp.37-49.
- YANG, (C. W): “The relationships among leadership styles, entrepreneurial orientation and firm performance”, *Managing Global Transitions*, N° 6, 2008, pp.257–275.

Bibliographie

- YARBONME, Dabekoa. Les facteurs déterminants du succès entrepreneurial des femmes au Togo. *International Journal of Accounting, Finance, Auditing, Management and Economics*, 2023, vol. 4, no 5-2
- ZAPPAROLI, Marzio. Conceptions théoriques méthodologiques sobre investigación. *Girasol: revista de la escuela de estudios generales*, 2003, vol. 5
- ZOGNING, Félix. L'accompagnement de l'entrepreneuriat féminin dans les pays africains en développement. *Revue Organisations & Territoires*, 2021, vol. 30, no 2, p. 53-63.
- ZOGNING, Félix. L'entrepreneuriat féminin dans les pays émergents et en développement à l'ère du numérique. *Journal of Small Business & Entrepreneurship*, 2021, vol. 33, no 4, p. 371-375.

Ouvrage:

- ALDRICH, (H): *Networking among women entrepreneurs: Women owned businesses*, Praeger edition, New York, 1989.
- BASSO Olivier et PHEULPIN Sylvie. « Chapitre 4. L'intrapreneuriat. Pour surmonter le déclin des grandes entreprises ? », Catherine Léger-Jarniou éd., *Le grand livre de l'entrepreneuriat*. Dunod, 2013, p : 83
- BOISSIN Jean-Pierre, et GRAZZINI Frédérique. « Chapitre 6. Transmission et reprise. La continuité grâce à un nouveau départ », Catherine Léger-Jarniou éd., *Le grand livre de l'entrepreneuriat*. Dunod, 2013, pp : 121-128
- BONCLER Jérôme, HLADY RISPAL Martine et PAPIN Christophe. « Chapitre 17. L'entrepreneuriat social. En quête d'un équilibre entre marché, état et solidarité », Catherine Léger-Jarniou éd., *Le grand livre de l'entrepreneuriat*. Dunod, 2013, p: 322
- BOURBONNAIS Régis et TERRAZA Virginie, *Analyse des séries temporelles*. Dunod, 2022, p : 323-324
- BRENET Pascale, « Chapitre 5. L'extrapreneuriat. Quand les salariés deviennent entrepreneurs », Catherine Léger-Jarniou éd., *Le grand livre de l'entrepreneuriat*. Dunod, 2013 , p: 99
- BROCKHAUS, (R.H): « *The psychology of the entrepreneur* », Vesper edition, Englewood Cliffs NJ, Prentice Hall, 1992.

Bibliographie

- BROCKHAUS, Robert H. et HORWITZ Pamela S, « The Psychology of the Entrepreneur, The Art and Science of Entrepreneurship ». *D. Sexton and R. Smilor eds*, 1986.
- BRUNET-MBAPPE Anne, « Chapitre 2. L'échec entrepreneurial. Par-delà le tabou », Catherine Léger-Jarniou éd., *Le grand livre de l'entrepreneuriat*. Dunod, 2013, P : 52
- CARRICANO Manu, POUJOL Fanny et BERTANDIAS Laurent. *Analyse de données avec SPSS®*. Pearson Education France, 2010.
- CHABAUD Didier. « Chapitre 8. Les entreprises familiales. Au cœur de l'entrepreneuriat ? », Catherine Léger-Jarniou éd., *Le grand livre de l'entrepreneuriat*. Dunod, 2013, p: 159
- CHASSERIO Stephanie, PAILLOT Philippe, et POROLI Corinne, « Chapitre 9. Les femmes entrepreneures. Une irrésistible ascension », Catherine Léger-Jarniou éd., *Le grand livre de l'entrepreneuriat*. Dunod, 2013
- CONSTANTINIDIS Christina, « Femmes entrepreneures », dans : Pierre-Marie Chauvin éd., *Dictionnaire sociologique de l'entrepreneuriat*. Paris, Presses de Sciences Po, « Références », 2014, p. 287-300. DOI : 10.3917/scpo.chauv.2015.01.0287. URL : <https://www.cairn.info/dictionnaire-sociologique-de-l-entrepreneuriat--9782724616408-page-287.htm>
- COOPER, (A.C) et alii: *Entrepreneurs, process of founding, and new firm performance*, PWS Kent Publishing, Paris, 1992.
- Emin, (S) et Philippart, (P) : David Clarence McClelland. La motivation de l'entrepreneur, in book: *Les Grands Auteurs en Entrepreneuriat* ,Edition: Management et Société, Collection Grands Auteurs, Chapter: David Clarence McClelland. La motivation de l'entrepreneur, 2005
- FONROUGE Cécile, et PETZOLD Stéphanie, « Chapitre 16. L'entrepreneuriat durable. Nouvel eldorado ? », Catherine Léger-Jarniou éd., *Le grand livre de l'entrepreneuriat*. Dunod, 2013
- FORGUES Bernard, « VI. Howard E. Aldrich – Évolution, variation, entrepreneuriat », éd., *Les Grands Auteurs en Management*. EMS Editions, 2017, pp. 80-96.
- GILAD, (B.S): *Entrepreneurial Decision Making: Some Behavioral Considerations*, Handbook of Behavioral Economics, Volume A, , JAI Press, Greenwich,1996
- HELLRIEGEL, (D) et alii: *Managing: A competency based approach* (11th ed.), Mason, Thomson South- Western, 2008.

Bibliographie

- HICKS, (P. C): Importance of women for national development in LDCs, Lagos: Essen Press Ltd, 2013.
- JANSSEN, Frank, et Bernard Surlemont. « Chapitre 1. L'entrepreneuriat », Frank Janssen éd., *Entreprendre. Une introduction à l'entrepreneuriat*. De Boeck Supérieur, 2016, pp. 29-38.
- JANSSEN Frank, et al. « Chapitre 2. L'entrepreneur », Frank Janssen éd., *Entreprendre. Une introduction à l'entrepreneuriat*. De Boeck Supérieur, 2016, pp. 39-58.
- JOLIS, (N) : Piloter les compétences: de la logique de poste à l'atout-compétence, Éditions d'Organisation, Paris, 2000.
- Léger-Jarniou, Catherine. « Introduction. Un état des lieux de l'entrepreneuriat », Catherine Léger-Jarniou éd., *Le grand livre de l'entrepreneuriat*. Dunod, 2013, pp. 7-21.
- LIGTHELM, (A) et CANT, (M. C): Business success factors of SMEs in Gauteng: a proactive entrepreneurial approach, Bureau of Market Research, University of South Africa, 2002
- MCCLELLAND (D): "Sources of need for achievement," Human Motivation, a Book of Readings,1994
- Mertens, Sybille, Sophie Bacq, et Julie Rijpens. « chapitre 18. L'entrepreneuriat social », Frank Janssen éd., *Entreprendre. Une introduction à l'entrepreneuriat*. De Boeck Supérieur, 2016, pp. 335-360.
- MESSEGHEM Karim, et SAMMUT Sylvie. « Chapitre 14. L'accompagnement entrepreneurial. Facteur de réussite », Catherine Léger-Jarniou éd., *Le grand livre de l'entrepreneuriat*. Dunod, 2013, pp. 271-285.
- NABILI, (M,K) :Breaking the barriers to higher economic growth :Better governance and deeper reforms in the Middle East and North Africa, Washington, DC : World Bank Publication , Numéro 6914, Décembre 2007
- NIEMAN, (G): Small business management: A South African approach, Van Schaik Publishers, 2006
- RASHID Sumayya and RATTEN Vanessa. "A systematic literature review on women entrepreneurship in emerging economies while reflecting specifically on SAARC countries." *Entrepreneurship and organizational change : Managing innovation and creative capabilities* (2020): 37

Bibliographie

- Richer, St-Cyr, et Beaudoin, « 2. L'apport spécifique de la recherche sur les entrepreneures », Presses de l'Université de Montréal, Montréal, 2018, p. 43-69
- RICHER et ST-CYR: l'entrepreneuriat féminin au Québec, open edition books, 2007
- ROSENBLATT, (P.C) et alii: *The Family in Business*, Jossey-Bass, San Francisco, 1995.
- SANTOS, Francisco J., LIÑÁN, Francisco, et ROOMI, Muhammad A. A cognitive attempt to understanding female entrepreneurial potential: the role of social norms and culture. 2010
- SCHMITT Christophe et LIEVRE Pascal, *Nouvelles perspectives en entrepreneuriat : de la pratique aux activités entrepreneuriales*, collection “ organisations en action”, PUN-Editions universitaires de LORRAINE,2012
- SHAW, (E) et alii: *Unequal Entrepreneurs: Why Female Entrepreneurship is an Uphill Struggle*, The Industrial Society Policy Report. 2001.
- Surlémont, Bernard. « Chapitre 4. De l'idée à l'opportunité », Frank Janssen éd., *Entreprendre. Une introduction à l'entrepreneuriat*. De Boeck Supérieur, 2016
- VAN PRAAG (M.C): *Entrepreneurship and Human Capital*, Amsterdam Center for Entrepreneurship, Faculty of Economics and Business , University of Amsterdam ,The Netherlands, 2006
- WELTER, Friederike et SMALLBONE, David. The embeddedness of women's entrepreneurship in a transition context. In : *Women entrepreneurs and the global environment for growth*. Edward Elgar Publishing, 2010.

Thèses

- DALI, Chantale. *L'émergence de l'entrepreneuriat féminin dans un processus de développement local en milieu rural : le cas de la sous-préfecture de Gadouan en Côte d'Ivoire*. 2014. Thèse de doctorat. Université du Québec à Rimouski
- GERAUDEL, (M) : Réseau personnel du dirigeant de PME et accès aux ressources : le rôle modérateur de la personnalité, Thèse de doctorat en sciences de gestion, Institut de Recherche en Gestion et en Economie, Université de Savoie, France, 2012.
- LACLE, Nadine. *Etude de la dynamique entrepreneuriale en entrepreneuriat féminin, une lecture par le Business Model du cas des mampreneurs*. 2020. Thèse de doctorat. Université Paris-Saclay.

Bibliographie

-LAHAIE Alexandrine, DISCRIMINATIONS INTERSECTIONNELLES EN DROIT À L'ÉGALITÉ CANADIEN : COMPLEXITÉS CATÉGORIQUES, THÉORIES FÉMINISTES ET TRAVAIL DE SOINS, mémoire de Maîtrise en droit (LL.M.), Université McGill, Aout 2023

- LEE-GOSSELIN Hélène, VILLENEUVE Martine, and HOUSIEAUX Caroline. "Réalités, besoins et défis des femmes entrepreneures de la région de la Capitale-Nationale." Conférence régionale des élus de la Capitale-Nationale, 2010.

- MEGHARI, Randa. *Les déterminants du choix d'une carrière entrepreneuriale cas d'étude : Etudiants des écoles du pôle universitaire de Koléa (EHEC, ENSSEA, ESC, ENSM).* 2020. These de doctorat. HEC Alger

-MERABET, Fadia. *Le Sahara algérien à l'épreuve de la mutation touristique : entre attractivité et durabilité." L'Oasis Rouge" de Timimoun.* 2021. Thèse de doctorat. Université Paul Valéry-Montpellier III

Documents :

-CAPRON, Henri. Economie régionale et urbaine. *Notes de cours : http://homepages.vub.ac.be/~hcapron/sylere1_ro.ppt*, 2009, p : 9

-Centre National du Registre De Commerce, « le registre de commerce indicateurs et statistiques », 2022,pp : 46-48

-COLOT, (O) : « Expliquer le phénomène entrepreneurial: les variables environnementales», Cahiers de la Recherche de l'ISC de Paris,2007, pp. 82-97.

-Direction Générale de la Veille Stratégique, des Etudes et des Systèmes d'Information, Bulletin d'information Statistique de la PME, novembre 2018, N 33

-Direction Générale de la Veille Stratégique, des Etudes et des Systèmes d'Information, Bulletin d'information Statistique de la PME, Mars 2022, N 40

-KPMG, Réseau des investisseurs en infrastructure, « Guide de l'investisseur sur la définition de l'infrastructure », 2024, p :4

-Le Registre du Commerce Indicateurs & Statistiques 2022, p 39

- Le Registre du Commerce Indicateurs & Statistiques 2018, p 39

Sites web :

Bibliographie

- Adi Bhat, ? Question pro, « étude transversales et étude longitudinale », [en ligne], 29 mai 2024, [<https://www.questionpro.com/blog/fr/etude-transversale-etude-longitudinale/>], 28 juin 2024
- ALGERIE PRESSE SERVICE. « Les 10 nouvelles wilayas, un renfort pour le développement socioéconomique », [en ligne], 28 Février 202, [<https://www.aps.dz/regions/118329-les-10-nouvelles-wilayas-un-renfort-pour-le-developpement-socioeconomique>], 08 juin 2024
- <https://lecercle-des-redacteurs.com/presque-la-moitie-des-entreprises-ferment-apres-5-ans-dexistence/#:~:text=Selon%20les%20statistiques%20de%20l,entre%20deux%20%C3%A0%20cinq%20ans.>, 14 septembre 2022, consulté le 27 juin.

Les séminaires :

- BLISSON, (D) et RANA, (B. K): The role of entrepreneurial networks: the influence of gender and ethnicity in British SME's, 46th world conference on SMEs in a traditional and new mixed area, Taipei, juin 2001.
- CHAVAN, (M): Demystifying the women entrepreneurship in Sydney, Australia: A best practice model, Actes de la 50e conférence de l'International Council for Small Business, Washington, 16-18 mai 2005
- David, Albert. "Logique, épistémologie et méthodologie en sciences de gestion." *Conférence de l'AIMS*. Vol. 23. 1999. P :3-5
- HAMOUDA, (A) et alii: The role of networking in the creation and development of women-led businesses : a study of female entrepreneurs in Ireland, 26th conference on SMEs in the knowledge-based economy, Grande- Bretagne, novembre 2003.
- Julien, P-A (2012), « entrepreneuriat régional, incertitude et milieu », présentation lors du séminaire GRIDEQ-CRDT du 24 Avril 2012 à Rimouski
- SCHWARTZ (1979), cité dans RACHDI, (F.Z) : L'entrepreneuriat féminin au Maroc : une étude exploratoire, Laboratoire ERMES (Toulon) EDHEC Nice France, huitième congrès international francophone en entrepreneuriat et PME, 2006
- WALKER, (E) et alii: "Risk taking propensity of new women owners: the importance of age", Proceedings Babson College Entrepreneurial Research Conference, Indiana, USA, Accessed from <http://eprints.qut.edu.au>, 2006

Annexes

Annexes

Annexe1

Tableau : Les nouvelles wilayas déléguées dans le Sud de l'Algérie.

Wilaya déléguée	Wilaya
Timimoun	Adrar
Bordj Badji Mokhtar	Adrar
Ouled Djellal	Biskra
Béni Abbès	Béchar
In Salah	Tamanrasset
In Guezzam	Tamanrasset
Touggourt	Ouargla
Djanet	Illizi
El Meghaier	El Oued
El Meniaa	Ghardaïa

Source : Ministère de l'intérieur et des collectivités locales.

