Université d'Oran 2
Faculté des Sciences Economiques, Commerciales et des Sciences de Gestion

THESE

Pour l'obtention du diplôme de Doctorat en Sciences
En Sciences économiques
Option Gestion

ESSAI D'ANALYSE DES PRINCIPAUX DETERMINANTS DE L'ENTREPRENEURIAT FEMININ EN ALGERIE

Présentée et soutenue publiquement par :

Mme SEKKAL- MAHDJOUB Houria

Devant le jury composé de :

M. TAHARI khalad	Professeur	Université d'Oran 2	Président
M. BELKHARROUBI Hocine	MCA	Université d'Oran2	Rapporteur
M. LELLOU Abderahamane	Professeur	Université d'Oran 1	Examinateur
M. KERZABI Abdelatif	Professeur	Université de Tlemcen	Examinateur
M. CHERIF TOUIL Noureddine	Professeur	Université de Mostaganem	Examinateur
M. BEKKAR Bachir	MCA	Université d'Oran 2	Examinateur

Année 2018

Résumé

Notre recherche, intitulée « Essai d'analyse des principaux déterminants de l'entrepreneuriat féminin en Algérie », se propose de contribuer à la connaissance de l'entrepreneuriat féminin, de ses caractéristiques et ce, par la compréhension de la manière dont les femmes créent et développent leurs entreprises en Algérie.
Après une justification théorique éclairant les principaux concepts et théories inhérents aux phénomènes étudiés, la recherche met en œuvre une étude empirique qui permet d'explorer le rôle, les caractéristiques et la diversité des femmes entrepreneures en Algérie.
Pour une meilleur compréhension du phénomène entrepreneurial, à fortiori lorsque la recherche porte sur les femmes entrepreneures, il est fondamental de tenir compte du milieu dans lequel elles évoluent. En effet, le poids de l'histoire, la culture, les traditions et l'ordre établi, peut agir de manière contingente pour favoriser ou inhiber l'événement entrepreneurial

Mots clés : entrepreneuriat, processus entrepreneurial, entrepreneuriat féminin, déterminants de l'entrepreneuriat, projet entrepreneurial, motivations à l'entrepreneuriat.

Abstract

Our research, entitled "Analysis of the main determinants of female entrepreneurship in Algeria", aims to contribute to the knowledge of female entrepreneurship, its characteristics and this, by understanding how women create and develop their businesses in Algeria.
After a theoretical justification clarifying the main concepts and theories inherent in the studied phenomena, the research implements an empirical study that makes it possible to explore the role, characteristics and diversity of women entrepreneurs in Algeria.
For a better understanding of the entrepreneurial phenomenon, especially when the research focuses on women entrepreneurs, it is fundamental to take into account the environment in which they operate. Indeed, the weight of history, culture, traditions and established order, can act in a contingent way to promote or inhibit the entrepreneurial event.

Key words: entrepreneurship, entrepreneurial process, female entrepreneurship, determinants of entrepreneurship, entrepreneurial project, entrepreneurial motivations

ملخص

يهدف بحثنا المعنون "تحليل المحددات الرئيسية لريادة الأعمال النسائية في الجزائر" إلى المساهمة في معرفة ريادة الأعمال النسائية المرأة لأعمالها في الجزائر وخصائصها وهذا ، من خلال فهم كيفية إنشاء وتطوير.
بعد تبرير نظري لإلقاء الضوء على المفاهيم الرئيسية و دراسة النظريات والظواهر الكامنة في البحوث، نفذت هذه الدراسة الميدانية لاستكشاف دور وخصائص وتنوع سيدات الأعمال في الجزائر
من أجل فهم أفضل لظاهرة ريادة الأعمال ، خاصة عندما يركز البحث على النساء صاحبات المشاريع ، و هو حدث جديد نسبيا في العديد من المجتمعات الغير الغربية ،اذن من الضروري الأخذ بعين الاعتبار البيئة التي تعمل فيها. بالفعل، فإن وزن التاريخ والثقافة والتقاليد والنظام المعمول به يمكن أن يعمل بطريقة طارئة لتعزيز أو منع حدث ريادة الأعمال

الكلمات المفتاحية: ريادة الأعمال، عملية تنظيم المشاريع، ريادة الأعمال النسائية، محددات ريادة الأعمال، مشروع ريادة الأعمال، دوافع ريادة الأعمال.

Si le développement est une action (inévitablement humaine) de croître et de s'épanouir, la culture y est fortement associée dans le sens où il ne peut y avoir de connaissance et de développement sans acquis, sans connaissances, voire sans éducation ni formation

(Nassarmadji, 2003).

Remerciements

Tout travail de recherche n'est jamais l'œuvre d'une seule personne, je tiens donc à exprimer ma sincère reconnaissance et mes remerciements à tous ceux qui ont contribué de près ou de loin à l'élaboration de ce travail.

Je remercie tout particulièrement le Professeur Belkharroubi Houcine d'avoir accepté d'être mon directeur de recherche et de m'avoir accordé sa confiance. Ses précieux conseils, ses encouragements et sa patience furent determinants tout au long de cette recherche. Ils m'ont permis de faire évoluer ma réflexion et de mener à terme ce travail doctoral.

Je remercie les professeurs Tahari Khalad, Lellou Abderahamane, Kerzabi Abdelatif, Bekkar Bachir, Cherif Taouil Noureddine, *qui ont eu l'amabilité d'accepter d'évaluer ce travail. Qu'ils trouvent ici, l'expression de ma gratitude.*

Je tiens également à remercier Mr Bachir Boulenouar, Doyen de notre université, Mr Abdelhamid Fekih, Vice-Doyen chargé de la Post Graduation et Mme Gachi Faiza chef de département en science de gestion d'avoir su m'encourager à finir ce travail.

J'adresse aussi mes remerciements aux femmes entrepreneures qui ont participé à cette recherche.

Enfin, je tiens à remercier chaleureusement toute ma famille, ma mère, mes sœurs, mon frère, dont le soutien m'a permis de ne pas m'écarter dans les moments difficiles de l'objectif fixé.

Je remercie mon époux pour sa patience et ses encouragements pour mon travail.

Une pensée affectueuse à ma fille ainée et son époux, à Amine et Meriem qui comprendront certainement les raisons de mon « indisponibilité » ces dernières années.

Dédicaces

A l a mémoire de mon père,
Un exemple de bonté et de sagesse

A la mémoire de mon beau père
Le professeur Mahdjoub Abderrahmane

A la mémoire d'une femme singulière,
Ma sœur ainée Anissa

A la mémoire de mon neveu Djafar…

Sommaire

Introduction générale……..9

1. Le contexte théorique et pratique de la recherche……13
2. Les motivations de la recherche……..16
3. Epistémologie et méthodologie de la recherche……..18
4. Positionnement épistémologique de la recherche……..19
5. Positionnement méthodologique de la recherche……..25
6. Objectif et question centrale de la recherche……30

Partie I……..34

……***Les fondements théoriques de l'entrepreneuriat***……34

Chapitre I : Le concept de l'entrepreneur : une approche multidisciplinaire……39

1. La fonction de l'entrepreneur : une lecture historique……42
2. L'entrepreneur et l'organisation économique……55
3. L'entrepreneur et les sciences sociales……66
4 .L'entrepreneur un être social et contextualisé……78

Chapitre II : une approche processuelle de l'entrepreneuriat……85

1. Présentation de l'approche processuelle……..85
2. Différentes conceptions de l'entrepreneuriat.....99
3.Une modélisation du processus entrepreneurial ……118

Chapitre III : l'entrepreneuriat féminin : Définition et cadre conceptuel……127

1.Définition de l'entrepreneuriat féminin……128
2.Genre et entrepreneuriat……133
3.Une théorie féminine de l'entrepreneuriat : le modèle des « 5Ms »……141
4.Représentation de l'entrepreneuriat féminin dans différents pays……149

Partie II ……152

Une analyse empirique de l'entrepreneuriat féminin en Algérie sur la base d'une double enquête qualitative et quantitative auprès de femmes entrepreneures…….. 152

1.Contexte macro-économique et évolution du secteur privé……156
2.Évolution globale des PME privées depuis le code de 1993……158

3. Une faible participation des femmes à l'activité économique nationale ……..165
4. Évaluation de l'entrepreneuriat féminin en Algérie……..…177

Chapitre II : Une exploration empirique de l'entrepreneuriat féminin en Algérie, méthodologie de la recherche et présentation des résultats …….. 191

1.Positionnement épistémologique et méthodologie de la recherche empirique……..192

2.Présentation successive du résultat des deux enquêtes…… 204

3.Les femmes entrepreneures au cœur de la recherche qualitative : interprétation des résultats de l'enquête……..205
4.Présentation des résultats de l'enquête quantitative…… 237

Chapitre III : L'entrepreneuriat féminin en Algérie : typologie et déterminants……..252

1. L'entrepreneure, sa famille et son environnement..... 254

2.Les déterminants de l'entrepreneuriat féminin selon les motivations, la perception de la faisabilité et le mode de financement du projet……..266

3.Les contraintes liées à l'activité entrepreneuriale……..292

Conclusion générale……303

INTRODUCTION GENERALE

« Femme et entrepreneure », l'histoire nous confirme qu'au début du siècle dernier ce vocable aurait relevé du non-sens ; et entrepreneure avec (e) n'aurait été qu'une faute de frappe. Aujourd'hui, ce phénomène ne surprend plus, même si de nombreuses idées préconçues persistent et un nombre considérable de femmes sont à la barre de leur entreprise. Elles sont désormais, dans de nombreux pays, architectes, (si je commence par cette profession, c'est qu'au début du XVIIème siècle, ce métier servait de définition au mot entrepreneur), médecins, ingénieures, banquières, gérantes de leur propre société dans l'industrie, les services, ou l'art, etc… . La majorité des secteurs d'activités et pour la plupart, anciennement réservé aux hommes, sont de nos jours investis par des femmes. De même certaines activités, autrefois propres à la sphère domestique féminine, ont évoluées vers la sphère professionnelle, créant ainsi de nouveaux secteurs d'activité et de nouvelles opportunités d'emplois aussi bien pour les femmes que pour les hommes.

Au cours des dernières années, l'entrepreneuriat féminin s'est amplifié et les entreprises dirigées par les femmes ainsi que le travail indépendant des femmes constituent actuellement une part importante du monde des affaires dans un nombre considérable de pays notamment ceux membres de l'OCDE.

Les femmes entrepreneures constituent une part croissante des propriétaires de PME. Toutefois, si dans certains pays l'entreprenariat féminin est très dynamique, dans d'autres son développement est beaucoup moins important et entravé par divers obstacles.

A l'ère de la mondialisation économique, ce phénomène présente de plus en plus d'intérêt aux yeux des praticiens et des responsables du monde entier. Assurer un environnement propice au démarrage et à l'expansion des entreprises détenues par des femmes et leur permettre de surmonter les obstacles à la création et au développement d'entreprises afin de participer à la croissance économique et le développement de la société en général sont des sujets qui préoccupent de plus en plus les gouvernements.

Les perspectives économiques des pays de la région du Moyen Orient et de l'Afrique du Nord (MENA), ayant traversé une transition politique, se sont améliorées, cependant le chômage reste en hausse, l'inflation continue d'augmenter et les finances publiques de se détériorer. La diversification de leurs économies demeure un enjeu majeur.

Bien que de nombreux écrits qualifient les femmes de force motrice pour le développement, la croissance économique et le bien-être et en dépit de leur formation et leur dynamisme, la proportion des femmes employées dans les économies de la région MENA est la plus faible au monde et le niveau de femmes entrepreneures tout aussi faible.

L'exploitation du potentiel des femmes et leur participation accrue en particulier en tant qu'entrepreneures pourrait contribuer au développement du secteur privé et à la croissance dans cette région. En effet, de nombreuses études montrent que l'implication des femmes dans l'entreprenariat est un élément expliquant une proportion significative de l'écart de croissance entre les divers pays : « si le potentiel entrepreneurial n'est pas exploité au mieux, le potentiel de croissance ne l'est pas non plus »[1].

L'ensemble des pays, par le biais de programmes d'incitation, espèrent développer l'esprit d'entreprise afin d'intensifier l'activité entrepreneuriale et des mesures spécifiques à l'entrepreneuriat féminin y sont très souvent incluses. Il est vrai que le premier réflexe est d'accorder un intérêt particulier aux entreprises innovante dans les domaines tels que : High Tech, Nouvelles Technologies d'Information et de Communication. Les secteurs producteurs et/ou distributeurs de technologie… domaines largement investis par les femmes de nos jours. Or, pour notre part, nous pensons que peu importe le domaine d'activité et la taille de l'entreprise créée, la majorité des entreprises dans le monde étant de petites dimension, tous secteurs confondus. De nombreux autres domaines d'activités sont à valoriser et l'artisanat pourrait être l'un d'eux. Que ce soit dans les pays industrialisés ou dans ceux qui sont en voie de développement, les performances économiques des entreprises artisanales témoignent aujourd'hui de l'importance du rôle qu'elles jouent dans le développement économique et l'emploi.

Développer l'entrepreneuriat féminin permettrait à de nombreuses femmes d'échapper à la précarité, notamment dans les zones rurales où les besoins et les contraintes qui pèsent sur ces femmes sont plus importants qu'en milieu urbain.

Notre recherche, intitulée « Essai d'analyse des principaux déterminants de l'entrepreneuriat féminin en Algérie », se propose de contribuer à la connaissance de l'entrepreneuriat féminin, de ses caractéristiques et ce, par la compréhension de la manière dont les femmes perçoivent, créent et développent leurs entreprises en Algérie.

[1] Rapport de l'Observatoire Fiducial de l'entreprenariat féminin, janvier 2005, p7

La transition économique de l'Algérie vers l'économie de marché a permis l'émergence de nouveaux acteurs dans la sphère économique et sociale, dont les femmes, qui sont de plus en plus présentes dans le monde des affaires, les professions libérales et le secteur artisanal. Les efforts consentis par l'Etat en matière de formation et les mesures incitatives en faveur du secteur privé en général ainsi que l'encouragement adressé plus spécifiquement aux femmes a permis à plusieurs d'entre elles de disposer des fonds nécessaires au financement de leur projets. Malgré toutes ces actions, leur participation à l'activité économique demeure très faible. Ce constat suscite de nombreuses interrogations auxquelles nous tenterons de répondre dans le cadre de ce travail.

Après une justification théorique éclairant les principaux concepts et théories inhérents aux phénomènes étudiés, la recherche met en œuvre une étude empirique qui permet d'une part d'explorer le rôle, les motivations, les caractéristiques et la diversité des femmes entrepreneures, et d'autre part de mieux saisir le processus de création d'entreprise initié par cette catégorie d'entrepreneurs afin d'en déterminer leurs atouts et leurs contraintes.

Une double approche qualitative et quantitative adoptée pour la collecte de données auprès d'un échantillon d'entrepreneures se trouvant dans différents secteurs d'activité et différentes phases de développement, nous aidera à mieux cerner et déceler les principaux déterminants de l'entrepreneuriat féminin en Algérie dans un contexte de crise économique.

Pour une meilleur compréhension du phénomène entrepreneurial, à fortiori lorsque la recherche porte sur les femmes entrepreneures, évènement relativement récent dans de nombreuses sociétés non occidentales, il est fondamental de tenir compte du milieu dans lequel elles évoluent. En effet, le poids de l'histoire, la culture, les traditions et l'ordre établi, peut agir de manière contingente pour favoriser ou inhiber l'événement entrepreneurial. Leur influence sur le comportement et la place de l'homme et de la femme au sein des sociétés peu contribuer à expliquer le fait que certaines femmes créent leur entreprise alors que d'autres ne s'y aventurent pas. Comme l'écrivent Demazière et Dubar (1997, p.49)[2]. « L'explication du comportement ne peut être donnée d'avance et doit se construire au fur et à mesure des observations. Il s'agit d'une conception du social définit comme un ensemble de processus et d'interactions, en opposition à des faits constituées dont on recherche les causes ». D'une manière assez proche, Becker, Geer, Hughes et Strauss expliquent l'intérêt de travailler avec

[2] B.G.Glaser et A.A.Strauss, La découverte de la théorie ancrée : Stratégie pour la recherche qualitative, Armand Colin, Paris 2009-2012, p 30.

une théorie basée sur le concept d'interaction symbolique : « La théorie basée sur le comportement symbolique, met l'accent sur les aspects plus conscients de la conduite humaine, et les met en relation avec la participation des individus dans un groupe. Elle part du principe que la conduite humaine doit être comprise comme un processus au sein duquel l'individu façonne et contrôle sa conduite en prenant en compte(…) les attentes des autres avec lesquels il entre en interaction »[3]. En référence à cette attitude, nous pouvons prendre comme exemple le comportement d'autocensure de nombreuses femmes. En effet, nombreuses sont celles, essentiellement dans les sociétés dites traditionnelles ou conservatrices, connaissant la position réfractaire de la famille face à ce type d'activité par exemple, ou par simple peur de choisir cette voie, peur inculquée par l'éducation et les préjugés, renoncent à créer leur entreprise, malgré leur niveau de formation, comme l'atteste la proportion des femmes bachelières et celles diplômées de l'université dans de nombreux pays.

Dans le sens opposé, les personnes imbibées dès leur jeune âge d'une culture entrepreneuriale, les enfants d'entrepreneurs notamment, seraient certainement plus enclin à se lancer en affaire que d'autres. Avoir des modèles ou des mentors autour de soi et disposer de réseaux et de moyens appropriés sont des facteurs déterminant face à la décision de créer ou non son entreprise. Ce qui nous amène à penser que « L'entrepreneuriat étant avant tout une façon d'être, un style de vie, il importe de mieux cerner les facteurs du milieu immédiat qui peuvent en influencer l'attrait ou encore mieux, la désirabilité (…). Ainsi, lorsque le milieu valorise fortement la création d'entreprises, il en résultera une perception positive de cette activité chez les personnes qui composent ce milieu ». Gasse (2004, p 3).

La recherche de ces sensibilités au près d'une population de femmes entrepreneures que nous avons retenu, tenter de comprendre leurs motivations, mieux saisir leurs perceptions ainsi que leurs forces ou leurs craintes vis à vis de cette carrière qui ne peuvent être perçus dans le cadre d'une démarche quantitative nous ont, en autre, conduit à choisir l'approche qualitative pour effectuer nos investigations. Une enquête en profondeur permettra de saisir les dynamiques du processus entrepreneurial initiées par ces femmes.

Traiter de l'entrepreneuriat féminin comme objet d'étude, ne peut se faire sans le situer dans le champ plus vaste de l'entrepreneuriat afin de préciser les différents concepts et le

[3] Idem 3, p30

soubassement théorique sur lequel nous construirons notre recherche. Notre travail comportera deux donc deux parties :

Une première partie dans laquelle étudierons les fondements théoriques de l'entrepreneuriat. Celle-ci nous permettra de présenter les théories explicatives de la spécificité de l'entrepreneuriat féminin, objet de notre recherche.

Puis une seconde, dans laquelle nous tenterons de comprendre et d'analyser sur la base d'une double enquête, qualitative et quantitative, auprès d'un échantillon de femmes entrepreneures, les principaux déterminants de l'entrepreneuriat féminin en Algérie.

1. Le contexte théorique et pratique de la recherche

Depuis la prise de conscience par les chercheurs du nombre important de petites et moyennes entreprises contrôlées et dirigées par des femmes et de l'accentuation de ce phénomène au cours des années, l'entrepreneuriat féminin fait, depuis plus de vingt-cinq ans, l'objet d'une certaine attention de la part de la communauté scientifique en entrepreneuriat. Plus récemment, la question de l'emploi des femmes et notamment les femmes dans l'entreprise suscite des débats d'un genre nouveau à savoir, l'enjeu économique des femmes et leur participation à la croissance économie.

Le rôle de la femme dans la société, autrefois destinée à se consacrer entièrement à la gestion de son foyer, la maternité et l'éducation de ses enfants a évolué au fil de l'histoire.

En effet, grâce au statut d'entrepreneur elle peut désormais concilier sa vie professionnelle avec sa vie personnelle autrement qu'en statut de salariée.

En Algérie, la contribution (officielle) des femmes dans la sphère économique privée, malgré les efforts considérables consentis par l'Etat en matière de formation et d'encouragement au développement du secteur privé, demeurent très faible.

Une étude menée par l'office national des statistiques (ONS) et qui ne porte que sur les personnes physiques donne une répartition selon le genre du chef d'entreprise comme suit : sur les 888 794 personnes physiques recensées en 2016, 89,8% sont des hommes le reste, 10,2%, est représenté par des femmes. Représentant 15 % du taux des activités économiques, les femmes ne représentent que 6% de l'entrepreneuriat[4]. Ces Taux figurants parmi les plus faibles dans le monde, démontrent la difficulté des femmes en Algérie à trouver un emploi

[4] 3ème colloque international sur l'Entrepreneuriat féminin, Alger, 2016.

et/ou à créer leur propre emploi. Toutefois, il est important de noter que ce taux a doublé par rapport à 2005, mais reste encore insuffisant compte tenu des mécanismes lancés par le gouvernement pour soutenir les investissements féminins et du nombre important de femmes diplômées, soit 75% de l'ensemble des diplômés.

Toutefois, il est essentiel de noter que la protection de la femme occupe une place importante dans le dispositif juridique. Les droits de la femme sont protégés par la constitution qui attribue les mêmes droits et les mêmes obligations pour l'homme que pour la femme dans leur participation au développement du pays. 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 consacre le principe de non-discrimination et d'égalité des personnes devant la Loi. La législation algérienne du travail du travail consacre une égalité de traitement dans le travail de l'homme et de la femme.

Afin de clarifier le contexte de la recherche, nous positionnons dans un premier temps, la notion d'entrepreneur et d'entrepreneuriat puis celle de l'entrepreneuriat féminin dans la littérature scientifique.

Nous abordons l'entrepreneuriat féminin en Algérie, en mobilisant les approches holistes et processuelles. En effet, nous considérons que l'entrepreneuriat ne peut être appréhendé par le simple acte de création d'entreprise. Par ailleurs, la création d'entreprise est de moins en moins perçue comme le résultat d'une démarche d'acteurs solitaire. Aussi, pour mieux saisir le phénomène entrepreneurial, il est fondamental de le penser comme un ensemble de décisions et d'actions situées dans un espace et une période bien délimités.

Dès que la volonté de se lancer en affaire devient réelle et que le ou la "futur entrepreneur(e)" visualise son projet et manifeste son intention de créer son entreprise, nous considérons que le processus entrepreneurial est enclenché. En effet, le lieu où se développe ce projet nous permettra de saisir l'ensemble des variables liées au contexte entrepreneurial, qu'elles soient d'ordre personnelles, familiales, sociales, économiques, politiques, culturelles ou autres.

De plus, s'interroger sur la durée de ce processus nous permettra d'intégrer la variable "temps" dans notre recherche. On pourra, quand cela est possible, estimer la durée du processus de création des entreprises enquêtées et l'utiliser comme variable explicative de la difficulté (ou non) à concrétiser un projet.

C'est à l'intérieur de ce cadre, déterminé par ces deux éléments fondamentaux que sont l'espace et le temps, que nous tenterons de comprendre : "pourquoi" et "comment" devient-

on entrepreneure, et ce qui fait qu'à un moment donné certaines personnes décident de se lancer en affaires alors que d'autres s'y refusent ou n'y songent même pas !

Nous faisons le choix d'une approche holiste et contextualisé de l'entrepreneuriat, car nous pensons que la perception que se font les femmes et les hommes du "monde de l'entreprise", leur désir ou non de se lancer en affaire, ne dépendent pas uniquement de facteurs économiques ; les motivations peuvent être d'un tout autre ordre. L'éducation que reçoit une personne, sa formation, son parcours, ses expériences, son réseau relationnel ainsi que le milieu dans lequel elle évolue influent certainement sur la décision de créer ou de ne pas créer sa propre entreprise. Il est clair, que chaque société a sa culture, ses traditions, ses valeurs et ses croyances. La place des hommes et des femmes dans celle-ci ne sont pas indépendantes des règles, des normes et des conventions qui la régissent, que ce soit dans la sphère privée ou professionnelle. Au moment de prendre une décision, planent les règles et conventions qu'elles imposent.

Au sens sociologique, la culture est : « L'ensemble des représentations, des valeurs et des normes qui orientent l'action de l'individu ». La représentation est alors perçue comme « une construction mentale (croyance, idée ou doctrine) élaborée par une collectivité humaine »[5]. Le poids de la culture est telle, que de nombreuses personnes mettent sous silence leurs rêves et leur ambitions parce qu'ils ne sont pas conformes aux attentes de leur entourage. Ceci conduit Becker, Geer, Hughes et Strauss à affirmer que « … la conduite humaine doit être comprise comme un processus au sein duquel l'individu façonne et contrôle sa conduite en prenant en compte (…) les attentes des autres avec lequel il est en interaction"[6].

