

## Contribution de la recherche féminine à la valorisation de l'entreprenariat féminin en Algérie

### Contribution of female research to the promotion of female entrepreneurship in Algeria

Dr. Elkaina Hammache  
Chercheure CREAD

Date de soumission: 10-06-2019 -Date d'acceptation: 28-09-2019

Date de publication:05-01-2020

#### ملخص

تم تطوير العديد من الخطابات حول المقالوة النسائية في الجزائر خلال السنوات الأخيرة وأصبح هذا الموضوع مجالاً مهماً للبحوث في العلوم الاجتماعية، وهذا بفضل أعمال وأبحاث مجموعة من النساء الأكاديميات والباحثات. حاولت هذه الأعمال جعل المقالوة النسائية أكثر مرتبة باستبيان أن تطور نشاط المقالوة النسائية يعود إلى وجود وضع جديد يتميز بارتفاع معدل البطالة ووجود أزمة في توفير العمل المأجور. هذا ما شجع الأفراد إلى الاتجاه نحو العمل الحر عن طريق إنشاء أعمال خاصة تطورت الى مؤسسات. وقد بينت الباحثات والأكاديميات في بحوثهن أن عقلانية المقالوة ليست حكراً للذكور ، بل أن النساء يحملن هذه العقلانية التي تقوم على المخاطرة. تستند المبررات العلمية المقدمة على معطيات اجتماعية جديدة مثل المستوى العالي لتعليم النساء، ووجود نساء ذات تكوين وخبرات مهنية، وما إلى ذلك. ركزت هذه الأدبيات على ثلاثة أبعاد لهذه الظاهرة. ركزت الفئة الأولى منها على خصائص هذا الفاعل الاجتماعي والاقتصادي الجديد، وعن البيانات الاجتماعية والديموغرافية له، وعن نواياه في الاستثمار في هذا النشاط. ركزت فئة ثانية على نوع العمل ونوع المؤسسة الذي تم إنشاؤها من طرف المرأة المقالوة وأساليب الإدارة والتنظيم الطبقة . أخيراً ركزت الفئة الثالثة من هذه الأدبيات على البيئة بشكل عام وعلى المؤسسات التي تدعم نشاط المقالوة النسائية بطريقة معينة.

الكلمات الدالة: أدبيات المقالوة النسائية؛ أكاديميات جزائريات.

#### Résumé

De nombreux discours sont développés sur l'entreprenariat féminin depuis quelques années en Algérie et ce thème est devenu un axe de

recherche assez important dans les sciences sociales. Et cela grâce aux travaux et recherches de femmes universitaires et de chercheuses. Ces travaux ont tenté de rendre visible les femmes entrepreneures en démontrant que le développement de l'activité entrepreneuriale a été impulsé par une nouvelle conjoncture marqué par la crise du salariat et la montée du chômage incitant les individus à s'orienter vers l'auto emploi en créant leur propre entreprise. Dans la littérature produite, les chercheuses ont appuyé l'idée selon laquelle l'esprit d'entreprise n'est pas un fait exclusivement masculin. Les femmes sont également porteuses de cet esprit fondé sur la prise du risque. Les arguments avancés s'appuient sur des nouveaux faits de société tel que la scolarisation poussée des femmes, l'arrivée massive d'une population active formée, l'accumulation d'expérience professionnelle, etc. Cette littérature sur l'entrepreneuriat féminin a focalisé l'analyse sur trois dimensions du phénomène. D'abord, une littérature dense portant sur les caractéristiques de l'acteur, les données sociodémographiques, les intentions des acteurs à investir cette activité, etc. Une autre catégorie de littérature sur l'entrepreneuriat féminin a focalisé l'attention sur le type d'entreprise créée, le type d'organisation, sur les styles de management au féminin, etc. Enfin, une littérature a porté sur l'environnement d'une façon générale et sur les institutions de soutien à l'activité entrepreneuriale d'une façon particulière.

**Mots clefs:** littérature entrepreneuriat féminin; académiciennes algériennes.

### **Abstract**

Many discourses have been developed on women's entrepreneurship in Algeria in recent years and this theme has also become a rather important area of research in the social sciences. And this thanks to the work and research of women academics and researchers. This work has attempted to make women entrepreneurs visible by demonstrating that the development of entrepreneurship activity has been driven by a new conjuncture marked by the wage crisis and the rise in unemployment encouraging individuals to move towards self-employment by creating his own business. In the literature produced, the researchers supported the idea that entrepreneurship is not a male fact as it has been reproduced so far, but that women are also



carrying this spirit which is based on risk taking. The arguments put forward are based on facts from new societies such as the high level of schooling of women, the massive arrival of a trained working population, the accumulation of professional experience, and so on. This literature on women's entrepreneurship has focused the analysis on three dimensions of the phenomenon. First, a dense literature on the characteristics of the actor, the sociodemographic data, the intentions of the actors to invest this activity, etc. Another category of literature on women's entrepreneurship has focused attention on the type of business created, the type of organization, women's management styles, and so on. Finally, a literature has focused on the environment in general and on institutions supporting entrepreneurial activity in a particular way.

**Key words:** women's entrepreneurship literature; Algerian women academics.

### **Introduction**

Au cours des 20 dernières années marquées par une période de réformes, il y a eu une floraison d'une production scientifique traitant les femmes algériennes en général et les femmes entrepreneurs en particulier.

De nombreux chercheurs des sciences administratives, juridiques, sociologiques et psychologiques ont traité l'entrepreneuriat féminin, comme un sujet de recherche différent de l'entrepreneuriat masculin. Cette préoccupation se reflète dans le nombre croissant de femmes qui investissent sur le marché du travail et choisissent des options spécifiques pour investir dans le travail indépendant et l'entrepreneuriat.