Annexes

VARIATION DU NOMBRE D'IMMATRICULATIONS AU REGISTRE DU COMMERCE, ANNEES : 2018 - 2019

WILAYA	PERSONNES PHYSIQUES			PERSONNES MORALES			TOTAL		
	2018	2019	EVOL %	2018	2019	EVOL %	2018	2019	EVOL %
ADRAR	1 678	1 548	-7,7	162	171	5,6	1 840	1 719	-6,6
CHLEF	3 215	2 411	-25	155	169	9	3 370	2 580	-23,4
LAGHOUAT	1 221	975	-20,1	125	76	-39,2	1 346	1 051	-21,9
OUM EL BOUAGHI	2 555	3 021	18,2	232	216	-6,9	2 787	3 237	16,1
BATNA	5 509	4 386	-20,4	393	308	-21,6	5 902	4 694	-20,5
BEJAIA	4 313	3 944	-8,6	513	590	15	4 826	4 534	-6,1
BISKRA	2 674	2 272	-15	242	231	-4,5	2 916	2 503	-14,2
BECHAR	1 050	864	-17,7	66	56	-15,2	1 116	920	-17,6
BLIDA	3 876	3 296	-15	676	643	-4,9	4 552	3 939	-13,5
BOUIRA	2 889	2 304	-20,2	248	203	-18,1	3 137	2 507	-20,1
TAMANRASSET	1 395	1 191	-14,6	77	40	-48,1	1 472	1 231	-16,4
TEBESSA	1 802	1 340	-25,6	169	186	10,1	1 971	1 526	-22,6
TLEMCEEN	4 047	3 333	-17,6	278	257	-7,6	4 325	3 590	-17
TIARET	2 112	2 047	-3,1	108	137	26,9	2 220	2 184	-1,6
TIZI OUZOU	5 768	4 475	-22,4	569	497	-12,7	6 337	4 972	-21,5
ALGER	14 664	12 206	-16,8	4 966	4 404	-11,3	19 630	16 610	-15,4
DJELFA	1 811	1 555	-14,1	171	166	-2,9	1 982	1 721	-13,2
JIJEL	2 777	2 525	-9,1	166	150	-9,6	2 943	2 675	-9,1
SETIF	6 730	5 004	-25,6	999	908	-9,1	7 729	5 912	-23,5
SAIDA	969	873	-9,9	58	57	-1,7	1 027	930	-9,4
SKIKDA	3 200	2 903	-9,3	195	154	-21	3 395	3 057	-10
SIDI BEL ABBES	2 824	2 332	-17,4	181	154	-14,9	3 005	2 486	-17,3
ANNABA	2 879	2 473	-14,1	392	298	-24	3 271	2 771	-15,3
GUELMA	1 867	1 468	-21,4	113	74	-34,5	1 980	1 542	-22,1
CONSTANTINE	4 353	3 839	-11,8	625	575	-8	4 978	4 414	-11,3
MEDEA	2 998	2 296	-23,4	150	100	-33,3	3 148	2 396	-23,9
MOSTAGANEM	2 733	2 295	-16	180	153	-15	2 913	2 448	-16
M'SILA	3 510	2 851	-18,8	331	232	-29,9	3 841	3 083	-19,7
MASCARA	3 076	2 516	-18,2	144	117	-18,8	3 220	2 633	-18,2
OUARGLA	2 024	1 639	-19	413	396	-4,1	2 437	2 035	-16,5
ORAN	6 547	5 677	-13,3	1 420	1 359	-4,3	7 967	7 036	-11,7
EL-BAYEDH	949	774	-18,4	42	44	4,8	991	818	-17,5
ILLIZI	300	335	11,7	29	37	27,6	329	372	13,1
B.BOU ARRERREDJ	3 176	2 213	-30,3	389	337	-13,4	3 565	2 550	-28,5
BOUMERDES	3 072	2 617	-14,8	610	572	-6,2	3 682	3 189	-13,4
EL TARF	1 839	1 550	-15,7	73	82	12,3	1 912	1 632	-14,6
TINDOUF	345	360	4,3	31	42	35,5	376	402	6,9
TISSEMSILT	847	789	-6,8	28	41	46,4	875	830	-5,1
EL-OUED	2 531	1 979	-21,8	298	277	-7	2 829	2 256	-20,3
KHENCHELA	1 196	958	-19,9	98	70	-28,6	1 294	1 028	-20,6
SOUK AHRAS	1 431	1 196	-16,4	62	70	12,9	1 493	1 266	-15,2
TIPAZA	2 279	2 091	-8,2	226	245	8,4	2 505	2 336	-6,7
MILA	2 970	2 282	-23,2	217	240	10,6	3 187	2 522	-20,9
AIN DEFLA	2 527	2 270	-10,2	149	117	-21,5	2 676	2 387	-10,8
NAAMA	973	839	-13,8	41	17	-58,5	1 014	856	-15,6
AIN TEMOUCHENT	1 773	1 500	-15,4	105	85	-19	1 878	1 585	-15,6
GHARDAIA	1 521	1 330	-12,6	168	133	-20,8	1 689	1 463	-13,4
RELIZANE	2 606	2 039	-21,8	151	110	-27,2	2 757	2 149	-22,1
TOTAL NATIONAL	137 401	114 981	-16,3	17 234	15 596	-9,5	154 635	130 577	-15,6

Source : Le Registre du Commerce Indicateurs & Statistiques 2019, p 18

Annexes

**VARIATION DU NOMBRE D'IMMATRICULATIONS AU REGISTRE DU COMMERCE,
ANNEES : 2019 - 2020**

WILAYA	PERSONNES PHYSIQUES			PERSONNES MORALES			TOTAL		
	2019	2020	EVOL %	2019	2020	EVOL %	2019	2020	EVOL %
ADRAR	1 548	2 012	30	171	179	4,7	1 719	2 191	27,5
CHLEF	2 411	2 885	19,7	169	135	-20,1	2 580	3 020	17,1
LAGHOUIAT	975	1 216	24,7	76	89	17,1	1 051	1 305	24,2
OUM EL BOUAGHI	3 021	2 473	-18,1	216	191	-11,6	3 237	2 664	-17,7
BATNA	4 386	5 351	22	308	350	13,6	4 694	5 701	21,5
BEJAIA	3 944	4 121	4,5	590	519	-12	4 534	4 640	2,3
BISKRA	2 272	3 063	34,8	231	187	-19	2 503	3 250	29,8
BECHAR	864	1 131	30,9	56	73	30,4	920	1 204	30,9
BLIDA	3 296	3 844	16,6	643	549	-14,6	3 939	4 393	11,5
BOUIRA	2 304	2 680	16,3	203	169	-16,7	2 507	2 849	13,6
TAMANRASSET	1 191	2 034	70,8	40	85	112,5	1 231	2 119	72,1
TEBESSA	1 340	1 739	29,8	186	170	-8,6	1 526	1 909	25,1
TLEMCEEN	3 333	3 827	14,8	257	252	-1,9	3 590	4 079	13,6
TIARET	2 047	2 592	26,6	137	124	-9,5	2 184	2 716	24,4
TIZI OUZOU	4 475	4 623	3,3	497	501	0,8	4 972	5 124	3,1
ALGER	12 206	13 177	8	4 404	4 083	-7,3	16 610	17 260	3,9
DJELFA	1 555	2 090	34,4	166	199	19,9	1 721	2 289	33
JIJEL	2 525	2 558	1,3	150	124	-17,3	2 675	2 682	0,3
SETIF	5 004	5 600	11,9	908	859	-5,4	5 912	6 459	9,3
SAIDA	873	1 228	40,7	57	45	-21,1	930	1 273	36,9
SKIKDA	2 903	3 049	5	154	123	-20,1	3 057	3 172	3,8
SIDI BEL ABBES	2 332	2 797	19,9	154	170	10,4	2 486	2 967	19,3
ANNABA	2 473	2 634	6,5	298	273	-8,4	2 771	2 907	4,9
GUELMA	1 468	1 745	18,9	74	72	-2,7	1 542	1 817	17,8
CONSTANTINE	3 839	3 874	0,9	575	544	-5,4	4 414	4 418	0,1
MEDEA	2 296	2 835	23,5	100	94	-6	2 396	2 929	22,2
MOSTAGANEM	2 295	2 840	23,7	153	119	-22,2	2 448	2 959	20,9
M'SILA	2 851	3 756	31,7	232	299	28,9	3 083	4 055	31,5
MASCARA	2 516	2 864	13,8	117	128	9,4	2 633	2 992	13,6
OUARGLA	1 639	2 050	25,1	396	426	7,6	2 035	2 476	21,7
ORAN	5 677	6 198	9,2	1 359	1 220	-10,2	7 036	7 418	5,4
EL-BAYEDH	774	1 141	47,4	44	46	4,5	818	1 187	45,1
ILLIZI	335	466	39,1	37	56	51,4	372	522	40,3
B.BOU ARRERREDJ	2 213	2 837	28,2	337	370	9,8	2 550	3 207	25,8
BOUMERDES	2 617	3 141	20	572	558	-2,4	3 189	3 699	16
EL TARF	1 550	1 814	17	82	56	-31,7	1 632	1 870	14,6
TINDOUF	360	469	30,3	42	48	14,3	402	517	28,6
TISSEMSILT	789	959	21,5	41	20	-51,2	830	979	18
EL-OUED	1 979	2 763	39,6	277	353	27,4	2 256	3 116	38,1
KHENCHELA	958	1 240	29,4	70	66	-5,7	1 028	1 306	27
SOUK AHRAS	1 196	1 351	13	70	38	-45,7	1 266	1 389	9,7
TIPAZA	2 091	2 353	12,5	245	241	-1,6	2 336	2 594	11
MILA	2 282	2 787	22,1	240	198	-17,5	2 522	2 985	18,4
AIN DEFLA	2 270	3 036	33,7	117	97	-17,1	2 387	3 133	31,3
NAAMA	839	978	16,6	17	39	129,4	856	1 017	18,8
AIN TEMOUCHENT	1 500	1 593	6,2	85	78	-8,2	1 585	1 671	5,4
GHARDAIA	1 330	1 678	26,2	133	195	46,6	1 463	1 873	28
RELIZANE	2 039	2 723	33,5	110	98	-10,9	2 149	2 821	31,3
TOTAL NATIONAL	114 981	134 215	16,7	15 896	14 908	-4,4	130 577	149 123	14,2

Source : Le Registre du Commerce Indicateurs & Statistiques 2020, p 19

Annexes

VARIATION DU NOMBRE D'IMMATRICULATIONS AU REGISTRE DU COMMERCE, ANNEES : 2020 - 2021

WILAYA	PERSONNES PHYSIQUES			PERSONNES MORALES			TOTAL		
	2020	2021	EVOL %	2020	2021	EVOL %	2020	2021	EVOL %
ADRAR	1 326	1 343	1,3	142	156	9,9	1 468	1 499	2,1
CHLEF	2 885	3 315	14,9	135	185	37	3 020	3 500	15,9
LAGHOUAT	1 216	1 346	10,7	89	85	-4,5	1 305	1 431	9,7
OUM EL BOUAGHI	2 473	2 662	7,6	191	201	5,2	2 664	2 863	7,5
BATNA	5 351	5 330	-0,4	350	334	-4,6	5 701	5 664	-0,6
BEJAIA	4 120	4 452	8,1	519	543	4,6	4 639	4 995	7,7
BISKRA	2 523	2 586	2,5	158	197	24,7	2 681	2 783	3,8
BECHAR	999	1 101	10,2	64	87	35,9	1 063	1 188	11,8
BLIDA	3 845	4 488	16,7	549	767	39,7	4 394	5 255	19,6
BOUIRA	2 680	2 899	8,2	169	221	30,8	2 849	3 120	9,5
TAMENRASET	1 146	1 165	1,7	81	176	117,3	1 227	1 341	9,3
TEBESSA	1 739	1 836	5,6	170	159	-6,5	1 909	1 995	4,5
TLEMCCEN	3 827	4 471	16,8	252	253	0,4	4 079	4 724	15,8
TIARET	2 592	2 835	9,4	124	143	15,3	2 716	2 978	9,6
TIZI OUZOU	4 623	5 553	20,1	501	526	5	5 124	6 079	18,6
ALGER	13 192	16 339	23,9	4 086	4 905	20	17 278	21 244	23
DJELFA	2 090	2 321	11,1	199	224	12,6	2 289	2 545	11,2
JIJEL	2 558	3 022	18,1	124	155	25	2 682	3 177	18,5
SETIF	5 600	7 196	28,5	859	1 063	23,7	6 459	8 259	27,9
SAIDA	1 228	1 732	41	45	54	20	1 273	1 786	40,3
SKIKDA	3 049	3 647	19,6	123	163	32,5	3 172	3 810	20,1
SIDI BEL ABBES	2 796	3 032	8,4	170	158	-7,1	2 966	3 190	7,6
ANNABA	2 634	3 346	27	273	339	24,2	2 907	3 685	26,8
GUELMA	1 745	2 160	23,8	72	66	-8,3	1 817	2 226	22,5
CONSTANTINE	3 874	5 112	32	544	658	21	4 418	5 770	30,6
MEDEA	2 835	2 790	-1,6	94	105	11,7	2 929	2 895	-1,2
MOSTAGANEM	2 840	2 884	1,5	119	229	92,4	2 959	3 113	5,2
M'SILA	3 756	3 708	-1,3	299	345	15,4	4 055	4 053	-0,05
MASCARA	2 864	3 134	9,4	128	137	7	2 992	3 271	9,3
OUARGLA	1 251	1 466	17,2	348	494	42	1 599	1 960	22,6
ORAN	6 197	7 514	21,3	1 218	1 601	31,4	7 415	9 115	22,9
EL BAYADH	1 141	1 035	-9,3	46	40	-13	1 187	1 075	-9,4
ILLIZI	358	224	-37,4	48	46	-4,2	406	270	-33,5
B. BOU ARRERIDJ	2 836	3 006	6	370	428	15,7	3 206	3 434	7,1
BOUMERDES	3 142	3 631	15,6	558	705	26,3	3 700	4 336	17,2
EL TARF	1 814	1 839	1,4	56	72	28,6	1 870	1 911	2,2
TINDOUF	469	488	4,1	48	58	20,8	517	546	5,6
TISSEMSILT	959	951	-0,8	20	25	25	979	976	-0,3
EL OUED	2 212	2 397	8,4	344	433	25,9	2 556	2 830	10,7
KHENCHELA	1 240	1 203	-3	66	51	-22,7	1 306	1 254	-4
SOUK AHRAS	1 351	1 812	34,1	38	58	52,6	1 389	1 870	34,6
TIPAZA	2 353	2 761	17,3	241	249	3,3	2 594	3 010	16
MILA	2 787	3 298	18,3	198	228	15,2	2 985	3 526	18,1
AIN DEFLA	3 036	2 795	-7,9	97	102	5,2	3 133	2 897	-7,5
NAAMA	978	1 083	10,7	39	33	-15,4	1 017	1 116	9,7
AIN TEMOUCHEM	1 593	1 757	10,3	78	101	29,5	1 671	1 858	11,2
GHARDAIA	1 466	1 513	3,2	159	122	-23,3	1 625	1 635	0,6
RELIZANE	2 723	2 617	-3,9	98	104	6,1	2 821	2 721	-3,5
TIMIMOUN	433	471	8,8	29	27	-6,9	462	498	7,8
B. BADJI MOKHTAR	253	204	-19,4	8	9	12,5	261	213	-18,4
OULED DJELLAL	540	621	15	29	27	-6,9	569	648	13,9
BENI ABBES	132	138	4,5	9	5	-44,4	141	143	1,4
AIN SALAH	256	316	23,4	2	8	300	258	324	25,6
AIN GUEZZAM	632	146	-76,9	2	43	2 050	634	189	-70,2
TOUGGOURT	799	874	9,4	78	113	44,9	877	987	12,5
DJANET	108	142	31,5	8	68	750	116	210	81
EL M'GHAIR	551	507	-8	9	6	-33,3	560	513	-8,4
EL MENIAA	212	260	22,6	36	22	-38,9	248	282	13,7
TOTAL NATIONAL	134 228	150 874	12,4	14 909	17 912	20,1	149 137	168 786	13,2