Selon Gergen et al. (1992), « la perception sociale est également influencée par le contexte dans lequel on observe les actions d'autrui ». Les individus peuvent trouver dans les modèles existants des formes d'inspiration. Ainsi avoir autour de soi des femmes entrepreneurs qui ont réussi, surtout si elles ne sont pas issues de milieux d'entrepreneur, peut être un facteur d'encouragement certain.

« La décision de créer une entreprise et également la réussite d'un projet de création, sont largement influencées des conditions sociétales comme par exemple la légitimité de l'entrepreneur dans la société ou l'attitude sociétale face au risque et à l'échec »[7].

---

[5]Dictionnaire de sciences économiques et sociales p. 379)

[6] Becker, Geer, Hughes et Strauss, in : G. Glaser, A. Strauss, La découverte de la théorie ancrée. P30.

[7]Mattias l'entrepreneuriat comme science sociale : de la nécessité d'une approche holiste. 2010

2. Les motivations de la recherche

S'engager dans une recherche doctorale n'est pas chose aisée, cependant, lorsque nous faisons le choix d'une carrière universitaire, la rédaction d'une thèse est, pour nous, l'aboutissement d'un engagement pris vis-à-vis de nous-mêmes et vis avis des institutions qui nous ont donné l'opportunité d'exercer ce noble métier.

L'entrepreneuriat c'est imposé ces dernières décennies comme une cause nationale aux vue de l'échec des grandes entreprises nationales à réduire le chômage et impulser la croissance et le développement économique en Algérie. Il en est de même pour l'entrepreneuriat féminin dont la participation à l'éducation, la création d'emplois et le développement économique est désormais reconnue et encouragé. « Les préoccupations des chercheurs et des décideurs, dans les pays développés comme dans ceux étant en voie de développement, se sont de plus en plus rapportées au rôle de l'entrepreneuriat dans le développement économique et social» (Boutiller, Uzunidis, 1994).

Dans notre mémoire de Magistère intitulé *« Forces et Faiblesses de la Petite et Moyenne Entreprise Privée Algérienne dans le Contexte des Réformes Economiques »*[8], la problématique du genre n'a pas été prise en compte. Or, nombre de femmes entrepreneures rencontrées au cours de nos investigations ont créé leur propre entreprise ou en ont hérité et s'organisent en s'inscrivant dans le mouvement associatif. Par exemple l'association *Savoir et Vouloir Entreprendre (SEVE)* regroupe à elle seule plus de 250 femmes entrepreneurs du secteur privé qui, tout en étant parties prenantes dans les activités d'autres associations telles que le *Forum des Chefs d'Entreprise (FCE)*, jugent nécessaire de s'organiser entre elles et, de surcroît, de se connecter à l'international, par exemple avec le dispositif du MENA *(Middle-East and North Africa)*. D'autres associations on vues le jour ; L'AME, l'Association des Algériennes Managers et chefs d'Entreprises créée en 2005, ainsi que les "Ladies business club», association « d'entraide entre femme » différente des deux premières car elle rassemble plus de 1000 femmes appartenant, cette fois, à la sphère publique et privée tous secteurs d'activités confondus : production, services, artisanat, professions libérales ».

[8]Sekkal Houria *« Forces et Faiblesses de la Petite et Moyenne Entreprise Privée Algérienne dans le Contexte des Réformes Economiques »*, *Mémoire de Magistère en* sciences économiques option : Gestion, Oran, 2012.

Nous avons vu que le nombre de création d'entreprise par des femmes diplômées et/ou non diplômées, malgré l'existence de mesures gouvernementales sensées encourager le développement de l'entrepreneuriat, reste très insuffisant. Pourtant créer sa propre entreprise reste pour de nombreuses femmes la seule alternative face à la difficulté à trouver un emploi. Ce thème permet aussi d'exprimer les difficultés auxquelles sont confrontés de nombreuses femmes. Rappelons que bien souvent, le travail des femmes constitue la seule source de revenu de nombreuses familles et à fortiori si elles se situent en zone rurale.

L'entrepreneuriat féminin est désormais reconnu comme étant vital pour le dynamisme de l'économie. Les études internationales du Global Entrepreneurship Monitor (GEM) confirment la corrélation entre le taux d'activité entrepreneurial féminine et la croissance économique. Encourager l'entrepreneuriat ne peut se faire sans améliorer les conditions nationales de son développement. Le contexte national n'est certes pas immuable il peut évoluer et permettre l'essor de l'entrepreneuriat ou au contraire l'inhiber. Favoriser le développement de l'éducation et de la formation, inculquer l'exigence du travail bien fait, développer dès le plus jeune âge l'esprit d'entreprise et le respect de la réglementation et des institutions pourrait améliorer les performances des sociétés et encourager l'activité entrepreneuriale.

« Si le développement est une action (inévitablement humaine) de croître et de s'épanouir, la culture y est fortement associée dans le sens où il ne peut y avoir de connaissance et de développement sans acquis, sans connaissances, voire sans éducation ni formation » Nassarmadji, 2003)[9].

Faire le choix de l'entrepreneuriat dépend de nombreux facteurs et induit de réels changements tant au niveau social que professionnels des personnes qui optent pour cette aventure et bien souvent celles de leur entourage.

Ayant été moi-même chef d'entreprise et membre de réseau et association de femmes chef d'entreprise, j'ai été confronté à cette réalité et pris partiellement conscience des atouts et contraintes liés à cette profession.

Autour de moi de nombreuses femmes se sont lancées en affaires, (entreprises de production, commerce ou profession libérale sans oublier celles œuvrant dans l'informel), et la perception qu'elles ont, d'une part, d'elles même et d'autre part de l'environnement dans lequel elles évoluent en tant que femmes entrepreneures, sont différentes pour chacune d'elles. Il en est

[9] Bourguiba M. De l'intention à l'action entrepreneuriale : approche comparative auprès de TPE françaises et tunisiennes. 2007. p.9

de même pour leur sentiment de discrimination du fait d'être femme. Il m'a donc semblé opportun de capitaliser ces expériences dans le cadre d'une recherche doctorale.

La femme entrepreneure comme objet de recherche au sein des universités en général et de l'université algérienne en particulier est un champ d'étude novateur. En effet, les premières thèses de doctorat, en sciences économiques et en sciences de gestion, portant sur ce thème, n'ont été soutenues qu'au début de cette dernière décennie. La majorité d'entre elles ont construit leurs résultats sur la base d'enquêtes quantitatives. Effectuer une double enquête qualitative et quantitative, nous permet une proximité et un contact direct avec les femmes entrepreneures qu'une analyse quantitative, seule, ne permet pas de saisir. Nous espérons donc, par ce travail, contribuer à l'enrichissement des connaissances sur l'entrepreneuriat féminin en Algérie. À travers l'analyse des motivations et du processus de création d'entreprise initiée par ces femmes, nous tenterons de saisir les déterminants de l'entrepreneuriat féminin en Algérie de nous interroger sur les mobiles qui pourraient encourager un nombre bien plus important de femmes à se lancer en affaire. Apprendre de ces femmes entrepreneures nous permettra d'œuvrer au sein de notre université en vue d'encourager et de former nos étudiantes à la création d'entreprise, sachant qu'il n'est pas aisé à la fin de leur cursus de formation de trouver un emploi. Hors de notre université, par le biais de mouvements associatifs, accompagner et aider les femmes, qu'elles soient en zone urbaine ou rurale, désireuses de s'orienter vers l'entrepreneuriat à concrétiser leur projet.

3. Epistémologie et méthodologie de la recherche

« Dans la vie scientifique, les problèmes ne se posent pas d'eux même. C'est précisément ce sens du problème qui donne la marque du véritable esprit scientifique. Pour un scientifique, toute connaissance est une réponse à une question. S'il n'y a pas de question, il ne peut y avoir de connaissance scientifique. Rien ne va de soi, rien n'est donné. Tout est construit. » (Bachelard G. 1938-14)[10]. Quels que soient les choix épistémologiques et les stratégies de recherche utilisées, un processus de recherche se définit, comme une construction plus ou moins itérative (par exemple l'aller-retour entre terrain et théories) orientés vers des objectifs

[10]Bachelard G. La formation de l'esprit scientifique, Vrin, 1938. P.14.

à définir clairement. Comme le souligne koenig (2002, 2006),[11] « Un projet de recherche constitue un système permettant de passer d'une intention générale a des éléments de réponse. Il s'agit bien de "systèmes " car il y a véritablement une combinaison des différents éléments nécessaires pour faire émerger l'objet de recherches ».

YIN (1984/1991)[12] Orientée plus spécifiquement sur les recherches qualitatives, souligne que « le chercheur doit pouvoir délimiter quel type de questionnement il choisit : une question de type «quoi ? », «combien ? » ou « comment ?» de très nombreuses recherches portent sur des études de processus : le changement, l'innovation, la décision par exemple. Elles peuvent être de nature descriptive et/ou explicative ».

Pour Grenier et Josserand (1999, p 104)[13], « il existe deux possibilités (non exclusives) pour étudier un objet de recherche ; par son contenu ou par son processus. Les recherches sur le contenu cherchent à mettre en évidence la composition de l'objet étudié, tandis que les recherches sur le processus visent à mettre en évidence le comportement de l'objet dans le temps ».

Nous précisons que notre recherche se situe dans la seconde situation, puisque l'objet de notre recherche porte sur l'étude du processus entrepreneurial des femmes en Algérie. Nous nous situons clairement dans une approche de type « compréhensif » qui privilégie l'interprétation des récits et enquêtes recueillis auprès des femmes entrepreneures sélectionnées.

4. Positionnement épistémologique de la recherche

Lorsque l'on entame une recherche, il est fondamentale d'inscrire son projet de recherche dans un cadre épistémologique, car cela aura des implications sur notre choix méthodologique.

« La recherche scientifique, à des fins de constitution de connaissances valables, suppose la référence à des visions du monde partagées par une communauté scientifique, qualifiées de

[11]Koenig. G, conduite et présentation d'un projet de recherche, papier de recherche, IRG, université Paris XII, 2002. In méthodologie de la recherche en sciences de gestion. Pearson, 2012. France. p 65.

[12]Yin, case stydy recherch. Designs and methods, Newbury Park, Sage, 1984/1991). Dans méthodologie de la recherche en sciences de gestion, Pearson, 2012.p 70.

[13]Grenier.C et Josserand.E (1999, p104), recherche sur le contenu et recherches sur le processus. Dans méthodologie de la recherche en sciences de gestion, Pearson, 2012.france.p69.

« paradigmes épistémologiques (…). Tout chercheur doit ainsi être conscient que le paradigme épistémologique dans lequel il inscrit sa recherche conditionne les pratiques de recherche admissibles ainsi que les modes de justification des connaissances élaborées »[14].

Selon Piaget (1967, p.6)[15] « l'épistémologie est l'étude de la constitution des connaissances valables. L'épistémologie s'intéresse donc principalement aux trois questions suivantes : Qu'est-ce que la connaissance ? Comment est-elle élaborée ? Comment justifier le caractère valable d'une connaissance ».

Le tableau suivant présente les différents paradigmes étudiés et à partir desquels nous avons défini notre ancrage épistémologique.

[14] M-L Gavard-Perret, D. Gotteland, C. Haon, A. Jolibert. Méthodologie de la recherche en sciences de gestion. Pearson. 2012. P13.

[15] Piaget. La logique et connaissance scientifique, Paris, Gallimard, 1967. P.6.

Tableau 1 : présentation de paradigmes épistémologiques contemporains

	P.E. réaliste scientifique (Hunt, 1990, 1991, 1992, 1994, 2008 ; Bunge, 1993)	P.E. réaliste critique* (PERC) (Bhaskar, 1988)	P.E. constructiviste pragmatique (PECP) (von Glasersfeld, 1988, 2001 ; Le Moigne, 1995, 2001)	P.E. interprétativiste (Heidegger, 1962 ; Sandberg, 2005 ; Yanow, 2006)	P.E. constructiviste au sens de Guba et Lincoln (PECGL) (Guba et Lincoln, 1989, 1998)
Hypothèses d'ordre ontologique	Il existe un réel en soi (LE réel) indépendant de ce qui est perçu et des représentations qu'on peut en avoir.	Il existe un réel en soi indépendant de, et antérieur à, l'attention que peut lui porter un humain qui l'observe. Le réel est organisé en trois domaines stratifiés : le réel profond, le réel actualisé et le réel empirique.	Aucune hypothèse fondatrice. Il existe des flux d'expériences humaines	L'activité humaine est structurée (*patterned*). La signification consensuellement attribuée par des sujets à une situation à laquelle ils participent est considérée comme la réalité objective de cette situation.	Le réel est relatif : il existe de multiples réalités socialement construites, qui ne sont pas gouvernées par des lois naturelles, causales ou d'autre sorte.
Hypothèses d'ordre épistémique	LE réel (en soi) n'est pas forcément connaissable (faillibilité possible des dispositifs de mesure).	Le réel profond n'est pas observable. L'explication scientifique consiste à imaginer le fonctionnement des mécanismes générateurs (MG) qui sont à l'origine des événements perçus.	Est connaissable l'expérience humaine active. Dans le processus de connaissance, il y a interdépendance entre le sujet connaissant et ce qu'il étudie, lequel peut néanmoins exister indépendamment du chercheur qui l'étudie. L'intention de connaître influence l'expérience que l'on a de ce que l'on étudie.	Est connaissable l'expérience vécue. Dans le processus de connaissance, il y a interdépendance entre le sujet connaissant et ce qu'il étudie. L'intention du sujet connaissant influence son expérience vécue de ce qu'il étudie.	Dans le processus de connaissance, il y a interdépendance entre le sujet connaissant et ce qu'il étudie.
But de la connaissance	Connaître et expliquer des phénomènes observables (*via* éventuellement des concepts inobservables). Conception représentationnelle de la connaissance. Énoncés sous forme réfutable.	Mettre au jour les mécanismes générateurs et leurs modes d'activation. Conception représentationnelle des mécanismes générateurs.	Construire de l'intelligibilité dans le flux de l'expérience à fin d'action intentionnelle. Conception pragmatique de la connaissance.	Comprendre les processus d'interprétation, de construction de sens, de communication et d'engagement dans les situations. Conception pragmatique de la connaissance.	Comprendre les constructions de sens impliquées dans le phénomène étudié. Conception pragmatique de la connaissance.
Modes de justification spécifiques	Neutralité. Objectivité. Justification de la validité externe et de la validité interne (voir chapitres 2 et 3). Tests statistiques d'hypothèses. Réplication.	Pouvoir explicatif des MG identifiés. Justification de la validité des MG *via* des mises à l'épreuve successives dans des recherches quantitatives ou qualitatives.	Adaptation fonctionnelle et viabilité de la connaissance pour agir intentionnellement. Justification de la validité des connaissances génériques *via* des mises à l'épreuve dans l'action (recherches qualitatives).	Méthodes herméneutiques et ethnographiques. Justification des validités communicationnelle, pragmatique et transgressive.	Méthodes herméneutiques mobilisées de manière dialectique. Fiabilité (*trustworthiness*) et authenticité. Pas de généralisation.

SOURCE 1*:* M-L Gavard-Perret, D. Gotteland, C. Haon, A. Jolibert. Méthodologie de la recherche en sciences de gestion. Pearson. 2012. P25.

Gavard-Perret, Gotteland, Haon, Jolibert (2012)[16], dans leur ouvrage intitulé : Méthodologie de la recherche en sciences de gestion soulignent la multiplicité des classifications des paradigmes épistémologiques contemporains (dont nous donnons l'abréviation suivante : P.E). Toutefois ils distinguent le paradigme positiviste de certains paradigmes post positivistes qui comprennent : Le P.E. constructiviste pragmatique (ou radical ou téléologique), le P.E. interprétativiste et le P.E. constructiviste au sens de Guba et Lincoln dont ils donnent l'abréviation suivante : PECGL.

Le tableau 1 présenté ci-dessus, synthétise l'ensemble de ces paradigmes cités. Dans le cadre de notre recherche nous adhérons au positionnement épistémologique constructiviste conceptualisé par Guba et Lincoln (1989,1998). Ce choix est justifié du fait que notre objet de recherche implique des êtres humains qui ne sont pas inertes et passifs ; ce sont des êtres

[16] Ibid. 15. P 23 à 47.

émotionnels. Chaque individu est particulier, avec ses aptitude, ses rêves, ses buts, son éducation. Ils fonts partie d'une communauté qu'ils influencent et qui les influencent.

Dans ce paradigme épistémologique (PECGL), aucune généralisation des connaissances n'est considérée[17]. Le tableau1, présenté auparavant, traduit le paradigme constructiviste dans lequel nous nous inscrivons, le réel est relatif : il existe de multiples réalités socialement construites, qui ne sont pas gouvernées par des lois naturelles, causales ou d'autres sortes.

Cette distinction paradigmatique est liée à la différence formulée par de nombreux chercheurs entre les modèles des sciences de la nature (ou exactes) et des sciences de l'artificiel, conception développée par H. Simon (1969, 1981, 1996)[18].

Le premier « repose sur le postulat selon lequel une connaissance scientifique est une connaissance vérifiée au travers du recours à la méthode expérimentale. Dans le cadre de ce modèle, la recherche, qui porte sur des objets naturels, a pour ambition de révéler des relations entre évènements des types «chaque fois que A se produit, alors B survient ». C'est à partir du constat empirique de ces relations que le chercheur établi des lois générales. (…) ont peut penser qu'une partie des sciences de gestion (ex en finance), celle qui se prêtent bien à la quantification, peuvent se développer assez rapidement dans ce modèle de sciences. (…) Mais bon nombre de sciences humaines et sociales se prête mal non seulement à la quantification mais aussi à la réplication, qui est jugée indispensable au regard des sciences de la nature »[19].

Lorsque le strict respect du modèle des sciences de la nature devient difficile, voire impossible, c'est au model des sciences de l'artificiel que l'on se réfère. Dès que la dimension humaine, le contexte, les interactions entre les chercheurs et son sujet deviennent des éléments d'importance, le strict respect du modèle des sciences de la nature devient difficile, voire impossible.

---

[17] *« La seule généralisation est qu'il n'y a pas de généralisation. La question de la justification externe ne se pose donc pas dans ce paradigme. Pourtant, remise à l'action des connaissances élaborées et bien envisagé, mais exclusivement dans une perspective d'action et sans la concevoir comme une mise à l'épreuve de la validité des connaissances. La mise en action de connaissances suppose que le chercheur en fournisse, comme dans le paradigme interprétativiste, une description épaisse susceptible de faciliter leur interprétation et leur adaptation à un autre contexte par l'acteur désireux de le mettre en action dans cet autre contexte.», Guba et Lincoln, (1985 p.110)*[17] .

[18] Herbert .A. S (1969, 1981, 1996) in Gavard-Perret, méthodologie de la recherche en sciences de gestion, Pearson. 2012. P19.

[19] Ibid. 17. P.19.

La conceptualisation des sciences de l'artificiel part de l'argument selon lequel pratiquement tous les éléments de notre environnement donnent des témoignages de l'artifice humain, par exemple les entreprises, les produits et les services qu'elles développent et commercialisent, les marchés des infrastructures etc. « ces éléments artificiels que Simon appel « artefacts », sont façonnés intentionnellement par des humains de manière à s'adapter au contexte dans lequel ils s'inscrivent (Avenier, 2010)[20].

De nombreux chercheurs expriment la difficulté de définir clairement une frontière entre différents paradigmes tel par exemple entre le P.E. interprétativiste et le P.E. constructiviste au sens de Guba et Lincoln.

Notre choix c'est donc fixé en tenant compte du fait qu'il n'y a pas obligation de fournir une généralisation des connaissances. Notre recherche ne reposant pas sur des hypothèses que nous devons vérifier. Nous pouvons toutefois emmètre des propositions qui guideront notre réflexion.

Le paradigme dans lequel nous nous positionnons, requiert par contre, de fournir une description épaisse et rigoureuse des différents cas étudiés, susceptible de faciliter leur interprétation et leur adaptation à un autre contexte par l'acteur désireux de les mettre en action dans un autre contexte.

Au plan méthodologique, en respect ces exigences nous optons pour un recueil d'informations qui mobilisera une méthode qualitative (étude de cas) combinée à une enquête quantitative (un questionnaire sera transmis par voie électronique à différentes entrepreneures y compris celle auprès desquelles nous avons effectué nos entretiens).

Notre choix ne pouvait donc s'orienter vers le paradigme épistémologique pour deux raisons : d'une part il stipule que «la nature (et donc « toutes les choses qui peuvent tomber sous la connaissance des hommes ») est « assujettie à des lois naturelles invariables»[21]. D'autre part il considère que l'objet d'étude est isolé de son contexte. Une telle approche suppose implicitement que l'objet d'étude est isolable de son contexte et n'interagit pas avec le chercheur. Ce qui n'est pas notre cas, puisque, l'intérêt de notre projet de recherche et la richesse de la compréhension apportée résident précisément dans la prise en compte des

[20] Ibid. 17. p

[21] Le Moigne.J.L, chassez le naturel… écologisme, naturalisme et constructivisme : pourquoi je suis un constructiviste non repentant. P.203.

relations que l'objet entretient avec son contexte. En effet, lorsqu'une organisation de type entreprise est créée, c'est sous l'impulsion d'un certain nombre d'individus, en vue de certains buts, dans un certain contexte qui impose diverses contraintes sur le fonctionnement de cette organisation.

N'oublions pas le l'objet que nous traitons est l'être humain, chaque individu étant diffèrent et disposant de capacité cognitives qui lui sont propres. « Nous pensons qu'il existe une part irréductible de la liberté de l'individu. Individu qui est perçu comme étant un acteur social (Crozier et Friedberg, 1977). Verstraete note à cet effet, « Outre les prédispositions potentielles à l'entrepreneuriat et l'inhérent processus de socialisation qu'engendre toute recherche d'identité dans le monde social, il existerait un certain nombre de facteurs cognitifs propres à l'individu qui le conduisent à créer effectivement une firme » (1997a, p.147).

D'autre part, la méthode qualitative de collecte des données pour laquelle nous avons opté, rend impossible la neutralité du chercheur. Le contenu de nos questions, la formulation des guides d'entretiens, la façon dont se déroulent les entretiens, peuvent consciemment ou inconsciemment faire intervenir notre subjectivité. L'analyse du contenu des entretiens et leur interprétation n'est pas neutre. La connaissance que nous construisons est certainement influencée par la proximité et l'interaction qui se produit entre le sujet et l'objet. De même, la perception que nous avons de la réalité est en partie dépendante de notre propre perception et interprétation des phénomènes étudiés. Il est indispensable que le sujet observateur prenne un maximum de précaution pour aboutir à une interprétation la plus neutre et la plus juste possible.

« Les actions des entreprises sont fortement conditionnées par l'information limitée dont elles disposent et les capacités limitées qu'elles ont de l'utiliser. Le temps y est une dimension omniprésente, avec ses compagnons, l'incertitude et le risque. Bien que les êtres humains qui composent l'entreprise agissent de façon délibérée et intentionnelle, ils ne peuvent pas prévoir avec certitude les effets de leurs propres actions. Ceux-ci dépendent des actions de tous les autres agents, qui sont elles-mêmes délibérées et intentionnelles, et ne peuvent pas non plus être prévues avec certitude. Vue de l'entreprise, l'économie est intrinsèquement non

déterministe et ses lois sont approximatives voire simplement qualitatives. Elles ne se prêtent, en tous cas, pas à une formulation mathématique rigoureuse » (Dréan, 2002)[22].

5. Positionnement méthodologique de la recherche

Notre recherche s'inscrit dans une perspective à finalité exploratoire, approche descriptive et compréhensive du phénomène étudié. Nous choisissons d'effectuer une double enquête qualitative et quantitative. Notre démarche méthodologique emprunte la triangulation des méthodes entendue, ici, comme une approche « multi méthodologique » (Snow et Thomas, 1994) dans la mesure où elle cherche à appréhender l'objet de la recherche, le processus entrepreneurial des femmes dans notre contexte national, par le bais de deux méthodes différentes mais complémentaires.

Nous sommes dans une logique inductive. En effet, « cette démarche consiste à dégager des observations préalablement résumés en faits stylisés des mécanismes susceptibles d'en rendre compte, en s'appuyant sur des connaissances théoriques d'arrière-plan. »

A partir de l'analyse comparative entre l'ensemble des cas particuliers nous essaierons de faire apparaître une régularité entre les différents cas observés. Ainsi nous progressons des particuliers vers le général. Pour notre part nous une tenteront de comprendre et de décrire une réalité, celles des femmes entrepreneure. « L'induction ne se focalise pas exclusivement sur la recherche de similarités mais sur une comparaison continuelle des données empiriques afin de soutenir l'élaboration de conjectures »[23]. Nous ne cherchons nullement à produire des lois universelles.