D'autre part, dans l'émergence d'un discours féministe, l'entrepreneuriat féminin comporte des spécificités qui le distinguent de l'entrepreneuriat masculin. Selon les concepteurs, les institutions dirigées par des femmes sont différentes de celles créées par les hommes en termes de style de gestion appliqué et dans la construction de réseaux relationnels et de liens forts avec divers acteurs.

De ce point de vue, il semble nécessaire de se référer au travail effectué entre 1995 et 2016, excluant de notre analyse la production



d'avant 1990 car elle était caractérisée par une économie centralisée et une absence presque totale du secteur privé

Les réformes du système économique, la libéralisation de l'économie et le renforcement du secteur privé n'ont commencé qu'après les années 1990, dans le cadre d'accords avec le Fonds monétaire international. Dans le passé le secteur privé était considéré comme une annexe au secteur public. Les modèles idéologiques qui prévalent dans le secteur privé sont bien connus. De nombreuses études ont souligné ce problème. L'importance du secteur privé ne se reflète que dans le poids qu'il accorde à l'absorption du travail et à sa contribution dans la part du PIB.

L'intérêt pour les petites entreprises a commencé à croître grâce aux réformes entreprises dans les années 1990. Au départ, les grandes entreprises publiques ont été contraintes d'externaliser une grande partie de leurs activités, ce qui a contribué à créer un réseau de sous-traitants composé principalement de petites entreprises. En plus de ces changements, les recommandations des institutions internationales pour ouvrir l'économie au secteur privé, en particulier la promotion de l'esprit d'entreprise et entrepreneurial comme une alternative qui résout un double problème ; réduire le chômage des jeunes et développer un réseau dense de sous-traitants nécessaires au fonctionnement du système de production.

En termes de production scientifique, les premiers travaux d'entrepreneuriat ont commencé dans les années 1990. Ce sont les œuvres classiques du secteur privé (Liabes Jilali, Heni Ahmed) qui ont tenté de comprendre et de mettre en évidence les facteurs qui ont contribué à la mise en place d'institutions privées et la logique des acteurs.

Depuis les années 2000, d'autres études ont été menées par des chercheurs qui ont tenté de comprendre les facteurs qui contribuent à la création de la petite entreprise ainsi que le processus de création d'entreprises etc.

Au cours de la même période, un groupe de chercheurs s'est concentré sur l'entrepreneuriat féminin et en a fait un domaine de recherche. La production du travail universitaire, qui a commencé



dans les années 1990 et au cours des deux dernières décennies, a évolué quantitativement et qualitativement en abordant les différents problèmes qui touchent à l'entrepreneuriat féminin. Dans ses discussions sur l'entrepreneuriat féminin dans les années 1990 et au début du XXI<sup>e</sup> siècle, le travail universitaire s'est concentré sur les caractéristiques, la carrière, la famille et l'environnement professionnel des femmes entrepreneurs. La majorité de ces travaux, ont été réalisés par les femmes universitaires, de sorte que le nombre d'hommes étudiants ce sujet ne dépasse pas trois, il s'agit de Abdelwahab Belhabib, Rebah Abdelhafid et Abdelkader Jaghloul.

Depuis 2010, l'orientation du travail universitaire a changé et a abordé de nouveaux sujets tels que le style de gestion des femmes entrepreneurs. Des relations construites dans le marché Un marketing structuré qui donne plus d'importance aux relations informelles qu'aux relations formelles et ainsi de suite.

En bref, si nous lisons rétroactivement la production scientifique sur les femmes entrepreneurs en Algérie, nous pouvons conclure trois principaux domaines de recherche qui sont investis dans la communauté scientifique à prédominance féminine.

- Le premier domaine aborde toutes les questions liées à l'autonomisation des femmes d'un point de vue juridique.

- Le deuxième axe de recherche porte sur le processus de construction et les activités de soutien à l'entrepreneuriat féminin.

Enfin, le dernier domaine de recherche porte sur le poids de l'environnement dans le développement de l'entrepreneuriat et de l'entrepreneuriat. Le discours scientifique sur l'autonomisation de la femme chef d'entreprise.

## **1. L'autonomisation de la femme**

### **1.1 L'autonomisation de la femme sous l'angle juridique et réglementaire**

La question de l'autonomisation de la femme a été traitée sous l'angle juridique et du développement de la société. Les points d'ancrage de cette analyse sont les progrès réalisés au plan juridique et réglementaire. La référence à la constitution constitue le point focal sur lequel se fondent les analystes pour traiter la question de l'autonomisation des femmes chefs d'entreprise. La constitution attribue les mêmes droits et les mêmes obligations pour l'homme et



la femme dans leur participation au développement du pays. Il n'y a pas de discrimination entre les sexes. La réglementation du travail "code du travail" confirme ce cadre de référence et attribue une grande protection à la femme dans le domaine de la gestion des affaires. Dans l'ensemble des écrits scientifiques, l'autonomisation de la femme chef d'entreprise est approchée comme une "résultante" de l'essor économique.

### **1.1.1 Le droit d'accès à la propriété**

Les recherches qui ont traité de la question de l'autonomisation de la femme sous l'angle juridique et réglementaire ont, dans leur majorité, rappelé le principe fondamental de la protection des droits de l'homme assuré par la constitution. Selon les auteurs N. Haddad et B. Zitoun "état des lieux sur l'entrepreneuriat féminin en Algérie" 2012 et I.HASSANI "renforcement de la participation économique des femmes en Algérie durant la période de transition" MENA-OCDE 2014, les droits de l'homme sont garantis par la constitution. L'article 29 de la constitution énonce clairement le principe de l'égalité entre les citoyens et les citoyennes dans tous les domaines. L'article 32 de la constitution place le principe de non-discrimination et d'égalité devant la Loi.

La constitution garanti le droit à la propriété privée et le droit d'héritage sans distinction de sexe. (Article 52 constitution).