Source : Le Registre du Commerce Indicateurs & Statistiques 2021, p 15

Annexes

VARIATION DU NOMBRE D'IMMATRICULATIONS AU REGISTRE DU COMMERCE, ANNEES : 2021 - 2022

WILAYA	PERSONNES PHYSIQUES			PERSONNES MORALES			TOTAL		
	2021	2022	EVOL %	2021	2022	EVOL %	2021	2022	EVOL %
ADRAR	1 343	1 355	0,9	156	196	25,6	1 499	1 551	3,5
CHLEF	3 315	3 401	2,6	185	210	13,5	3 500	3 611	3,2
LAGHOUAT	1 346	1 532	13,8	85	102	20	1 431	1 634	14,2
OUM EL BOUAGHI	2 662	2 932	10,1	201	245	21,9	2 863	3 177	11
BATNA	5 330	5 230	-1,9	334	403	20,7	5 664	5 633	-0,5
BEJAIA	4 452	4 512	1,3	543	543	0	4 995	5 055	1,2
BISKRA	2 586	2 669	3,2	197	184	-6,6	2 783	2 853	2,5
BECHAR	1 101	968	-12,1	87	74	-14,9	1 188	1 042	-12,3
BLIDA	4 488	4 502	0,3	767	810	5,6	5 255	5 312	1,1
BOUIRA	2 899	2 939	1,4	221	226	2,3	3 120	3 165	1,4
TAMENRASET	1 165	1 055	-9,4	176	100	-43,2	1 341	1 155	-13,9
TEBESSA	1 836	1 957	6,6	159	167	5	1 995	2 124	6,5
TLEMCEM	4 471	4 028	-9,9	253	291	15	4 724	4 319	-8,6
TIARET	2 835	2 945	3,9	143	115	-19,6	2 978	3 060	2,8
TIZI OUZOU	5 553	5 664	2	526	507	-3,6	6 079	6 171	1,5
ALGER	16 339	16 046	-1,8	4 905	5 246	7	21 244	21 292	0,2
DJELFA	2 321	2 653	14,3	224	239	6,7	2 545	2 892	13,6
JIJEL	3 022	2 901	-4	155	149	-3,9	3 177	3 050	-4
SETIF	7 196	7 028	-2,3	1 063	1 315	23,7	8 259	8 343	1
SAIDA	1 732	1 300	-24,9	54	49	-9,3	1 786	1 349	-24,5
SKIKDA	3 647	3 650	0,1	163	165	1,2	3 810	3 815	0,1
SIDI BEL ABBES	3 032	2 983	-1,6	158	158	0	3 190	3 141	-1,5
ANNABA	3 346	3 371	0,7	339	307	-9,4	3 685	3 678	-0,2
GUELMA	2 160	1 925	-10,9	66	58	-12,1	2 226	1 983	-10,9
CONSTANTINE	5 112	5 250	2,7	658	640	-2,7	5 770	5 890	2,1
MEDEA	2 790	2 957	6	105	136	29,5	2 895	3 093	6,8
MOSTAGANEM	2 884	2 897	0,5	229	220	-3,9	3 113	3 117	0,1
M'SILA	3 708	4 241	14,4	345	413	19,7	4 053	4 654	14,83
MASCARA	3 134	3 127	-0,2	137	140	2,2	3 271	3 267	-0,1
OUARGLA	1 466	1 411	-3,8	494	559	13,2	1 960	1 970	0,5
ORAN	7 514	7 711	2,6	1 601	1 618	1,1	9 115	9 329	2,3
EL BAYADH	1 035	943	-8,9	40	39	-2,5	1 075	982	-8,7
ILLIZI	224	262	17	46	37	-19,6	270	299	10,7
B. BOU ARRERIDJ	3 006	3 240	7,8	428	513	19,9	3 434	3 753	9,3
BOUMERDES	3 631	3 880	6,9	705	748	6,1	4 336	4 628	6,7
EL TARF	1 839	1 894	3	72	71	-1,4	1 911	1 965	2,8
TINDOUF	488	482	-1,2	58	51	-12,1	546	533	-2,4
TISSEMSILT	951	1 078	13,4	25	44	76	976	1 122	15
EL OUED	2 397	2 410	0,5	433	428	-1,2	2 830	2 838	0,3
KHENCHELA	1 203	1 403	16,6	51	63	23,5	1 254	1 466	16,9
SOUK AHRAS	1 812	2 043	12,7	58	57	-1,7	1 870	2 100	12,3
TIPAZA	2 761	2 720	-1,5	249	314	26,1	3 010	3 034	0,8
MILA	3 298	3 352	1,6	228	261	14,5	3 526	3 613	2,5
AIN DEFLA	2 795	2 657	-4,9	102	104	2	2 897	2 761	-4,7
NAAMA	1 083	1 172	8,2	33	50	51,5	1 116	1 222	9,5
AIN TEMOUCHEM	1 757	1 710	-2,7	101	84	-16,8	1 858	1 794	-3,4
GHARDAIA	1 513	1 320	-12,8	122	150	23	1 635	1 470	-10,1
RELIZANE	2 617	2 399	-8,3	104	94	-9,6	2 721	2 493	-8,4
TIMIMOUN	471	460	-2,3	27	43	59,3	498	503	1
B. BADJI MOKHTAR	204	306	50	9	19	111,1	213	325	52,6
OULED DJELLAL	621	582	-6,3	27	29	7,4	648	611	-5,7
BENI ABBES	138	136	-1,4	5	7	40	143	143	0
AIN SALAH	316	311	-1,6	8	24	200	324	335	3,4
AIN GUEZZAM	146	213	45,9	43	25	-41,9	189	238	25,9
TOUGGOURT	874	1 037	18,6	113	153	35,4	987	1 190	20,6
DJANET	142	239	68,3	68	23	-66,2	210	262	24,8
EL M'GHAIR	507	455	-10,3	6	30	400	513	485	-5,5
EL MENIAA	260	308	18,5	22	30	36,4	282	338	19,9
TOTAL NATIONAL	150 874	152 152	0,8	17 912	19 076	6,5	168 786	171 228	1,4

Source : Le Registre du Commerce Indicateurs & Statistiques 2022, p 14

Annexes

Annexe 2

REPARTITION DES COMMERÇANTS (PERSONNES PHYSIQUES - GENRE FEMININ) PAR CLASSE D'ÂGE A FIN 2022

WILAYA	CLASSES D'ÂGE							TOTAL
	18-19 ans	20-28 ans	29-38 ans	39-48 ans	49-58 ans	59-68 ans	69 ans et +	
ADRAR	1	96	331	377	399	266	154	1 624
CHLEF	1	183	816	1 103	1 119	692	575	4 489
LAGHOUAT	1	94	400	573	732	532	303	2 635
OUM EL BOUAGHI	0	68	336	536	524	521	443	2 428
BATNA	2	212	944	1 316	1 224	687	559	4 944
BEJAIA	1	236	1 274	1 421	943	353	249	4 477
BISKRA	1	123	513	709	744	401	273	2 764
BECHAR	1	78	302	483	585	470	387	2 306
BLIDA	1	154	879	1 181	1 087	694	791	4 787
BOUIRA	1	127	559	707	621	312	289	2 616
TAMENRASSET	0	73	257	344	281	173	91	1 219
TEBESSA	3	70	362	661	803	620	554	3 073
TLEMCEEN	1	214	1 049	1 381	1 408	815	677	5 545
TIARET	0	133	453	504	660	474	375	2 599
TIZI OUZOU	2	308	1 692	2 303	1 553	521	380	6 759
ALGER	2	460	2 302	3 174	3 140	1 632	1 979	12 689
DJELFA	3	103	581	743	742	402	307	2 881
JIJEL	1	77	569	694	823	468	482	3 114
SETIF	0	157	614	710	638	415	428	2 962
SAIDA	0	56	320	431	470	368	301	1 946
SKIKDA	1	124	580	875	1 056	676	591	3 903
SIDI BEL ABBES	2	239	1 144	1 562	1 546	892	643	6 028
ANNABA	0	188	864	989	941	563	554	4 099
GUELMA	0	70	466	725	815	573	421	3 070
CONSTANTINE	0	214	923	1 211	1 428	974	1 086	5 836
MEDEA	2	57	258	313	407	363	345	1 745
MOSTAGANEM	0	118	518	657	615	341	324	2 573
M'SILA	1	99	483	670	652	390	238	2 533
MASCARA	1	181	602	808	964	647	595	3 798
OUARGLA	0	79	383	518	461	317	184	1 942
ORAN	7	575	2 104	2 809	2 252	1 157	1 163	10 067
EL BAYADH	0	63	215	412	599	345	141	1 775
ILLIZI	0	16	64	88	73	37	24	302
B. BOU ARRERIDJ	1	38	225	340	302	166	156	1 228
BOUMERDES	2	143	772	1 051	762	372	390	3 492
EL TARF	1	78	371	638	631	457	298	2 474
TINDOUF	0	31	134	219	194	134	87	799
TISSEMSILT	1	48	196	231	311	278	200	1 265
EL OUED	2	129	511	644	652	265	133	2 336
KHENCHELA	0	78	263	421	442	348	284	1 836
SOUK AHRAS	0	103	536	769	873	616	580	3 477
TIPAZA	3	177	853	1 112	1 024	529	514	4 212
MILA	1	79	403	628	640	462	446	2 659
AIN DEFLA	1	103	499	675	648	467	412	2 805
NAAMA	1	94	357	544	607	324	198	2 125
AIN TEMOUCHEM	1	132	407	678	606	368	326	2 518
GHARDAIA	0	43	206	313	348	172	80	1 162
RELIZANE	0	136	593	644	618	423	383	2 797
TIMIMOUN	0	36	136	166	151	82	40	611
B. BADJI MOKHTAR	0	6	31	24	31	13	5	110
OULED DJELLAL	1	36	151	211	210	97	23	729
BENI ABBES	0	14	63	93	106	91	30	397
AIN SALAH	1	23	74	91	97	65	31	382
AIN GUEZZAM	0	16	37	36	24	19	8	140
TOUGGOURT	0	45	329	347	325	162	64	1 272
DJANET	0	11	36	31	18	13	22	131
EL M'GHAIR	0	25	160	245	245	155	52	882
EL MENIAA	0	11	52	73	70	48	26	280
TOTAL NATIONAL	52	6 680	30 552	41 212	40 240	24 217	20 694	163 647
TAUX / TOTAL	0,03%	4,08%	18,67%	25,18%	24,59%	14,80%	12,65%	100%

Source : Le registre de commerce : indicateurs et statistiques 2022, p : 46

Annexes

REPARTITION DES SOCIETES INSCRITES SELON LE GENRE DU GERANT A FIN 2022

WILAYA	NOMBRE DE SOCIETES				TOTAL	%
	FEMININ	%	MASCULIN	%		
ADRAR	97	0,63%	1 868	0,89%	1 965	0,87%
CHLEF	149	0,97%	2 663	1,26%	2 812	1,24%
LAGHOUAT	98	0,64%	1 385	0,66%	1 483	0,66%
OUM EL BOUAGHI	119	0,77%	2 959	1,40%	3 078	1,36%
BATNA	222	1,44%	4 237	2,01%	4 459	1,97%
BEJAIA	424	2,75%	6 369	3,02%	6 793	3,00%
BISKRA	92	0,60%	2 023	0,96%	2 115	0,93%
BECHAR	54	0,35%	913	0,43%	967	0,43%
BLIDA	645	4,19%	8 213	3,89%	8 858	3,91%
BOUIRA	166	1,08%	2 265	1,07%	2 431	1,07%
TAMENRASSET	22	0,14%	895	0,42%	917	0,41%
TEBESSA	103	0,67%	2 849	1,35%	2 952	1,30%
TLEMCEM	168	1,09%	3 059	1,45%	3 227	1,43%
TIARET	69	0,45%	1 665	0,79%	1 734	0,77%
TIZI OUZOU	411	2,67%	6 428	3,05%	6 839	3,02%
ALGER	6 615	42,95%	65 310	30,96%	71 925	31,77%
DJELFA	99	0,64%	2 176	1,03%	2 275	1,00%
JIJEL	76	0,49%	1 636	0,78%	1 712	0,76%
SETIF	441	2,86%	11 352	5,38%	11 793	5,21%
SAIDA	35	0,23%	771	0,37%	806	0,36%
SKIKDA	127	0,82%	2 123	1,01%	2 250	0,99%
SIDI BEL ABBES	162	1,05%	2 221	1,05%	2 383	1,05%
ANNABA	383	2,49%	4 629	2,19%	5 012	2,21%
GUELMA	78	0,51%	1 079	0,51%	1 157	0,51%
CONSTANTINE	614	3,99%	8 563	4,06%	9 177	4,05%
MEDEA	64	0,42%	1 449	0,69%	1 513	0,67%
MOSTAGANEM	114	0,74%	1 937	0,92%	2 051	0,91%
M'SILA	138	0,90%	3 260	1,55%	3 398	1,50%
MASCARA	98	0,64%	1 739	0,82%	1 837	0,81%
OUARGLA	280	1,82%	4 945	2,34%	5 225	2,31%
ORAN	1 478	9,60%	17 159	8,13%	18 637	8,23%
EL BAYADH	24	0,16%	394	0,19%	418	0,18%
ILLIZI	10	0,06%	410	0,19%	420	0,19%
B. BOU ARRERIDJ	210	1,36%	4 273	2,03%	4 483	1,98%
BOUMERDES	444	2,88%	6 889	3,27%	7 333	3,24%
EL TARF	70	0,45%	992	0,47%	1 062	0,47%
TINDOUF	25	0,16%	385	0,18%	410	0,18%
TISSEMSILT	16	0,10%	409	0,19%	425	0,19%
EL OUED	86	0,56%	3 546	1,68%	3 632	1,60%
KHENCHELA	60	0,39%	1 026	0,49%	1 086	0,48%
SOUK AHRAS	56	0,36%	848	0,40%	904	0,40%
TIPAZA	283	1,84%	2 837	1,34%	3 120	1,38%
MILA	69	0,45%	2 325	1,10%	2 394	1,06%
AIN DEFLA	93	0,60%	1 552	0,74%	1 645	0,73%
NAAMA	14	0,09%	521	0,25%	535	0,24%
AIN TEMOUCHENT	55	0,36%	1 112	0,53%	1 167	0,52%
GHARDAIA	54	0,35%	1 549	0,73%	1 603	0,71%
RELIZANE	84	0,55%	1 250	0,59%	1 334	0,59%
TIMIMOUN	8	0,05%	281	0,13%	289	0,13%
B. BADJI MOKHTAR	5	0,03%	90	0,04%	95	0,04%
OULED DJELLAL	7	0,05%	222	0,11%	229	0,10%
BENI ABBES	2	0,01%	44	0,02%	46	0,02%
AIN SALAH	9	0,06%	133	0,06%	142	0,06%
AIN GUEZZAM	2	0,01%	96	0,05%	98	0,04%
TOUGGOURT	44	0,29%	1 082	0,51%	1 126	0,50%
DJANET	5	0,03%	139	0,07%	144	0,06%
EL M'GHAIR	11	0,07%	182	0,09%	193	0,09%
EL MENIAA	15	0,10%	246	0,12%	261	0,12%
TOTAL NATIONAL	15 402	100%	210 973	100%	226 375	100%

Source : Le registre de commerce : indicateurs et statistiques 2022, p : 48

Annexes

REPARTITION DES COMMERCANTS INSCRITS (PERSONNES PHYSIQUES ET MORALES) AU REGISTRE DU COMMERCE PAR SECTEUR D'ACTIVITE ET PAR WILAYA, A FIN 2022