Une recherche théorique préalable nous a permis une meilleure compression du vaste champ qu'est l'entrepreneuriat et nous a fourni les connaissances nécessaires pour aborder la partie empirique de notre recherche.

Nous précisons que notre analyse reposera les résultats d'entretiens réalisés auprès des femmes entrepreneure sélectionnées. L'enquête quantitative, quant à elle, nous permettra de compléter et corroborer les résultats obtenus au cours de la première enquête.

Dans le cadre de notre travail, nous optons pour une démarche qualitative car elle répond aux exigences du paradigme épistémologique constructiviste dans lequel nous inscrivons notre recherche**.** Selon Mucchieli (2005, p.31) « L'ancrage dans une épistémologie constructivistes

[22] G.Dréan, l'entreprise et la théorie économique. Le quotidien libre Montréal novembre 2002. http://www.quebecoislibre.org/021123-8.htm

[23] Ibid. 17.p34

exige quasiment des enquêtes de terrain, une descente du chercheur auprès des phénomènes concrets qu'il veut mettre en connaissance». Le tableau suivant synthétise différents paradigmes épistémologiques et les méthodologies qui y correspondent. Cela nous a conforté dans notre choix.

Tableau 2 : Vue organisée et synthétique des recherches en entrepreneuriat[24]

Question principale	Quoi	Qui / Pourquoi	Comment
Types d'approches	Approches fonctionnelles	Approches sur les individus	Approches sur les processus
Échelle du temps	200 dernières années	Depuis le début des années 1950.	Depuis le début des années 1990.
Domaine scientifique principal	Économie	Psychologie, sociologie, psychologie cognitive, anthropologie sociale.	Sciences de gestion Sciences de l'action Théories des organisations
Objet d'étude	Fonctions de l'entrepreneur	Caractéristiques personnelles. Traits des individus entrepreneurs et entrepreneurs potentiels.	Processus de création : – d'une nouvelle activité, – d'une nouvelle entreprise.
Paradigme dominant	Positivisme	Positivisme Sociologie compréhensive	Constructivisme
Méthodologie	Quantitative	Quantitative Qualitative	Qualitative
Hypothèse de base	L'entrepreneur joue / ne joue pas un rôle important dans la croissance économique.	Les entrepreneurs sont différents des non-entrepreneurs.	Les processus entrepreneuriaux sont différents les uns des autres.
Lien avec la demande sociale (qui est intéressé par…)	État, collectivités territoriales, responsables économiques.	Entrepreneurs Entrepreneurs potentiels Système éducatif Formateurs	Entreprises Entrepreneurs Entrepreneurs potentiels Éducateurs et formateurs Structures d'accompagnement et d'appui des entrepreneurs.

En effet, dans le cadre de ce travail, nous cherchons à comprendre, à travers les récits de vie des femmes que nous avons rencontrées, la dynamique du processus qui les a conduits à devenir entrepreneures et saisir ce qui a déterminé leurs décisions et leurs actes.

Notre travail comportera deux grandes parties :

[24] A. Fayolle, A la recherche du cœur de l'entrepreneuriat : vers une nouvelle vision du domaine ».Revue internationale P.M.E. : économie et gestion de la petite et moyenne entreprise, vol. 17, n° 1, 2004, p.105.

- Une première, dans laquelle nous étudierons les fondements théoriques de l'entrepreneuriat et ceux plus spécifiques de l'entrepreneuriat féminin pour une meilleur compréhension de notre objet de recherche.
- Une seconde, dans laquelle nous explorons et interprétons, à partir d'un cheminement historique, l'évolution de l'insertion des femmes dans le champ de l'activité économique en Algérie et où nous développons les résultats de l'enquête effectuées.

« Cette orientation (recherche exploratoire) renvoie à un contexte de découverte et peut, selon la nature du projet, constituer une démarche part entière » (Yin, 1984 ,1991) ou « ne former qu'une partie de la recherche en amont d'une démarche de tests ultérieurs » (Saunders et al. 2003)[25]. Dans le même sens, Evrard et al. (1997)[26] montrent que les recherches exploratoires, peuvent être tantôt une fin en soi, tantôt une phase initiale de la recherche.

Notre enquête qualitative basée sur des entretiens semi-directifs, nécessitera plus d'une rencontre avec chacune des femmes sélectionnées. Le choix d'une analyse qualitative est pertinent quand il s'agit d'analyser le comportement humain. Il s'agit, en empruntant la narration, de donner individuellement la parole aux femmes entrepreneures pour que chacune d'elles nous racontent "comment elles sont devenues entrepreneures".

C'est la recherche qui produit et analyse des données descriptives, telles que les paroles écrites ou dites et le comportement observatoire des personnes (Taylor et Bogdan, 1984). Elle renvoie à une méthode de recherche intéressée par le sens et l'observation d'un phénomène social en milieu naturel. De ce fait, chercher à comprendre, chercher à décrire, explorer un nouveau domaine, évaluer les performances d'une personne, aller à la découverte de l'autre, évaluer une action, un projet sont des démarches dont la réussite reste en partie liée à la qualité de la recherche qualitative sur lesquelles elles s'appuient.

Les entretiens semis directifs pour lesquels nous avons opté permettent d'explorer et de décrire de la façon la plus profonde et la plus juste possible le phénomène étudié. « Deux des articles les plus stimulants à retenir pour théoriser en entrepreneuriat ont été écrits par un spécialiste du domaine qui possède la double formation doctorale en physique et en entrepreneuriat, en plus d'avoir pratiqué comme scientifique et comme entrepreneur. Il s'agit de Bygrave qui a d'abord montré que l'entrepreneuriat devait se détacher du paradigme de la

[25]Ibid. 15, P.70.
[26] Ibid. 7.p100

physique et des approches quantitatives pour trouver sa propre logique. Il a suggéré que, ce dont on a le plus besoin c'est de faire des recherches qualitatives sur le terrain pour mieux comprendre ce que font les entrepreneurs (1989a)[27].

L'enquête qualitative ne permet pas une généralisation puisqu'elles portent sur des données non numériques d'où l'importance de la qualité de la population observée pour la pertinence de l'information obtenue. Toutes les conversations de chacune des enquêtes sont enregistrées puis immédiatement transcrites.

L'approche qualitative nous permet, du fait du contact direct avec l'entrepreneure, de mieux saisir le sens des émotions quand elles sont exprimées ; il en est de même quand il s'agit de dimensions subjectives telles que les intentions et les croyances. Le lien tissé avec l'entrepreneur nous permet de mieux cerner le parcours de ces femmes.

L'analyse des entretiens réalisés, se fera à l'aide du logiciel NVIVO adapté à ce type d'entretiens. Ainsi après la transcription de chaque entretien, l'utilisation de ce logiciel nous permettra d'effectuer une analyse thématique et nous permettra de développer chaque proposition de réflexion fixée au préalable.

Un second élément qui justifie notre préférence pour la recherche qualitative est l'inexistence d'information statistique liée à notre étude. En effet, l'absence de statistiques officielles incluant le « genre » dans le monde de l'entreprise aboutit à une connaissance peu claire sur l'entreprenariat féminin, ce qui est préjudiciable à la femme entrepreneur car d'éventuelles particularités ne sont pas mises en évidence ; dès lors, il est plus difficile dans de nombreux domaines (financement, relations avec les administrations…) d'identifier les bons leviers.

L'enquête quantitative, quant à elle, se fera en parallèle à celle qualitative. Elle nous permettra d'établir des statistiques qui renforceront les informations obtenues lors des entretiens effectués auprès des femmes entrepreneures.

Pour réaliser cette enquête, nous avons utilisé et adapté le questionnaire que nous avions rédigé dans le cadre de notre mémoire de Magistère pour notre recherche aux près de PME privées situées dans la Wilaya d'Oran.

[27]Louis Jacques Filion, Le champ de l'entrepreneuriat : historique, évolution, tendances, Cahier de recherche no 1997-01 p17.

Après avoir contacté par téléphone différentes associations de femmes chefs d'entreprises, nous leur avons transmis, par voie électronique, notre document. Nous espérions par ce biais obtenir de nombreuses réponses, or nous n'en avons reçu que 50. Seules les personnes de notre entourage ou les relations de personnes que nous connaissons personnellement y ont répondu. Ceci explique que nous n'avons pas pu constituer un échantillon selon les méthodes conventionnelles, puisque le choix des entreprises dépend de leur accessibilité et la disponibilité des dirigeants. En raison de ce choix, il est probable que la qualité des entrepreneures et donc de leurs performances soit supérieur à la moyenne nationale. Cependant l'étude s'étend à des secteurs d'activités dans lesquels les investisseurs privés sont très présents. Notre échantillon est constitué majoritairement d'entreprises des secteurs secondaires et tertiaires puisque, conforment à la législation, sont regroupées sous l'appellation PME toutes les entreprises de productions de biens et services.

6. Objectif et question centrale de la recherche

Le caractère multidisciplinaire du champ de l'entrepreneuriat et l'ampleur des travaux traitant de ce thème est tel, « qu'il apparaît presque illusoire de donner une représentation complète et détaillée de la couverture de ce champ par toutes les différentes disciplines qui s'y sont intéressées ».[28]

Toutefois, à travers les lectures des différents ouvrages et publications, nous pouvons constater une évolution de la recherche en entrepreneuriat. En effet, les premiers écrits se sont focalisés sur l'entrepreneur de ce qu'il est et de ce qu'il fait pour s'orienter progressivement vers le processus entrepreneurial dans sa globalité. Nous sommes aujourd'hui face à une vision et une définition dynamique du processus entrepreneurial en ayant toujours comme acteur central l'entrepreneur.

Pour Fayolle (2003b), une définition doit relever d'une problématique particulière et Il distingue trois problématiques génériques dans le champ de l'entrepreneuriat :

- L'entrepreneuriat en tant que phénomène économique et social,
- L'entrepreneuriat en tant que phénomène de recherche,
- L'entrepreneuriat en tant que phénomène d'enseignement.

[28]Fayolle, À la recherche du cœur de l'entrepreneuriat : vers une nouvelle vision du domaine Revue internationale P.M.E., vol. 17, no 1, 2004. p

Ces trois niveaux s'interpénètrent et s'enrichissent mutuellement des connaissances produites par la recherche pouvant être enseignées et pouvant résoudre des questions sociétal c'est-à-dire ce qui se passe au niveau de la société et la perception qu'elle a d'un phénomène n'est pas sans effet sur l'enseignement et le développement ou non d'un corps d'enseignement » (Fayolle, 2005).

Notre travail se situe dans la seconde problématique, puisqu'il s'inscrit dans le cadre d'une recherche universitaire, un travail doctoral. Notre intérêt est scientifique, il vise la compréhension, des différentes approches de l'entrepreneuriat et, pour certaines, de leur modélisation, qui serviront de soubassement théorique pour une étude plus spécifique : l'entrepreneuriat féminin en Algérie que nous aborderons dans la seconde partie.

Avant de présenter les modèles théoriques choisis et justifier nos choix, il nécessaires de préciser l'objectif de notre recherche et l'angle par lequel nous abordons notre réflexion. Comme mentionné antérieurement, notre travail consiste à comprendre " pourquoi'' et "comment" à un moment de leur vie, des femmes décident de devenir "entrepreneures". Cela ne peut se faire sans considérer le contexte national dans lequel elles évoluent (institutionnel, culturel et environnementale) ainsi que le milieu familial, professionnel et le réseau relationnel qu'ils induisent sur l'activité de ces femmes.

Cela nous conduit donc à nous intéresser à l'articulation entre les trois éléments suivants :

Individu – Organisation -- Environnement

Dans un premier temps, la préférence du terme "individu" à celui d'"entrepreneure" nous conduit à penser tout le processus de transformation sociale pour atteindre "l'individu entrepreneur". Nous voyons là une évolution ou un changement qui s'exprime par **le passage d'une variable d'état (*être femme)* à une variable comportementale (*devenir entrepreneure)*,** dirigeant sa propre organisation dans un environnement donné.

Notre recherche consistera à déterminer et analyser l'ensemble des éléments ou facteurs favorisant ou inhibant ce changement qu'ils soient d'ordre psychologiques, économiques, sociologiques ou autres. Nous nous situons dans une vision dynamique du comportement entrepreneurial. Nous tenterons donc, par le biais de l'étude empirique, de comprendre le processus qui a mené ces femmes à l'entrepreneuriat et de découvrir les trajectoires de chacune d'elle.

L'objectif central de notre recherche est de comprendre les motivations et le processus entrepreneurial des femmes en Algérie. Notre question centrale est la suivant :
Qu'elles sont les causes et les raisons qui conduisent de plus en plus de femmes, seules ou en équipe à créer leur propre entreprise malgré les difficultés de cette profession et un environnement qui, a priori, ne semble pas toujours propice. On se demande alors, qui sont ces femmes et quel a été leur parcours ?

Cela nous amènera à travers le récit de vie de ces entrepreneures à analyser ce processus en distinguant deux moments de leur parcours, où le point de rupture et donc de changement correspond à la création effective de leur entreprise. Ce changements impactera leur vie familiale et sociale. Nous désirons, avec leur participation, décomposer le processus entrepreneurial afin d'en étudier chaque étape et d'en saisir parallèlement les changements que cela induit dans leur vie.

En premier, c'est aux femmes (individu non entrepreneur) que nous nous adressons, pour tenter de comprendre comment a émergé l'idée de devenir entrepreneure, qu'est ce qui a un moment donné de leur parcours professionnel ou de leur vie familiale les a conduit à faire le choix d'une carrière entrepreneuriale. Quel est le véritable l'élément "déclencheur". Qu'elle perception ont-elle à ce moment précis d'elles-mêmes, de leurs motivations et de la faisabilité de leur projet. Ont-elles évalué, à sa juste valeur, la complexité des actions et le temps nécessaires à sa réalisation ?

Nous essaierons, d'autre part, de découvrir des similitudes et/ou des différences qui existent entre ces femmes, de comprendre leurs motivations, de déceler leur force et/ou leurs faiblesses, voir si elles se regroupent au sein d'association etc.

Comme nous l'avons précisé auparavant, le contexte économique, social, culturel, familial et institutionnel sont des éléments explicatifs, à la fois, des comportements individuels et collectifs, chaque société ayant ses traditions, ses normes, ses valeurs et ses croyances. La place des hommes et des femmes dans celle-ci ne sont pas indépendantes des règles et des conventions qui la régissent, que ce soit dans la sphère privée ou professionnelle ; faire le choix de devenir entrepreneur, le désir d'indépendance ou le comportement face à la prise de risque par exemple, que l'on soit femme ou homme, n'est pas simplement lié à une question de volonté, d'opportunité, de compétences et de moyens financier, même s'il est vrai qu'ils y contribuent largement.

L'axe de réflexion qui a orienté notre recherche

Notre recherche accorde la place centrale à l'entrepreneur, un acteur social doté d'une rationalité limité qui ne peut être étudié hors du milieu dans lequel il est encastré.

S'interroger sur les déterminants de l'entrepreneuriat féminin en Algérie nous conduit à tenir compte, entre autres, de trois éléments essentiels : les caractéristiques de l'entrepreneur, le contexte familial et professionnel et le contexte environnemental national. Cela nous permet d'établir les propositions suivantes :

- Les valeurs et croyances culturelles influencent la décision (la désirabilité) de s'orienter vers une carrière entrepreneuriale,
- La faisabilité perçue de la création d'entreprise dépend du contexte environnemental : institutionnel, relationnel, économique et culturel,
- L'environnement familial et le contexte local impactent fortement la décision de se lancer en affaire. Le comportement n'est pas le même dans toutes les régions,
- Avoir autour de soi des modèles d'entrepreneurs influence positivement l'acte entrepreneurial,
- Les besoins et les motivations (autonomie, réalisation, accomplissement, reconnaissance sociale) expliquent la décision de se lancer en affaire.
- Percevoir la faisabilité d'un projet dépend en grande partie des ressources que l'on peut mobiliser,
- Certains individus ont une combinaison de caractéristiques psychologiques et un passé professionnel qui les rendent plus susceptibles de créer une affaire que d'autres.

PARTIE I

LES FONDEMENTS THEORIQUES DE L'ENTREPRENEURIAT

L'entrepreneuriat en tant qu'action humaine a toujours accompagné le développement des sociétés et des civilisations. De nombreux auteurs se sont penché sur cet acteur hors du commun tenté par l'aventure recherchant sans cesse de nouveaux défis et /ou de nouvelles opportunités en engageant son temps et son argent en assumant tous les risques.

L'entrepreneuriat est une discipline qui porte sur l'action entrepreneuriale. Elle ne se réduit pas à la seule création d'entreprises. Le terme entrepreneuriat est devenu un terme générique qui recouvre des recherches qui portent sur les petites et moyennes entreprises, les entreprises familiales, l'entrepreneuriat féminin, des start-up, etc… .

Lorsque l'on cherche la définition du mot entrepreneuriat, le premier réflexe est de feuilleter les différents dictionnaires. Dans Le Larousse nous trouvons : activité, fonction d'entrepreneurs. Mots proches : entreprendre, entrepreneur entreprise, entrepreneurial, ou, Relatif aux entrepreneurs, aux dirigeants d'entreprise. Le "littré", ne propose aucune définition. L'Encyclopédie universalis, définit l'entrepreneuriat comme étant le travail d'entrepreneur, de dirigeant d'entreprise. Dans le dictionnaire sociologique de l'entrepreneuriat, le mot entrepreneuriat n'existe dans la table des matières que s'il est rattaché à un élément qui le précise, par exemple, entrepreneuriat social ou entrepreneuriat-recrutement et emploi, etc. Il n'y a aucune définition propre à l'entrepreneuriat ; c'est à l'activité ou la fonction de l'entrepreneur qu'il est fait référence.

Cette difficulté de définition traduit parfaitement la complexité du phénomène entrepreneurial. En effet, d'une part ce dernier n'est pas « réductible uniquement aux entreprises mais il touche tous les types d'organisations répondant à un besoin de la société. L'entrepreneuriat n'est donc pas limité à l'idée de recherche du profit ; il peut aussi être lié au domaine public ou au développement durable, à la culture, à l'art par le biais d'organisations à but non lucratif et caritatif » (Paturel, 2005 et 2006).

D'autre part, le caractère multidisciplinaire de l'entrepreneuriat, a donné naissance à une multitude d'écrits qui sont l'expression des différents angles de vues, de paradigmes, d'écoles, ou d'approches. L'entrepreneuriat étant un domaine de recherche relativement récent, Verstraete et Fayolle (2005) soulignent qu'il est normal que des chercheurs s'intéressent à définir les paradigmes qui forment le domaine de recherch.

Un paradigme désignant une constellation de croyances, valeurs, techniques, etc. partagée par une communauté donnée (Kuhm, 1962, p175)[29].

Pour Marchesnay (2008) cette discipline « (…) encore exotique dans les années 70 a donc connu les trois étapes d'un paradigme, à savoir la naissance, la connaissance et, enfin, la reconnaissance. Celle-ci se concrétise par un grand engouement, une légitimité affichée des programmes d'enseignement et de recherche en entrepreneuriat. Ces programmes, dont le nombre va en croissant notamment dans les écoles de management, mais aussi d'ingénieurs (…)» (Marchesnay, 2008, p. 1).

L'image héroïque ou mythique de l'entrepreneur a, probablement, aidé à cette reconnaissance. En effet, l'entrepreneur est considéré comme l'acteur principal de l'entrepreneuriat, il est capitaine d'industrie, innovateur (Schumpeter 1934, in Filion, 2008), créateur de valeur (Bruyat, 1993), pour ne citer que ces qualificatifs.

Le concept de l'entrepreneur et plus précisément sa fonction ont été dès les XVIIème siècles définit par R. Cantillon et depuis ce terme a fait l'objet de nombreux consensus et désaccords. En effet, La définition de l'entrepreneuriat prête souvent à discussion au sein de la littérature contemporaine. Marchesnay (1995, p.153) affirme que « La notion d'entrepreneur est l'une des plus controversées, et des plus chargées de sens, de l'analyse stratégique ».

Fayolle (2004, p.68) s'interroge sur ce concept en posant la question de savoir s'il faut définir l'entrepreneur par « ce qu'il est, ce qu'il fait, par ses origines et ses besoins ou par ses activités et leur résultat ». Danjou (2002) explique que la recherche dans le domaine de l'entrepreneuriat s'articule le plus souvent autour de trois angles d'approche **:** l'entrepreneur, l'action entrepreneuriale et le contexte entrepreneurial. En parallèle, certaines études tendent à approfondir l'une de ces trois dimensions seulement, avec la volonté de mieux appréhender la réalité qui sous-tend l'action entrepreneuriale (Danjou 2002).

Les travaux de ces dernières années s'attachent le plus souvent, comme le préconise Fayolle (2003), à proposer des modèles multidimensionnels qui rendent compte simultanément de ces trois dimensions, permettant ainsi une vision plus holistique et processuelle du phénomène entrepreneurial.

[29] T.Kuhm. the structure of scientifique revolution, university of Chicago Press. Dans méthodologie de la recherche en sciences de gestion. Pearson2012. P13.

Cette pluralité de définitions est due à la diversité et à la complexité du phénomène étudié ; aussi, pour mieux comprendre les concepts utilisés dans le contexte de notre étude, il s'avère nécessaire de se référer à la littérature afin de définir les concepts clés : entrepreneur, entrepreneuriat, femmes entrepreneures. Cela nous conduit à structurer notre première partie en trois chapitres :

Le premier chapitre, comporte trois sections, et nous donnera une lecture multidisciplinaire de l'entrepreneur ; ce qui nous conduit au constat d'une double évolution quant au concept de l'entrepreneur :

- D'une part, dans la première section, suite à une première définition donnée par les auteurs classiques, nous nous trouvons face à une divergence entre une vision de la théorie standard qui présente une entreprise sans entrepreneurs qui résonne dans le cadre de la concurrence pure et parfaite et une autre, schumpetérienne, qui nous présente une entreprise dirigée par un être solitaire (isolé) et doté de capacité extraordinaire.
- D'autre part, dans la seconde, plusieurs auteurs réfuteront l'idée d'un entrepreneur isolé pour l'aborder sous l'angle d'un entrepreneur intégré dans son organisation et son milieu environnant. Une nouvelle analyse se construit autour de la théorie de la firme comme « nœuds de contrats ».
- Dans la troisième section, nous présenterons l'entrepreneur à travers le prisme des sciences sociales : approches centrées sur les individus s'intéressant à leurs traits de personnalité, leurs motivations, leurs comportements etc.

Dans le deuxième chapitre nous étudierons les différentes approches de recherche en entrepreneuriat :

- Dans une première section nous développerons la notion de processus puis nous présenterons quelques modèles du processus entrepreneurial auxquels nous nous referons tout au long de notre réflexion ;
- Nous aurons dans une seconde section une lecture multiparadigmatique de l'entrepreneuriat ;
- Nous finirons par une approche sociologique et contextuelle de l'entrepreneur dans une dernière section.

Le chapitre trois présentera le cadre théorique à partir duquel nous aborderons l'entrepreneuriat féminin.

- La première section nous présentera le cadre conceptuel de l'entrepreneuriat féminin. Nous en délimiterons le champ et en donnerons une définition.
- Dans la seconde, nous insisterons sur les apports de modèles spécifiques à l'entrepreneuriat féminin
- Dans la troisième partie nous tenterons de présenter le profil de la femme entrepreneure ainsi que celui des entreprises qu'elles créées, tel qu'ils sont décrits par la littérature occidentale.

Chapitre I : Le concept de l'entrepreneur : une approche multidisciplinaire

Avant de consacrer le terme « entreprenariat », c'est à « l'entrepreneur », sans doute l'acteur central du phénomène, que les auteurs se sont intéressés. L'entrepreneur étant celui qui entreprend et l'entrepreneuriat le phénomène que ce dernier produit partant des actes qu'il pose.

« Au début du XVIIIe, la notion d'entreprise devient un concept théorique lorsqu'elle est définie comme une forme d'intervention économique produite par/productrice de – un ordre ou une classe d'entrepreneurs » H Vérin (2011[30]page 12).