### **1.1.2 Le droit d'accès au financement**

Selon les auteurs N. Haddad et B. Zitoun "état des lieux sur l'entrepreneuriat féminin en Algérie" 2012 et I.HASSANI "renforcement de la participation économique des femmes en Algérie durant la période de transition" MENA-OCDE 2014, l'ensemble des textes juridiques consacre l'égalité entre les deux sexes devant la Loi pour tout ce qui concerne l'accès au financement. Une femme chef d'entreprise dispose des mêmes droits, sans discrimination, devant les dispositifs financiers.

La seule garantie qui est exigée concerne la présentation d'un dossier de demande de financement comprenant les documents administratifs exigés par l'institution de financement. Pour une demande de crédit pour la création, le chef d'entreprise doit satisfaire un certain nombre d'exigence comme la proposition de projet, la



justification d'une qualification par un diplôme. En revanche, les demandes de crédits de fonds de roulement ou d'investissement, le chef d'entreprise doit fournir les documents financiers de son entreprise (bilans).

### **1.1.3 Droit de créer son entreprise**

Dans le système juridico-économique algérien, la femme dispose des mêmes droits que l'homme dans la création d'entreprise. Toutes les institutions, en charge de la création d'entreprise, assurent les mêmes traitements, sans aucune discrimination, aux deux sexes. L'investisseur doit présenter un projet solvable, un business-plan et des garanties. A ce titre, la femme chef d'entreprise dispose de tous les pouvoirs pour contracter un crédit auprès des institutions financières, comme elle dispose des pouvoirs pour ouvrir le capital de son entreprise ou contracter un partenariat conformément au statut de son entreprise

### **1.1.4. Régime fiscal non discriminant**

L'État, par le biais de ses agences d'investissement ou de soutien à la création d'entreprise, propose aux promoteurs les mêmes avantages fiscaux sans discrimination. La Loi de finance 1991 a consacré un chapitre entier à l'IRG l'impôt annuel unique sur le revenu des personnes. Selon les auteurs N. Haddad et B. Zitoun "état des lieux sur l'entrepreneuriat féminin en Algérie" 2012 et I. Hassani "renforcement de la participation économique des femmes en Algérie durant la période de transition" MENA-OCDE 2014, le législateur algérien a prévu dans les différentes lois de finances des incitations à la création d'entreprise.

Dans ce cadre, le législateur encourage par l'exemption et de régimes particuliers pour les promoteurs de bénéficier d'exonération totale ou partielle sur le bénéfice de la société selon la taille de l'entreprise, la région d'implantation et du caractère stratégique de l'activité Ces avantages fiscaux sont ouverts à tous les citoyens sans discrimination de sexe.

## **1.2 L'autonomisation de la femme sous l'angle de la scolarisation et l'accès aux secteurs d'activité**

Dans le même contexte, la question de l'autonomisation de la femme a été traitée également sous l'angle du développement économique et



des transformations de la société Les premières recherches qui ont porté sur la femme universitaire (A. Rebah 2007), A. Djeghloul 1997 et N. Benghebrit et Y. Rahou (2008) Yasmina taya2008 "l'Émergence des femmes dans le monde de l'entrepreneuriat" ont inscrit la problématique de l'autonomisation de la femme chef d'entreprise sous l'angle de l'émancipation comme condition du développement. Les auteurs ont insisté sur l'idée que le meilleur indicateur du progrès de la société peut être appréhendé sous l'angle de l'autonomie par l'instruction (scolarisation poussée des femmes) et l'accès au marché du travail.

La première argumentation apportée par ces auteurs est puisée de la statistique officielle de l'ONS sur la croissance de la scolarisation des filles, sur la réussite scolaire et universitaire, etc. Le second argument formulé par ces auteurs porte sur l'investissement des femmes formées dans les divers secteurs d'activité Le niveau de formation ouvre la perspective d'insertion dans les différents secteurs d'activités sans discrimination.

L'argument essentiel avancé par les auteurs pour justifier l'autonomisation des femmes chefs d'entreprise est la participation de plus en plus importante des femmes instruites au développement du pays. Les indicateurs statistiques et les portraits dressés sur les femmes chefs d'entreprise sont présentés comme arguments pour illustrer la participation des femmes dans la gestion des affaires publiques. Pour les auteurs, cette participation des femmes, même si elle est en progression, apporte la preuve de la reconstitution des rapports de sexes dans la société algérienne.

La problématique de la femme chef d'entreprise et sa participation au développement peuvent être taxées "d'approche féministe" parce qu'elles stigmatisent la contribution de la femme et l'empêchent la constitution d'un véritable objet de recherche sur les femmes chefs d'entreprise. Il faut noter que certains auteurs N. Benghebrit et Y. Rahou (2008) dans leur traitement de la question de la participation de la femme au développement ont tenté de minimiser la contribution globale de la femme et ont focalisé leur réflexion sur la participation des femmes, sur celles qui sont instruites, les universitaires.



Or, les statistiques de l'ONS sur le nombre de femmes chefs d'entreprise reste relativement faible comparativement au potentiel de femmes chefs d'entreprise. Sur cette question N.Hammouda et M.Lassassi (2015 revue Cread n°113/114) ont relevé que les générations les plus jeunes commencent leur cycle de vie active comme travailleurs indépendants ensuite avec l'âge ces générations transitent vers d'autres formes d'emploi "le salariat" qui procure plus de stabilité et de sécurité d'emploi. La troisième période est marquée par l'augmentation du taux de l'emploi indépendant pour les générations des plus anciennes.

Les auteurs concluent que dans les déterminants des choix occupationnels, plusieurs facteurs influent simultanément sur la participation au marché du travail et sur le choix occupationnel des individus. Dans le cas de l'Algérie, le capital humain, le milieu familial, la culture et traditions, les caractéristiques du marché du travail et les spécificités régionales influent sur les décisions de la participation et du choix du statut d'occupation sur le marché du travail.