WILAYA	SECTEURS D'ACTIVITES							TOTAL WILAYA
	PROD. BIENS.	ETS.PROD.ART.	DIST. GROS	IMPORT	DIST. DETAIL	SERVICES	EXPORT	
ADRAR	3 132	10	1 240	49	8 775	6 881	146	20 233
CHLEF	5 875	162	1 831	148	22 750	20 188	35	50 989
LAGHOUAT	3 464	52	2 040	88	7 979	7 608	24	21 255
OUM EL BOUAGHI	6 192	107	2 650	1 237	18 710	16 492	57	45 445
BATNA	10 903	30	4 663	879	32 505	28 343	102	77 425
BEJAIA	16 297	127	2 470	833	28 321	32 742	78	80 868
BISKRA	4 080	4	1 657	159	15 327	11 657	475	33 359
BECHAR	2 240	39	812	49	5 988	5 243	39	14 410
BLIDA	11 302	266	4 497	1 716	29 556	30 148	224	77 709
BOUIRA	6 646	22	1 172	186	18 072	16 864	58	43 020
TAMENRASET	2 423	60	1 253	48	6 358	6 469	117	16 728
TEBESSA	4 687	12	1 378	967	15 030	12 753	76	34 903
TLEMCEEN	6 816	39	1 187	396	29 733	20 989	129	59 289
TIARET	6 732	102	2 250	120	21 049	15 852	23	46 128
TIZI OUZOU	19 158	59	2 312	552	35 115	37 915	74	95 185
ALGER	50 391	1 372	16 078	15 796	113 889	127 525	1 445	326 496
DJELFA	6 562	8	3 791	140	15 429	11 984	30	37 944
JIJEL	5 494	116	976	123	20 252	16 370	55	43 386
SETIF	15 983	68	4 707	2 996	48 374	34 436	168	106 732
SAIDA	3 498	32	1 155	26	9 008	6 117	8	19 844
SKIKDA	6 853	41	1 137	157	25 871	21 558	56	55 673
SIDI BEL ABBES	6 673	27	3 096	231	21 260	17 528	45	48 860
ANNABA	7 238	220	1 540	534	19 505	21 136	149	50 322
GUELMA	3 714	19	523	102	14 001	12 690	33	31 082
CONSTANTINE	12 302	1 076	6 120	2 136	33 895	31 793	119	87 441
MEDEA	5 277	9	1 480	167	22 922	15 743	40	45 638
MOSTAGANEM	4 868	29	921	189	19 848	12 828	33	38 716
M'SILA	6 880	28	3 366	537	25 873	20 719	110	57 513
MASCARA	4 920	29	1 946	230	23 223	15 445	38	45 831
OUARGLA	6 849	32	2 527	211	9 052	15 177	62	33 910
ORAN	19 114	113	6 843	3 199	47 315	44 031	275	120 890
EL BAYADH	1 368	3	538	10	6 050	3 011	8	10 988
ILLIZI	1 546	33	182	9	1 556	2 699	21	6 046
B. BOU ARRERIDJ	6 482	16	1 722	753	19 607	15 996	52	44 628
BOUMERDES	11 083	182	2 684	904	21 134	25 774	188	61 949
EL TARF	4 061	25	331	99	13 507	10 561	46	28 630
TINDOUF	1 103	18	220	17	2 668	2 703	137	6 866
TISSEMSILT	2 281	3	299	6	5 588	4 151	6	12 334
EL OUED	5 968	2	937	398	14 151	13 214	168	34 838
KHENCHELA	3 906	52	1 031	96	8 391	9 343	29	22 848
SOUK AHRAS	3 316	19	405	66	11 588	10 019	14	25 427
TIPAZA	6 323	37	1 403	420	17 219	16 890	119	42 411
MILA	6 858	141	1 727	336	21 971	16 458	74	47 565
AIN DEFLA	3 805	37	902	98	18 398	14 670	30	37 940
NAAMA	2 121	29	518	45	6 831	4 368	11	13 923
AIN TEMOUCHEM	2 950	17	703	86	11 982	10 295	28	26 061
GHARDAIA	3 412	22	939	92	7 971	7 242	47	19 725
RELIZANE	4 159	30	1 177	121	20 268	11 722	17	37 494
TIMIMOUN	653	4	192	4	2 956	1 590	12	5 411
B. BADJI MOKHTAR	240	0	589	1	1 714	448	17	3 009
OULED DJELLAL	781	0	177	9	3 538	1 878	50	6 433
BENI ABBES	162	2	18	1	946	418	2	1 549
AIN SALAH	465	0	141	1	1 654	1 347	3	3 611
AIN GUEZZAM	298	18	204	2	2 609	422	20	3 573
TOUGGOURT	2 376	16	458	59	5 520	3 874	45	12 348
DJANET	304	76	85	0	720	570	1	1 756
EL M'GHAIR	865	1	107	6	3 701	2 563	22	7 265
EL MENIAA	561	2	153	11	1 429	1 501	12	3 669
TOTAL NATIONAL	354 010	5 095	105 460	37 851	998 652	888 951	5 502	2 395 521
Taux / Total	14,8%	0,2%	4,4%	1,6%	41,7%	37,1%	0,2%	100%

Source : Le registre de commerce : indicateurs et statistiques 2022, p : 34

Annexes

Annexe 3 : Les tableaux d'analyse de validation et fiabilité des échelles de mesure

a-Validation et fiabilité de l'échelle de mesure « caractéristiques personnelles »

Pour mesurer la variable « caractéristiques personnelles », nous avons retenu une échelle multiple a 13 items.

Tableau : fiabilité de l'échelle de mesure « caractéristiques personnelles »

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,702	13

Source : Etablie par le logiciel SPSS V-26

Nous observons dans le tableau ci-dessus que l'indice d'Alpha Cronbach égal à 0,702 est supérieure à 0,6 ce qui signifie que l'échelle de mesure a une bonne cohérence interne

Tableau : Corrélation et coefficient α avec variables supprimée « caractéristiques personnelles »

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
besoin1	47,82	21,220	,471	,670
besoin2	47,93	21,953	,309	,688
besoin3	47,90	21,159	,389	,677
besoin4	47,97	21,492	,376	,680
besoin5	48,04	22,632	,292	,691
controle1	48,36	21,840	,357	,683
controle2	47,94	20,560	,488	,665
controle3	48,17	21,437	,399	,677
risq1	48,76	22,296	,108	,724
risq2	49,10	21,723	,175	,712
risq3	49,29	22,604	,092	,723
risq4	48,10	19,835	,444	,667
risq5	48,11	18,945	,607	,641

Source : Etablie par le logiciel SPSS V-26

Nous observons dans le tableau ci-dessus que toutes les valeurs de corrélations sont supérieures à 0,3 sauf pour la valeur de corrélation des Items besoin5, Risque1, Risque2 et Risque3 que nous devons éliminer du construit pour passer à l'analyse APC.

Annexes

Validation de la fiabilité de l'échelle de mesure caractéristiques personnelles après épuración

Tableau : fiabilité de l'échelle de mesure « caractéristiques personnelles » après épuración

Cronbach's	
Alpha	N of Items
,792	9

Source : Etablie par le logiciel SPSS V-26

Nous observons dans le tableau ci-dessus que l'indice d'Alpha Cronbach est passé de 0,702 à 0,792 ce qui signifie que l'échelle de mesure a une meilleure cohérence interne.

Tableau : Corrélation et coefficient α avec variables supprimée « caractéristiques personnelles » après épuración

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
besoin1	33,85	13,990	,616	,756
besoin2	33,96	14,181	,520	,767
besoin3	33,93	13,728	,549	,762
besoin4	34,00	14,310	,483	,771
controle1	34,39	15,452	,294	,793
controle2	33,97	13,661	,570	,759
controle3	34,19	15,145	,331	,790
risq4	34,13	13,688	,404	,787
risq5	34,14	12,826	,591	,754

Source : Etablie par le logiciel SPSS V-26

Nous observons dans le tableau ci-dessus que toutes les valeurs de corrélations sont supérieures à 0,3. Sauf pour la valeur de corrélation de l'item contrôle1 que nous devons éliminer du construit pour passer à l'analyse APC.

Validation de la fiabilité l'échelle de mesure des caractéristiques personnelles après épuración

Tableau : fiabilité de l'échelle de mesure « caractéristiques personnelles » après épuración

Cronbach's	
Alpha	N of Items
,793	8

Source : Etablie par le logiciel SPSS V-26

Annexes

Nous observons dans le tableau ci-dessus que l'indice d'Alpha Cronbach est passé de 0,792 à 0,793 ce qui signifie que l'échelle de mesure a une très bonne cohérence interne.

Tableau : Corrélation et coefficient α avec variables supprimée « caractéristiques personnelles » après épuration

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
besoin1	29,92	12,162	,633	,754
besoin2	30,03	12,506	,498	,771
besoin3	30,00	11,831	,581	,758
besoin4	30,07	12,460	,498	,771
controle2	30,04	11,759	,605	,754
controle3	30,26	13,746	,240	,806
risq4	30,19	11,877	,412	,790
risq5	30,21	11,097	,598	,754

Source : Etablie par le logiciel SPSS V-26

Nous observons du tableau ci-dessus que toutes les valeurs de corrélation sont Sup a 0,3. Sauf pour l'item Contrôle 3 qu'il faut éliminer du construit.

Tableau : Mesure de l'adéquation de l'échantillonnage (KMO) et Test de sphéricité de Bartlett « caractéristiques personnelles »

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		,758
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	161,299
	df	21
	Sig.	,000

Source : Etablie par le logiciel SPSS V-26

Nous observons du tableau ci-dessus la valeur du test KMO égale à 0,758 est méritoire. Ce qui nous permet de suivre la conduite à tenir d'une analyse en composante principale (ACP) sur les 07 nouveaux Items qui représentent les caractéristiques personnelles.

Nous observons aussi la valeur de khi2 égale à 161,299 et le test de sphéricité de Bartlett (P=0,000) qui est significative car il est bien inférieure a 0,5 nous pouvons alors rejeter l'hypothèse nulle du coefficient de corrélation et confirmer l'hypothèse de factorisation.

Annexes

Tableau : communalites « caractéristiques personnelles »

Communalities		
	Initial	Extraction
besoin1	1,000	,600
besoin2	1,000	,429
besoin3	1,000	,696
besoin4	1,000	,609
controle2	1,000	,598
risq4	1,000	,714
risq5	1,000	,760

Source : Etablie par le logiciel SPSS V-26

Quant à la communalité, nous observons dans le tableau ci-dessus que toutes les communalites sont supérieures à 0,5 sauf pour les Items besoin 2 que nous devons éliminer pour valider le modèle.

Pour mesurer la variable « caractéristiques personnelles », nous avons retenu avec au départ une échelle multiple a 13 items, pour arriver à une échelle a 6 items dont nous allons vérifier la fiabilité.

Tableau : fiabilité de l'échelle de mesure « caractéristiques personnelles » après épuration

Cronbach's	
Alpha	N of Items
,787	6

Source : Etablie par le logiciel SPSS V-26

Nous observons dans le tableau ci-dessus que l'indice d'Alpha Cronbach est passé à 0,787 ce qui signifie que l'échelle de mesure a une très bonne cohérence interne.

Annexes

Analyse factorielle appliquée à la variable « caractéristiques personnelles » après épuration¹

Tableau : Mesure de l'adéquation de l'échantillonnage (KMO) et Test de sphéricité de Bartlett « caractéristiques personnelles » après épuration

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		,737
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	133,918
	df	15
	Sig.	,000

Source : Etablie par le logiciel SPSS V-26

Nous observons du tableau ci-dessus que la valeur du test KMO est passée de 0,758 à 0,737 mais reste toujours méritoire. Ce qui nous permet de suivre la procédure d'une analyse en composante principale (ACP) sur les 06 nouveaux Items qui représentent les caractéristiques personnelles.

Avec la valeur de khi2 égale à 133,918 et le test de sphéricité de Bartlett (P=0,000) qui est significatif car il est bien inférieur à 0,5 nous pouvons alors rejeter l'hypothèse nulle du coefficient de corrélation et confirmer l'hypothèse de factorisation.

Tableau : communalites « caractéristiques personnelles » après épuration

	Initial	Extraction
besoin1	1,000	,570
besoin3	1,000	,741
besoin4	1,000	,622
controle2	1,000	,612
risq4	1,000	,752
risq5	1,000	,768

Source : Etablie par le logiciel SPSS V-26

Quant à la communalité, nous observons dans le tableau ci-dessus que toutes les communalités sont supérieures à 0,5. et des contributions factorielles entre 0,570 et 0,768.

Nous validons après l'analyse de la fiabilité et l'analyse factorielle de l'échelle de mesure « caractéristiques personnelles » les Items suivant : besoin1, besoin3, besoin4, contrôle2, risq4, risq5.

¹ Voir Annexe 3

Annexes

Tableau : Variance totale expliquée « caractéristiques personnelles »

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	3,001	50,025	50,025	3,001	50,025	50,025
2	1,064	17,729	67,754	1,064	17,729	67,754
3	,723	12,043	79,797			
4	,535	8,924	88,721			
5	,370	6,162	94,884			
6	,307	5,116	100,000			

Source : Etablie par le logiciel SPSS V-26

Le tableau ci-dessus indique que l'échelle de mesure des caractéristiques personnelles est bidimensionnelle. Ces 02 dimensions permettent d'expliquer 67,754% de la variance totale.

6.2.1.2 Validation et fiabilité de l'échelle de mesure compétences de la femme entrepreneure :

Pour mesurer la variable « compétences de la femme entrepreneure », nous avons retenu une échelle multiple a 12 items.

Tableau : fiabilité de l'échelle de mesure « compétences de la femme entrepreneure »

Cronbach's Alpha	N of Items
,922	12

Source : Etablie par le logiciel SPSS V-26

Nous observons dans le tableau ci-dessus que l'indice d'Alpha Cronbach égal à 0,922 ce qui signifie que l'échelle de mesure a une excellente cohérence interne.

Annexes

Tableau : Corrélations et coefficients α avec variables supprimées « compétences de la femme entrepreneure »

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
compet_e1	46,61	41,621	,701	,915
compt_e2	46,86	45,389	,455	,924
compt_e3	46,61	39,931	,818	,909
compt_e4	46,53	41,802	,773	,912
compt_e5	46,61	40,100	,835	,909
compt_a1	46,82	42,657	,596	,920
compt_a2	47,04	45,731	,378	,927
compt_a3	46,90	45,554	,414	,926
compt_a4	46,53	41,520	,763	,912
compt_a5	46,50	41,493	,781	,911
compt_a6	46,44	41,912	,793	,911
compt_a7	46,47	41,774	,789	,911

Source : Etablie par le logiciel SPSS V-26

Nous observons du tableau ci-dessus que toutes les valeurs de corrélation sont supérieures à 0,3 ce qui indique que tous les Items sont représentatifs du construit. Nous pouvons alors faire l'analyse factorielle selon la méthode APC.

Analyse factorielle

Tableau : Mesure de l'adéquation de l'échantillonnage (KMO) et Test de sphéricité de Bartlett « compétences de la femme entrepreneure »

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		,790
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	755,261
	df	66
	Sig.	,000

Source : Etablie par le logiciel SPSS V-26

La valeur de KMO qui est égale à 0,790 est méritoire car elle est supérieure à 0,7 ce qui nous permet d'appliquer la conduite à tenir d'une analyse en composante principale (ACP) sur les 12 Items qui représentent les performances de la femme entrepreneure.

Annexes

La valeur de khi2 égale à 755,261 est élevée, et le test de sphéricité de Bartlett (P=0,000) est significative car il est bien inférieure à 0,5 nous pouvons alors rejeter l'hypothèse nulle du coefficient de corrélation et confirmer l'hypothèse de factorisation ce qui justifie l'application de l'analyse en composantes principal (ACP) dans le but de représenter la réussite entrepreneuriale féminine dans des axes factoriels.

Tableau : Communalité « compétences de la femme entrepreneure »

Communalities		
	Initial	Extraction
compet_e1	1,000	,589
compt_e2	1,000	,660
compt_e3	1,000	,756
compt_e4	1,000	,717
compt_e5	1,000	,777
compt_a1	1,000	,456
compt_a2	1,000	,387
compt_a3	1,000	,767
compt_a4	1,000	,682
compt_a5	1,000	,742
compt_a6	1,000	,849
compt_a7	1,000	,786

Source : Etablie par le logiciel SPSS V-26

Quant à la communalité, nous observant que toutes les valeurs d'extraction sont supérieures à 0,5 sauf pour l'Item compétence. a1 et a2 que nous devons éliminer du modèle.

Pour mesurer la variable « compétences de la femme entrepreneure », nous avons retenu avec au départ une échelle multiple à 12 items, pour arriver à une échelle à 10 items dont nous allons vérifier la fiabilité.

Tableau : fiabilité de l'échelle de mesure « compétences de la femme entrepreneure » après épuration

Cronbach's	
Alpha	N of Items
,926	10

Source : Etablie par le logiciel SPSS V-26

Annexes

Nous observons dans le tableau ci-dessus que l'indice d'Alpha Cronbach est passé à 0,926 ce qui signifie que l'échelle de mesure a une excellente cohérence interne.