Verstraete, (2001)[31], présentent l'entrepreneuriat comme un phénomène hétérogène dont les manifestations sont multiples. « Il n'y a pas de consensus sur une théorie de l'entrepreneuriat encore moins sur une définition univoque. L'état de l'art fait apparaître de nombreuses acceptations et une profusion des thématiques où prennent place des notions et des concepts qui ne peuvent fonder la spécificité de l'entrepreneuriat » . Les théories de l'entrepreneur traduisent, à leur façon, les clivages entre les différentes traditions et écoles de la pensée économique (Boutillier, S. et Uzunidis, D. 1995). Un des rares points de convergence, semble-t-il, réside dans la reconnaissance du rôle de l'individu en tant que source contributrice de richesses. (Tounes Azzédine et Fayolle Alain. 2006)[32].

D.M. RAY (1993 p. 346-347) remarque que l'inexistence de définition a amené à des résultats empiriques contradictoires. Plus encore, les frontières entre entrepreneuriat et entrepreneur sont très floues car l'on décèle des confusions sémantiques. Cependant nous considérons que les différents courants économiques se réunissent autour de la reconnaissance de l'individu comme source incontournable de richesses.

Bruyat (1993) met en évidence les trois aspects du phénomène qui sont à l'origine des difficultés que rencontrent les chercheurs du domaine de l'entrepreneuriat :

-**la diversité** des logiques conduisant à l'apparition des entreprises nouvelles ;

[30] Helene Vérin, entrepreneurs entreprise, histoire d'une idée. Paris, Classique Garnier, 2011. p 12.
[31]Verstraete, (2001),
[32] Tounes Azzédine et Fayolle Alain, « L'odyssée d'un concept et les multiples figures de l'entrepreneur », La Revue des Sciences de Gestion, 2006/4 n°220-221, p. 18

-**la complexité** du phénomène de la création d'entreprise. Pour cet auteur, quatre dimensions doivent être prise en compte pour l'étude de la création d'entreprise (l'entreprise nouvelle, l'environnement, le créateur, et le processus de création) ;

-**le dynamisme**. La notion d'entrepreneur correspond au besoin de la théorie économique de s'appuyer sur un type idéal afin de fournir une explication générale du fonctionnement de l'économie de marché. L'idéologie de l'entrepreneur repose sur l'idée que le développement économique est le produit de l'initiative individuelle.

Depuis J.-B. SAY, notre revue de la littérature nous permet de distinguer, tout comme le précise M. CASSON (1991, p. 21) [1982], deux approches de l'entrepreneur l'une descriptive et l'autre fonctionnelle. Ainsi, jusqu'à la fin de la décennie 1950, l'analyse de l'entrepreneur s'est faite dans une perspective purement économique. A partir des années 1960, sans tracer une frontière nette et définitive, l'analyse de l'entrepreneur se fait, parallèlement aux théories économiques, dans une perspective interdisciplinaire. Celle-ci insiste davantage sur ses actes et comportements, sur ses traits psychologiques, sur l'influence des variables sociales et culturelles. La littérature actuelle en entrepreneuriat rejette l'exclusivité des analyses chères aux néoclassiques, axées sur l'acteur "individuel".

Une nouvelle approche émerge, axée sur le processus. Les concepts ne correspondent plus à des notions discrètes, isolables dans le temps, mais recouvrent des phénomènes en évolution et dont l'évolution même en constitue le sens. Dorénavant, c'est sur la relation et les interactions entre les éléments ainsi que leurs évolutions, que s'orientent les chercheurs.

L'ère managériale de l'entrepreneuriat se dessine, et de nouveau concept émergent tel que : le comportement de l'entrepreneur, l'émergence organisationnelle, le comportement organisationnel etc. L'ampleur et la multiplicité des ouvrages et publication traitant de l'entrepreneur et de l'entrepreneuriat, aussi bien par les économistes et les behavioristes sans omettre de citer les anthropologues, traduit le regard nouveau porté sur les petites et moyennes entreprises. Contrairement à ce que de nombreux auteurs avaient prédits, les entreprises de petites dimensions, n'ont pas disparu au profit des grandes, bien au contraire, désormais, c'est sur leur flexibilité et leur dynamisme que repose la création d'emploi, la croissance et le développement économique de nombreux pays.

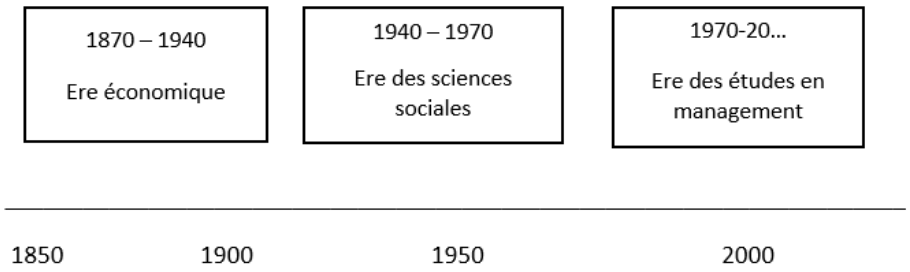
Les transformations qu'a connues le capitalisme depuis plusieurs décennies, ainsi que la crise des années 70 et la montée du chômage se sont traduits par un regain d'intérêt tant de la part des pouvoirs publics que des scientifiques à leur égard et ont conduit à de nouveaux

questionnements et de nouvelles théorisations. « Small is beautiful », le titre du livre de SCHUMACHER, paru en 1973, sert de bannière à ce renouveau.

En ce début de siècle, l'entrepreneuriat s'est imposé comme une cause nationale dans de très nombreux pays. Les mesures d'incitation, d'aide et d'accompagnement à la création d'entreprise, montrent à quel point les Etats mise sur l'entrepreneuriat pour dynamiser leur économie.

Landstrom et Benner(2010)[33], présentent les trois ères de la pensée en entrepreneuriat dans le schéma suivant :

Graphe 1: les trois ères de l'entrepreneuriat



Le schéma ainsi présenté, permet de bien visualiser dans le temps, comment se sont succédés et complétés chacune des disciplines pour en dernière période se réunir et déboucher sur une vision dynamique et processuelle ou les notions d'opportunité et d'innovation réussissent à fédérer un grand nombre d'auteur et de disciplines à savoir, les sciences économiques, sociales et managériales.

A partir des années 70, l'entrepreneuriat est devenu champ d'études au sein du management, en conservant son caractère multidisciplinaire (Landstrom et Benner(2010)[34]).

Dans le souci de mieux cerner ces concepts, nous nous proposons, dans ce premier chapitre, d'étudier la façon dont certaines disciplines ont abordé le thème de l'entrepreneuriat. Nous essaierons donc de comprendre comment les approches économiques, sociologiques, psychologiques et des sciences de la gestion ont appréhendé et défini les deux notions « entrepreneuriat » et «entrepreneur ».

[33]Landstrom et Benner (2010), « entrepreneurship research: a history of scholarly migration »in Landstrom. H, Lohrke. F, historical fondation of entrepreneurship reserch, EdwarElgar, Cheltenham, 15-45.

[34] Idem 7

1. La fonction de l'entrepreneur : une lecture historique

Il est intéressant de parcourir l'histoire pour voir comment a été peu à peu défini l'entrepreneur et quel rôle chaque époque lui assignait. En effet, divers auteurs, H. Vérin (1982 et 2011), Boutillier et Uzunidis (1999)[35] ont étudié la construction de l'image de l'entrepreneur au cours du temps. Alors que l'entreprise ne tenait qu'une place modeste dans l'économie, elle est très présente chez Olivier de serres, Cantillon, puis chez Adams Smith où la célèbre fabriquer d'épingles tient une place d'honneur dans *la richesse des nations.*

1.1 De l'entrepreneur au producteur ou l'homme au "sixième sens inné"

« Le livre d'Hélène Vérin Entrepreneur, entreprise. Histoire d'une idée (1982, 2011) « nous livre l'exégèse historique d'une notion devenue faussement commune. Non par la seule « déconstruction » de cette notion mais par une étude fine de ses étapes d'élaboration »[36].Ce qui force l'attention dans ce livre, ce n'est pas seulement l'objet qui y est analysé : l'installation des entreprises et des entrepreneurs dans la France et 17^{e} et 18^{e} siècle, c'est aussi et surtout la démarche adoptée pour rendre compréhensible ces transformations décisives de la société. « Elle se refuse à voir dans l'émergence de l'idée d'entreprise un développement linéaire, qui pourrait apparaître alors comme un progrès. Or, si elle évite cette simplification, c'est que, sur la base d'une lecture méticuleuse des textes, elle remarque qu'à l'horizon de ces luttes «matérielles » (le combat des entrepreneurs contre la tradition pour imposer le type d'activité auquel ils ont choisi de se consacrer) se développe un débat d'idées portant sur rien de moins que la conception de l'action ». (A. Hatchuel, préface page IV).

Pour démontrer son importance, H Vérin part des mots et examine leur signification en fonction des contextes et se questionne sur l'hypothétique *action d'entreprendre* qui aurait value en général dans différentes sociétés. Saisir comment cette représentation de l'entreprise en général, est elle-même un produit de l'histoire. Ainsi de sa lecture de différents dictionnaires dont Le Furetière (1690-1727)[37], elle en retire les définitions suivantes. Le premier sens du mot "entreprise" est : « résolution hardie de faire quelque chose ». Quelque

[35]Boutilliers Et Uzunidis (1999), « La légende de l'entrepreneur. Le capital social, ou comment vient l'esprit d'entreprise », Editions La Découverte et Syros, Paris.

[36] Armand Hatchuel. In : Hélène Vérin, Entrepreneur, entreprise. Histoire d'une idée. Paris. Classique Garnier.2011.p.II.

[37] H.Vérin fonde sa recherche à partir de la lecture de différents dictionnaires dont le plus enceint date de 1559 le petit dictionnaire latin français, français latin de C. Estiènne. Dictionnaire du commerce, de Savary des Bruslons, 1741. Et les plus tardifs, le Littré, le robert et le Guillaumin (dernières éditions).

chose est à faire, l'entreprise en est la résolution, impliquant une situation de choix délibéré avec l'engagement de s'y tenir fermement à prix fait (ferme) par accord commun. Ce sont des « Travaux prisés en commun », c'est-à-dire au cours d'enchères publiques, qui permettent une parfaite concurrence des postulants. Il est bien entendu que la négociation et le contrat entre les tiers sont les préalables à l'acte de production. Celui qui entreprend se dit premièrement des architectes (ils se chargent de la construction et de la conduite d'un bâtiment ou d'un quelconque ouvrage) puis de ceux qui entreprennent autre chose, comme la fourniture de vivre, des munitions ou de tous autres produits. Quel que soit la finalité de l'action de ces entrepreneurs, tous visent un profit en argent.

Les économistes furent les premiers à traiter de l'entrepreneur :

- **OLIVIER DE SERRE (1600)**[38]

Bien que peu cité, auteur d'un ouvrage de plus de mille pages intitulé «théâtre d'agriculture et mesnage des champs » (le mot théâtre signifiant ouvrage divisé en plusieurs sections) a traité près d'un siècle avant Cantillon et deux siècles avant J.B.Say de ce *qu'est* et de ce *que fait* un entrepreneur agricole.

Olivier De Serre traite de tout ce qui touche à la gestion d'une affaire importante, nous donne sa définition de l'entrepreneur et nous présente les éléments qui, selon lui, sont le fondement de la pérennité d'une entreprise.

Il y développe tout un enseignement, tel par exemple, pour une meilleure gestion des employés, une utilisation optimale des ressources, une meilleure vision du marché ou pour une comptabilité bien tenue. Pour cet auteur gérer et réussir une entreprise relève de la capacité de l'entrepreneur et de son organisation de : « … joindre ensemble le savoir, le vouloir et le pouvoir… » ; Notions devenues incontournable lorsque l'on traite de l'acte entrepreneurial et qui renvoient à la désirabilité et la faisabilité de ce même acte.

- **Le vouloir** fait référence à la décision prise par l'entrepreneur de concrétiser une idée, un projet,

- Le savoir est directement lié aux compétences du futur entrepreneur, son savoir-faire, sa maitrise d'un métier, ou encore à sa capacité à innover, scruter le marché et saisir les opportunités,

[38]Olivier de serre in : K. Messeghem. Les grands auteurs entrepreneuriat et PME. P 32-46.

- **Le pouvoir** est lié à sa capacité à gérer, son organisation, son personnel, en tenant compte des conseils et expériences de tous ceux qui l'entourent. Amis, juristes, concurrents, scientifiques, etc...

- **RICHARD CANTILLON(1755)**

Richard Cantillon[39] « fut le premiers à présenter une conception claire de la fonction d'entrepreneur » (Schumpeter1954, p.222), en divisant la société en deux groupes : la catégorie des indépendants, à savoir les aristocrates et propriétaires terriens, et la catégorie des dépendants regroupant les salariés à gage certain et les entrepreneurs à gage incertain.

Le terme « entrepreneur » visait, pour cet auteur, toute personne qui prend le risque de mener une affaire commerciale à son propre compte, les échanges étant effectués dans un but de profit. Ceux qui vivent à l'incertain, c'est-à-dire qui doivent constamment réfléchir, user de raisons. L'entrepreneur supporte les risques liés aux contraintes du marché et aux fluctuations des prix. Il achète à prix certain mais ses ventes sont aléatoires. Cet auteur précise que l'industrieux étant suffisamment habile, ingénieux, retire le meilleur parti de son savoir-faire.

Cantillon établit un lien entre entrepreneur, risque et incertitude, sans toutefois distinguer ces deux dernières notions. Pour cet auteur ce n'est qu'en assumant ce hasard que l'entrepreneur peut être le premier moteur du commerce en général. Le terme entrepreneur n'est pas spécifique à une activité particulière : agriculture, commerce ou industries.

R. Cantillon insiste sur *la notion de risque* dans la prise de décision. Il est à noter, que la profession de Cantillon était celle de préteur sur gage.

- **JEAN BATISTE SAY (1816)**

Jean Batiste Say[40] c'est beaucoup intéressé aux activités de l'entrepreneur. Il voyait le développement par la création d'entreprise. Cet auteur définit plutôt l'entrepreneur par son rôle dans la production. Il s'applique à définir ce qu'il nomme le métier de l'entrepreneur. Pour lui, « les entrepreneurs sont ceux qui produisent une utilité nouvelle, pour leur propre compte, soit en créant un produit nouveau, soit en déplaçant les ressources vers un niveau de

[39] CANTILLON R (1975), « ESSAI SUR LA NATURE DU COMMERCE EN GENERAL », LONDRES, FETCHER GYLER, 1975.

[40] Say J.B, « Catéchisme d'Economie politique », Paris1815 ; Traité d'Economie politique ou simple exposition de la manière dont se forment, se distribuent et se consomment les richesses, Paris, Guillaumin, 1844.

productivité et de rendement supérieur au niveau précédent »[41]. J-B. Say, dans un contexte d'industrialisation naissante, ajoute une troisième composante à l'équation de R. Cantillon : l'innovation. Celle-ci intervient de différentes manières. L'innovation est d'une part un moyen de contourner le risque né du contexte d'incertitude, lui-même produit des fluctuations du marché.[42]

La fonction principale de l'entrepreneur chez Say, consiste à combiner les facteurs de production et d'organiser cette production. Il est l'élément moteur du système économique.

« Trois acteurs principaux, rendent possible les opérations des industries : les savant, les entrepreneurs et les ouvriers. Trois catégories d'acteurs dont les rôles sont complémentaires. L'entrepreneur étant « celui qui administre l'œuvre de production »[43].

Say met l'entrepreneur au centre du processus économique ; c'est un agent économique rationnel et dynamique, garantissant véritablement l'équilibre économique.

Ce qui distingue l'entrepreneur, ce sont ses facultés industrielles, ses talents naturels ou acquis, son activité, et non pas le fait qu'ils possèdent des biens-fonds ou des capitaux » Say (1972, p.374-375)[44]. Fort de son expérience d'industriel et de banquier, l'auteur a clairement vu que la mise en place d'une organisation était un point crucial

- **ALFRED MARSHALL**

Alfred Marshall[45] n'oppose pas l'entrepreneur et le manager. Il considère que le développement d'une entreprise passe par la mise en place de nouvelles méthodes destinées à réduire les coûts, à produire des biens de manière plus efficace. L'entrepreneur doit être en mesure de proposer des biens nouveaux lorsque le besoin existe réellement, ou simplement d'apporter une amélioration à un produit existant. En ce sens, l'entrepreneur marshallien est un innovateur. Selon lui, ce type de risque est un facteur de longévité de l'entreprise. Nous

[41]Cours complet, partie 1, chap. VI

[42]Uzunidis, Dimitri, Boutiller : « La marchéisation des relations économiques. De la société salariale à la société entrepreneuriale » http://www-heb.univ-littoral.fr/rii

[43]Idem 30.

[44] J.B.SAY, (1803), *Traité d'économie politique,* Paris, Calman-Lévy, 1972.

[45] Marshall A (1920), « Principles of Economics », 8ème edition, Londres Macmillan.

pouvons synthétiser les définitions des trois auteurs que nous venons brièvement de citer, dans l'égalité suivante :

Entrepreneur = incertitude + risque + innovation

- **LEON WALRAS**

Léon Walras(1874), Pour bien comprendre l'originalité de l'approche de Walras, il faut situer l'entrepreneur dans le contexte de la théorie de l'équilibre général.

Avec Walras, l'entreprise disparaît et devient une combinaison de facteurs de production. Cet auteur ne construit par une théorie claire de l'entrepreneur bien que son modèle de pensée soit basé sur la libre entreprise. L'entrepreneure n'est plus un individu exceptionnel. Tout est fondu : entrepreneure, entreprises et productions. L'entrepreneur est perçu comme une fonction production au même titre que l'entreprise, une espèce de boîtes noire dont on ignore tout le fonctionnement. Désormais, la fonction de production fait abstraction tant de l'entreprise comme organisation composée d'un nombre plus ou moins important d'individus et qui obéit à un ensemble de règles de fonctionnement, que de l'entrepreneur comme décideurs. Bien que défendant l'économie de marché, Walras trace singulièrement le portrait d'un entrepreneur passif dont le profit est nul en situation de concurrence parfaite. Ces différents points marquent une rupture avec ses prédécesseurs.

- **KARL MARX**

Karl Marx n'est pas un théoricien de « l'entrepreneur ». Il emploie rarement ce vocable, il lui préfère celui de «capitalistes» qu'il qualifie fréquemment « d'agents fanatiques de l'accumulation »(…) qui force les hommes sans merci ni trêve à produire pour produire(…)[46] » Ses actions sont dictées par la loi coercitive du marché. La concurrence est dur il faut grandir pour ne pas disparaitre.

Pour cet auteur, l'entreprise (la "manufacture" ou la "fabrique") est une étape de l'histoire humaine. Cette organisation est l'expression d'une extraordinaire capacité de développement des forces productives. Mais l'entreprise est, d'abord et surtout à la recherche du profit. Le profit provient de l'exploitation du surtravail : les salariés ne touchent jamais l'intégralité du

[46] Karl Marx (1867), Le Capital. Critique de l'économie politique. Livre premier. Tome I (Sections I, II et III). Traduction française de J. Roy. Paris: Editions sociales, 1969, 317 page, p.241-242.

fruit de leur travail (travail total du salarié = travail nécessaire + surtravail). Le capitaliste confisque le surtravail, c'est ce que Marx nomme l'exploitation.

Cantillon et Say introduisent un nouvel acteur, l'entrepreneur, dont la fonction est désormais distincte de celle du capitaliste. Le premier met l'accent sur l'incertitude et sur le risque que doit anticiper l'entrepreneur ; le second développe une conception plus industrielle de l'entrepreneur, plus liée au processus de production (coordonner les facteurs, organiser la production), à l'innovation et au risques qui en est issu. Un preneur de risque, puisqu'il investissait son propre argent.

1.2 L'entrepreneur coordinateur de l'école autrichienne.

Les auteurs de cette école dont Menger, v. Mise, v. Hayek, kirzner, Knight, décrivent un entrepreneur qui évolue dans un environnement proche de celui décrit par les fondateurs. L'une des particularités de cette école est de remettre en cause les préceptes de base de la théorie économique néo-classique.

La première grande différence avec leurs prédécesseurs, est la remise en question de l'hypothèse de transparence des marchés. L'école autrichienne remet en cause la rationalité absolue de l'individu, la transparence de l'information et le rôle neutre des institutions. Elle fonde une nouvelle approche de l'entrepreneur.

- **VON THUNEN**

L'économiste allemand Von Thunen s'est intéressé à la rétribution des entrepreneurs. Il part de l'hypothèse selon laquelle le talent entrepreneurial est une ressource rare. Il définit le profit comme une forme particulière de paiement.

Le profit de l'entrepreneur est la récompense du risque encouru par l'entrepreneur contre lequel celui-ci ne peut s'assurer. Cette thèse est reprise et développée par Frank Knight[47](1921) qui explique que le profit est le revenu résiduel de l'entrepreneur pour couvrir les coûts entraînés par l'incertitude.

- **FRANK KNIGHT (1921)**

Les entrepreneurs selon Knight, sont ceux qui prennent des risques et qui sont responsables des décisions entrepreneuriales, c'est-à-dire les décisions qui requièrent un haut niveau de contrôle, d'implication et d'innovation. Le profit entrepreneurial et une rémunération juste

[47] F. Knight. Risk, Uncertainty and Profit, New Work, Houghton Mifflin, 1921. In Catherine Leger-.Jarniou. Le grand livre de l'entrepreneuriat, Dunod, paris, 2013 .p 36-37.

car elle est le produit de l'incertitude et du risque. Elle en est une juste récompense. L'entrepreneur n'a la capacité de maîtriser ni la demande, ni les gouts des consommateurs.
Cette incertitude est liée à l'impossibilité de prévoir toutes les conséquences qui découlent d'une décision par le biais de raisonnement à priori ou par les statistiques.
C'est justement cette manière de se baser sur les probabilités qui distinguent incertitude et risque, qui lui est quantifiable.

L.V.MISE (1881-1973)

L.V.Mise (1881-1973) démystifie la fonction entrepreneuriale en affirmant que tout le monde peut devenir entrepreneur. Mais il précise en même temps que cet état n'est pas permanent. Il explique que « les entrepreneurs sont des gens qui cherchent à obtenir un profit en tirant partie de différences dans les prix. Plus rapides dans leur compréhension et voyant plus loin que les autres, ils cherchent autour d'eux des sources de profit »[48]. L'entrepreneur et un agent économique singulier, mais, un même individu peut combiner les fonctions d'entrepreneur, de propriétaire, et de travailleur. Pour V. Mise « comme la fonction spécifique de l'entrepreneur consiste à déterminer l'utilisation des facteurs de production, il est l'homme qui les consacre à des fins spécifiques »[49].
Suivant Schumpeter et bien d'autre, l'entrepreneur n'est pas incarné dans un individu, mais une fonction de production.
Mise reconnaît l'objectif purement égoïstes de l'entrepreneur : s'enrichir. Cependant il note que l'entrepreneur ne dispose pas d'une entière liberté d'action, celle-ci étant contrainte par les lois du marché, comme par exemple le gout des consommateurs. Ainsi La réussite entrepreneuriale réside dans sa capacité à servir les consommateurs, lesquels deviennent de véritables capitaines d'industrie, puisque l'acte d'achat ultime dépend de leurs comportements et donc de leurs gouts et de leur volonté d'achat. « Ce qui conduit Gunning(2009), à définir l'entrepreneur de Mise à partir de trois Idées clés :

- Le lien entre praxéologie et économie ;
- Le consommateur comme principal organisateur d'un marché libre ;
- Les entrepreneurs engendrent la dynamique des marchés.

[48] Catherine Leger-.Jarniou. Le grand livre de l'entrepreneuriat, Dunod, paris, 2013 .p.35.
[49] Idem 37, p 36.

La praxéologie telle que l'entend mise est la théorie générale de l'action humaine. Dans cette perspective praxéologique, « tout problème économique est encastré dans un environnement qui dépassé de loin les frontières de l'économie »[50].

- **PJ. DRUKER**

Pour PJ DRUKER[51] également, les entrepreneurs sont des innovateurs. « Les entrepreneurs doivent chercher les sources d'innovation, les changements et les indices qui signalent les innovations qui peuvent réussir. Ils doivent connaitre et appliquer les principes qui permettent à ces innovations de réussir.

- **KIRZNER (1973,1979, 1982)**

Pour expliquer sa vision de l'entrepreneur, Kirzner met en parallèle ce qu'il appelle l'élément entrepreneurial de la prise de décision (individuelle) et l'action entrepreneuriale au sein du marché. La première explique le comportement de l'individu, le second discute les conséquences de comportements individuels entrepreneuriaux sur la globalité des marchés. Pour ce faire Kirzner présente d'abord sa conception de l'action humaine : « Nous savons que les êtres humains n'opèrent pas dans un monde de parfaite connaissance, Et c'est cela qui nous conduit à souligner l'importance de la vigilance « alertness » dont les individus peuvent faire preuve à l'égard des informations nouvelles». (kirzner,p.29.)[52] Cette vigilance est un concept qu'il introduit pour expliquer la dynamique des marchés et le rôle de la fonction entrepreneuriale. Il la définit comme « une attitude de réceptivité face aux opportunités disponibles » (kirzner, 19997, p.72).