Le modèle dominant pour les hommes est un modèle triphasé emploi indépendant-salariat-emploi indépendant. Pour les Femmes, les auteurs concluent que c'est le même modèle triphasé qui leur correspond le plus, emploi indépendant-salariat-emploi indépendant et les auteurs ajoutent la présence de stabilité plus marquée dans la phase salariat comparativement aux hommes.

Les enquêtes conduites par A. Djeghloul 1997 sur les portraits de femmes de l'Oranie restent limitées de par l'ampleur du phénomène traité et de la circonscription de l'étude dans un espace d'enquête réduit. Certes, l'analyse des portraits de femmes, qui investissent les différents secteurs d'activités, montre la présence de femmes dans les nouveaux espaces d'activité Or, le paradigme construit à propos de la participation des femmes dans les différents secteurs d'activité implique que les femmes n'étaient pas présentes dans ces espaces auparavant. Les auteurs ont voulu montrer que les femmes chefs d'entreprise qui sont présentes dans les nouveaux secteurs sont les pionnières dans ce domaine. Il est clair que les résultats de cette étude ont rendu possible la visibilité des femmes dans les nouveaux espaces d'affaires.



L'instruction, l'investissement dans les différents secteurs sans discrimination ont constitué des arguments forts pour les auteurs dans leur traitement de l'autonomisation de la femme chef d'entreprise.

### **1.3 L'autonomisation de la femme comme atout majeur de conquête de l'espace social et politique.**

Les recherches, qui ont porté sur l'autonomisation des femmes chefs d'entreprise comme atout majeur pour la conquête de l'espace social et politique, ont traité de la question de la progression de l'emploi féminin d'une manière générale et de l'emploi indépendant d'une façon particulière. Les auteurs M.Lassassi et N.Hammouda (revue Cread année 2015 n°113/114) ont été parmi les premiers chercheurs à relever la progression du travail indépendant par rapport au travail salarié.

Selon les auteurs, la crise des années 80 et 90 et la longue période de restructuration du secteur public ont favorisé l'émergence du travail indépendant comme alternative au travail salarié et dans ce contexte les femmes ont bénéficié, autant que les hommes, de cette conjoncture pour s'orienter vers le "selfpoyment".

La crise du salariat a encouragé les femmes à venir sur le marché de l'entrepreneuriat. La nette amélioration du niveau de scolarisation des femmes a été un facteur déclencheur pour le développement de l'entrepreneuriat féminin. N.Benghebrit et Y.Rahou (2008) et Z.Setti (2014) ont révélé que l'idée de projet entrepreneurial est d'abord la résultante d'un investissement dans la formation spécialisée, d'un niveau d'éducation et de compétences entrepreneuriales.

Nacéra Haddad et Baya Zitoun (2012), dans leur rapport "État des lieux de l'entrepreneuriat féminin en Algérie" ont relevé que les transformations économiques du pays ont favorisé l'émergence d'opportunités entrepreneuriales qui ont permis aux jeunes femmes diplômées d'en bénéficier de cette dynamique.

Les auteurs ont souligné que la logique salariale connaîtra à terme des limites et seul l'entrepreneuriat pourrait constituer une alternative à la création d'emplois et à la création de richesses. Les auteurs dans leur analyse ont tenté d'apporter des éléments d'explication à



l'émergence de l'entrepreneuriat comme étant une résultante de la crise du travail salarié et du travail d'usine "le travail industriel". Cette crise du travail industriel a favorisé le développement du secteur des services. Certains auteurs ont relevé que l'entrepreneuriat des femmes est en majorité concentré dans les zones urbaines, les villes, et qu'il est à dominante services. Le mythe du travail d'usine a laissé la place au mythe du bureau comme espace permettant aux femmes d'entrée dans le champ économique et social à moindre coûts.

L'investissement dans le secteur des services ne nécessite pas des coûts importants à supporter par l'investisseur, notamment lorsqu'il s'agit des femmes. F.Z.Tahir Metaiche (2013) le profil de l'entrepreneuriat féminin en Algérie: une étude exploratoire, A. Abedou, A.Bouyacoub, H.Kherbachi GEM (2012) ont montré que L'entrepreneuriat des femmes est concentré dans le secteur des services. Les entreprises créées par les femmes sont de taille très réduite (TPE) et sont concentrées dans les milieux urbains.

La chercheuse Rekia Admane (2008) dans son travail sur "*les femmes entrepreneurs sous l'angle des défis qu'elles posent aux structures sociales*" apporte une nouvelle lecture de l'autonomisation des femmes par le biais de la conquête de l'espace social et politique et souligne que l'investissement dans l'entrepreneuriat est motivé par l'indépendance matérielle pour une promotion sociale de soi et de sa famille. L'auteur relève que la femme chef d'entreprise a bénéficié du soutien de la famille et en contre partie, elle se sent obligée de recruter des employés parmi son entourage, surtout des femmes, et elle s'acquitte de ses responsabilités vis-à-vis de sa famille.

La chercheuse Rekia Admane (2008) ouvre à travers cette étude un débat de fond sur le rapport de l'entrepreneure à sa famille. Le choix d'investir dans l'entrepreneuriat, le choix du secteur d'investissement ne sont pas des décisions individuelles mais elles sont l'émanation d'une concertation entre l'entrepreneure, sa famille et ses proches. L'auteur tente de montrer dans ce travail que la famille n'est totalement un frein à l'investissement dans l'entrepreneuriat. Tout au contraire, la famille participe à la construction du projet et s'engage dans sa réalisation; en contrepartie, l'entrepreneure éprouve le



sentiment de reconnaissance vis à vis de son entourage. Dans ces conditions, la famille devient un acteur qui contribue pleinement à l'autonomie de l'entrepreneur mais également elle participe au changement du statut des individus qui la compose. C'est la famille qui pousse les femmes (fille) au changement parce qu'elle en tire des profits matériels et symboliques de la réussite du projet. Aujourd'hui, la contribution de la famille dans le choix de carrière de la femme dans l'entrepreneuriat acquiert un poids très important au sein de la société. K.Ouchalal (2015) soutient dans ses travaux que la famille est un rempart très fort pour les garçons ou les filles dans la construction de leur projet. La décision de la famille dans le choix de carrière pèse fortement sur le choix de carrière.