Analyse factorielle appliquée à la variable « compétences de la femme entrepreneure » épuration

Tableau : Mesure de l'adéquation de l'échantillonnage (KMO) et Test de sphéricité de Bartlett « compétences de la femme entrepreneure » après épuration.

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		,785
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	682,235
	df	45
	Sig.	,000

Source : Etablie par le logiciel SPSS V-26

Nous observons du tableau ci-dessus la valeur du test KMO est passée de 0,790 à 0,785 mais reste toujours méritoire.

Nous observons aussi la valeur de khi2 égale à 682,235. Aussi le test de sphéricité de Bartlett (P=0,000) qui est significative car il est bien inférieur à 0,5 nous pouvons alors rejeter l'hypothèse nulle du coefficient de corrélation et confirmer l'hypothèse de factorisation.

Tableau : communalites « compétences de la femme entrepreneure » après épuration

	Initial	Extraction
compet_e1	1,000	,640
compt_e2	1,000	,799
compt_e3	1,000	,777
compt_e4	1,000	,715
compt_e5	1,000	,769
compt_a3	1,000	,738
compt_a4	1,000	,673
compt_a5	1,000	,747
compt_a6	1,000	,863
compt_a7	1,000	,794

Source : Etablie par le logiciel SPSS V-26

Quant à la communalité, nous observons dans le tableau ci-dessus que toutes les communalités sont supérieures à 0,5. et des contributions factorielles entre 0,640 et 0,863.

Annexes

Nous validons après l'analyse de la fiabilité et l'analyse factorielle de l'échelle de mesure « compétences de la femme entrepreneure » les Items suivant : (compt e1, compt e2, compt e3, compt e4, compt e5, compt a 3, compt a4, compt a5, compt a6, compt a7).

Tableau : Variance totale expliquée « compétences de la femme entrepreneure »

Composant	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of	Cumulative %	Total	% of	Cumulative %	Total	% of	Cumulative %
		Variance			Variance			Variance	
1	6,159	61,588	61,588	6,159	61,588	61,588	5,609	56,092	56,092
2	1,357	13,565	75,153	1,357	13,565	75,153	1,906	19,062	75,153
3	,613	6,133	81,286						
4	,572	5,721	87,007						
5	,429	4,295	91,302						
6	,372	3,724	95,026						
7	,226	2,259	97,284						
8	,179	1,793	99,077						
9	,060	,598	99,675						
10	,032	,325	100,000						

Source : Etablie par le logiciel SPSS V-26

Le tableau ci-dessus indique que l'échelle de mesure des compétences de la femme entrepreneure est bidimensionnelle. Ces 02 dimensions permettent d'expliquer 75,153% de la variance totale.

6.2.1.3 Validation et fiabilité de l'échelle « Facteurs micro économiques » :

Pour mesurer la mesure « Facteurs micro économiques », nous avons retenu une échelle multiple a 22 items composée de 04 items pour la variable « rôle de la famille », 10 items pour la variable « réseaux de contact » et 8 items pour la variable « ressources financières ».

Tableau : fiabilité de la mesure d'échelle « Facteurs microéconomiques »

Cronbach's Alpha	N of Items
,841	22

Source : Etablie par le logiciel SPSS V-26

Nous observons dans le tableau ci-dessus que l'indice d'Alpha Cronbach égal à 0,841 ce qui signifie que l'échelle de mesure a une excellente cohérence interne.

Annexes

Validation de l'échelle de mesure « facteurs micros économiques »

Tableau : Corrélation et coefficient α avec variables supprimée « Facteurs microéconomiques »

Item-Total Statistics					
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
fami1	71,39	75,706	,521	,704	,829
fami2	71,81	76,666	,373	,595	,839
fami3	71,46	76,308	,518	,700	,830
fami4	71,71	75,646	,619	,812	,825
reseaux1	71,12	80,843	,354	,675	,837
reseaux2	71,37	82,407	,223	,543	,843
reseaux3	71,53	80,394	,467	,614	,833
reseaux4	71,36	80,769	,445	,689	,834
reseaux5	71,22	81,753	,384	,654	,836
reseaux6	71,42	79,908	,533	,799	,831
reseaux7	71,69	81,004	,381	,395	,836
reseaux8	73,22	81,330	,326	,875	,838
reseaux9	73,07	79,080	,415	,794	,834
reseaux10	71,81	79,652	,540	,938	,830
ressources1	71,75	79,035	,493	,902	,831
ressources2	71,36	75,530	,553	,789	,828
ressources3	73,03	84,309	,182	,626	,842
ressources4	73,33	86,197	,108	,387	,843
ressources5	71,76	78,605	,499	,869	,831
ressources6	73,11	83,255	,268	,816	,840
ressources7	71,43	84,389	,151	,594	,844
ressources8	71,75	79,092	,513	,919	,831

Source : Etablie par le logiciel SPSS V-26

Nous observons dans le tableau ci-dessus que toutes les valeurs de corrélation sont supérieures à 0,3 sauf pour deux items réseaux 2, ressources 3, ressources 4, ressources 6, ressources 7 que nous devons éliminer pour avoir une bonne qualité de l'échelle de mesure.

Tableau : test fiabilité de l'échelle de mesure « facteurs microéconomiques »

Cronbach's Alpha	N of Items
,849	17

Source : Etablie par le logiciel SPSS V-26

Annexes

Nous observons dans le tableau ci-dessus que l'indice d'Alpha Cronbach égal à 0,849 ce qui signifie que l'échelle de mesure a une bonne cohérence interne

Tableau : Corrélations et coefficient α avec variables supprimées « facteurs microéconomiques »

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
fami1	57,07	60,911	,544	,607	,837
fami2	57,49	62,084	,373	,443	,850
fami3	57,14	61,164	,560	,672	,836
fami4	57,39	60,466	,674	,803	,829
reseaux1	56,81	66,412	,319	,376	,848
reseaux3	57,21	65,745	,450	,580	,842
reseaux4	57,04	66,012	,434	,684	,843
reseaux5	56,90	66,906	,372	,614	,845
reseaux6	57,10	65,357	,511	,790	,840
reseaux7	57,37	66,069	,382	,312	,845
reseaux8	58,90	67,103	,273	,671	,850
reseaux9	58,75	64,894	,377	,711	,845
reseaux10	57,49	64,760	,550	,933	,838
ressources1	57,43	64,530	,476	,888	,840
ressources2	57,04	60,604	,586	,779	,834
ressources5	57,44	63,969	,495	,858	,839
ressources8	57,43	64,051	,538	,912	,838

Source : Source : Etablie par le logiciel SPSS V-26

Nous observons dans le tableau ci-dessus que toutes les valeurs de corrélation sont supérieures à 0,3 sauf pour deux items réseaux 8 que nous devons éliminer pour avoir une bonne qualité de l'échelle de mesure.

Tableau : test de fiabilité de l'échelle de mesure « facteurs microéconomiques » après élimination

Cronbach's Alpha	N of Items
,850	16

Source : Source : Etablie par le logiciel SPSS V-26

Annexes

Tableau : Corrélation et coefficient α avec variables supprimées « Facteurs microéconomiques »

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
fami1	54,97	56,534	,547	,599	,837
fami2	55,39	57,649	,375	,430	,851
fami3	55,04	56,745	,566	,670	,836
fami4	55,29	55,900	,693	,798	,828
reseaux1	54,71	61,533	,346	,374	,847
reseaux3	55,11	61,340	,443	,567	,843
reseaux4	54,94	61,349	,449	,682	,843
reseaux5	54,81	62,215	,388	,611	,845
reseaux6	55,00	60,845	,515	,790	,840
reseaux7	55,28	61,584	,381	,310	,845
reseaux9	56,65	61,526	,302	,411	,850
reseaux10	55,39	60,297	,552	,933	,838
ressources1	55,33	60,056	,478	,886	,841
ressources2	54,94	56,363	,581	,758	,835
ressources5	55,35	59,554	,494	,858	,840
ressources8	55,33	59,606	,540	,910	,838

Source : Source : Etablie par le logiciel SPSS V-26

Nous pouvons observer dans le tableau ci-dessus que toutes les valeurs de corrélations sont supérieures à 0,3. Ce qui traduit une bonne fiabilité de l'échelle de mesure et nous permet de passer à l'analyse factorielle APC.

Analyse Factorielle de l'échelle de mesure « facteurs microéconomiques »

Tableau : Mesure de l'adéquation de l'échantillonnage (KMO) et Test de sphéricité de Bartlett « facteurs microéconomiques »

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		,745
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	821,612
	df	120
	Sig.	,000

Source : Source : Etablie par le logiciel SPSS V-26

Nous observons du tableau ci-dessus la valeur du test KMO égale à 0,745 est méritoire. Ce qui nous permet de suivre la conduite à tenir d'une analyse en composante principale (ACP) sur les 16 nouveaux Items qui représentent le construit « facteurs microéconomiques ».

Annexes

Nous observons aussi la valeur de khi2 égale à 821,612 et le test de sphéricité de Bartlett (P=0,000) qui est significative car il est bien inférieure à 0,5 nous pouvons alors rejeter l'hypothèse nulle du coefficient de corrélation et confirmer l'hypothèse de factorisation.

Tableau : Communalites « facteurs micro-économiques ».

Communalities		
	Initial	Extraction
fami1	1,000	,660
fami2	1,000	,560
fami3	1,000	,676
fami4	1,000	,783
reseaux1	1,000	,612
reseaux3	1,000	,678
reseaux4	1,000	,715
reseaux5	1,000	,692
reseaux6	1,000	,828
reseaux7	1,000	,385
reseaux9	1,000	,773
reseaux10	1,000	,934
ressources1	1,000	,918
ressources2	1,000	,791
ressources5	1,000	,880
ressources8	1,000	,879

Source : Source : Etablie par le logiciel SPSS V-26

Quant à la communalité, nous observons dans le tableau ci-dessus que toutes les communalites sont supérieures à 0,5. sauf pour les items Réseaux 7 que l'on doit éliminer du modèle pour obtenir une meilleure cohérence interne.

Pour mesurer la variable « facteurs micro économiques », nous avons retenu avec au départ une échelle multiple à 22 items, pour arriver à une échelle à 15 items dont nous allons vérifier la fiabilité.

Tableau : test fiabilité de l'échelle de mesure « facteurs microéconomiques » après épuration

Cronbach's	
Alpha	N of Items
,845	15

Source : Etablie par le logiciel SPSS V-26

Nous observons dans le tableau ci-dessus que l'indice d'Alpha Cronbach est passé à 0,45 ce qui signifie que l'échelle de mesure a une excellente cohérence interne.

Annexes

Analyse factorielle appliquée à la variable « Facteurs microéconomiques » :

Tableau : Mesure de l'adéquation de l'échantillonnage (KMO) et Test de sphéricité de Bartlett « Facteurs microéconomiques » après épuration.

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		,736
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	801,621
	df	105
	Sig.	,000

Source : Etablie par le logiciel SPSS V-26

Nous observons du tableau ci-dessus la valeur du test KMO égale à 0,736 est méritoire. Ce qui nous permet de passer à l'analyse en composante principale (ACP) sur les 15 Items qui représentent le construit « Facteurs micro économiques ».

Nous observons aussi la valeur de khi2 égale à 801,621 et le test de sphéricité de Bartlett (P=0,000) qui est significative car il est bien inférieur à 0,5% nous pouvons alors rejeter l'hypothèse nulle du coefficient de corrélation et confirmer l'hypothèse de factorisation.

Analyse factorielle appliquée à la variable « Facteurs Microéconomiques »

Tableau : communalités « Facteurs Microéconomiques »

	Initial	Extraction
fami1	1,000	,661
fami2	1,000	,561
fami3	1,000	,681
fami4	1,000	,790
reseaux1	1,000	,616
reseaux3	1,000	,698
reseaux4	1,000	,751
reseaux5	1,000	,685
reseaux6	1,000	,839
reseaux9	1,000	,771
reseaux10	1,000	,934
ressources1	1,000	,917
ressources2	1,000	,790
ressources5	1,000	,881
ressources8	1,000	,880

Source : Source : Etablie par le logiciel SPSS V-26

Annexes

Quant à la communalité, nous observons dans le tableau ci-dessus que toutes les communalités sont supérieures à 0,5. et des contributions factorielles entre 0,561 et 0,934. Ce qui signifie que le modèle externe est validé.

Nous validons après l'analyse de la fiabilité et l'analyse factorielle de l'échelle de mesure « facteurs microéconomiques » les Items suivant : fami1, fami2, fami3, fami4, réseaux 1, réseaux 3, réseaux 4, réseaux 5, réseaux 6, réseaux 9, réseaux 10 et ressources 1, ressources 2, ressources 5, ressources 8.

Tableau : Variance totale expliquée « Facteurs microéconomiques »

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	5,084	33,890	33,890	5,084	33,890	33,890
2	2,800	18,668	52,558	2,800	18,668	52,558
3	2,481	16,538	69,096	2,481	16,538	69,096
4	1,092	7,279	76,375	1,092	7,279	76,375
5	,737	4,911	81,286			
6	,640	4,266	85,552			
7	,489	3,261	88,814			
8	,427	2,846	91,660			
9	,381	2,538	94,198			
10	,275	1,835	96,033			
11	,207	1,379	97,412			
12	,147	,980	98,392			
13	,125	,831	99,224			
14	,078	,517	99,741			
15	,039	,259	100,000			

Source : Etablie par le logiciel SPSS V-26

Le tableau ci-dessus indique que l'échelle de mesure « Facteurs microéconomiques » à quatre dimensions qui permettent d'expliquer 76,375% de la variance totale.

e-Validation et fiabilité de l'échelle « facteurs méso économiques »

6.2.1.4 Validation et fiabilité de l'échelle « facteurs méso économiques » :

Pour mesurer la variable « facteurs méso économiques », nous avons retenu une échelle multiple à 12 items composée de la variable « infrastructures » avec 07 items et la variable « dynamique économique locale » avec 05 items.

Annexes

Validation de la fiabilité de l'échelle de mesure

Tableau : fiabilité de l'échelle « Facteurs méso économiques » après épuration

Cronbach's Alpha	N of Items
,816	12

Source : Etablie par le logiciel SPSS V-26

Nous observons dans le tableau ci-dessus que l'indice d'Alpha Cronbach est estimé à 0,816 ce qui signifie que l'échelle de mesure a une excellente cohérence interne.

Tableau : Corrélation et coefficient α avec variables supprimée « facteurs méso économiques »

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
infrastructure1	41,93	36,770	,700	,638	,778
infrastructure2	42,08	43,570	,373	,466	,810
infrastructure3	41,89	38,156	,646	,762	,785
infrastructure4	41,79	38,421	,705	,743	,780
infrastructure5	42,06	41,039	,541	,605	,796
infrastructure6	42,36	37,952	,708	,874	,779
infrastructure7	42,06	34,983	,748	,887	,771
dynamique1	41,53	45,041	,290	,584	,815
dynamique2	41,35	43,892	,433	,642	,806
dynamique3	42,50	46,254	,143	,344	,827
dynamique4	41,56	45,208	,320	,322	,813
dynamique5	42,76	48,493	-,056	,360	,845

Source : Etablie par le logiciel SPSS V-26

Nous observons du tableau ci-dessus que toutes les valeurs de corrélation sont supérieures à 0,3 sauf pour les items dynamique 1,3 et 5 que nous devons éliminer du construit pour améliorer la qualité de l'échelle de mesure facteurs méso économiques.

Pour mesurer la variable « facteurs mes économiques », nous avons retenu une échelle multiple a 09 items.

Tableau : fiabilité de l'échelle « facteurs méso économiques »

Cronbach's Alpha	N of Items
,869	9

Source : Etablie par le logiciel SPSS V-26

Annexes

Nous observons dans le tableau ci-dessus que l'indice d'Alpha Cronbach égal à 0,869 ce qui signifie que l'échelle de mesure a une bonne cohérence interne.