Sa vision de l'entrepreneur est fortement reliée à la notion d'apprentissage. L'acte entrepreneurial réside d'abord dans une découverte spontanée. La prise de conscience de la valeur de cette découverte s'effectue de façon très consciente, il s'agit d'un apprentissage que kirzner (1979) qualifie de « spontané puisqu'il s'agit d'une prise de conscience subite » (…) l'entrepreneur n'est pas une source d'innovation ex nihilo, mais vigilant aux occasions qui existent déjà et qui attendent d'être remarqué »[53]. Cette vigilance qu'il nomme « alertness » est un concept qu'il introduit pour expliquer la dynamique des marchés et le rôle de la fonction

[50]K. Gundolf, les grands auteurs en entrepreneuriat. EMS, p 158-160.
[51] P J Drucker, Les entrepreneurs, Expansion, Paris, Hachette, 1985, page 53.
[52] Kirzner. , concurrence et esprit d'entreprise, Economica, 2005, édition originale 1973.p.29.
[53] Idem 36. P 58.

entrepreneuriale. Il la définit comme « une attitude de réceptivité face aux opportunités disponibles » (kirzner, 1997, p.72).

L'entrepreneur kiznerien n'est pas un créateur d'opportunité d'investissement, mais un découvreur d'opportunité de profit. Il n'introduit pas un nouveau produit ou une nouvelle technologie, mais agit essentiellement sur les prix. « En effet, l'entrepreneur cherche à exploiter ce qui pour lui représente une opportunité de faire du profit. En général il cherche à gagner de l'argent au travers deux mécanismes : en achetant et en revendant et/ou en achetant des ressources, en produisant et en vendant des produits ». (K Gundolf)[54]. Pour kirzner, l'entrepreneur observe que le marché fait apparaitre des sous optimalités, lesquelles représentent des opportunités de profit entrepreneurial pour celui qui les découvre.

« Dans une économie de marché, l'élément entrepreneurial de la prise de décision individuelle apparaît » (Kirzner, 1979) lorsqu'il y a « de l'arbitrage » (Kirzner 1973)[55]. L'arbitrage consiste à créer une relation d'échanges entre un vendeur qui attribue un prix inférieur à bien et un acheteur qui est prêt à payer davantage pour ce même bien (qui y attribue donc une valeur supérieur). L'acte de production n'est pas ce qui importe à kirzner.

Dans la lignée de Cantillon, l'entrepreneur perçoit comme rémunération un profit incertain. Le profit étant la récompense obtenue en partie par hasard et grâce à l'habilité de l'entrepreneur à anticiper. Cet auteur, définit donc l'entrepreneur comme créateur d'information, « un découvreur ».

- **<u>MARK CASSON</u> (1991)**[56]

Cet auteur se situe dans la lignée de J.B. Say. Pour Casson, l'entrepreneur assume une fonction de coordination. Selon ses termes, c'est quelqu'un qui se spécialise dans la prise (intuitive) de décisions (réfléchies) relative à la coordination de ressources rares.

Sa supériorité est liée à sa capacité à envisager des combinaisons de coordinations des ressources plus efficaces que celles envisagées par d'autres. Sa capacité intuitive lui permet de traiter différemment l'information disponible. Comme chez kirzner, l'entrepreneur est

[54] Katherine Gundolf, kirzner l'entrepreneur alerte. In : Les grands auteurs en entrepreneuriat et PME.EMS 2015. P 158-167.

[55]K. Gundolf, les grands auteurs en entrepreneuriat. EMS, p 162-163.

[56] Nadine Levratto, M.Casson, à la recherche des fondements sociaux de l'entrepreneur. Dans les grands auteurs en entrepreneuriat. EMS, mai 2015.p142-156.

capable de percevoir des situations sources de profit. Il est constamment à l'affut d'opportunités et se refuse tout comportement routinier.

Casson se démarque des néoclassiques, puisque l'entrepreneur qu'il nous décrit est un individu pour qui "décision" rime avec "subjectivité et risque" Il évolue dans un contexte d'incertitude où l'information est difficilement accessible. La compétition entre lui et les autres agents vient de son comportement face au risque. Il n'hésitera pas à prendre des décisions qui lui permettront de s'adapter au changement qui s'opère autour de lui au moment où d'autres resteront passifs. Comme pour Knight, le profit est une récompense liée à la prise de risque.

Dans sa théorie de l'entrepreneur, « Casson introduits des éléments non économique relevant de la culture et des institutions, et prend en considération la famille (création d'un réseau de relations pour trouver des financements et des marchés) et la maîtrise de la formation (pour trouver des fonds et des marchés)»[57].

Le contexte familial est une source d'information capitale lorsque l'on traite de l'entrepreneur. Elle peut constituer un avantage certain pour les personnes issues de familles d'entrepreneurs, qui lorsqu'elles se lancent en affaire ne sont que le prolongement d'une situation favorable et déjà existantes. Ce contexte en fait des privilégiés quand il s'agit de demander des prêts, rechercher des distributeurs ou même lancer un nouveau produit, la réputation de la première société le précédant.

1.3 L'entrepreneur créateur schumpétérien

L'économiste autrichien Schumpeter (1911, 1935, 1942) se distingue par rapport à l'école de pensée traditionnelle, car sa théorie repose sur l'hypothèse que le déséquilibre dynamique, créé par le changement, et non plus l'équilibre optimum, constitue la norme d'une économie en bonne santé. Il se démarque donc de la théorie de l'équilibre, par la prise en compte de l'innovation comme déclencheur de l'évolution économique.

L'entrepreneur joue un rôle crucial, puisqu'il est le premier à prendre conscience du changement et des nouvelles possibilités. Ce dernier rechercher le changement, agit sur lui et

[57] C. L. Jarniou, ouvrage collectif, le grand livre de l'entreprenariat, Dunod, 2013.p à38-40. Ce

l'exploite comme une opportunité. Selon Schumpeter[58] « le rôle de l'entrepreneur consiste à innover, ou à révolutionner la routine de production en exploitant une invention ou plus généralement une possibilité technique inédite » c'est à dire introduire des produits, des techniques ou des procédés de fabrication nouveaux et n'hésite pas à prendre des risques.

L'entrepreneur n'est entrepreneur, que lorsqu'il réalise « une nouvelle combinaison de facteurs de production, qui sont autant d'opportunité d'investissement ». L'exécution de nouvelles combinaisons est difficile et accessible seulement à des personnes de qualité déterminée »[59].

Pour cet auteur, l'entrepreneur acquière une dimension héroïque : il s'agit d'un « *capitaine d'industrie* » dont les trois mobiles sont « *le rêve et la volonté de fonder un royaume privé* », « *la volonté du vainqueur* », mais également « *la joie enfin de créer une forme économique nouvelle* ». Contrairement aux apparences, rares sont les personnes capables de « l'exécution de nouvelles combinaisons » productives.

D'ailleurs, même chez une seule personne, l'état de l'entrepreneur n'est pas durable. Une personne perd sa qualité d'entrepreneur dès lors qu'il s'éloigne de combinaisons nouvelles de production pour se contenter de pratiques répétitives et routinières.

L'entrepreneur apporte l'innovation, avec un nouveau produit, un nouveau procédé de fabrication, ou un nouveau débouché pour une production déjà existante. Ce qui provoque une évolution du système économique, avec des industries qui apparaissent, et qui dans leur sillage, en font disparaître d'autres. Le fameux "processus de destruction créatrice». Les entreprises existantes doivent s'adapter ou disparaître.

Cet acteur a pris une place croissante dans l'économie ; évolution que Schumpeter cherche à retracer en soulignant que ce phénomène s'est accompagné avec le développement du libéralisme et des théories économiques en faveur du libre-échange : « L'homme d'affaires, à mesure que son poids s'accrut dans la structure sociale, communiqua à la société une dose accrue de son esprit, exactement comme le chevalier avant lui. Les habitudes mentales particulières engendrées par le travail d'un bureau d'affaires, l'échelle des valeurs qui s'en dégage, l'attitude envers la vie publique et la vie privée qui en est caractéristique se

[58] SchumpeterJ.A, Capitalisme, socialisme et démocratie, 1942, traduit par G Fai, paris, Payot 1951, page 186.

[59]SchumpeterJ.A, Capitalisme, socialisme et démocratie, 1942, traduit par G Fai, paris, Payot 1951, page 186

répandirent lentement dans toutes les classes et dans tous les domaines de pensée et des actions humaines ». (Schumpeter, 1983, tome 1, p. 121)[60].

L'entrepreneure occupe une place centrale dans la théorie du développement économique élaboré par Schumpeter contre la conception marginaliste et statique qui postule la rationalité de l'ensemble des agents économiques. Il attribue à l'entrepreneur (et à lui seul) la fonction fondamentale de perturber l'équilibre général du marché, de mettre en mouvement l'économie et de transformer la vie sociale

Les travaux de Schumpeter permettent d'inscrire durablement la notion d'entrepreneuriat dans un contexte dynamique de développement économique. En effet, pour cet auteur, l'intérêt de l'entrepreneuriat ne réside pas uniquement dans le développement d'innovations, mais dans une perspective plus macro-économique. L'innovation apparaît comme un moteur du développement économique national et devient un indicateur largement utilisé pour connaître la santé économique d'un pays.

Boutillier et Uzunidis[61] à travers leur lecture de Schumpeter (*Théorie de l'économique économique* et *Capitalisme, socialisme et démocratie*), ont tenté de tracer le profil de l'entrepreneur schumpétérien qu'ils présentent comme suit : « L'entrepreneur est indépendant, de qualités personnelles exceptionnelles. Il refuse la routine tant industrielle que sociale, il est facteur de changement qui se décline de l'individu au système économique dans sa globalité. Il créé de façon frénétique parce qu'il ne sait rien faire d'autre selon les dires mêmes de Schumpeter ».

Schumpeter met en évidence la capacité créatrice et proactive de certains individus animé par d'autres motifs autres que la simple recherche de profit. L'entrepreneur schumpetérien est un innovateur ; il se distingue ainsi du suiveur qui s'adapte et se cantonne dans des habitudes routinières. Comme nous venons de le voir certain auteurs limitent l'idée de l'entrepreneuriat à la création d'entreprises alors que d'autres, s'arrêtent à divers aspects liés à la création d'entreprises, mais aussi à leur évolution. Pierre-André Julien et Louise Cadieux synthétisent ces définitions et concepts dans le tableau suivant :

---

[60]Schumpeter, Joseph A. (1983). *Histoire de l'analyse économique,* tome 1, L'âge des fondateurs, Paris, Gallimard, édition originale 1954, 544 pages

[61]Sophie Boutillier et Dimitri Uzunidis, « Schumpeter, Marx et Walras. Entrepreneur et devenir du capitalisme »,
Revue Interventions économiques .2012. p 46.

Tableau 3 : les fondements du concept d'entrepreneuriat

Origines	Concepts	Sources contemporaines
Olivier de Serre 1600	Capacité de mobiliser et de gérer des ressources humaines et matérielles pour créer, développer et implanter une entreprise	Mahé de Boislandelle(1988) Landstrom(1999
Cantillon 1734	Capacité de prendre le risque de créer son propre emploi Capacité d'un individu de se prendre en main et de prendre des risques dans un environnement incertain.	Gartner (1989 ; 1990) Friis et coll. (2002) Roberts et Woods (200
Turgot 1769	Combinaison de la prise de risque, de la créativité et/ou de l'innovation et d'une saine gestion, dans une organisation nouvelle ou existante.	Crozier et Friedberg (1977) CE (2003) Filion (2007) Filion (2007)
Smith 1776	Capacité pour un individu de se prendre en main et de prendre des risques, assurant ainsi la mise en œuvre des projets : inclut la capacité de produire des biens et de créer de la valeur, qui en retour influence l'entrepreneur	Landström (1999) Bruyat et Julien (2000) Ahl (2006)
Say 1803	Capacité de créer une organisation et de la gérer de façon à générer des profits ou à la faire croître : donc une dimension de profits et de croissance	Churchill et Lewis (1983) D'Amboise (1997) Carree et Thurik (2005
Knight 1921	Capacité à gérer l'incertitude et le risque. Pour cet auteur, les risques peuvent être « calculés », tandis que l'incertitude ne peut l'être	Audretsch (2002) Friis et coll. (2002
Schumpeter 1934	Capacité à introduire des innovations (produits/méthodes/etc.) et de provoquer ou de profiter d'un déséquilibre dans le marché. Inclut la création de valeur dans un processus dialogique entre l'entrepreneur et le marché	Nooteboom (2006)
Kirzner 1973	Inclut la capacité à détecter et à exploiter des occasions, ce qui équivaut à détecter les imperfections du système pour rétablir l'équilibre	Dutta et crossan(2005) Companys et McMillen(2007) Julien et Vaghely (2008

Source : Pierre-André Julien et Louise Cadieux, La mesure de l'entrepreneuriat. Rapport d'étude, institut de la statistique du Québec, 2010, p25.

A travers les travaux des différents fondateurs de l'approche économique de l'entrepreneuriat, se profile une première typologie qui a marqué et marque encore la compréhension du phénomène entrepreneurial. Elle s'organise autour de deux types : l'entrepreneur-organisateur, qui renvoie aux travaux de Cantillon et Say, et l'entrepreneur innovateur, renvoyant aux travaux de Schumpeter.

Conclusion

L'économie fut la première discipline à s'intéresser au phénomène entrepreneurial, et à spécifier le rôle économique de l'entrepreneur. Toutefois, la définition que donnent les

classiques de l'entrepreneur est assez réductrice, car il est présenté comme un individu rationnel, disposant d'une information parfaite, agissant au sein d'un marché en parfaite équilibre ; or cette situation n'est qu'utopie.

Les néo classiques quant à eux, notamment avec Walras et Menger, en posant que la valeur des choses est définie par leur utilité et non par la quantité de travail qui y est incorporée, comme le pensaient les classiques, ont fait de l'entreprise une « boite noire » ou « un firme point » dont on ne sait rien. Assimilée à un simple agent individuel, sans prise en considération de son organisation interne, qui supposée parfaitement rationnelle, ne fait que transformer, de manière efficiente, des facteurs de production en produits, et s'adapter mécaniquement à des contraintes techniques et environnementales.

L'entrepreneur disparait, l'entreprise en tant qu'organisation cesse d'être la préoccupation principale des économistes qui n'appréhendent plus les agents économiques que par le biais de l'échange. La combinaison des facteurs de production étant perçue, par Walras, comme un acte gratuit. Il n'y aucune analyse du processus de production.

Cette vision de la firme est liée à ce qu'a longtemps été la préoccupation de la microéconomie, à savoir : l'étude des marchés et des mécanismes de prix.

Le marché est en équilibre et les décisions individuelles sont prises dans une logique de maximisation rationnelle. Leur connaissance du marché considéré parfaite, les entrepreneurs se distingueraient par leur capacité à savoir utiliser les informations disponibles.

Leur vision est strictement allocative, leurs hypothèses sont bien loin de la réalité existante. Le plus grand paradoxe, est l'existence d'un acteur central sans dimension.

Ceci amène donc certains auteurs, dont R.Coase, à poser la question suivante : si le marché est efficace, pourquoi les firmes existe-t-elle ?

A la suite de ces travaux, le rôle et la définition de l'entrepreneur seront renouvelés dans des courants de pensée économique regroupés autour de la théorie de la firme que nous présenterons dans la section suivante.

2. L'entrepreneur et l'organisation économique

Une théorie de la firme est un essai de définition de la nature de la firme. Par essence, la firme est traditionnellement reconnue comme une personne juridique qui est distincte des êtres humains qui la composent. La firme est devenue, dans les économies contemporaines, un

système sophistiqué reposant sur des configurations organisationnelles complexes, et des réseaux de relations et de pouvoirs multiformes. Les hypothèses de la théorie néo-classique se sont effondrées, désormais tout à un coût.

A travers les différentes théories de la firme, nous verrons que pour certain auteurs l'intérêt est accordé à la relation contractuelle entre les différents acteurs ; alors que d'autres, s'interrogent sur la nature des relations qui se nouent entre les individus ou groupes qui composent la firme.

2.1 Les théories de l'organisation

Il est généralement admis que la théorie économique de la firme, telle qu'elle est aujourd'hui formulée s'est reconstruite, à partir des années soixante-dix, sur la base de la redécouverte en 1960, d'un article de Ronald Coase de 1937[62] qui n'avait connu jusque-là que peu d'audience. Dans cet article devenu classique, Coase soulève la question de "la nature de la firme" : qu'est-ce qu'une firme, et pourquoi les firmes existent-elles, alors que la théorie économique montre que le marché est la forme de coordination la plus efficace ?

Pour y répondre, Ronald Coase avance en 1937 l'idée que le marché a un coût de fonctionnement. La firme constitue donc un mode de coordination économique alternatif au marché. Alors que sur le marché la coordination des comportements des individus se fait par le système de prix, la firme se caractérise par une coordination administrative, par la hiérarchie[63]. Cette dernière est nécessaire car la coordination par les prix entraîne des coûts, ignorés dans les analyses standards du marché, ce que l'on appellera par la suite des coûts de transaction.

Les théoriciens ont utilisé le contrat comme le mécanisme modulaire central capable de jouer tout à la fois un rôle de coordinateur et de producteur d'incitations à l'intérieur et entre les firmes. La firme permet d'expliquer l'autorité représentée par l'entrepreneur qui assume un rôle hiérarchique de coordination. Il arbitre entre l'opportunité d'internaliser les coûts de fonctionnement du marché et la possibilité de s'adresser au marché. La firme et le marché constituent deux modes de coordination différentes.

---

[62]Coase R. « The Nature of the Firm », *Economica*, November 1937. Traduction française, « La nature de la firme », *Revue française d'économie*, 1987.

[63]Benjamin Coriat, Olivier Weinstein, les théories de la firme entre « contrats » et « compétences ». 2012/4.n°170.p6-15.

A la suite et/ou parallèlement aux travaux de Coase différents auteurs vont ouvrir la « boite noire » donnant ainsi naissance à de nouvelles théories de la firme : managériale ou contractuelle.

2.1.1. L'approche managériale

« La révolution managériale » est liée au développement de la grande société par actions qui conduit à la séparation de la propriété et du contrôle de l'entreprise. Le pouvoir de décision, passe alors des actionnaires aux gestionnaires.

La théorie de **BAUMOL ET MARRIS**, (1955) repose sur l'hypothèse que la firme managériale a pour objectif de maximiser la taille ou la croissance, et non pas le taux de profit. Elle met en évidence les divergences d'intérêt entre les manager et les actionnaires.

Les ouvrages de **MARCH ET SIMON**(1963), et de **CYERT ET MARCH**[64], ont fondé la théorie dite *behavioriste* de la firme. L'entreprise est définie comme une organisation complexe, constitués de groupes aux intérêts divers, qui sont dans des rapports simultanés de conflits et coopération. Il s'agit donc, pour ces auteurs, de comprendre pourquoi et comment les individus se coordonnent au sein de l'entité que constitue la firme, et comment s'y prennent les décisions. Cyert et March présente la firme comme un lieu d'apprentissage collectif.

Ainsi apparaissait deux dimensions autour desquels vont se construire les théories actuelles de la firme : d'un côté l'analyse des modes de gestion des conflits d'intérêts, de l'autre les conditions de constitution d'une capacité collective de produire.

Pour ces auteurs, la firme est le lieu de la gestion et de la production de connaissances et de compétences spécifiques.

HERBERT SIMON a élaboré une nouvelle approche des comportements économiques, alternative à la théorie de la rationalité néo-classique et d'une portée considérable pour l'analyse la firme : la théorie de « la rationalité limitée » ou « procédurale ».

H. LIEBENSTEIN (1966) apporte une vision nouvelle de la firme où la productivité est déterminée par l'intensité de l'effort et l'organisation, et non par une combinaison de facteurs, et où les conventions, contrats, implicites ou explicites, jouent un rôle central.

L'analyse de la firme de H. LIEBENSTEIN se situe dans la perspective des travaux de H. A. SIMON, R. M. CYERT et J. G. MARCH.

[64]CYERT R. M. ET MARCH J. G**.,** *Behavioral Theory of the Firm*, Blackwell, Oxford, 1963.

Selon cet auteur, deux entreprises identiques qui utilisent les mêmes facteurs de production n'aboutissent pas aux mêmes résultats, et cela provient de la qualité de l'organisation.
Ce facteur organisationnel est appelé "facteur d'efficience X**",** il permet d'obtenir la plus grande intensité d'utilisation des facteurs et par là de faire la différence.
Dans un article de (1966), LIEBENSTEIN expose la thèse selon laquelle « l'allocation des facteurs et l'état de la technologie ne suffisent pas entièrement à expliquer la production d'une entreprise. Quelque chose de plus est impliqué, qu'on peut appeler l'effort, non pas au sens strictement physique, mais dans un sens plus large, en partie psychologique.
On observe la plupart du temps un écart entre le comportement optimal d'une entreprise tel que le prédit la théorie économique et son comportement effectif, écart dû, entre autres, à l'absence de la pression concurrentielle présumée. L'efficience-X vise à rendre compte de ce facteur manquant » (M. BEAUD, G. DOSTALER 1993, p. 400).
« Les éléments essentiels qui affectent ce comportement (celui de la firme) ne sont pas seulement ceux qui existent entre un individu et une entreprise, mais plutôt les liens invisibles et autres relations entre individus.
En d'autres termes, la firme n'est pas simplement un ensemble de relations contractuelles isolées entre employé et entreprise » (H. Liebenstein 1987, p. 4)

2.1.2 Les théories contractuelles

Pour comprendre la justification contractuelle de la firme, il faut, paradoxalement, prendre pour référence le model d'équilibre général de la théorie économique néo-classique, au sein duquel la firme est réduite au statut de « firme-point » sans véritable existence.

Les coûts de transaction, associés à la coordination des activités, étant nuls par hypothèse sur des marchés supposés parfaits, toute la coordination entre les firmes-points se fait spontanément par le marché et toute la coordination se fait par les prix. .

Dans l'économie réelle, cependant, cette situation est improbable. Les hypothèses suscitées sont irréalisables ; il existe, en conséquence, des asymétries d'information entre les acteurs. Ces derniers, dont les intérêts divergent, tentent d'en profiter, notamment, s'ils sont opportunistes.
En raison de l'incapacité d'acteurs à rédiger des contrats complets, la coordination assurée par le marché, au moyen des seuls prix, ne peut plus être la seule forme de coordination. La

firme est alors définit comme étant « un nœud de contrats ». L'ensemble des organisations, comme des institutions, sont conçues comme le résultat d'accords librement négociés entre individus. Cet accord se manifeste sous forme de contrats avec des partenaires tant internes qu'externes, engendrant des couts : des couts de transaction.

2.1.3 Les coûts de transaction

« Comme dans toute théorie économique, l'économie des transactions repose sur des hypothèses de comportement qu'on attribue à l'individu identifié comme *un homo contractor.* Il s'agit de la rationalité limitée et de l'opportunisme. On reconnaît des limites aux capacités cognitives des individus, limites qui font que les individus prennent des décisions satisfaisantes plutôt que des décisions optimales. Quant à l'opportunisme, il concerne la motivation à agir et repose sur la recherche de l'intérêt personnel par le moyen de la tromperie, de la ruse ou, le plus souvent, par la divulgation d'informations incomplètes ou dénaturées »[65].

- **RONALD COASE (1937)**,

Coase définit l'organisation comme une alternative nécessaire au marché, sans le supplanter complètement car des couts organisationnels apparaissent.

Le recours au marché pour se procurer des facteurs de productions engendre à la fois un risque et un coût dit de transaction. Remplacer le marché par l'organisation n'est pertinents que lorsque l'économie sur les couts de transactions reste supérieure aux coûts organisationnels. « passer par un marché ou contracter directement avec un partenaire privilégié, donner plus ou moins de contenu a un contrat pour se prémunir du risque d'opportunisme, etc…, devient un élément capital pour assurer la maximisation des profits lors d'un échange ». (Coase 1937).