Le point essentiel de ces travaux sur l'entrepreneuriat féminin, comme atout pour conquérir l'espace social et politique, montre que l'arrivée de plus en plus importante de femmes sur le marché de l'entrepreneuriat a produit un mouvement irréversible d'aspiration à l'autonomisation mais aussi à la réussite sociale. Le revers de la médaille de ce mouvement de conquête de l'espace social s'est le développement d'activités informelles très variées qui est impulsé par l'aspiration de la réussite et de l'autonomisation. Il y a plus de femmes qui s'insèrent dans cette dynamique que celles qui sont déclarées et activent formellement sur le marché.

#### **1.4. L'autonomisation de la femme chef d'entreprise comme moyen d'accès à la modernité**

Les travaux qui ont traité de la scolarisation et de l'entrepreneuriat des femmes ont convergé dans leur globalité vers l'idée selon laquelle l'investissement des femmes dans le marché de l'entrepreneuriat a produit des changements significatifs dans l'ordre symbolique de la société. L'auteur Anne Gillet (2006) "*Emploi et entrepreneuriat des femmes en Algérie : des dynamiques entre traditions et innovations*" a essayé de démontrer les caractéristiques des situations des femmes créatrices et chefs d'entreprise en Algérie, dans une perspective générale de compréhension du travail des femmes en Algérie et de ses effets sur les mutations sociales. A.Laidi in cahier du Cread n°92 année 2010 soutient que "s'il ya une figure qui ne cesse, ces dernières décennies, d'investir et de marquer le



monde social et l'espace public en Algérie, c'est bien celle de la jeune fille (...) Il n'est plus possible, de toute évidence, de voir la jeunesse algérienne-vision encore dominante ces dernières années dans son seul vecteur *masculin*. Nous sommes en présence d'une *configuration en émergence* faisant de la jeune fille une catégorie frayant sa place dans une société en pleine mutation et dont une des caractéristiques essentielles est, sans doute, le conflit des logiques sociales et des valeurs en présence"<sup>1</sup>.

Les travaux qui ont porté sur le couple tradition/modernité montrent les changements pratiques qui se produisent au sein de la société. La discrimination de statut, le poids des traditions, la culture sont des registres fortement affectés par le mouvement du champ économique et social. La réussite entrepreneuriale est un facteur de libéralisation et de changement social qui remet en cause la symbolique propre à la société traditionnelle algérienne. Les comportements qui sont mis à jour par cette dynamique entrepreneuriale neutralisent en grande partie et remettent en cause les logiques de domination au sein de la société algérienne. Les représentations de l'entrepreneuriat des femmes remettent en cause les représentations de la femme dans son ensemble. Les préjugés psychosociologiques deviennent caduques et laissent apparaître de nouvelles figures et statuts des femmes au sein de la société.

## **2. Le discours scientifique sur le processus de création et des activités de soutien à la création d'entreprise.**

Dans ce second point, le discours scientifique a porté sur les axes de recherche; les caractéristiques de l'entrepreneure (FCE), le processus de création et enfin les travaux qui ont traité des activités de soutien à la création.

### **2.1 Discours scientifique sur les caractéristiques individuelles de l'entrepreneure.**

Les caractéristiques de la femme chef d'entreprise ont fait l'objet d'un vaste débat au sein de la communauté scientifique. Plusieurs travaux ont montré une corrélation entre les caractéristiques de la femme chef d'entreprise et le type d'entreprise créé et secteurs choisis. Deux

---

<sup>1</sup> Abdelkrim El Aidi, 2010, "jeune fille et quête identitaire : vers une nouvelle figure sociale. In les cahiers du Cread N°92.



variables ont été souvent mises en exergue pour singulariser l'entrepreneuriat féminin: la formation et l'expérience.

L'influence du niveau d'instruction a été amplement étudiée. Les recherches ont révélé que le niveau d'instruction de la femme chef d'entreprise impacte positivement le processus de création d'entreprise. D'autres études ont traité du rapport entre le genre et l'âge du créateur. Selon le GEM (2009), plus d'une entreprise sur quatre est créée par les jeunes de moins de 35 ans. Le niveau d'instruction de la créatrice d'entreprise indique une tendance croissante de femmes universitaires qui s'orientent vers l'entrepreneuriat.

Selon S.Saibi (2015), les étudiantes qui transitent par les maisons de l'entrepreneuriat d'université sont plus nombreuses à se lancer dans la création d'entreprise à l'issue de leur formation. La maison de l'entrepreneuriat d'université constitue pour les étudiantes un espace d'apprentissage et d'acquisition d'expérience pour le créateur d'entreprise. C'est un espace de rencontre entre les acteurs de l'ANSEJ, dispositif d'appui à la création d'entreprise pour les jeunes, et les étudiants qui élaborent leurs projets de fin de formation.

La formation élevée et l'expérience acquise au sein des maisons de l'entrepreneuriat favorisent l'orientation des étudiants et les étudiantes vers la création d'entreprise comme un nouveau choix de carrière.

## **2.2 Le discours scientifique sur le processus de création d'entreprise.**

Dans ce second point du discours scientifique, relatif au processus de création d'entreprise, les travaux de recherche ont été regroupés autour de deux grandes thématiques, la motivation de l'entrepreneure et les activités de soutien à la création d'entreprise.