Tableau : Corrélations et coefficient α avec variables supprimées « facteurs méso économiques »

Item-Total Statistics					
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
infrastructure1	31,31	31,736	,718	,626	,844
infrastructure2	31,46	37,632	,438	,433	,869
infrastructure3	31,26	32,197	,735	,751	,842
infrastructure4	31,17	32,592	,790	,722	,838
infrastructure5	31,43	35,544	,578	,594	,858
infrastructure6	31,74	32,704	,740	,856	,842
infrastructure7	31,43	29,770	,789	,872	,836
dynamique2	30,72	39,725	,311	,327	,877
dynamique4	30,93	40,460	,251	,256	,880

Source : Etablie par le logiciel SPSS V-26

Nous observons du tableau ci-dessus que toutes les valeurs de corrélation sont supérieures à 0,3 sauf pour les items dynamique 4 que nous devons éliminer du construit pour améliorer la qualité de l'échelle de mesure ressource financières.

Tableau : fiabilité de l'échelle « facteurs méso économiques » après épuration

Cronbach's Alpha	N of Items
,880	8

Source : Etablie par le logiciel SPSS V-26

Nous observons dans le tableau ci-dessus que l'indice d'Alpha Cronbach égal à 0,880 ce qui signifie que l'échelle de mesure a une très bonne cohérence interne.

Tableau : Corrélations et coefficient α avec variables supprimées « facteurs méso économiques »

Item-Total Statistics					
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
infrastructure1	27,06	29,236	,728	,626	,856
infrastructure2	27,21	35,097	,432	,433	,883
infrastructure3	27,01	29,732	,742	,750	,854
infrastructure5	27,18	32,995	,582	,594	,871

Annexes

infrastructure6	27,49	30,225	,747	,850	,854
infrastructure7	27,18	27,220	,810	,867	,846
dynamique2	26,47	37,436	,269	,172	,894
infrastructure4	26,92	30,134	,796	,722	,849

Source : Etablie par le logiciel SPSS V-26

Nous observons du tableau ci-dessus que toutes les valeurs de corrélation sont supérieures à 0,3 sauf pour les items dynamique2 que nous devons éliminer du construit pour améliorer la qualité de l'échelle de mesure ressources financières.

Tableau : Test de fiabilité de l'échelle de mesure « facteurs mes économiques » après épuration

Cronbach's	
Alpha	N of Items
,894	7

Source : Etablie par le logiciel SPSS V-26

Nous observons dans le tableau ci-dessus que l'indice d'Alpha Cronbach égal à 0,894 ce qui signifie que l'échelle de mesure a une très bonne cohérence interne.

Tableau : Corrélation et coefficient α avec variables supprimées « facteurs mésoéconomies » après épuration

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
infrastructure1	22,60	26,638	,729	,624	,874
infrastructure2	22,75	32,387	,419	,432	,905
infrastructure3	22,56	27,208	,734	,750	,873
infrastructure5	22,72	30,034	,604	,587	,888
infrastructure6	23,03	27,379	,769	,850	,869
infrastructure7	22,72	24,598	,822	,867	,862
infrastructure4	22,46	27,688	,778	,707	,869

Source : Etablie par nous même

Nous observons dans le tableau ci-dessus que toutes les valeurs de corrélations sont supérieures à 0,3.

Annexes

Tableau : Mesure de l'adéquation de l'échantillonnage (KMO) et Test de sphéricité de Bartlett « facteurs mesoeconomiques »

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		,712
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	358,489
	df	21
	Sig.	,000

Source : Etablie par le logiciel SPSS V-26

La valeur de KMO qui est égale à 0,712 est méritoire car elle est supérieure à 0.6 ce qui nous permet d'appliquer la conduite à tenir d'une analyse en composante principale (ACP) sur les 07 Items qui représentent l'accessibilité au territoire (infrastructures).

La valeur de khi2 égale à 358,489 est élevée, et le test de sphéricité de Bartlett (P=0,000) est significative car il est bien inférieure a 0,5 nous pouvons alors rejeter l'hypothèse nulle du coefficient de corrélation et confirmer l'hypothèse de factorisation ce qui justifie l'application de l'analyse en composantes principal (ACP).

Tableau : Communalites « accessibilité au territoire »

Communalities		
	Initial	Extraction
infrastructure1	1,000	,660
infrastructure2	1,000	,271
infrastructure3	1,000	,666
infrastructure4	1,000	,717
infrastructure5	1,000	,503
infrastructure6	1,000	,704
infrastructure7	1,000	,788

Source : Etablie par le logiciel SPSS V-26

Quant à la communalité, nous observons dans le tableau ci-dessus que toutes les communalites sont supérieures à 0,5. sauf pour l'item infrastructure 2 que nous devons éliminer du construit.

Pour mesurer la variable « facteurs méso économiques », nous avons retenu avec au départ une échelle multiple a 12 items, pour arriver à une échelle a 6 items dont nous allons vérifier la fiabilité.

Annexes

Tableau : Test de fiabilité de l'échelle de mesure « facteurs mes économiques » après épuration

Cronbach's	
Alpha	N of Items
,905	6

Source : Etablie par le logiciel SPSS V-26

Nous observons dans le tableau ci-dessus que l'indice d'Alpha Cronbach est passé à 0,905 ce qui signifie que l'échelle de mesure a une excellente cohérence interne.

Tableau : Mesure de l'adéquation de l'échantillonnage (KMO) et Test de sphéricité de Bartlett « facteurs méso économiques » après épuration.

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.	,779	
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	321,723
	df	15
	Sig.	,000

Source : Etablie par le logiciel SPSS V-26

Nous observons du tableau ci-dessus la valeur du test KMO est estimée à 0,779 est méritoire. Ce qui nous permet de suivre la conduite à tenir d'une analyse en composante principale (ACP) sur les 06 nouveaux Items qui représentent les facteurs méso économiques.

Nous observons aussi la valeur de khi2 égale à 321,723 et le test de sphéricité de Bartlett (P=0,000) qui est significatif car il est bien inférieur à 0,5 nous pouvons alors rejeter l'hypothèse nulle du coefficient de corrélation et confirmer l'hypothèse de factorisation.

Analyse factorielle appliquée à la variable « Facteurs Méso économiques » :

Tableau : Communalites « facteurs méso économiques » après épuration

	Initial	Extraction
infrastructure1	1,000	,676
infrastructure3	1,000	,638
infrastructure4	1,000	,694
infrastructure5	1,000	,531
infrastructure6	1,000	,723
infrastructure7	1,000	,825

Source : Etablie par le logiciel SPSS V-26

Annexes

Nous observons que toutes les communalités sont supérieures à 0,5 et des contributions factorielles entre 0,531 et 0,825.

Nous validons après l'analyse de la fiabilité et l'analyse factorielle de l'échelle de mesure « facteurs méso économiques » les Items suivant : infrastructures 1, infrastructure 3, infrastructure 4, infrastructure 5, infrastructure 6, infrastructure 7.

Tableau : tableau de la variance totale « facteurs méso économiques »

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	4,087	68,113	68,113	4,087	68,113	68,113
2	,755	12,585	80,698			
3	,604	10,074	90,771			
4	,264	4,400	95,171			
5	,198	3,308	98,479			
6	,091	1,521	100,000			

Source : Etablie par le logiciel SPSS V-26

Le tableau ci-dessus indique que l'échelle de mesure des « facteurs mésoéconomies » est unidimensionnelle. Cette dimension permet d'expliquer 68,113% de la variance totale.

Analyse de l'échelle de mesure « facteurs macroéconomiques »

6.2.1.5 Validation et fiabilité de l'échelle « Facteurs macroéconomiques » :

Pour mesurer la variable « Facteurs macroéconomiques », nous avons retenu une échelle multiple à 08 items composée de 04 items de la variable « environnement gouvernemental » et 04 items de la variable « environnement socioculturel ».

La validation de la fiabilité de l'échelle de mesure « facteurs macro-économique » après épuration :

Tableau : fiabilité de l'échelle « facteurs macroéconomiques »

Cronbach's	
Alpha	N of Items
,704	8

Source : Etablie par le logiciel SPSS V-26

Nous observons dans le tableau ci-dessus que l'indice d'Alpha Cronbach est estimé à 0,704 révélant une bonne cohérence interne supérieure à 0,7.

Annexes

Tableau : Corrélation et coefficient α avec variables supprimée « facteurs macroéconomiques »

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
gouv1	23,39	14,354	,633	,466	,626
gouv2	22,96	16,012	,357	,515	,684
gouv3	23,21	15,266	,398	,510	,675
gouv4	22,10	14,174	,514	,409	,647
env1	22,29	15,477	,409	,369	,673
env2	22,18	16,206	,268	,304	,704
env3	22,14	14,431	,516	,429	,647
env4	23,93	18,150	,080	,127	,733

Source : Etablie par le logiciel SPSS V-26

Nous observons du tableau ci-dessus que toutes les valeurs de corrélation sont supérieures à 0,3 sauf pour l'item env2 et 4 que nous devons éliminer du construit pour améliorer la qualité de l'échelle de mesure dynamique économique locale.

Validation de la fiabilité de l'échelle de mesure après épuration

Tableau : Fiabilité de l'échelle « facteurs macro-économiques » après épuration

Cronbach's Alpha	N of Items
,744	6

Source : Etablie par le logiciel SPSS V-26

Nous observons dans le tableau ci-dessus que l'indice d'Alpha Cronbach est passé de 0,704 à 0,744 révélant une très bonne cohérence interne.

Tableau : Corrélation et coefficient α avec variables supprimées « facteurs Macro-économiques » après épuration

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
gouv1	17,44	10,419	,662	,457	,660
gouv2	17,01	11,281	,479	,468	,708
gouv3	17,26	10,901	,466	,456	,712
gouv4	16,15	10,047	,570	,403	,680

Annexes

env1	16,35	12,089	,310	,273	,752
env3	16,19	11,117	,427	,371	,723

Source : Etablie par le logiciel SPSS V-26

Nous observons dans le tableau ci-dessus que toutes les valeurs de corrélations sont supérieures à 0,3. Nous pouvons donc passer à l'analyse factorielle.

Analyse factorielle appliquée à la variable « Facteurs Macro-économiques » :

Tableau : Mesure de l'adéquation de l'échantillonnage (KMO) et Test de sphéricité de Bartlett « facteurs macroéconomiques »

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		,653
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	119,412
	df	15
	Sig.	,000

Source : Etablie par le logiciel SPSS V-26

Nous observons du tableau ci-dessus la valeur du test KMO est estimé à 0,653 est méritoire. Ce qui nous permet de passer à l'analyse en composante principale (ACP) sur les 06 nouveaux Items qui représentent les facteurs macroéconomiques.

Nous observons aussi la valeur de khi2 est estimée à 119,412, et le test de sphéricité de Bartlett (P=0,000) qui est significatif car il est bien inférieur à 0,5 nous pouvons alors rejeter l'hypothèse nulle du coefficient de corrélation et confirmer l'hypothèse de factorisation.

Tableau : Communalites « Facteurs macroéconomiques »

	Initial	Extraction
gouv1	1,000	,674
gouv2	1,000	,788
gouv3	1,000	,592
gouv4	1,000	,585
env1	1,000	,622
env3	1,000	,646

Source : Etablie par le logiciel SPSS V-26

Nous observons toutes les communalités sont supérieures à 0,5 et des contributions factorielles entre 0,585 et 0,788.

Annexes

Nous validons après l'analyse de la fiabilité et l'analyse factorielle de l'échelle de mesure « facteurs macroéconomiques » les items suivants : gouv1, gouv2, gouv3, gouv4, env1, env3

Tableau : Variance totale expliquée « facteurs macroéconomiques »

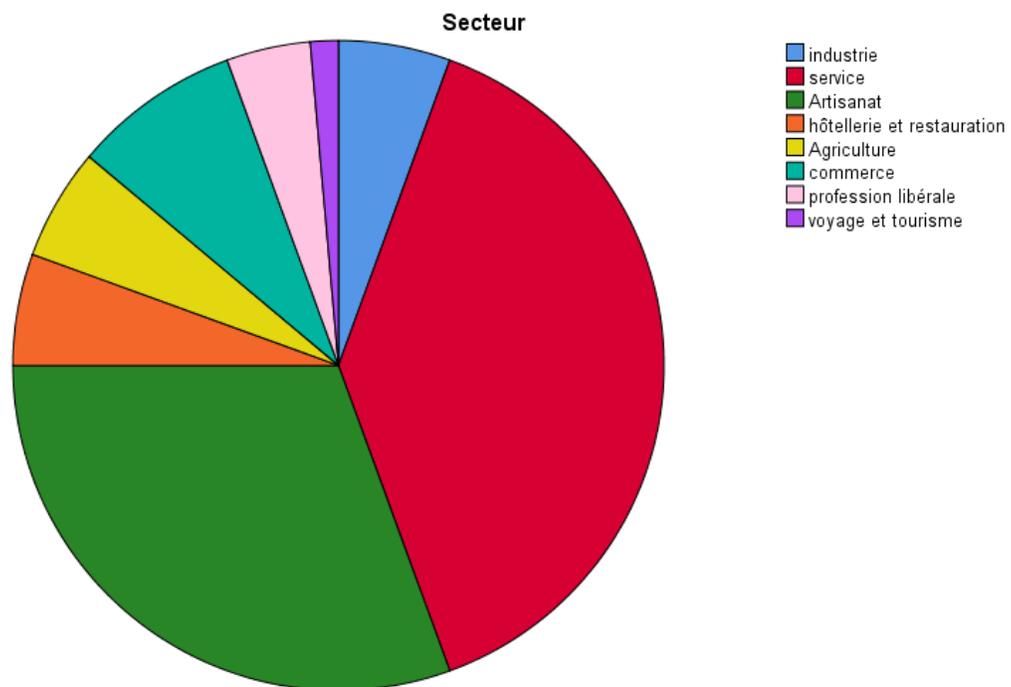
Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	2,699	44,990	44,990	2,699	44,990	44,990
2	1,208	20,137	65,126	1,208	20,137	65,126
3	,893	14,884	80,011			
4	,473	7,888	87,899			
5	,440	7,337	95,236			
6	,286	4,764	100,000			

Source : Etablie par le logiciel SPSS V-26

Le tableau ci-dessus indique que l'échelle de mesure « facteurs macroéconomiques » est bidimensionnelle. Ces deux dimensions permettent d'expliquer 65,126% de la variance totale.