Les problèmes de coordination entre les individus, et de construction des contrats, résultent essentiellement, voire exclusivement des problèmes informationnels, et plus précisément des asymétries d'information entre les parties. La difficulté est alors de trouver le système contractuel le plus efficient, en fonction d'un certain nombre de paramètres, et en particulier de contraintes techniques, et de la nature des informations détenues par les différentes parties. Les coûts de transaction correspondent ainsi, au coût d'information, de négociations,

[65] Linda Rouleau, Théories des organisations. Presse universitaire du Québec. 2007. p.102.

de comportements liés au recours marché pour procéder à l'allocation de ressources et transférer les droits de propriété des éléments objet d'échange.

- **WILLIAMSON(1985)**[66]

Williamson se situe directement dans le prolongement de Coase (1937), en opposant firme et marché, et en faisant de la relation d'autorité le trait distinctif de la firme.

La théorie de Williamson développe l'analyse des coûts de transaction pour expliquer, en particulier, dans quels cas la firme s'impose comme mode de coordination, c'est-à-dire dans quel cas l'intégration d'une activité dans la firme sera préférée au recours au marché, l'extériorisation. Il développe ainsi progressivement une théorie générale des relations entre agents et des institutions qui les sous-tendent, dont le marché traditionnel n'est qu'une forme particulière.

Les couts de transaction sont conçus en tant que coût d'opportunité : ils mettent en évidence les alternatives entre différents types de transactions possibles. Ils permettent de trancher entre produire dans l'entreprise ou acheter sur le marché : « faire » ou « faire-faire ».

On préfère :

- **faire,** si les produits sont spécifiques et que le besoin pour le produit ou le service est récurrents.
- **sous-traiter**, les coûts de transaction restent élevés, la transaction est peu fréquentes (définir un cahier de charges plus ou moins exhaustif, équipement très spécifique).
- **acheter sur le marché** : si les équipements sont peu spécifiques.

« C'est essentiellement dans le cas où une transaction implique des investissements fortement spécifiques que, selon la théorie des coûts de transaction, la coordination dans la firme sera préférée à la coordination par le marché »[67].

Pour Williamson, le contrat ne traduit jamais une situation d'optimum, du fait de l'hypothèse de rationalité limité des agents qui agissent dans un environnement incertain et complexe. De ce fait, les contrats seront, le plus souvent, des contrats incomplets, qui n'envisagent pas tous les événements possibles. La théorie des coûts de transaction met ainsi l'accent sur les problèmes « post-contractuel », c'est-à-dire sur le problème qui apparaissent après signature du contrat.

[66]**WILLIAMSON O. E.,** *Les Institutions de l'économie*, Paris, InterEditions, 1994.

[67]Quelques controverses théoriques, l'entreprise dans la théorie économique. Comprendre l'économie vol. 1 Cahiers français n° 345. P 91

L'incomplétude des contrats peut entraîner la nécessité de renégociations, elle laisse une marge de manœuvre aux parties, elle va ainsi permettre les comportements dit opportunistes, la manipulation de l'information par les agents. C'est là que se situe, pour Williamson, le problème essentiel : c'est l'opportunisme, et la manière de s'en protéger, qui est au centre des choix organisationnels. La négociation, sous-entendu possible dans la forme du contrat, permettra des réajustements entre les différents contractants.

Au fur et à mesure qu'une entreprise croît, ses dirigeants n'ont pas le choix, ils doivent déléguer et cela entraîne des coûts d'agence. Il faut donc tenter de limiter le plus possible ces coûts. Dès que le pouvoir de gestion est accordé à un ou plusieurs gestionnaires, nait une relation d'agence entre le ou les actionnaires de l'entreprise. Nous ne développons dans une section séparée cette théorie, mais nous en donnons les principaux fondements.

2.1.4 Les fondements de la théorie de l'agence

L'entreprise est considérée comme un ensemble d'individus qui ont des relations contractuelles. Elle est un système de contrats libres entre agents égaux.

• La relation d'agence est une relation entre un principal et un agent. Elle concerne donc toute relation entre deux entités, généralement des individus, dans laquelle la situation de l'un (principal) dépend de l'action de l'autre (l'agent).

• La théorie de l'agence met généralement l'accent sur les liens entre les actionnaires (principaux) et les gestionnaires (agents).

• Le principal et l'agent n'ont pas les mêmes intérêts. De plus, entre les deux, il y a généralement asymétrie d'informations.

• Les coûts d'agence sont les coûts que supportent les deux parties pour mettre en place des systèmes d'obligation et de contrôle.

• Les coûts d'agence comportent trois éléments : les dépenses de surveillance et d'incitation, les coûts d'obligation et les coûts de perte résiduelle.

• Pour limiter les coûts d'agence, les principaux disposent de leur autorité, de mécanismes de contrôle et d'incitatifs financiers.

• La théorie de l'agence est utilisée pour comprendre le rôle des conseils d'administration et pour étudier les systèmes de récompenses des gestionnaires de haut niveau.

2.2. La théorie des conventions

La théorie des conventions constitue un courant de recherche qui s'est développé au cours des 20 dernières années. Il se situe aux frontières de la sociologie, de l'économie et de la gestion. Différents travaux s'inscrivent à l'intérieur de ce courant notamment ceux de Luc Boltanski et Laurent Thévenot d'inspiration sociologique ainsi que ceux de pierre Yves Gomez qui appartiennent d'avantage au champ de l'économie et de la gestion.

La théorie des conventions s'intéresse donc aux comportements adoptés par les individus lorsqu'ils sont confrontés à des situations marquées par l'incertitude : des situations complexes dont ils peuvent difficilement appréhender l'évolution.

Lorsque l'on doit interpréter une action et qu'il y a un doute sur l'intention de l'acteur, sachant que la règle et la norme ne définissent pas totalement l'action, apparait alors, la nécessiter d'établir un certain nombre de critères qu'ils repèrent dans la situation et qui constitueront la convention appropriée à cette situation. Il est clair que la construction de la convention se construira sur l'interprétation de cette situation.

Les situations qui se présentent sont bien souvent complexes et dont on peut difficilement en prévoir l'évolution.

« Une convention est donc, en première approximation, un ensemble de critères et de repères auxquels les individus confronté à des situations incertaines, se réfèrent pour décider du comportement qu'ils vont adopter »[68].

Les théoriciens de ce courant ont pour projet d'étudier les institutions, c'est-à-dire les règles de l'économie (règles et normes qui influence le comportement et permettent la coordination). Ce sont aux règles et aux comportements « implicites » et non pas « explicites » qu'ils s'intéressent en premier lieu.

La théorie des conventions repose sur une vision socialisée du phénomène humain et **rejette une vision purement structuraliste et contractualiste.**

« Une dialectique « acteur-institution » est avancée : il y a circularité entre le calcul individuel qui influence les règles et les règles qui influencent les calculs. L'idée est de modéliser conjointement l'individu et le système de règles qui forme son cadre d'action.

La décision n'est pas un choix optimal parmi une infinité de possibilité, mais plutôt un choix contraint parmi un ensemble étroit d'options socialement légitimes. Cette dialectique entre

[68] Jean Nizet, la théorie des conventions. Université de Namur. P.1.

structure et individu, connue sous l'appellation de « structuration » a mis fin à la dualité irréductible entre culture et action qui jusque dans les années 70 dominait les théories du changement social».[69]

Pour les conventionnalistes, le monde réel est fait d'incertitude radicale au sens de F.H. Knight et les humains sont ontologiquement limités dans leur capacité de calcul, dans leurs interactions, ils mobilisent donc des dispositifs de coordination qui ne nécessitent pas de calculs mais qui reposent sur des rationalisations passées : les conventions. « La crise conventionnelle qui apparaît quand le décalage entre la convention mise en œuvre et la situation est trop important, est un moment privilégié pour repérer les conventions qui structurent l'action » (Gomez 1997 ; Gomez 2003).

Leur programme de recherche se polarise autour de deux questions majeures : comment les choix individuels sont-ils formés par l'environnement institutionnel et comment les institutions évoluent-elles ?

L'effort de conceptualisation se porte sur une institution particulière : la convention. Il s'agit d'étudier la formation, les effets ou les remises en cause de ces conventions. « La notion d'institution est ici à prendre dans un sens très large qui recouvre toutes les formes de médiation sociale : coutumes, conventions, règles, normes, organisations et institutions au sens strict » (Boyer 2003)[70].

Daudigos et Valiorgue définissent quatre niveaux inclusifs d'objets d'utilisation (le second comprend le premier et ainsi de suite) :

• Institutions = types particuliers d'organisations.

• Institutions = larges secteurs de la vie sociale (famille, économie, science, religion)

• Institution = toute « forme sociale » qui donnent des règles d'action collective plus ou moins consciente (cognitive, normative, coercitive).

• Institutions = règles sociales fondamentales et tacites qui permettent la coordination entre les individus.

P.Y .Gomez insiste sur la nécessité de partir d'une définition claire de la convention car elle désigne non seulement une réalité empirique mais elle sert de brique conceptuelle pour modéliser des phénomènes économiques et organisationnels (Gomez 1997). Les

[69] T. Daudigos et Bertrand Valiorgue, L'apport de la théorie des conventions à la théorie néoinstitutionnelle des organisations.p.8.

[70] Ibid. 70. P10

conventionnalistes s'appuient tous sur les travaux de D. Lewis pour qui la convention a quatre composantes :

1. Une convention apparaît dans une situation d'incertitude dans laquelle l'utilité d'un agent est indéterminée en dehors de l'anticipation de l'utilité des autres agents,

2. Une convention est une régularité, elle permet la résolution de problèmes répétés irrésolubles par des calculs isolés,

3. Une convention est une conviction partagée selon les 5 critères de Lewis : chacun se conforme à la convention, chacun anticipe que tout le monde s'y conforme, chacun préfère une conformité générale qu'à moins que générale,

4. Il existe une autre régularité alternative (important car cette compétition manque dans les modélisations de théorie néo institutionnelle),

5. Les propositions précédentes sont *common knowledge* (Lewis 1969, Dupuy, 1989),

Une convention est donc une interprétation partagée qui permet de régler un problème d'incertitude et permettre la coordination des actions. C'est cette incertitude et le doute ressenti, font qu'une personne n'est pas en mesure de prendre une décision de façon rationnelle, « c'est-à-dire de décider en définissant quels sont leurs intérêts, en procédant à un calcul des coûts et des bénéfices liés à chaque alternative possible, et en choisissant la plus avantageuse pour eux. »[71]

Les conventions sont donc des institutions très particulières. Elles embrassent à la fois les dimensions cognitives (elles peuvent inconsciemment influencer le comportement) et normatives (elles ne valent que s'il va de soi que les autres les suivent également) des institutions.

La question se pose alors de savoir sur quels repères fonder sa décision. Ces derniers peuvent êtres multiples et de différentes natures. Ils peuvent être liés à :

- **des énoncés explicites** (ex : des rapports d'activité
- **des personnes** à **leurs comportements**, (leurs caractéristiques (de sexe, d'âge, de qualification) leur comportement et attitudes et la relation qui les unies…)
- **Les objets,** (l'aménagement du bâtiment, Présence d'objets plus ou moins abondants ayant des caractéristiques particulières, les équipements informatiques ou autres…)

[71] Ibid. 70. P.4.

- **des repères qui ont traits à l'organisation de l'espace et du temps**.

Les travaux auxquels nous nous référons postulent une grande diversité des conventions :

- **Du point de vue de l'économie** les différences sont formelles. selon Y. Gomez, le degré de complexité est lié au nombre de critères considérés.
- **Du point de vue de la sociologie**, la distinction se fait par le « contenu » des principes qui les constituent. Il en existe types principaux : principe industriel, marchand, interpersonnel énumérés dans le tableau suivant.

Tableau 4 : **Diversité des conventions selon les principes**

Trois principes supérieurs

	Principe industriel	Principe marchand	Principe interpersonnel
Enoncés	Efficacité dans la réalisation des projets	Enrichissement par l'échange des biens	Œuvrer au bien-être des personnes
Personnes	Fiables, qualifiées	Calculatrices, opportunistes	Bienveillantes
Objets	Classement, outils, etc.	Monnaie, etc.	Décorations, cadeaux, etc.
Espace	Divisé, structuré	Sans frontières	Lieu perçu comme positif
Temps	Maîtrise de l'avenir	Instant	Durée

Nous pouvons donc constater, « qu'à côté des mécanismes traditionnels de contrôle que sont les procédures, la hiérarchie, les contrats, il existe d'autres mécanismes qui correspondent au processus de socialisation des individus. Le contrôle renvoie à des facteurs qui sont rarement formalisés mais qui pèsent sur les actions des personnes. Le concept de convention d'effort, dans sa prise en compte de la dimension collective de la coordination, permet alors une lecture nouvelle des problèmes de contrôle que connaît l'entreprise »[72].

« De l'institutionnalisme à la Veblen à la structuration à la Giddens, de nombreuses théories des institutions ont été proposées. Elles ont pour point commun de privilégier une lecture de la dynamique sociale non pas à partir des seuls calculs ou intérêts économiques, mais en prenant en compte le jeu des institutions qui dépendent mais aussi définissent les règles des

[72]Grégory Heem, in "Théorie des conventions : l'apport de la gestion, l'apport à la gestion" 13 ème Conférence internationale de Management Stratégique -AIM S – Normandie Vallée de Seine Le Havre. Centre de Commerce International - Les 1, 2, 3 et 4 juin 2004.p1.

comportements individuels. La théorie des conventions s'inscrit dans cette tradition.» Y. Gomez[73].

3. L'entrepreneur et les sciences sociales

L'entrepreneur est une figure incontournable des mondes de l'économie et du travail. Nous avons vu, avec les économistes, que cette notion ne va pas de soi ; d'où la nécessité, pour une définition plus étoffée, d'interroger les sciences sociales.

« Une des critiques qu'on peut formuler à l'égard des économistes, c'est de n'avoir pas su faire évoluer la science économique et d'avoir été incapable de créer une science du comportement économique de l'entrepreneur » Filion (1997)[74]

L'économie et la sociologie ont, pendant de nombreuses années, évoluées de façon autonomes l'une de l'autre. Les économistes ont pensés la loi du marché en dehors de relations sociales qu'elles engendraient ; les sociologues ont analyses les liens sociaux sans considérer les comportements économiques des individus.

Les approches fonctionnelles des économistes s'intéressent prioritairement aux effets de l'entrepreneuriat et au rôle de l'entrepreneur dans le développement du système économique.

Les approches centrées sur les individus visent à produire des connaissances sur les caractéristiques psychologiques des entrepreneurs, leurs traits de personnalité, leurs motivations, leurs comportements, leurs origines et trajectoires sociales.

Les behavioristes se sont longuement interrogés sur l'entrepreneur, et sur ses caractéristiques.

Pour Filion, « on ne peut présenter le domaine de l'entrepreneuriat sans parler de typologie d'entrepreneurs. L'intérêt pour les typologies est aussi grand chez les chercheurs que chez les enseignants. Elles deviennent particulièrement utiles et stimulantes lors des études de cas sur les entrepreneurs. Elles permettent d'aller plus loin dans l'analyse des éléments de cohérence de chaque cas. Elles s'avèrent un outil utile dans un domaine où il existe une si grande diversité de cas. Le nombre de typologies développées est considérable »[75].

[73] Ibid.74.p1.

[74] L .j. Filion Le champ de l'entrepreneuriat : historique, évolution, tendances. Cahier de recherche no 1997-01.p.

[75] L.j. Filion Le champ de l'entrepreneuriat : historique, évolution, tendances. Cahier de recherche no 1997-01.p.

Il faudra attendre les années 1980 pour que l'analyse économique des organisations s'interroge sur le lien entre l'économique et le social, entre la firme et le marché, entre la dimension individuelle et la dimension collective du comportement.

3.1. Les behavioristes

Les behavioristes regroupent en leur sein, les psychologues, psychanalystes, sociologues et autres spécialistes du comportement humain.

- **MAX WEBER** (1930)[76].

Dans Économie et Société, M.Weber nous invite à considérer l'activité économique, c'est-à-dire l'ensemble des échanges, comme ancrée dans des réseaux d'activités sociales. Ainsi, prétend-il, les activités économiques sont intégrées aux activités domestiques, aux liens ethniques et aux pratiques religieuses.

«M. Weber est l'un des premiers de cette discipline à s'intéresser aux entrepreneurs. Il a identifié le système de valeur comme fondamental pour expliquer le comportement des entrepreneurs. Il les voyait comme des innovateurs, des gens indépendants possédant une sorte d'autorité formelle par leur rôle de dirigeants d'entreprises. Mais celui qui a donné le coup d'envoi aux sciences du comportement face aux entrepreneurs fut sans doute David C. McClelland » (Filion 1997)[77]

M.Weber justifie les qualités des entrepreneurs, par leur éducation protestante ; « le caractère très majoritairement protestant tant des possesseurs de capital et des chefs d'entreprises que des couches supérieures des travailleurs qualifiés, et en particulier du personnel des entreprises modernes doté d'une formation technique ou commerciales supérieures. Honnête, homme, digne de crédit, vaillant dans sa profession. Il est porteur de la disposition d'esprit capitaliste originelle » (weber, 2003, p5)[78].

Chez cet auteur il y une appréciation historique de l'entrepreneur ; il oppose l'entrepreneur « marchand ou commerçant », de « l'économie traditionnelle », à celui moderne ou « nouveau style » comme précisé par l'auteur.

[76]M. Weber, L'éthique protstante et l'esprit du capitalisme, Plon, 1964.

[77] L.j. Filion Le champ de l'entrepreneuriat : historique, évolution, tendances. Cahier de recherche no 1997-01.p.7

[78] M.Weber, l'équipe protestante l'esprit du capitalisme suivi d'autres essais, trad. par J.P.Grossin, Paris, Gallimard, 2003(1904-1905), p.50.

L'apparition de l'entrepreneur moderne « nouveau style » est lié ,souvent, au développement chez les enfants des « marchands entrepreneurs », de « nouvelles qualités éthiques » permettant de résoudre « dans la joie de vivre » les contradictions de la conduite de « vie ascétique » et les tensions nées des vies orientées à la recherche permanente du gain pour le gain[79].

Dans l'éthique protestante et l'esprit du capitalisme, L'auteur fait de l'entrepreneur moderne ou « nouveau style » l'idée type d'un capitaliste innovateur qui s'impose progressivement à partir du 17e siècle avec des dispositions spécifiques : force de caractère, sang-froid, ascétisme, dynamisme, capacité à diriger des ouvriers et à séduire les clients, à rompre avec les traditions.

« La rationalisation de l'activité est un des moyens de cette nouvelle attitude intérieure, un « manteau léger » sur les épaules de l'entrepreneur moderne habitée par « *l'éthos ascétiques* » ; un manteau qui bientôt se transformera en « carapace dure comme de l'acier » lorsque les qualités éthiques initiales auront disparues et que l'entrepreneur aura été remplacé par les « spécialistes sans esprit ».[80] Nous voyons le une vision dynamique de l'entrepreneur soumis à l'influence du monde qui l'entoure.

- **DAVID MCCLELLAND (1961) : la motivation par le désir de réussite**

A partir des années 60, l'entrepreneuriat s'est focalisé sur le profil de l'entrepreneur.

Les travaux de D. McClelland 1961[81], ont donné naissance à **l'école des traits**. Cet auteur s'intéresse aux facteurs individuels motivant l'entrepreneur à se lancer en affaires. Son objectif est de dresser le profil psychologique de l'entrepreneur ainsi des notions comme le besoin accomplissement, d'indépendance, la motivation etc…, vont être associés à l'entrepreneur.

Pour cet auteur, les sociétés favorisant l'indépendance individuelle produisent des individus qui ont un besoin d'accomplissement élevé et qui sont plus innovateurs.

Prenant appui sur le modèle de la société américaine, sa thèse consiste à montrer une corrélation entre la culture entrepreneuriale d'un pays et son développement économique.

[79] Weber, 2003.p (48-65 et 436).
[80] Weber 2003. p (251-252).
[81]Weber, L'éthique protstante et l'esprit du capitalisme, Plon, 1964.

En se basant sur les textes et les images des manuels scolaires, ainsi que les comptes pour enfants, McClelland découvre une forte stimulation au besoin de réussite et par conséquent un facteur bénéfique sur le taux de la croissance économique grâce à la culture économique scolaire aux USA. Pour lui, le besoin de réalisation constitue la force motrice de l'entrepreneuriat.

Il n'est pas seulement un académicien, intéressé par les théories de ce qui motive les gens, il a également appliqué ses idées à la gestion dans le monde de l'entreprise. Il est surtout connu pour son travail sur la motivation par le désir de réussite ou de réalisation.

Pour McClelland, le facteur qui, pris isolément, contribue le plus à l'apparition de l'esprit d'entreprise (lequel engendre à son tour le développement économique du pays), est la prédominance, dans une population, d'une impulsion psychologique qu'il a appelé le besoin de réussite (n Achievement).

Il décrire trois types de besoin de motivation, qu'il identifie dans son livre :

- **La motivation à la réussite ou à la réalisation (n-ach)** :

Elle correspond à un besoin d'accomplissement ou de réalisation. La personne n-ach (motivation à la réussite), cherche par conséquent la réalisation d'objectifs réalistes mais ambitieux et l'avancement dans l'emploi. Il y a un fort besoin de rétroaction à la réalisation et au progrès, et la nécessité d'un sentiment d'accomplissement.

- **La motivation pour l'autorité ou le pouvoir (n-pow) :**

Elle exprime besoin de pouvoir ou d'autorité. Le besoin de pouvoir s'exprime par l'attrait de l'influence et du contrôle sur autrui. Les individus recherchent des postes où ils peuvent exercer un leadership.

- **La motivation d'affiliation (n-Affil) :**

Cette dernière reflète un besoin d'appartenance. Dans ce cas, les gens cherchent à se faire aimer. Ils essaient d'intégrer un groupe par leur réseau social ou professionnel.

Les travaux de McClelland tendent à démontrer que « la caractéristique principale du comportement entrepreneuriale réside dans le besoin de réalisation, c'est à dire un besoin d'excellence et de réalisation de certains buts. Une personne dotée d'un important besoin de réalisation est sensée rechercher des situations de défit dans lesquelles elle peut prendre des responsabilités en vue de trouver une solution à un problème.

Pour cet auteur, les besoins de motivation se trouvent à des degrés divers chez tous les travailleurs et gestionnaires ; ils caractérisent une personne ou « un style » de gestionnaire.
Les avancés des partisans de l'école de pensée des traits individuels visent la constitution d'un registre de caractéristiques psychologiques de l'entrepreneur type.
Cette approche a pour but de produire des connaissances sur les compétences et les caractéristiques psychologiques des entrepreneurs. En effet, les premiers auteurs s'étant intéressés au phénomène de la création d'entreprise se sont interrogés sur les raisons pour lesquelles dans des situations semblables certains individus décident de lancer leurs propres entreprises alors que d'autres ne le font pas.
Audet (2001, p.3), « l'approche par les traits de personnalité serait susceptible d'expliquer rétrospectivement le choix de carrière de ceux qui ont décidé de partir en affaires, mais elle échouerait lamentablement lorsqu'il s'agit de prédire avec précision des choix à venir».

3.2 L'approche fonctionnelle et indicative de l'entrepreneur.

L'approche *fonctionnelle* détaille la fonction d'entrepreneur alors que l'approche *indicative* s'attache à évaluer et énumérer ses caractéristiques.

3.2.1. L'approche fonctionnelle

Y GASSE (date) décrit cette fonction comme « l'appropriation et la gestion des ressources humaines et matérielles dans le but de créer, de développer et d'implanter des solutions permettant de répondre aux besoins des individus»[82]
Nous adhérons à cette description qui débouche naturellement sur les qualités qui font un bon entrepreneur, à savoir sa capacité à anticiper les crises et donc les changements et à saisir les opportunités du marché avec profit, mais toujours dans un contexte innovateur.
Ces compétences sont résumées dans le tableau suivant, et dont l'analyse correspond à un échantillon de dirigeants d'entreprises, et d'après des compétences observées à partir de leur vécu. Les qualités requises sont toutes répertoriées, et le classement par ordre décroissant nous donne une indication sur la valeur et la priorité qu'ils accordent à chacune d'elles. Ainsi, nous constatons que le leadership se place bien avant l'esprit d'équipe.

Tableau 5 : Importance des qualités nécessaires pour réussir dans leur fonction selon les chefs d'entreprises Belges

[82] Gasse Y (1988), « L'entrepreneur : son profil et son développement », Gestion 2000, n°5, p18

Qualités	Classement	%
Esprit d'entreprise	1	99.10
Leadership	2	95.50
Capacité de visualisation	3	94.50
Esprit de décision	4	85.59
Résistance au stress	5	85.45
Confiance en soi	6	79.81
Esprit d'équipe	7	78.71
Autonomie	8	72.22
Intuition	9	60.00
Goût du risque	10	48.63

Source : Beletlante et Desroches[83]

- **MARK.CASSON**[84]

Cet auteur nous donne une définition fonctionnelle de l'entrepreneur « il est une personne et non une équipe, un comité ou une organisation, l'entrepreneur est quelqu'un qui se spécialise dans la prise de décision de jugement sur la coordination de ressources rares ».