### *Motivation dans la création d'entreprise*

Les enquêtes du GEM<sup>2</sup> conduites en Algérie entre 2009 et 2013 ont confirmé l'existence de deux catégories de créateurs d'entreprise. Il y

---

<sup>2</sup> Enquête 2009 rapport 1 : L'entrepreneuriat dans la région MENA -CRDI et le rapport 2: le profil de l'entrepreneuriat en Algérie CREAD-CRDI Canada. Enquêtes 2011, 2012 Entrepreneuriat en Algérie CREAD-GIZ.



a une nette distinction dans les motivations de création par nécessité et les motivations de création d'entreprise par opportunité Le modèle GEM identifie trois phases fondamentales dans le processus de création d'entreprise. La phase de l'entreprise naissante ou émergente, c'est à dire la phase de conception du business-plan. La seconde phase concerne l'entreprise créée, nouvelle qui a moins de 42 mois et qui commence ses premiers pas dans la production de ses premiers produits et les mettre sur le marché et enfin la dernière phase, l'entreprise dépasse les 42 mois d'existence, c'est l'entreprise établie.

Dans ces différentes phases, l'entrepreneur ajoute des nouveaux acteurs et injecte de nouvelles ressources pour faire évoluer son projet et le conduire jusqu'à la création effective de l'entreprise. Dans ces phases de création, la motivation de l'entrepreneur réside dans l'action de faire évoluer une idée matérialisée par un business-plan et la transformer en entité réelle regroupant l'entrepreneur lui-même, ses collaborateurs et ses employés.

Les résultats des différentes enquêtes ont révélé que les femmes créent en grande proportion leurs entreprises par nécessité comparativement aux hommes. Les données des enquêtes confirment le taux de discontinuité des entreprises créées par les femmes par nécessité plus important que celui des hommes. Le profil des créatrices d'entreprise détermine la durabilité des entreprises créées. La nature de la motivation impacte la pérennité de l'entreprise. Le modèle GEM révèle que les créateurs d'entreprise par nécessité continuent à prospecter un emploi sécurisé, un emploi de salarié et à la première offre qui leur est faite, ils décrochent facilement le travail indépendant. (M.Lassassi et N.Hammouda 2009).

### **2.3 Motivation dans l'apprentissage de la gestion et dans le marketing relationnel**

F.Z.Metaiche (2013), F.Z. Tahir (2013) et M. Sellami (2015) ont montré dans leurs études que les femmes créatrices d'entreprises font face à des contraintes de l'environnement. Dans cette relation difficile avec les parties prenantes de l'environnement, les femmes chefs d'entreprise construisent leur apprentissage relationnel avec les parties prenantes et notamment l'administration.

Elles ne développent pas des comportements d'affrontement, mais plutôt elles privilégient l'adaptation et les arrangements comme



conduite de gestion de la relation avec les parties prenantes. Dans leurs relations avec leurs employés, les femmes chefs d'entreprise préfèrent la mobilisation du réseau personnel pour recruter des employés fidèles et de confiance. Y. Taya (2008) parle de contrôle, de la façon de se faire obéir/respecter dans les nouveaux secteurs des travaux publics investis par les femmes et qui étaient jusque-là considérés comme secteurs réservés aux hommes.

L'auteur souligne que les femmes ont des problèmes pour se faire obéir sur les chantiers, surtout au début de leur carrière. Le point de convergence de ces travaux porte sur la capacité des femmes chefs d'entreprise à construire leur propre expérience, leur propre apprentissage de la gestion de leur entreprise. Les contournements et les adaptations aux contraintes de l'environnement, les improvisations face aux événements renforcent le capital expérience de l'entreprise et deviennent la caisse à outils qui accompagne l'entrepreneur dans la réalisation de son projet. M.Sellami (2007) et N. Benghabrit et Y. Rahou (2008) ont présenté dans leurs études respectives que dans le processus de création, le capital culturel et le capital cognitif sont très importants dans la réussite d'un projet entrepreneurial. Les chercheurs ont montré que les entrepreneures qui réussissent sont celles qui ont un capital cognitif (formations spécialisées) et qui disposent d'un capital expérience professionnel.

#### **2.4 Le discours scientifique sur les services de soutien à la création d'entreprise.**

L'accès aux services de soutien à la création

Les auteurs N.Haddad et B. Zitoun (2012) A et A.Cheriaf et O.Rebrab (2016) ont exploré les différents types de soutien prodigués aux femmes créatrices d'entreprise (les services financiers et la formation, les services conseils à la création, le coaching en matière de conduite des affaires, etc.). D'une façon générale, ces services, lorsqu'ils sont classés en fonction de leur statut, laissent apparaître trois catégories d'institution qui offrent ces services. Les institutions dominantes sont les institutions publiques de soutien à la création (ANDI, ANSEJ, CNAC, ANGEM, FGAR, les Technoparcs, les centres d'incubation et les pépinières d'entreprise, etc.).



A coté de ces institutions, il y a des institutions privées algériennes qui offrent des services d'accompagnement (ALINOV, Ooredoo, Djezzy, des associations de femmes chefs d'entreprise, etc.). Enfin, il existe une troisième catégorie d'institutions internationales qui offrent des services d'appui à la création d'entreprise (OIT, GIZ, etc.).

Dans l'ensemble des travaux des chercheurs, O.Rebrab (2016) deux problématiques récurrentes ont été abordées. Il s'agit de la question de l'efficacité de ces services de soutien par rapport à la réussite du processus entrepreneurial. Les auteurs ont montré que l'influence de ces dispositifs est déterminée par l'étendu du champ d'intervention de ces institutions. La seconde problématique traitée par les auteurs Y.Benmekhlouf (2014) s'est focalisée sur les entraves et les freins d'accès des femmes à ce type de services de soutien à la création.