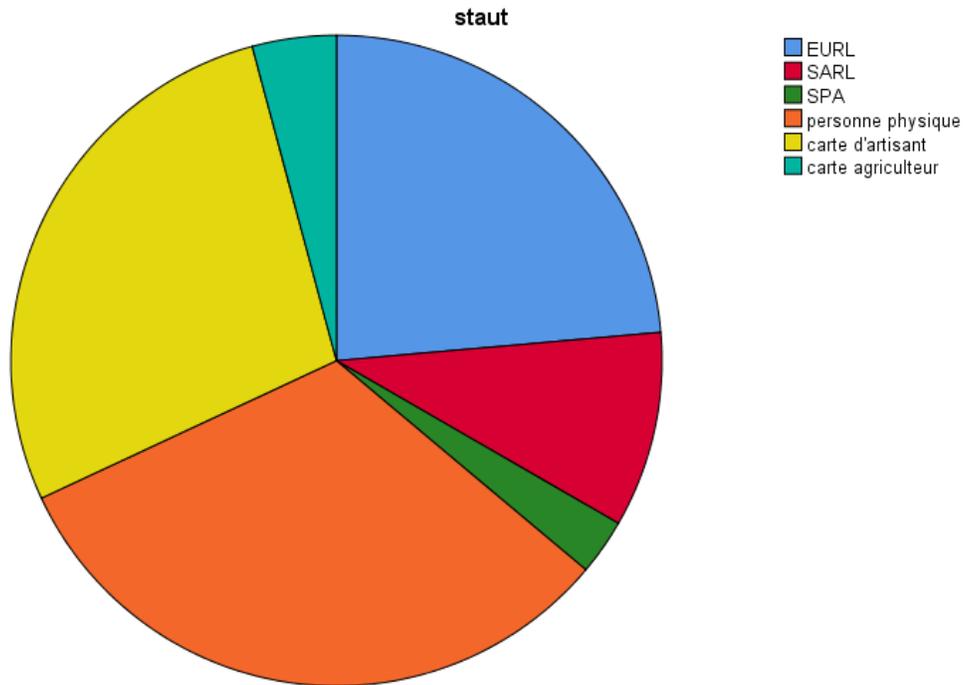
Annexe 4 : Figures d'analyse descriptives

Figure : Secteur d'activité de l'entreprise



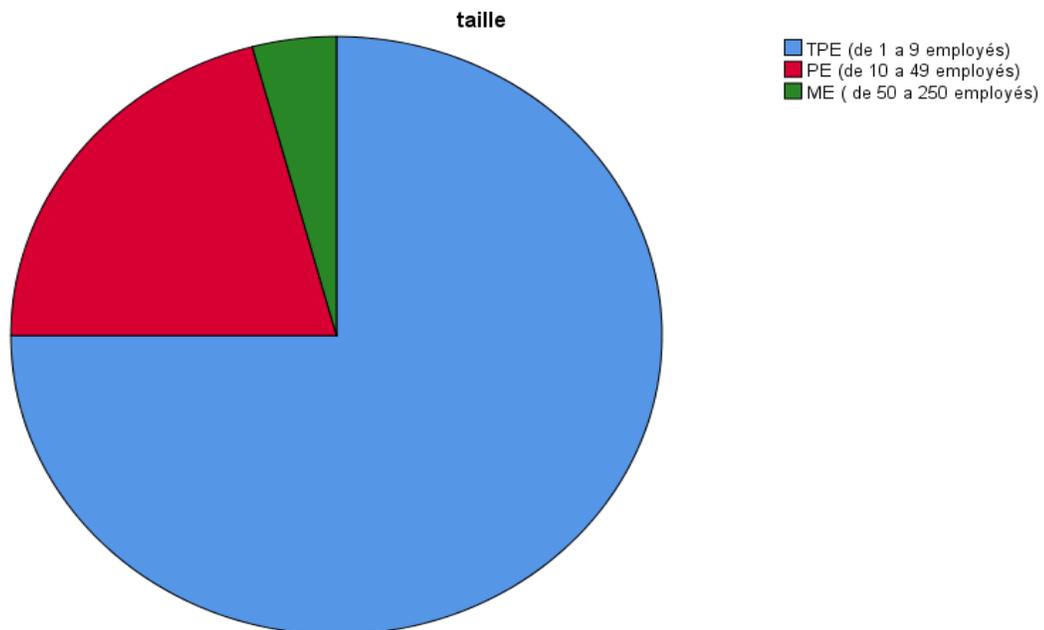
Source : Etablie par nous même

Figure : Statut juridique



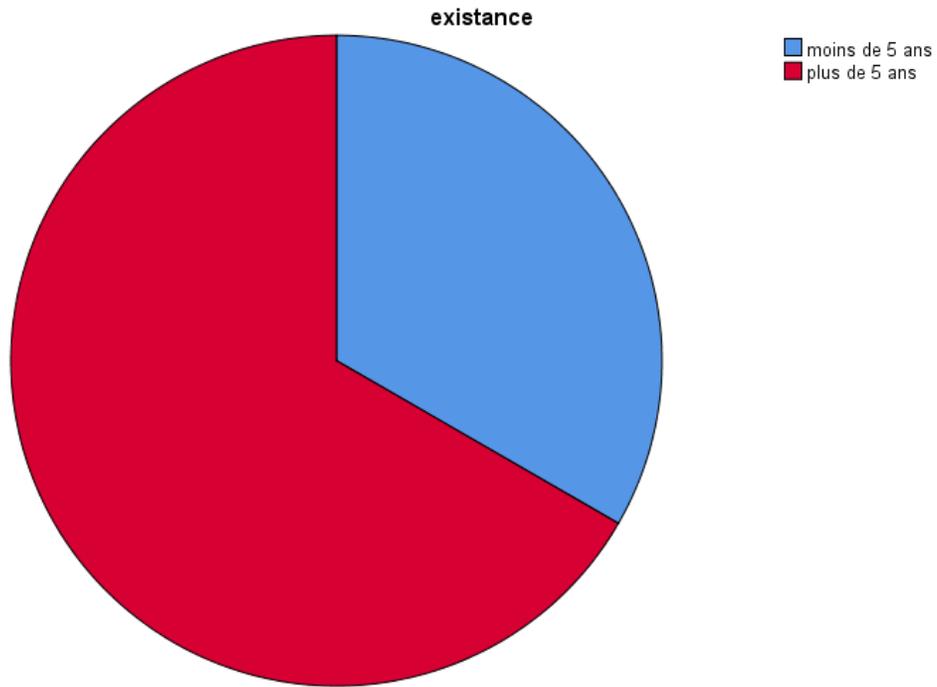
Source : Etablie par nous même

Figure : Taille de l'entreprise.



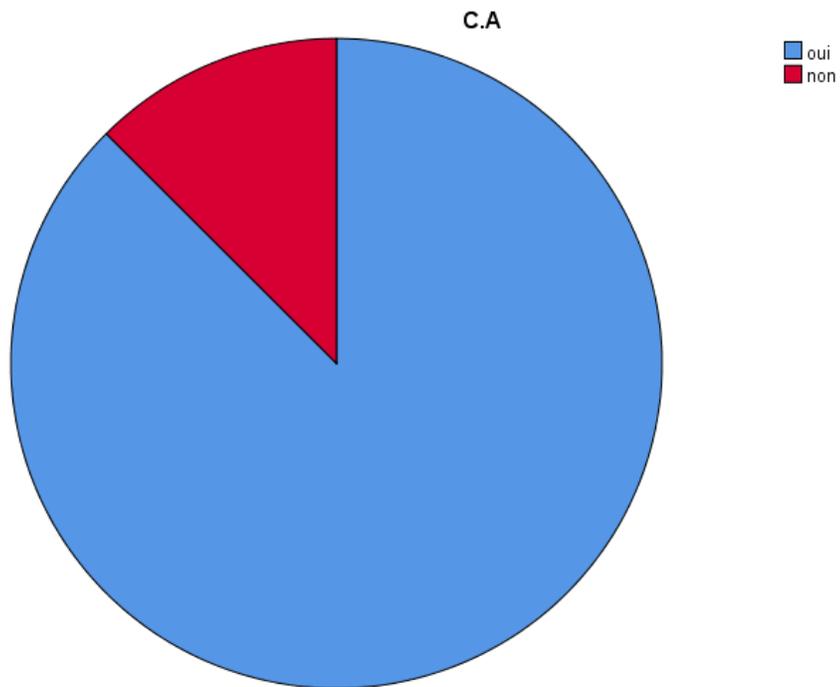
Source : Etablie par nous même

Figure : Age de l'entreprise



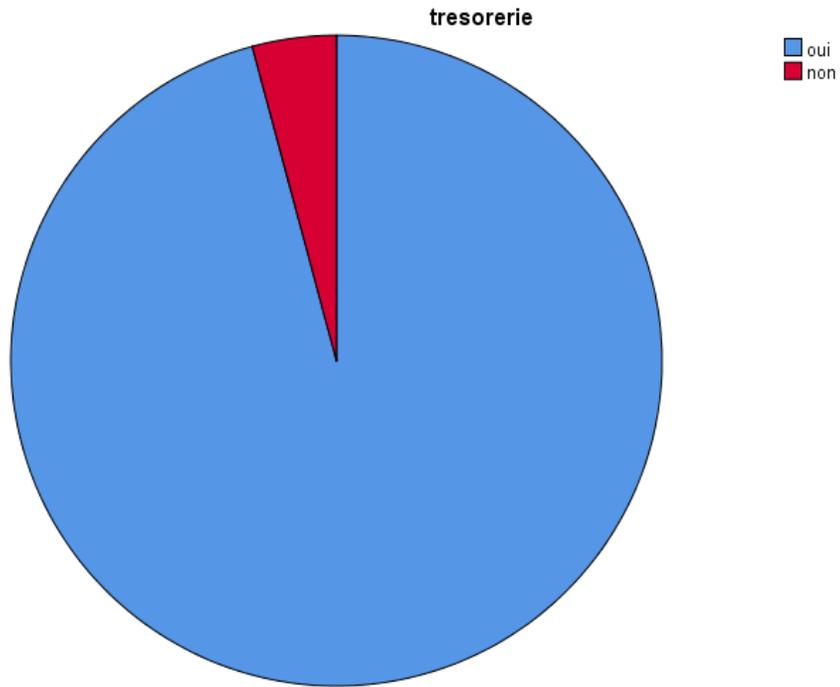
Source : Etablie par nous même

Figure : Augmentation du chiffre d'affaires



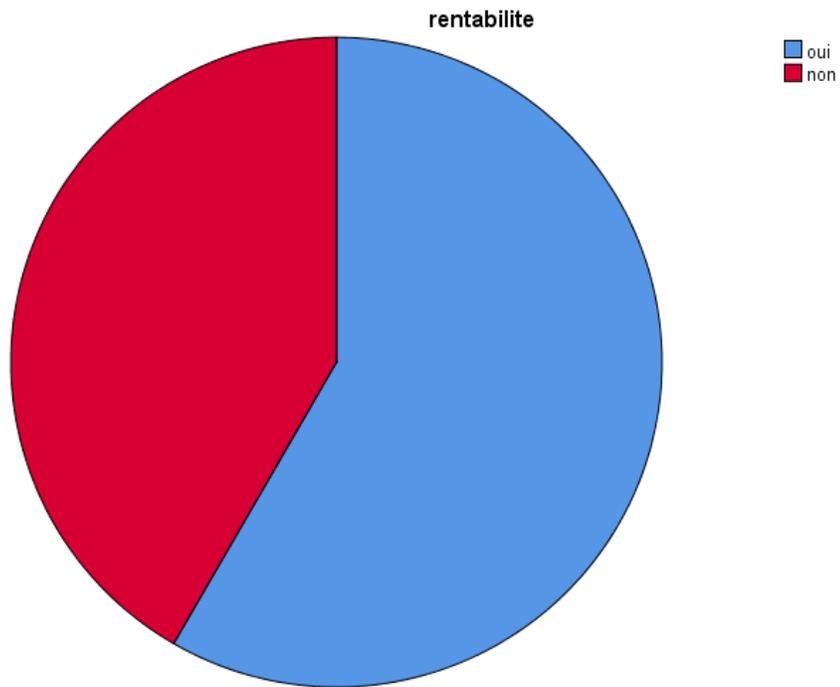
Source : Etablie par nous même

Figure : Gestion de trésorerie



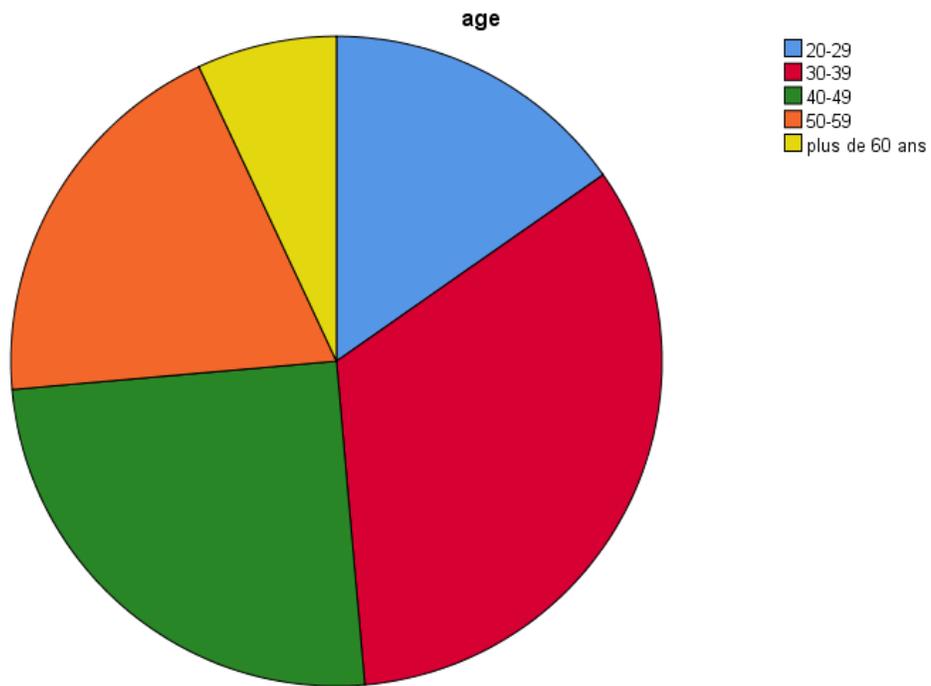
Source : Etablie par nous même

Figure : Rentabilité financière de l'entreprise



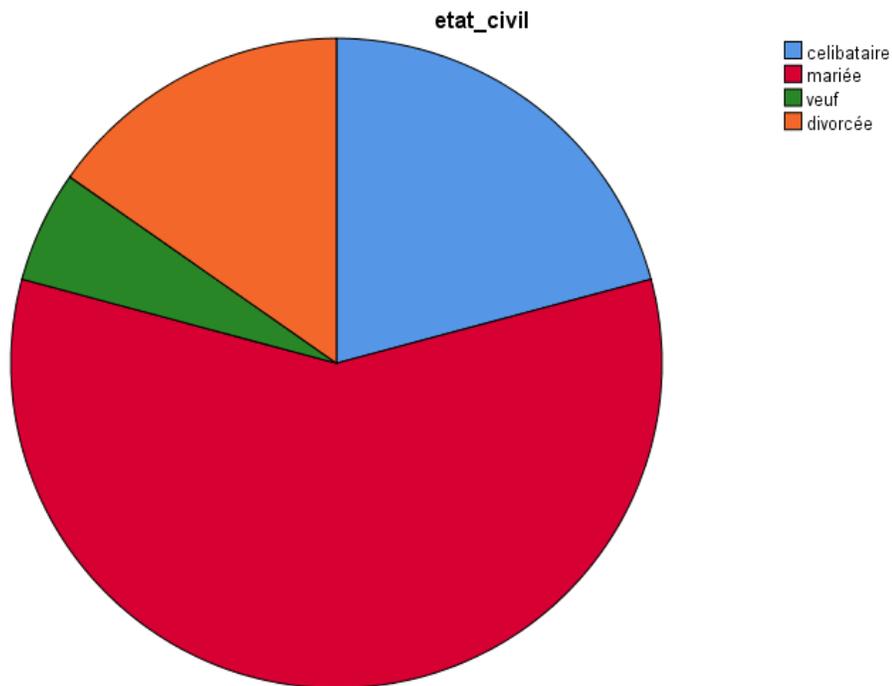
Source : Etablie par nous même

Figure : Age des femmes entrepreneures



Source : Etablie par nous même

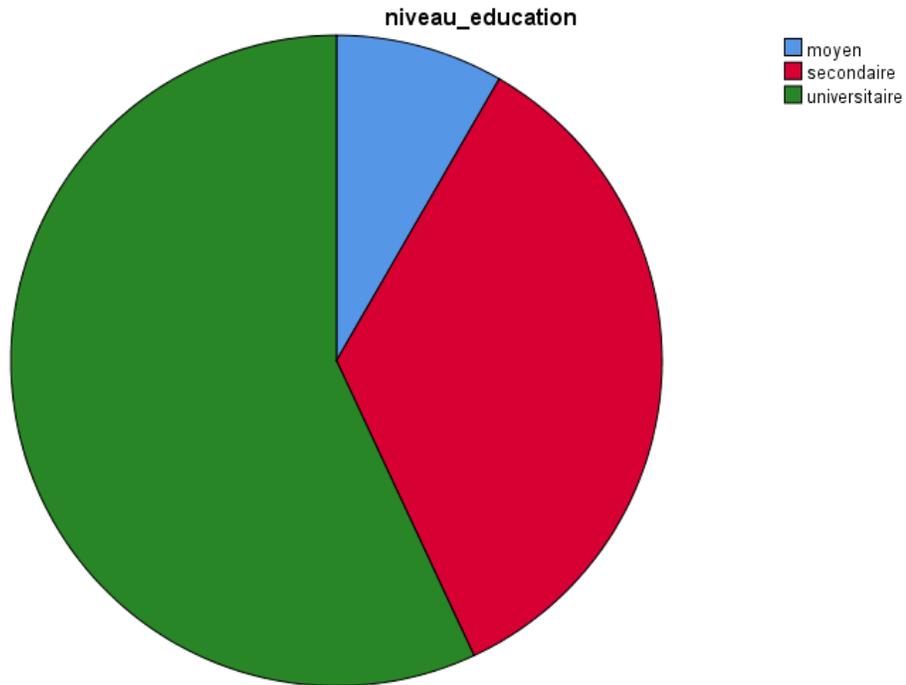
Figure : Etat civil des femmes entrepreneures