D'autre part, l'analyse des caractéristiques se situe plutôt au niveau de ce besoin de réalisation d'un projet, avec tous les risques que cela comporte. Cela implique donc des comportements qui révèlent le profil psychologique de l'entrepreneur et les compétences qui lui correspondent. Le tableau suivant en est une illustration explicite.

[83]Beletlante et Desroches, Atouts et contraintes de la cotation des entreprises moyennes : bilan de 10 ans au second marché, groupe ESC Lyon, 1993.
[84] M. CASSON, the entrepreneur, an economic theory, Oxford, Martin Robertson, 1982.

Tableau 6 : hiérarchisation des caractéristiques du comportement de l'entrepreneur

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

Source : Filion[85]

CASSON complète l'analyse des caractéristiques en y recensant les qualités personnelles nécessaires à la réussite de l'entrepreneur dans sa mission :

- La connaissance de soi ;
- L'imagination ;
- La réalisation et le sens pratique ;
- La capacité de recherche ;
- La capacité d'analyse ;
- L'aptitude à prévoir ;
- L'aptitude à estimer ;
- L'aptitude à communiquer.

Il est difficile de retrouver toutes ces qualités chez une même personne, et reste à définir la part de l'inné et celle de l'apprentissage. L'entrepreneur type, universel n'existe pas.

[85] J L FILION, Le champ de l'entreprenariat : histoire, évolution et tendance, Revue international PME Volume 10, n°2, 1997, page 138.

Aux traits caractéristiques énoncés, s'ajoutent les différents niveaux de créativité et d'initiative dans la prise de risque qu'évoque la part de l'imaginaire qui par référence à l'entrepreneur visionnaire charismatique galvanisant son environnement professionnel et stimulant la croissance et le développement de l'entreprise.

Sur le plan personnel, le fondateur et dirigeant d'entreprise s'attachent au désir d'autonomie, de pouvoir et de statut qui a pour finalité la réalisation de soi.

3.2.2. Types d'entrepreneurs

Il y a autant d'entrepreneurs que d'entreprise. Chacun d'eux, à un moment donné, a pris la décision de créer ou de racheter sa propre entreprise, d'autres l'ont tout simplement reçu en héritage.

On se demande alors qui sont ces entrepreneurs, quelle formation ont-ils ? Comment les définir, sont-ils tous différents ou ont-ils des caractéristiques en commun ?

La littérature montre que des éléments communs tendent à apparaitre dans chaque discipline, par exemple les économistes ont beaucoup associé l'entrepreneur à l'innovation, alors que les behavioristes on beaucoup écrit sur les caractéristiques créatives et intuitive attribuées à l'entrepreneur.

De nombreux auteurs, en regroupant certaines caractéristiques, ont pu dresser leur propre typologie. Nous en citons quelques-unes.

- **DRUCKER (1992)**

Dans son analyse, **DRUCKER**[86] affirme qu'aucun entrepreneur ne peut maîtriser toutes les compétences qui caractérisent l'entrepreneur ; cependant, il doit en prendre connaissance et comprendre ce qu'elles peuvent lui apporter et exiger de lui.

- **NORMAN SMITH**

Dans les années 60, après l'étude d'une population de créateurs d'entreprises, aux Etats Unis, Norman Smith[87] met en évidence deux types d'entrepreneurs ;

L'entrepreneur artisan et l'entrepreneur opportuniste, caractérisés respectivement par une organisation rigide et adaptive.

[86] P Ducker (1992), " Management, Tasks, Responsibilities, Practices", Harper Business, Publishers.1992

[87] Norman Smith ,The entrepreneur and his firm, MICHIGANE State university, 1967.In P.A. JULIEN et M. Marchesnay, L'entreprenariat, Economica, Paris, 1996

L'artisan, souvent ouvrier de formation, pratique une relation paternaliste avec ses employés ; Plus concerné par les machines et la capacité à travailler dur avec une bonne connaissance des machines, il se situe dans le court terme.

L'opportuniste, en revanche, est de formation plus longue avec un préalable fort d'une expérience de dirigeant. Il communique avec flexibilité, délègue et intègre les employés dans les questions de l'entreprise et planifie la croissance à long terme.

- **STANWORTH ET CURRAN**

Stanworth Et Curran[88] présentent Trois types d'entrepreneures selon leurs motivations :

L'artisan, motivé essentiellement par sa fonction et la pérennité de son entreprise. Il recherche, selon les cas, l'autonomie, le statut ou le pouvoir

L'entrepreneur classique privilégie l'intérêt financier. Dans ce contexte, la croissance et les exigences organisationnelles induites diminuent son pouvoir au sein de l'entreprise.

L'entrepreneur manager recherche la reconnaissance de son potentiel en tant que bon gestionnaire en favorisant une expansion rapide de son entreprise.

- **J. LAUFER**[89]

Laufer établit lui aussi une typologie basée sur les motivations de l'entrepreneur. Son but est d'étudier le dilemme permanent de la plupart des entrepreneurs partagés entre le désir d'autonomie, les tentations de croissance et de pouvoir. Il classe les entrepreneurs en quatre catégories. Typologie qu'il résume dans le tableau ci-dessous :

Tableau 7 : Typologie de Laufer

	Objectifs		
Motivation dominante	**Croissance et Innovation**	**Croissance mais autonomie financière**	**Refus de la croissance et maintien de l'autorité**
Réalisation	Entrepreneur Manager		
Pouvoir		Entrepreneur Propriétaire	Entrepreneur technicien
Autonomie			Entrepreneur artisan

[88] Stanworth J. et Curran J (1976), "Growth and the small firm: an alternative View", The Journal of Management Studies.

[89] Laufer, Comment on devient entrepreneur, revue française de gestion, nov. 1975.

Dans leur typologie, P**.A. JULIEN et MARCHESNAY**[90] analysent la logique d'action de l'entrepreneur et ses aspirations socioéconomiques. Ils partent du principe qu'il existe trois grandes aspirations socio-économiques chez l'entrepreneur :

- **Le désir d'indépendance**, « l'entrepreneur comme tout créateur, possède un ego très fort et souhaite être indépendant, en terme de propriété du capital, et/ou autonomie, en terme de prise de décision ».
- **De croissance** (volonté de puissance et désir de pouvoir),
- **De pérennité de l'entreprise**, par transmission à un membre de la famille ou un repreneur de l'entreprise.

Deux logiques d'actions se dessinent pour l'entrepreneur :

- Une logique d'action patrimoniale **: le PIC**

PIC : **Pérennité**, **I**ndépendance, **C**roissance. Dans ce cas, l'entrepreneur ne fait pas appel aux capitaux externes à l'entreprise (refus de toute forme d'association). La croissance n'est acceptée qu'à la condition qu'elle ne mette pas en péril la pérennité de son entreprise.

Ce trait, est la caractéristique des entreprises familiales, Pour s'agrandir, l'entrepreneur préférera dans bien des cas les investissements matériels (machines, terrains, bâtiments…) à l'externalisation d'activités et aux investissements immatériels (formation, innovation, promotion et commercialisation) « il privilégie une logique d'accumulation, au détriment souvent de la rentabilité apparente et avec une sous-capitalisation apparente ».

- Une logique d'action patrimoniale **: le CAP**

CAP : **C**roissance, **A**utonomie, **P**érennité. Dans ce cas, l'objectif est une croissance forte avec les risques encourus, peu importe l'indépendance financière bien qu'il souhaite conserver une autonomie de décision « il recherchera des capitaux extérieurs, quitte à se faire filialiser par une grande entreprise, tout en restant le patron, par exemple comme sous-traitant exclusif ».

Il se soucie moins de la pérennité de son entreprise et peut sans remord changer d'activité. Dans ce cas on est plus dans une logique d'accumulation, l'entrepreneur CAP préfère « celle de la valorisation des capitaux » et aura tendance à externaliser des fonctions, et à accorder la priorité aux investissements immatériels, telles la recherche-développement, la publicité et communication.

[90]P.A. Julien et M. Marchesnay, L'entreprenariat, Economisa, Paris, 1996.

Cette variété de typologie, bien que non exhaustive, montre à quel point il est difficile d'établir un profil psychologique scientifique absolu de l'entrepreneur. Toute fois comme le précise Arnold Cooper, « elles sont très utiles pour comprendre l'entrepreneuriat, parce qu'elles permettent de se rendre compte des combinaisons de facteurs qui sont qualitativement différentes les unes des autres, tout en réduisant le très grand nombre de profils d'entrepreneurs à un nombre plus restreint, plus gérable »[91].

3.2.3. Les écoles de pensées de l'entrepreneur

C. Banaon[92] a l'instar d'autres auteurs, propose la typologie suivante des courants de pensée en matière d'entrepreneuriat au regard des questions construites autour afin de comprendre qui est l'entrepreneur et sur ce qu'il fait. Les deux premières écoles mettent l'accent sur les traits, **«** L'école classique » sur l'aptitude à détecter et exploiter les opportunités, les « écoles du management et du leadership »sur l'analyse de la praxis et l'organizing et la dernière sur le contexte d'action entrepreneurial avec :

- **L'« école du Great Person (ou du « Grand Homme »)** – cf. J. Cunningham &J. Lischeron[93]– fait de l'entrepreneur une figure qui sort du rang. M. L. Mpanda[94]parle de personnes possédant un sixième sens. Ces « grands hommes », doués par nature, se distinguent en tant qu'entrepreneurs dans un contexte non forcément propice au développement de l'esprit d'entreprise (A. C. Moussa-Mouloungui)[95]. Cette approche peut être qualifiée de naturaliste.
- **L'« école des traits** »met l'accent sur des caractéristiques personnelles et des valeurs individuelles spécifiques (McClelland, 1961 ; Carland et al, 1988). L'entrepreneur cherche à satisfaire un besoin (d'appartenance, de réalisation ou d'estime de soi). Cette approche peut être qualifiée de psychologique.

---

[91] A.Cooper, Les grands auteurs en entrepreneuriat, ems, mai2015.p259.

[92] C. Banaon, « Les différents courants de recherche et approches de la figure de l'entrepreneur », Document de travail, CNAM, Paris, 2015. In : Yvon Pesqueux, De l'entrepreneur et de l'entrepreneuriat, p 8-9. 2015. <halshs-01235201>

[93]B. J. Cunningham & J. Lischeron, « Defining Entrepreneurship », Journal of Small Business Management, vol. 29, n° 1, 1991, pp. 45-61

[94] M. L. Mpanda Val, « La contribution de la relation d'accompagnement pour l'apprentissage de la convention d'affaires inhérente à l'organisation impulsée : une recherche-action au sein de l'incubateur I & entrepreneuriat en République. Démocratique du Congo », Thèse en Sciences de Gestion, Université Montesquieu de Bordeaux, 2013

[95] A. C. Moussa-Mouloungui, « Processus de transformation des intentions en actions entrepreneuriales », Thèse en philosophie et sciences humaines, Université de Lille 3, 2012

- L'« école classique » est fondée sur les travaux de deux auteurs d'origine autrichienne : J. A. Schumpeter et. M. Kirzner. L'entrepreneur se caractérise par son aptitude à créer, innover, détecter et saisir de nouvelles opportunités. Il crée ses opportunités en prenant des risques.

- L'« école du management » met en avant l'action organisatrice de l'entrepreneur (Shane et Vantakarama. W. D. Bygrave et C. W. Hofer)[96] qui se concrétise par la saisie d'opportunités en utilisant les logiques d'organisation et de management permettant de fonder leur business model. Il ne s'agit plus de mettre en avant des caractéristiques personnelles mais des compétences qui peuvent s'acquérir par apprentissage.

- L'« école du leadership » met en avant l'interaction qui opère entre le groupe et l'entrepreneur qui possède la capacité d'adapter son attitude aux besoins des autres au regard de figures telles que celle de leader of people (N. F. Krueger A. L. Carsud). Ce courant de pensée met en avant une perspective issue de la psychologie sociale au lieu et place de la perspective technique de l'école précédente. Cunningham et Lischeron pensent que l'entrepreneur doit être « un people manager » ou « un leader /mentor », qui joue un rôle dans la motivation, la direction et la conduite de son personnel.

L'« école de l'« intrapreneuriat » »part du constat de la dimension étouffante des grandes organisations en matière entrepreneuriale. Trois consultants suédois (GustafDelin, Tennart Boksjo et Sven Atterhed) vont fonder en 1975 le groupe Foresight qui entend aider les grandes entreprises à développer leur potentiel entrepreneurial30. L'intrapreneuriat constitue une modalité de gestion des ressources humaines permettant à des employés d'entreprendre à l'intérieur et autour de l'entreprise [97] ». Gardner (1990), bruyat(1993) ont l'intrapreneuriat pouvait différemment concerner secteur privé et le secteur public, voir même le secteur associatif.

Malgré la diversité des typologies décrites dans la théorie, et les difficultés d'en faire ressortir portrait-robot ou un profil type de l'entrepreneur, il est possible de retenir les caractéristiques les plus communes à savoir : la confiance en soi, le désire d'autonomie, l'énergie, le bilan accomplissement, l'aversion face au risque élevé, le besoin d'être en compétitions, une orientation favorable à la créativité, et l'internalité.

---

[96] A. C. Moussa-Mouloungui, « Processus de transformation des intentions en actions entrepreneuriales », Thèse en philosophie et sciences humaines, Université de Lille 3, 2012.

[97] C. Banaon, « Les différents courants de recherche et approches de la figure de l'entrepreneur », Document de travail, CNAM, Paris, 2015. In : Yvon Pesqueux, De l'entrepreneur et de l'entrepreneuriat, p 8-9. 2015. <halshs-01235201>

Les behavioristes en s'interrogeant sur les caractéristiques intrinsèques de l'entrepreneur, tentent d'identifier au sein d'une société ou d'une population donnée, les personnes qui ont le profil d'entrepreneurs. Pouvoir ainsi détecter ces caractéristiques, permettrait aux différents organismes concernés (telles que les structures d'aide et d'accompagnement à la création d'entreprises, les institutions financières ou autres) d'encourager ou de freiner les personnes tentées de se lancer en affaires, sachant que de nombreux pays ont pris conscience de mettre à leurs dispositions tout un dispositif sensé encouragé l'activité entrepreneuriale

4. L'entrepreneur un être social et contextualisé

Les chapitres précédents, nous ont permis à travers la revue de la literature, de constater l'attitude des théoriciens face à " l'entrepreneur", cet acteur, pilier de la société moderne, qui grâce à sa capacité à innover, à crée des organisations et donc de la richesse et de l'emploi et permis aux nations de se développer. Pourtant, reconnaissant cela, les théoriciens l'on tantôt adulé et tantôt réduit à une" simple fonction de production" son action est considérée sans exploit puisqu'il agissait sur un marché décrit comme totalement transparent où l'information était gratuite et accessible à tous.

Ce n'est qu'avec l'avènement de l'école autrichienne, notamment avec Schumpeter, que l'on reconnait à l'entrepreneur le rôle moteur dans le développement économique et social et comme force vive du capitalisme. De cette reconnaissance et de l'intérêt que lui accordent l'ensemble des disciplines, économie sociologie, psychologie, anthropologie pour ne citer que celles-là, l'entrepreneur se voit attribué ses lettres de noblesses. L'entrepreneuriat en tant qu'action humaine s'impose comme véritable phénomène de société et principal levier de compétitivité et se retrouve au cœur des débats des politiciens et des académiciens.

L'entrepreneur est scruté sous toutes ses formes : ses capacités, sa perspicacité, ses motivations, son milieu familial et social, son profil psychologique, ses expériences professionnelles. On s'interroge également sur le contexte dans lequel il évolue, sur son réseau relationnel etc. L'entrepreneur n'est plus considéré comme un acteur rationnel et isolé, il est désormais reconnu comme un être social et contextualisé. Cela conduit les chercheurs à aborder l'entrepreneuriat par les interactions qu'induit l'acte entrepreneurial et à changer de paradigme.

Accorder à l'entrepreneur une place centrale au sein du champ entrepreneurial, revient à « (ré) affirmer et (re)donner une place importante à l'entrepreneur comme sujet évoluant

dans une complexité finalisée et finalisant en interaction avec son contexte et à s'orienter vers une approche anthropocentrée (Schmitt et jenssen2012, p.11). L'entrepreneur se définit par ses qualités intrinsèques, la compréhension et la perception qu'il a vis-à-vis de lui-même (compréhension du soi) et vis-à-vis des autres et à travers la relation avec les autres dans un contexte d'interdépendance et d'interrelation. L'entrepreneur est alors "replongé" dans sa propre réalité : sa famille, son milieu, son environnement.

L'environnement familial, religieux, culturel, et professionnel le façonnent et influencent sa perception et sa représentation du monde qui l'entour ainsi que sa façon d'agir.

Pour John Dewey : « tout ce qui existe, du moment qu'il est connu est connaissable, est en interaction avec d'autres choses (1958, p.75)[98] ». La théorie de l'interactionnisme symbolique repose sur le constat que « L'homme vit dans un environnement symbolique tout autant que dans un environnement physique » (rose, 1962a, p.5). Ces symboles sont construits socialement au travers des interactions avec les objets et avec les personnes. »(…) La particularité de ceci consiste dans le fait que les êtres humains interprètes ou définissent les actions des uns et des autres plutôt que de simplement y réagir. L'homme n'est pas une fonction dans la société il est en quelque sorte la société en construction. Ce cadrage a des applications importantes pour la conduite des recherches : l'explication des comportements ne peut être donné d'avance et doit se construire au fur et à mesure des observations »[99].

L'individu se trouve dans une recherche d'équilibre entre ce qu'il a "envie de faire" et ce qu'il pourra faire en fonction de ses aptitudes et de ce que "le groupe" attend de lui qu'il fasse". Il est dans un arbitrage permanent entre l'individuel et le collectif (sociétal).

La prise en compte de la structure sociale est fondamentale lorsque la recherche porte sur l'action humaine. Elle nous informe sur les variables contextuelles et environnementales le concernant. Connaitre le milieu dans lequel agit et évolue l'entrepreneur, s'interroger sur ses expériences vécues, comprendre ses aspirations et motivations est fondamental pour saisir ses choix et ses agissement.

Le contexte national peut être, peut, entre autre, abordé par deux axes distincts. : L'un se référant à la culture nationale, l'autre au rôle des institutions.

Traiter de l'entrepreneuriat féminin, objet de notre recherche, étudier le processus entrepreneurial des femmes, tenter de comprendre leurs motivations à se lancer en affaire,

[98] J.Dewey, in : G. Glaser, A. Strauss, La découverte de la théorie ancrée.p.29.
[99] Ibid. 112, p 28 à 31.

sachant le poids des traditions, et l'influence de la culture tant familiale que nationale nous impose une prudence et un travail de terrain et de proximité pour mener au mieux notre recherche. Chaque cas est particulier. Nous sommes face à une grande diversité du phénomène étudié. Chaque famille, chaque région, chaque secteur d'activité à sa particularité. Bien que nous admettions l'existence d'une culture nationale, nous ne pouvons faire abstraction de cette réalité. La différence de comportement ente les zones rurales et les zones urbaines en est la première expression.

Plusieurs auteurs se sont interrogés sur la relation entre la culture nationale et les caractéristiques entrepreneuriales des individus. Pour étayer cela, nous reprenons deux études cités par M Bourguiba[100] dans sa thèse de doctorat intitulée : de l'intention à l'action entrepreneuriale : approche comparative auprès de TPE françaises et tunisiennes. L'une démontre l'impact de la culture sur les motivations entrepreneuriales, l'autre sur l'esprit d'entreprise.

La culture étant comprise comme : « L'ensemble des représentations, des valeurs et des normes qui orientent l'action de l'individu ». La représentation est alors « une construction mentale (croyance, idée ou doctrine) élaborée par une collectivité humaine » (Dictionnaire de sciences économiques et sociales p. 379).

Ces représentations se révèlent dans des valeurs[101] qui offrent des repères sans indiquer concrètement la façon d'agir dans une situation donnée. Les valeurs se concrétisent par des normes qui précisent ce que doivent être les comportements des individus. Les normes se déclinant sous la forme de règles juridiques, de mœurs[102] et d'usages[103].

Concernant l'influence de la culture sur les spécificités entrepreneuriales, les investigations de Scheinberg et McMillan (1988) qui portent sur une étude comparative des motivations entrepreneuriales à travers onze pays, mettent en avant une différence dans les perceptions des motivations des entrepreneurs des différents pays et notent en même temps une certaine corrélation entre groupes de pays (comme les Etats-Unis, la Finlande, la Grande Bretagne et

[100]De L'intention A L'action Entrepreneuriale : Approche Comparative auprès de TPE françaises Et tunisiennes thèse de doctorat. Nancy 2, 2007. P.90.

[101]Les valeurs peuvent avoir une origine religieuse, politique ou économique. Elles restent, en ce sens, abstraites

[102]Les mœurs sont les règles découlant de la morale sociale. Elles sont directement inspirées par les valeurs. Par exemple, respecter les personnes handicapées.

[103]Un usage est une pratique sociale que l'ancienneté ou l'habitude rend normale. Elles sont la traduction indirecte des valeurs par exemple, se saluer en se serrant la main.

l'Australie, d'une part ; et la Chine, l'Italie et le Portugal, d'autre part). Pareillement, Shane (1992, 1993) relève des différences significatives dans la plupart des motivations (pour les raisons de création d'entreprise) étudiées qui sont en concordance avec celles révélées par Scheinberg et McMillan (1988).

Toujours, parmi les auteurs qui se rattachent à l'école « culture et personnalité » en se référant aux travaux de Benedict et Mead, Abram Kardiner (1939) et Ralph Linton (1959) cités par Bourguiba (2007, p.90) se sont penchés sur l'étude des éléments constitutifs de la personnalité individuelle et les phénomènes d'incorporation de la culture. Linton (1959) trouve que chaque culture privilégie un type de personnalité, qui devient le «type normal »[104]. Il propose le « fondement culturel de la personnalité » que l'individu acquiert par le biais d'un système d'éducation propre à chaque société. Il reconnaît, toutefois, la diversité des comportements dans une même culture. En effet, l'auteur admet que dans une même culture, plusieurs types normaux peuvent exister simultanément vu que dans certaines cultures plusieurs systèmes de valeurs coexistent. Précisons d'autre part que la culture nationale n'est pas immuable son évolution se fera parallèlement à celle des individus qui la composent. La culture n'existe qu'à travers l'interaction entre les individus. Giddens, définit les relations sociales « à travers le développement, dans l'espace-temps, de modèles régularisés de relations sociales qui engagent la reproduction de pratiques spatio-temporellement situés »[105].

Pour comprendre la culture d'un pays, il faut comprendre le contexte de cette interaction. Les normes et les conventions y jouent un rôle important. Elles définissent le comportement individuel, les relations entre les générations, entre les hommes et les femmes, elles expliquent une différence de comportement entre les régions (quand ces différences existent) etc.

Hormis les facteurs culturels, d'autres facteurs environnementaux sont susceptibles d'expliquer l'acte entrepreneurial, nous pouvons citer à titre d'exemple, la stabilité politique, l'état des marchés et de l'emploi, la qualité de la formation, le niveau de développent technologique, la qualité des institutions, les mesures d'incitation en faveur de l'investissement privé, la différence d'attractivité entre les régions, la disponibilité des

[104]C'est un type de personnalité conforme à la norme culturelle et donc reconnu par la société.
[105] A. Giddens, la théorie de structuration.p.81.

ressources etc. Nous ne développerons pas d'avantage ces points, nous n'en donnerons que quelques exemples.

Nous pouvons citer la différence de potentiel et d'attractivité entre les régions. Certaines activités nécessitant des conditions particulières seront développées dans des grandes villes ou l'état de l'infrastructure et les marchés répondent d'avantage aux exigences des entrepreneures. Des mesures attractives (prêts avantageux, exonérations fiscales…) peuvent être proposées par les gouvernements pour tenter de réduire ces déséquilibres.

Dans un autre registre, nous donnons l'exemple d'enfants d'entrepreneurs imbibés de la culture d'entreprise, qui investiront sans hésitation à proximité d'une première entreprise familiale, bénéficiant ainsi de toute une structure et un réseau relationnelle développé initialement par le père, par exemple. Nous considérons dans ce cas, que la famille constitue un contexte particulier pour l'entrepreneuriat, elle est le premier cercle d'influence de l'entrepreneur naissant et son premier soutien. Une étude effectuée par nos soins, en 1996 puis actualisée en 2011, auprès d'entreprises de la région d'Oran, nous a permis de constater que la majorité des enfants d'entrepreneurs avaient créés leur propre entreprise familiales et bénéficiés de fonds familiaux pour financer leur projet. Ils ont également profité des relations développés par les parents auprès des différents acteurs avec qui il sont en interaction.