L'auteur révèle que l'accès aux dispositifs d'appui n'est pas aisé pour toutes les femmes, elles sont confrontées à des obstacles sociaux, bureaucratiques multiples. Les auteurs N.Haddad et B. Zitoun (2012) ont révélé que la proportion des femmes qui a bénéficié d'un soutien des dispositifs d'appui reste globalement faible. Ces auteurs ont proposé la réorientation des services offerts de la première phase de la création vers la seconde phase de démarrage où les femmes manifestent un énorme besoin d'accompagnement.

Les auteurs ont insisté sur l'idée que l'accompagnement ne devrait pas s'arrêter au stade de la conception et de la création de l'entreprise mais il devrait se prolonger dans les phases cruciales comme la pénétration du marché, l'accompagnement pour solliciter des crédits pour le développement de l'activité etc. La femme entrepreneure a besoin d'être coachée pour conforter son apprentissage et assurer la pérennité de l'entreprise créée.

## **2.5. Le rôle des institutions de soutien pour accompagner le créateur à faire face à la concurrence sur le marché**

Quand une femme entrepreneure crée son entreprise, elle est généralement livrée à elle-même pour pénétrer le marché, pour démarcher les clients, pour élaborer ses contrats avec des fournisseurs, etc. L'auteur Y.Benmekhlouf (2014) a montré dans son travail que les femmes n'accèdent pas aux services d'accompagnement et conséquemment elles ne sont pas préparées pour faire face à la concurrence sur le marché et notamment lorsque



cette concurrence est déloyale et elle est exercée par des hommes. Les femmes déplorent le manque d'assistance pour pouvoir pénétrer le marché. Les arguments repris par l'auteur portent le plus souvent sur l'emplacement de l'entreprise au plan géographique. L'éloignement isole les femmes chefs d'entreprise de l'accès à l'information sur le marché, sur les fournisseurs et l'aide que pourrait prodiguer les dispositifs. Plusieurs auteurs ont démontré que les entreprises naissantes s'appuient uniquement sur les connaissances de leur fondateur et ne bénéficient souvent pas de soutien professionnel externe. Cette situation les rend extrêmement vulnérable lorsqu'elles font leurs premiers pas sur le marché.

### **3. Le discours scientifique sur le poids de l'environnement sur le développement de l'entrepreneuriat féminin.**

Le dernier registre traité par les chercheurs concerne le poids de l'environnement sur le développement de l'entrepreneuriat féminin. Les théories de la contingence ont longuement insisté sur le rôle de l'environnement socioculturel dans la dynamique du processus de création d'entreprise.

Une littérature assez importante a été consacrée à l'analyse de l'impact du contexte sur l'activité entrepreneuriale. L'analyse peut être regroupée autour de trois thématiques : (i) L'existence de pratiques discriminatoires à l'égard des femmes dans l'accès aux affaires. (ii) Le rôle de la famille dans le découragement de l'intention entrepreneuriale et enfin, (iii) le manque de modèle et d'expérience dans les affaires et l'accès aux réseaux pour gérer leurs entreprises.

#### **3.1. Pression de la société et influence des stéréotypes traditionnels à l'égard des femmes entrepreneures**

Les auteurs (A. Gillet 2006 et B.Ghiat 2013) ont tenté de démontrer les caractéristiques des situations des femmes créatrices et chefs d'entreprise en Algérie. A. Gillet a mis en exergue le travail des femmes en Algérie et de ses effets sur les mutations sociales. B. Ghiat a plutôt mis en évidence le problème récurrent auquel font face les femmes entrepreneures, la recherche de l'équilibre entre les responsabilités familiales et professionnelles. L'auteur souligne que



les femmes chefs d'entreprise ne sont pas soutenues par leurs maris, notamment dans le partage des tâches ménagères.

Dans le même cadre, les auteurs (Dif 2014, Imène Hassani 2015) ont relevé l'influence des stéréotypes sociaux et traditionnels. Selon ces auteurs, la femme entrepreneure algérienne se différencie selon trois types de figures: premièrement la femme «prête-nom», généralement, ce type de femme est neutre au processus entrepreneurial, elle ne participe ni à la gestion courante ni aux décisions futures. Deuxièmement figure de femme entrepreneure est celle qui «Décide à prendre le contrôle de ses affaires».

C'est une femme qui s'impose aux conditions environnementales sociales, culturelles et économiques. Et enfin, la troisièmement figure concerne la femme «Influencé par les stéréotypes». Ce type de femme subit son environnement et réagit en faveur des stéréotypes sociaux. Globalement ce type de femme finit par abandonner le projet soit par crainte de risque engendré par le projet soit par contraintes familiales de conciliation entre vie sociale et vie professionnel. F.Challal et M.Abbassi (2014) soutiennent que les contraintes culturelles ne favorisent pas le développement de l'entrepreneuriat.

Ils avancent l'idée que l'ordre social introduit des différenciations dans le processus de socialisation. Dans un rapport de l'OCDE, sur le renforcement de la participation économique des femmes en Algérie, l'auteur met en exergue la pression de la société traditionnelle sur les femmes malgré les progrès enregistrés dans le système juridique algérien Imène Hassani (2015).

### **3.2. Pratiques discriminatoires à l'égard des femmes entrepreneures**

M.Ramaoun et J.Charmes (2012), Y.Benmekhlouf (2014) dans leurs travaux sur les bénéficiaires des dispositifs d'aides à la création (ANSEJ et CNAC) révèlent que les femmes subissent des contraintes importantes dans l'accès aux dispositifs d'appui à la création. Les barrières sociales, culturelles et institutionnelles auxquelles font face les femmes entrepreneures à l'émergence de la femme dans la sphère publique. Aicha Dif (2009) dans son étude confirme l'existence de pratiques discriminatoires à l'égard des femmes dans l'accès aux affaires. Pour contourner cette situation, l'auteur souligne que les



femmes chefs d'entreprise sollicitent les associations pour les accompagner à faire face aux problèmes de harcèlement et de corruption.