Source : Etablie par nous même

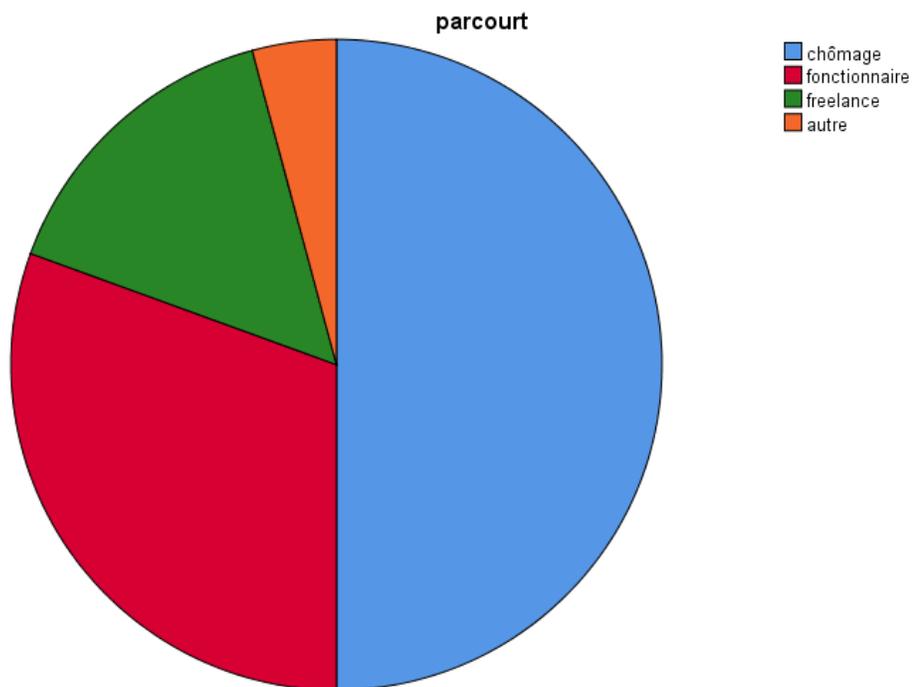
Annexes

Figure : Niveau d'éducation des femmes entrepreneures



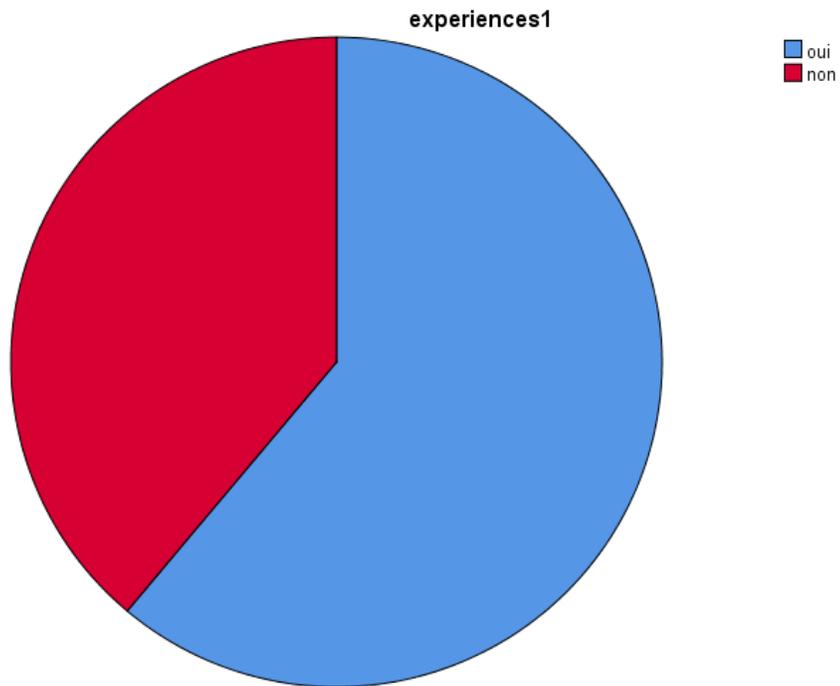
Source : Etablie par nous même

Figure : Situation professionnel avant de créer l'entreprise



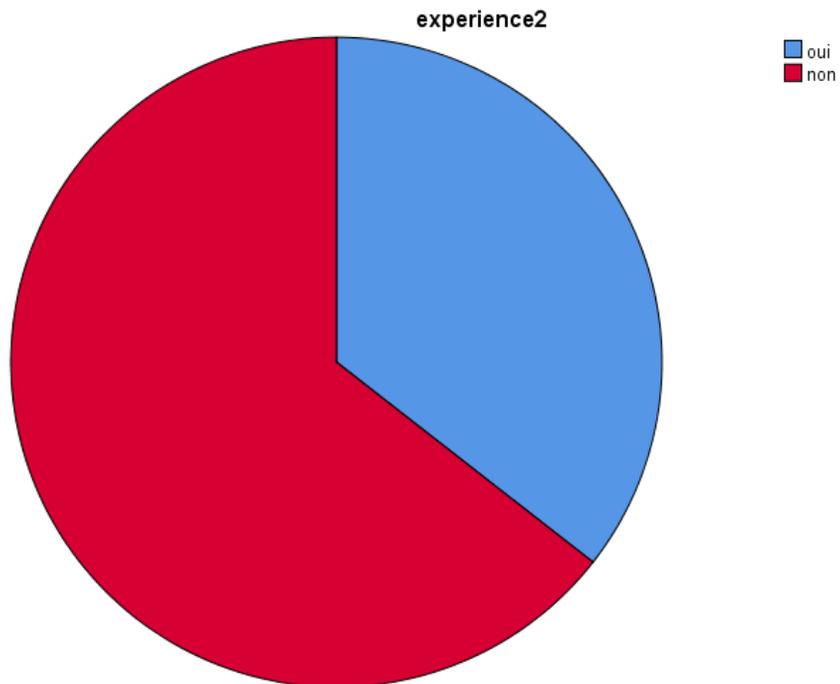
Source : Etablie par nous même

Figure : Expériences professionnelles antérieures



Source : Etablie par nous même

Figure : Activité antérieure dans le même Secteur



Source : Etablie par nous même

Annexe 5 :

Questionnaire destiné aux femmes entrepreneures sur la réussite entrepreneurial

Dans le cadre de la réalisation d'une étude de recherche scientifique pour une thèse doctorale, portant sur la thématique de la réussite entrepreneuriale féminine dans les régions du sud Algérien, ciblant une population de femmes entrepreneures qui ont créé leurs entreprises depuis au minimum 3 ans sans changement de secteur d'activité. Nous nous permettons de vous soumettre ce questionnaire en relation directe avec notre travail de terrain. Nous tenons à préciser que vos réponses resteront anonymes et confidentielle. La qualité et la précision de votre réponse en assureront la réussite.

Nous vous remercions d'avoir collaboré à cette étude.

Partie (1) : les caractéristiques de l'entreprise et le capital humain

Axe1 : les caractéristiques de l'entreprise

1. Quel est le secteur d'activité auquel votre entreprise appartient ?

- Industrie
- Bâtiment et travaux publics
- Service (commerce)
- Artisanat
- Restauration et hôtellerie
- Agriculture
- Commerce
- Profession libérale
- Voyage et tourisme

2. Quel est le statut juridique de l'entreprise ?

- EURL
- SARL
- SPA
- Personne physique
- Carte artisan
- Carte agriculteur

Annexes

- Autre
3. Quel est la taille de votre entreprise ?
- Micro entreprise (1 à 9 employés)
 - Petite entreprise (10 à 49 employés)
 - Moyenne entreprise (50 à 250 employés)
4. Depuis combien de temps votre entreprise existe-t-elle ?
- Moins de 5 ans
 - Plus de 5 ans
5. Est-ce que le chiffre d'affaires a augmenter depuis l'année dernière ?
- Oui
 - Non
6. Est-ce que vous avez une bonne gestion de trésorerie ?
- Oui
 - Non
7. L'entreprise a été rentable au cours de la dernière année financière
- Oui
 - Non

Partie 2 : Les facteurs clés de succès de l'entrepreneuriat féminin

Les facteurs internes

Axe2 : Capital Humain

8. Quel âge avez-vous ?
- Moins de 20 ans
 - 20-29

Annexes

- 30-39
- 40-49
- 50-59
- Plus de 60 ans

9. Quel est votre état civil ?

- Célibataire
- Mariée
- Veuve
- Divorcée

10. Quel niveau d'éducation avez-vous atteint ?

- Aucun
- Primaire
- Moyen
- Secondaire
- Universitaire

11. Expérience, parcours professionnel et parcours de vie

11.1. Quel était votre situation avant de créer votre entreprise ?

- Chomage
- Fonctionnaire
- Freelance
- Autre

11.2 Avez vous eu des expériences professionnelles antérieures à votre activité entrepreneuriale actuelle ?

- Oui
- Non

Annexes

11.3 Si oui, est ce que votre activité entrepreneuriale est dans le domaine de vos expériences professionnelles antérieures ?

- Oui
- Non

Axe 3 : Caractéristiques personnelles

12. Besoin d'accomplissement

Besoin d'accomplissement	Pas du tout important	Pas important	Assez important	Important	Très important
J'excelle dans mon travail					
Je me fixe beaucoup d'objectifs					
Je réalise beaucoup de tâches non routinier (challenges)					
Je prends beaucoup d'initiatives					
J'aime avoir des responsabilités					

13. Locus contrôle

Locus contrôle	Pas du tout important	Pas important	Assez important	Important	Très important
Je suis capable de contrôler ma vie					
Je suis vigilante afin de reconnaître une opportunité d'affaire et la saisir					
Ma vie est déterminée par mes propres décisions					

Annexes

14. Propension à prendre le risque

Propension à prendre le risque	Pas du tout important	Pas important	Assez important	Important	Très important
je saisi une opportunité d'affaire même si la rentabilité se fera a long terme					
J'investis dans un projet a haut risque pour avoir un rendement plus élevé					
Je me lance dans un projet qui me tient a cœur même si il a une faible viabilité					
Je consacre une grande partie de mes ressources pour réussir mon projet entrepreneurial					
Je suis prête a intégrer l'innovation dans ma démarche entrepreneuriale (pratiques et technologies) pour explorer de nouvelles opportunités					

Annexes

Axe 4 : Compétences de la femme entrepreneurs

15. Compétences entrepreneuriales

Compétences entrepreneuriales	Pas du tout important	Pas important	Assez important	Important	Très important
Identifier les opportunités d'affaires					
Etablir les stratégies de développement de l'entreprise					
Faire le diagnostic des moyens disponibles et manquants					
Déterminer les modalités d'action envisage pour combler les écarts constatés					
Repartir et coordonner les moyens obtenus					

16. Compétences managériales

Compétences managériales	Pas du tout important	Pas important	Assez important	Important	Très important
S'imposer en tant que leader					
Faire circuler l'information en interne et à l'externe					
Planifier les opérations de l'entreprise					
Suivre et contrôler la bonne atteinte de des objectifs					

Annexes

Evaluer les résultats obtenus					
Récompenser l'effort et la performance					
Résoudre les conflits au sein de l'entreprise					

Les facteurs externes

Axe 5 : Les facteurs microéconomiques

17. Le rôle de la famille

Le rôle de la famille	Pas du tout important	Pas important	Assez important	Important	Très important
Ma famille me soutient émotionnellement, me conseille et m'oriente dans ma démarche entrepreneuriale					
Ma famille a participé entièrement ou partiellement à mon capital financier de départ dans la création de l'entreprise					
Ma famille m'aide pour la garde des enfants					
Ma famille m'aide à mobiliser des ressources					

Annexes

18. Réseaux de contacte (personnel et professionnel)

Réseaux de contacte (personnel et professionnel)	Pas du tout important	Pas important	Assez important	Important	Très important
Identifier de nouvelles opportunités économique grâce aux liens qui existent entre différents réseaux sociaux					
J'ai facilement accès a l'information sur mon secteur d'activité et le marché grâce a mon réseau et le partage d'expériences					
Mon réseau me permet d'acquérir des ressources bénéfiques pour le développement de mon entreprise					
On me recommande a des clients, les fournisseurs et les collaborateurs					
J'ai développé des relations étroites et durables avec des fournisseurs, ce qui me procure des avantages économiques					
On me recommande a d'éventuels collaborateurs					

Annexes

J'ai plus d'information sur la concurrence					
J'arrive à avoir un business plan solide pour appuyer mes demandes d'emprunt bancaire					
Je peux emprunter de l'argent plus facilement					
J'entends parler des subventions étatiques et autres mesures d'aide					

19. Accès aux ressources financières

Accès aux ressources financières	Pas du tout important	Pas important	Assez important	Important	Très important
Apport personnel					
Apport familiale					
Crédit bancaire					
Dispositifs d'aide au financement (ex : ANADE, ANGEM ...)					
Recevoir des subventions d'investissement					
Percevoir des fonds publics					
Recours aux capital risque					
Recours au capital relationnel					

Annexes

Axe 6 : les facteurs Mésoéconomies

20. Accessibilité au territoire (infrastructures)

Accessibilité au territoire (infrastructures)	Pas du tout important	Pas important	Assez important	Important	Très important
Infrastructures publiques (locaux commerciaux)					
Services eau					
Électricité télécommunication					
Service électricité					
Services postaux					
Service public routier					
Moyens de transport					

21. Dynamique économique locale (relations clients, relations fournisseurs, concurrence)

Dynamique économique locale (relations clients, relations fournisseurs, concurrence)	Pas du tout important	Pas important	Assez important	Important	Très important
Fidélisation des clients en améliorant la qualité des produits et services (croissance des ventes)					
Mes clients sont satisfaits de notre service après-vente					

Annexes

Il existe une forte concurrence sur le marché (barrières d'entrée élevées)					
Avoir une relation d'exclusivité et de confiance avec des fournisseurs pour un avantage concurrentiel durable					
Votre entreprise utiliser la stratégie de coopération (alliance avec la concurrence)					

Axe 7 : les facteurs Macroéconomiques

22. Le soutien du gouvernement

Le soutien du gouvernement	Pas du tout important	Pas important	Assez important	Important	Très important
Soutien gouvernemental accessible sans lourdeur administrative					
Le soutien gouvernementale fourni aux femmes entrepreneurs des programmes de formation et de renforcement des capacités, des opportunités de mentorat et un accès aux réseaux et aux ressources					

Annexes

Qualité des dispositifs gouvernementaux d'aide à la création d'entreprise					
Le gouvernement offre un climat d'affaire favorable à la création et développement des entreprises féminines					

23. L'environnement socioculturelle

L'environnement socioculturel	Pas du tout important	Pas important	Assez important	Important	Très important
J'exerce un pouvoir décisionnel fort sur mon environnement en tant que femme entrepreneure					
J'ai un accès facile aux ressources en tant que femme entrepreneure					
Il y a une culture entrepreneuriale forte dans mon entourage qui valorise et soutien l'entrepreneuriat féminin					
Croyances traditionnelles dominantes sur les rôles et les capacités des femmes (les stéréotypes de genre)					