### **3.3. Le manque de modèle "success-story" pour les femmes entrepreneures**

Mounira Sellami (2013) a recensé dans ses travaux les freins au développement de l'entrepreneuriat féminin. Elle mit en évidence le fait qu'il n'existe pas de modèle de femme entrepreneure algérienne qui pourrait être utilisé comme référent ou success-story. Les femmes entrepreneures manquent d'expérience dans la conduite de leur entreprise et ne sont pas insérées dans des réseaux pouvant les alimenter en informations économiques utiles pour la gestion de leur entreprise. Abderrazak Benhabib (2014) a relevé que les institutions et les médias ont rôle passif vis à vis des contraintes que rencontrent les femmes chefs d'entreprise, tant au niveau de l'intention entrepreneuriale qu'au niveau de la création et de la gestion des entreprises.

### **Conclusion**

L'examen de la revue de littérature sur l'entrepreneuriat féminin en Algérie a montré que le profil de la femme entrepreneure se singularise par le fait qu'il est émergent et en constitution. L'évolution du discours sur l'entrepreneuriat féminin a connu plusieurs étapes. Il a été d'abord généraliste, c'est à dire un discours de présentation de cette nouvelle réalité sociale. Ensuite, une phase où les chercheurs académiques ont commencé à parler de l'émergence d'un "Profil Femme Entrepreneur". Enfin, une maturation du discours sur la femme entrepreneure du point de vue de l'environnement institutionnel et social mais également d'un point de vue plus instrumental portant sur le style de gestion, les facteurs de succès de la femme entrepreneure, etc.

A priori, les auteurs qui ont conduit des études sur l'entrepreneuriat féminin en Algérie, ont focalisé en majorité leur attention sur la femme entrepreneure qui subit plus de contraintes que les hommes dans la conduite de leurs affaires. Cette situation est souvent la résultante de pression de l'environnement sur la femme chef d'entreprise. Outre la conciliation entre le travail professionnel et le



travail domestique, les auteurs ont relevé que les femmes subissent la pression de la société traditionnelle qui freine le développement de l'activité féminine. Au-delà de la bureaucratie qui touche l'ensemble des entreprises sans distinction de sexe, les femmes entrepreneures algériennes continuent à faire face aux pratiques discriminatoires dans l'accès aux affaires.

Les trois grands champs de recherche sur l'entrepreneuriat féminin sont investis surtout par la communauté féminine scientifique algérienne de toutes les régions du pays.

### **Bibliographie**

1. Abedou. A, Bouyacoub. A et Kherbachi. H, rapport GEM, revue du CREAD, 2012.
2. Admane Rekia, 2008. les femmes entrepreneurs sous l'angle des défis qu'elles posent aux structures sociales, thèse en sociologie, soutenue à Alger.
3. Belhouaria Djamila Musette, 2006. Les pratiques informelles des femmes en milieu urbain : le cas Algérien, informalisation des économies maghrébines, volume1, in revue CREAD.
4. Benhabib Abdelhamid, CO., 2014. Les déterminants de l'intention entrepreneuriale féminine en Algérie, cas des diplômées de l'enseignement supérieur, les cahiers du CREAD, n°110.
5. Benmekhlouf Yamina, 2014. l'entrepreneuriat féminin, abordé sous l'aspect des incidences économiques et limites de son accompagnement dans la wilaya de Tizi-Ouzou, thèse en économie.
6. Boufeldja Ghat, 2013. Gender, IT and marketing issues in entrepreneurship, Edited by Radmila Radovic-Markovic, 10/2013; Faculty of Business Economics and Entrepreneurship, Belgrade, ISBN: 978-86-6069-092-2.
7. Chelouf Farida, 2009 «la femme entrepreneur à Constantine, Magistère en sociologie à Constantine.
8. Dif Aicha, 2010. L'entrepreneuriat féminin: cas de la wilaya d'Oran, thèse en management.



9. Djeghloul Abdelkader, 1997. Quand les algériennes inventent leur modernité in *Annuaire Nergés*, publication ANEP-CNES, pp 229 à 236.
10. Gillet Anne, 2007. *Emploi et entrepreneuriat des femmes en Algérie: des dynamiques entre traditions et innovations*, Pme, emploi et relations sociales France/Maghreb, L'Harmattan.
11. Hammache Elkaina, 2016. *Les motivations à l'entrepreneuriat chez les femmes algériennes*, revue «des cahiers sociologiques», n°14.
12. Kaid Malika, 2014. *les femmes entrepreneurs en Algérie*, abordé sous l'aspect de l'activité formel et informel à Ouargla, thèse en gestion.
13. Ministère de la solidarité de la famille et de la condition de la femme, rapport sur «l'Entrepreneuriat féminin en Algérie», 2011.
14. Rebah Abdelhamid, 2007. *La Minorité invisible*, édition Casbah.
15. Remaoun Malika, charme Jacques, 2012. *étude OIT, Egalité des genres et autonomisation des femmes en Algérie*, emploi des femmes en Algérie, les contraintes et opportunités, rapport BIT,
16. Sellami Mounira, 2015. *étude et analyse de l'entrepreneuriat féminin en Algérie*, thèse en économie.
17. Setti Zakia, 2015. *La problématique de croissance chez les entrepreneurs en Algérie*, thèse en sociologie.
18. Zakia Setti, 2014. *Growth-expectations among women entrepreneurs: embedded in networks and culture in Algeria, Morocco, and Tunisia and in Belgium and France* Int. J. of Entrepreneurship and Small Business Vol.23, No.1/2, pp 191 – 212.