Il n'est pas rare de voir des entrepreneurs créer leur entreprise à proximité de leur lieu d'habitations, c'est le cas notamment de personnes qui activent dans le secteur artisanal ou dans le cadre de professions libérales, lorsque la situation le permet. De nombreuses femmes, par exemple, dans le but de concilier vie professionnelle et vie familiale font ce choix.

Pour conclure, nous pouvons affirmer que l'activité des entrepreneurs est ancrée dans un contexte socio-économique que l'on ne peut plus se permettre d'ignorer. En effet, l'environnement de l'entreprise et les réseaux dans lesquels l'entrepreneur s'inscrit influencent le comportement des acteurs, mais l'inverse est également vrai. C'est désormais cette interaction avec l'ensemble des parties prenantes qu'il faut prendre en compte pour analyser le comportement entrepreneurial. Le poids de l'environnement sera d'autant plus important que l'environnement local, l'environnement du projet et l'environnement personnel de l'entrepreneur ne seront plus dissociés.

Conclusion

Dans ce premier chapitre, nous avons tenté de saisir l'évolution de la vision de l'entrepreneur à travers l'histoire et les théories. Nous voyons cet acteur (l'entrepreneur) apparaitre, disparaitre, puis réapparaitre dans la théorie économique, alors que dans la pratique, sa présence est certaine. D'organisateur de facteurs de production et innovateur, à simple fonction de production, puis découvreur d'opportunités ; avec Schumpeter, l'entrepreneur perturbateur (du marché), devient l'acteur principal du développement économique et des transformations de la vie sociale. Les apports des économistes et des behavioristes ont permis de répondre à deux questions essentielles : qui sont les entrepreneurs, pourquoi entreprennent- ils et que font-ils ?

Les réponses à ces questions ont permis, la distinction entre les deux approches complémentaires et largement reconnues que nous avons présenté :

- L'approche fonctionnelle
- L'approche behavioriste

Evoluant dans un environnement turbulent ponctué de périodes d'embellies et de crises économiques, l'entrepreneur est donc le personnage, disposant de qualité particulière et soucieux de son indépendance, qui préfèrera prendre le risque de se lancer en affaire, en investissant ses propres deniers.

Tout fois, nous avons vu, que la vision d'un entrepreneur isolé est largement remise en cause. Les faits sont là, l'entreprise peut être la propriété d'un individu ou d'un groupe d'individu ; un acteur pluriel, une équipe qui sous cette forme, peut mieux faire face à un environnent complexe, ou l'information est dispersée et difficilement accessible.

Dans le même sens, une autre critique est liée au fait que l'entrepreneur ne peut plus être appréhendé uniquement à partir de l'acte de création d'entreprise ou de toute autre entité génératrice de richesse.

Il est fondamental, pour une meilleure compréhension de l'acte entrepreneurial, de dépasser l'approche unidimensionnelle et de s'interroger et d'étudier l'ensemble des processus menant à la création d'entreprise en tenant compte du contexte et du milieux dans lequel cet acte se réalise. (Wortman, Gartner, 1989 ; Bruyat et Julien, 2001)[106] insistent sur le fait que «Les

[106]Alain Fayolle la recherche du cœur de l'entrepreneuriat : vers une nouvelle vision du domaine. Revue internationale P.M.E. : économie et gestion de la petite et moyenne entreprise, vol. 17, n° 1, 2004, p.103.

approches disciplinaires indépendantes ne suffisent plus aujourd'hui pour développer des connaissances de nature à expliquer un phénomène qui apparaît de plus en plus difficile à saisir ». Ce qui conduit Gartner (1985 :696) à affirmer que « les différences entre les entrepreneurs et entre les entreprises, sont aussi grandes que les variations existantes entre entrepreneurs et non entrepreneurs, et entres les entreprises nouvelles et les entreprises biens établies ».

« La complexité des objets et du champ de recherche accroît considérablement les problèmes qu'ont à résoudre les chercheurs.» (Wortman, 1987 ; Gartner, 1989 ; Bruyat, 1993).

C'est la raison pour laquelle l'entrepreneuriat se retrouve au centre d'une multitude de disciplines. Mais "Si chacun de ces points de vue disciplinaires (psychologie, sociologie, psychologie sociale, histoire des entreprises, démographie des populations, …) possède sa légitimité, aucun ne peut revendiquer un statut supérieur aux autres" (C. BRUYAT, 1993, p. 163).

Une approche unidimensionnelle, par la seule création d'entreprise, ne peut plus à elle seule, suffire à appréhender l'entrepreneuriat, désormais, c'est par la dimension ou approche dynamique et processuelle que de nombreux théoriciens l'abordent.

Chapitre II : une approche processuelle de l'entrepreneuriat

Dans le chapitre précèdent, les différentes approches traditionnelles de l'entrepreneuriat, nous ont livré des explications partielles du phénomène étudié. Les économistes nous ont décrit les fonctions de l'entrepreneur alors que les behavioristes nous ont précisés leurs traits de caractères et défini différents types d'entrepreneurs. Il convient donc de dépasser cette dualité et d'envisager l'entrepreneuriat à travers l'action elle-même et non plus comme le résultat de l'action. C'est désormais au processus entrepreneurial pris dans sa globalité que les chercheurs s'intéressent. Dans ce chapitre, nous proposons donc de mobiliser l'approche processuelle de l'entrepreneuriat pour aborder la complexité du phénomène étudié.

1. Présentation de l'approche processuelle

Pour EM Hernandez (1999) « l'évolution de la recherche peut être décomposée en trois grandes étapes. La première, qualifiée de *"fondamentaliste*", consiste en une conception abordée selon une logique unique. Il est question de mettre à nu les caractéristiques et les profils de l'entrepreneur et du créateur d'entreprise. L'extrême variété des entrepreneurs et des créations d'entreprise réfute l'universalisme. La *"contingence*" matérialise la deuxième étape qui tisse des liens entre l'efficacité et l'adaptation, ainsi qu'avec la cohérence du concept d'entrepreneuriat et l'environnement de l'individu. La dernière phase est centrée sur l'aspect "*processuel*" du phénomène et marque une nette rupture avec les précédentes ». (Bourguiba 2007. p 29).

Une approche processuelle de l'entrepreneuriat est désormais mobilisée par la majorité des chercheurs en entrepreneuriat. Dans ce cadre l'entrepreneuriat fait référence à la création d'organisation et porte donc sur un individu ou un ensemble d'individus qui, s'inscrivant dans un processus, conduisent un certain nombre d'action qui permettront la création de cette entité.

Le processus entrepreneurial est complexe et l'entrepreneuriat implique des sortes de personnes et des types d'organisation très différentes. Si de nombreux auteurs s'accordent sur une conception processuelle de l'entrepreneuriat il n'en demeure pas moins que chacun, selon son centre d'intérêt, aura son propre angle d'approche. Certains l'appréhenderont par l'identification et l'exploitation d'opportunités ou par la création d'entreprise, d'autres par le processus d'émergence organisationnelle ou encore par la création de valeur. Si nous

présentons distinctement chacune de ces approches (reconnues comme paradigmes) il parfois difficile de leurs reconnaitre une frontière bien délimitée. Comprendre un paradigme nécessite bien souvent le recours aux autres.

Quel que soit l'angle d'approche, la reconnaissance d'une dynamique entrepreneuriale est admise par la communauté des chercheurs. L'entrepreneuriat étant un phénomène complexe, nous considérons qu'une réflexion multi-paradigmatique est nécessaire pour une plus large compréhension du phénomène entrepreneurial.

Dans ce travail, nous nous intéressons au comportement entrepreneurial. Lorsque l'on fait le choix d'une approche processuelle, il convient de s'intéresser non plus uniquement à ce qu'est l'entrepreneur et à ce qu'il fait, mais à la manière dont l'entrepreneur structure son projet entrepreneurial, c'est-à-dire « comment organise-t-il sa pensée pour définir un système d'actions entrepreneurial » (Filion, 1999).

C'est sur le processus de création d'entreprise que focalisent les chercheurs, tout en conservant une place centrale à la personne de l'entrepreneur. Dans ce cadre, l'entrepreneur n'est plus considéré comme un agent économique isolé dont l'intérêt est essentiellement accordé à l'objet de son activité. Désormais, les chercheurs s'interrogent sur les raisons qui poussent un individu à entreprendre et à la façon dont il le fait. En d'autre terme, cela revient comprendre **"pourquoi" et "comment" devient-on entrepreneur ?**

Dans notre recherche, nous inscrivons dans une approche processuelle du fait de sa vision dynamique et globale de l'entrepreneuriat. L'approche processuelle resitue l'entrepreneur dans son environnement culturel, social, économique, politique et sociétale ; variables que nous ne pouvons ignorer si nous voulons aborder l'entrepreneur dans toute sa pleine dimension, saisir ses motivations, ses perceptions et tenter de comprendre la logique de son comportement.

A Shapero Et L. Sokol (1982, p. 78) ont éclairé l'optique processuelle du phénomène entrepreneurial. Ils tentent de **comprendre le déclenchement d'un événement** entrepreneurial en le corrélant avec **des facteurs situationnels et individuels**. « Tout événement entrepreneurial, font-ils remarquer, est la fin d'un processus et le début d'un autre »[107].

[107] A.Tounés. l'intention entrepreneuriale : Une recherche comparative entre des étudiants suivant des formations en entrepreneuriat. p 35.

C. Bruyat (1993)[108] nous signifie que l'entrepreneuriat "fait référence à un changement ou à quelque chose en train de se faire à un moment défini. La dialogique individu/création de valeur (cette dernière est pour lui ce qui qualifie un entrepreneur) s'inscrit dans une dynamique de changement créatrice. .

L'OCDE, l'organisation de coopération et de développement économique définie à son tour l'entrepreneuriat comme étant « **le processus dynamique** qui consiste à **identifier les possibilités économiques et à les exploiter** par la mise au point, la production et la vente de biens et de services »[109].

Shane et Vantakarama (2000) consiste principalement en **l'identification et l'exploitation d'opportunités** qu'ils considèrent comme la question centrale en entrepreneuriat. Ils précisent, entre autre, que ces opportunités nécessitent des qualités particulières et ne peuvent pas être identifiées et exploitées par tous les entrepreneurs.

Aborder l'entrepreneuriat sous l'angle processuel, fait donc de l'entrepreneur le maillon qui unit l'organisation et son environnement.

Organisation ---- Entrepreneur ---- Environnement

Cette approche permet une meilleure compréhension de la dialogique "entreprise/ organisation" d'une part, et une plus juste appréciation de l'influence de l'environnement aussi bien proche qu'éloigné sur l'intention, la création le développement d'une entreprise de quelque nature qu'elle soit et ce, en intégrant naturellement la variable temps, variable indispensable pour mieux saisir la logique d'action entrepreneuriale, ses produits et ses contextes de réalisation.

Créer une entreprise n'est pas un évènement anodin ; il est le fait de femmes ou d'hommes qui volontairement donnent naissance à une organisation. Comme pour toute naissance, ce phénomène nécessite une période de gestation. L'entrepreneur comme initiateur de son projet s'engage dans un processus qui débute par la reconnaissance d'une opportunité qui engendrera une intention puis une prise de décision : celle de se lancer en affaire pour aboutir à la création de son entreprise.

On se demande alors ce qui amène certaines personnes à créer leur entreprise, seuls ou en association, alors que d'autres s'y refusent ou n'y pensent même pas. Les avis sont partagés.

---

[108][108]C Bruyat, création d'entreprise : contributions épistémologiques et modélisation, Gestion et management. Université Pierre Mendes-France - Grenoble II, 1993. P.62.

[109] OCDE ,1978. P .269.

Il est fréquent de lire " on ne nait pas entrepreneur, on le devient". On peut donc apprendre à entreprendre. Pour certains les entrepreneurs sont dotés de qualités particulières. Les caractéristiques psychologiques des entrepreneurs ont intéressé de nombreux chercheurs afin de comprendre s'il existe ou non une "personnalité entrepreneuriale", cherchant à justifier des caractéristiques "innées" ou "acquises".

D'autres chercheurs ont tenté de définir une proactivité destinée à prédire si des individus étaient plus disposés que d'autres à s'engager dans une activité entrepreneuriale. Une personnalité proactive définie quelqu'un qui agit délibérément pour agir sur son environnement.

Bygrave et Hofer (1991)[110] dans leur présentation des caractéristiques du processus entrepreneurial ont souligné l'importance de ses dimensions dynamiques et holiste. Dynamique, parce que le projet de création et les nouvelles entreprises évoluent dans le temps. Holiste, parce que cette évolution est la résultante d'un système de variables en interaction.

Avant de poursuivre nous nous sommes également intéressés aux définitions de la notion de processus relevés dans différents dictionnaires :

- le petit robert c'est un ensemble de phénomènes, conçu comme un actif et « **organisé dans le temps »,**
- le dictionnaire hachette le processus est « **un développement temporel des phénomènes marquant une étape »,**
- Le Larousse le décrit comme « **un enchaînement »** ordonné de faits ou de phénomènes, répondant à certains schémas et aboutissant à un résultat déterminé.

L'ensemble de ces définitions nous conduisent à retenir trois dimensions essentielles pour la compréhension d'une démarche processuelle :

- **Un enchainement d'étapes** en un temps et dans un environnement défini. Nous considérons le temps et l'espace comme deux variables intrinsèques au processus entrepreneurial. le temps représente à la foi la durée d'une action ou d'un évènement et le moment où il se réalise. Ces deux variables définissent le cadre contextuel,

[110]Bygrave et Hofer, « Theorizing about entrepreneurship» entrepreneurship theorie and practice, winter, 1991, p.13-22. Dans J Baronet : L'entrepreneurship, un champ à la recherche d'une définition. Une revue sélective de la littérature sur l'entrepreneurship. Cahier de recherche 96-07-01. 1996. p.5.

- **La dynamique et la complexité du processus**, en effet à tout moment une diversité de variables sont prises en compte pour penser et concrétiser un projet,
- **L'influence du contexte** sur la prise de décision qui nécessite une adaptation constante à un environnement en perpétuel mouvement.

Selon Kirzner, (1973, 1979, 2009) est considéré comme entrepreneur l'individu vigilant qui découvre des occasions de gains encore inexploitées mais déjà préexistantes sur un marché et qui met en œuvre une stratégie pour les exploiter. En outre, loin d'être complètement passifs, les individus participent et construisent pour une part leur propre environnement selon le processus "d'enactment" »[111]. Par enactement (traduction du mot anglai « *sensmaking* » compris comme une « construction de sens. Il implique l'idée d'une interaction continue entre l'environnement et l'individu qui le construit mais qui, en contrepartie est contraint par ce dernier»[112]. Au fur et à masure que l'individu avance dans son action et sa réflexion). Ainsi, les gens créent leur environnement tout en étant le produit de celui-ci (Weick, 1995, p. 34). Dans cette perspective nous sommes dans un processus entrepreneurial de nature causal, prédictif ; ce qui signifie que la décision se prend en amont de l'acte de production. Une fois la décision prise l'entrepreneur réfléchira sur les moyens à mettre en œuvre pour réaliser son projet.

Pour **Saras D. Sarasvathy (2001),** il n'y a pas que dans cet ordre que se prennent les décisions. Il y a une seconde façon d'agir. Dans le second cas de figure ce n'est pas le but qui détermine les moyens mis en œuvre, mais ce qui est à disposition pour réaliser une action à un instant bien défini.

Sarasvathy considère que **plus l'incertitude est élevée, plus il devient inconcevable de prédire l'avenir.** La notion de « but ultime » ou « d'objectif » s'évanouit au profit d'une série **de « mini-buts » plus accessibles et pouvant être revus plus facilement**. (…) L'idée défendue dans la **logique « effectuale** » est la suivante : l'interaction avec les parties prenantes, déjà connues ou avec lesquelles l'entrepreneur va rentrer en affaire à cette occasion, va enrichi son champs de possible, ses moyens humains, matériels et financiers, et ouvrir potentiellement vers de nouveaux objectifs, de nouvelles opportunités. »[113]

---

[111] A. D'Andria, Un éclairage sur le processus entrepreneurial des mampreneurs. Revue de l'entrepreneuriat, N°1, Vol.13, 2014. P13.

[112] K.Messeghem, Les grands auteurs en entrepreneuriat, ems. P 217.

[113] K.Messeghem et O. Torres, les grands auteurs en entrepreneuriat et PME. EMS, 2015.p212à 222.

Dans une prise de décision de type "effectuale", l'entrepreneur ne définit pas un but précis pour ensuite trouver les moyens ou ressources nécessaires pour l'atteindre ou s'en approcher. La démarche selon Sarasvathy serait inverse, **« en fonction des moyens à sa disposition, de son expérience, de ses compétences, de ses traits de personnalité, de ces réseaux, l'entrepreneur élabore un projet et le ferait évoluer en fonction des potentialités du moment**. Le marché ne préexisterait donc pas ; il serait mise en scène ; en conséquence l'opportunité ne serait pas découverte par l'entrepreneur mais construite par lui.

Ce qui distingue fondamentalement la logique « effectuale » de la logique causale, c'est la façon pour l'entrepreneur de concevoir le contrôle du futur. Ainsi, la logique de nature causale repose sur le postulat suivant : « dans la mesure où nous pouvons prédire le futur, nous pouvons le contrôler ». Au contraire, la logique effectuale s'appuie sur le postulat renversé à savoir : « dans la mesure où nous pouvons contrôler le futur, nous n'avons pas besoin de le prédire ».

Analyser le processus entrepreneurial par ce biais, nous permettra de réfléchir à la façon dont les femmes abordent le monde des affaires. N'oublions pas que dans la réalité, tous les entrepreneurs ne choisissent pas délibérément cette carrière. La difficulté à trouver un emploi que ce soit pour une personne qui n'a jamais travaillé ou après un licenciement, créer sa propre entreprise devient la seule alternative pour dégager un revenu.

Quel que soit la raison qui conduit à l'acte entrepreneurial, nous considérons que le processus entrepreneurial débute dès que l'intention "effective" de créer une entreprise se manifeste chez le "futur entrepreneur". Il s'agit dans un premier temps d'une volonté de changement de situation (devenir entrepreneur) qui peut avoir une multitude de raisons. Entre le moment où se manifeste l'intention de créer une entreprise et la naissance de l'organisation (si naissance il y a) un certain nombre d'actions non linéaires se succèderont. « Etant donné le caractère conditionnel de la décision dans le changement du comportement, le processus de décision peut être appréhendé comme étant un processus mental et cognitif orienté vers l'action. Au sein de ce dernier, l'intention occupe une place centrale » [114](Emin, 2003).

Nous nous intéresserons donc à l'articulation et l'interaction entre les trois éléments suivants :

[114]Emin S. (2003), L'intention de créer une entreprise des chercheurs publics in Bourguiba 2007.p.24. In M. Bourguiba, de l'intention à l'action entrepreneuriale : approche comparative auprès de TPE françaises et tunisiennes. 2007. p.13.

Individu – Environnement – Organisation (futur envisagée)

Lorsque le processus aboutit à la création de l'entreprise, nous sommes face à une évolution ou un changement qui s'exprime par **le passage d'une variable d'Etat (un individu) à une variable comportementale (*devenir entrepreneur*),** dirigeant sa propre organisation dans un environnement donné. Et cela nous conduit cette fois à la relation suivante :

Entrepreneur- Organisation-Environnement

Nous considérons l'entrepreneur comme un acteur social encastré dans son environnement puisque ses actes et ses décisions sont largement influencés par le milieu dans lequel il évolue. Il serait injuste de ne parler que de l'entrepreneur, cela reviendrait à n'attribuer sa réussite qu'à ses qualités personnelles. Mieux cerner le contexte dans lequel il évolue (encadré par deux notions essentielles que sont le temps et espace) et intégrer au cotes des variables économiques, celles non économiques, (tel que le rôle de la famille, la formation, les parcours individuels, les motivations, les traditions, le contexte social, les réseaux sociaux ou professionnels, la situation géographique, la religion etc…) permet une plus juste compréhension du comportement de l'entrepreneur face à l'acte entrepreneurial.

Pour notre part, nous adhérons au postulat que « l'entrepreneuriat est un phénomène complexe et multidimensionnel » (Gartner, 1985 ; Bruyat et Julien, 2001), chaque acteur et chaque projet étant singulier et le fruit de multiples variables.

Chaque décision du processus entrepreneurial est naturellement liée à la perception ou la vision qu'à l'individu de son projet et du contexte dans lequel il se réalisera compte tenu de ses objectifs, ses motivations, ses aptitudes et de ses ressources.

Rappelons que tous les projets entrepris n'aboutissent pas forcément et que toutes les créations d'entreprises ne sont pas forcément pérennes. Une même situation pourra être appréhendée différemment par différentes personnes, chacune d'elle ayant sa propre perception du monde qui l'entoure et de la manière dont elle décide de conduire ses actions. Tout au long d'un même projet et au fur et à mesure de son évolution, des ajustements sont bien souvent nécessaires. En effet, entre l'idée que se fait le futur entrepreneur, la manière dont il mènera sa création et le processus effectif de sa réalisation apparaitront des écarts d'évaluation. Ce qui nous fait dire que le processus entrepreneurial « renvoie à une approche diachroniques de l'organisation et de son fonctionnement, s'opposant aux approches fixistes du monde où l'on fige des relations et l'état des notions et des concepts » (Hernandez, 2001, p 233).

En ce sens, nous rejoignons la conception de Fayolle (2003) qui prend en considération l'état d'esprit de l'entrepreneur et la situation dans lequel il se retrouve par ses actes. Il lie le concept d'entrepreneuriat à trois registres différents dont l'état d'esprit, les comportements et les situations et touche deux dimensions que sont l'action dans sa dimension individuelle et collective.

De ce fait, l'entrepreneuriat peut s'adresser à un individu, à une équipe et à une entreprise.

Dans l'état d'esprit, c'est l'esprit d'entrepreneur ; pour l'entreprise ou un groupe nous évoquons "la culture entrepreneuriale". Pour un individu, C'est à travers des valeurs telles que la prise de risque, les attitudes, les motivations que l'on définit son état d'esprit ou autrement dit, son esprit d'entreprendre. Ces valeurs peuvent être innées ou acquises. C'est la famille, le milieu social et l'école qui permettent de les transmettre. Pour une entreprise, ces valeurs émanent généralement du fondateur ou du dirigeant ; « elles peuvent résulter aussi des actions de formations et des opérations planifiées» (Fayolle, 2003b).

Les comportements individuels et collectifs tournent autour de la prise de risque, la détection des opportunités, la prise d'initiative, la résolution des problèmes de management et le travail en équipe. Les comportements, d'une certaine façon, peuvent être vus comme des manifestations concrètes et tangibles de l'état d'esprit. Ils s'avèrent utiles pour l'activité entrepreneuriale. Quant aux situations entrepreneuriales, elles peuvent concerner la création d'entreprise ex nihilo (en reproduisant, en imitant ou en innovant) : c'est la forme la plus pure d'entrepreneuriat, la reprise d'entreprise ou d'activité saine ou en difficulté par des individus indépendants ou par des entreprises, la création d'entreprises en franchise, la création d'activités : développement de produits nouveaux, direction du centre de profit dans des entreprises existantes et essaimage.

Nous avons vu la façon dont l'apport des différentes approches ont permis de répondre aux questions **« what s :»,** le quoi ?, - « Why and who, **le pourquo**i ? Et le « How », **le comment** ?

- « what », le quoi ? Il suffit de se concentrer sur l'entrepreneur. A l'instar de Schumpeter l'entrepreneur est un acteur de l'innovation, du changement économique et social.

- **« Why and who**: **le pourquo**i? Cette approche s'intéresse aux caractéristiques propres à l'entrepreneur, à ses traits de personnalités et ses comportements.

- **« How », le comment** ? Qui fait référence à l'approche processuelle que nous mobilisons pour notre recherche. L'interaction entre l'environnement, l'entrepreneur et le projet aboutisse à la décision de créer ou non une organisation. Ce n'est pas la structure juridique

qui fait l'entrepreneuriat mais le cheminement processuel complexe par lequel passe le porteur de projet.

Fayolle (2002) propose une synthèse des recherches en entrepreneuriat en fonction de ces trois questions qu'il réunit dans le tableau suivant.

Tableau 8. : Synthèse des recherches en entrepreneuriat (Fayolle 2002, p.8)

Question principale	What (Approche fonctionnelle)	Who/Why (approche sur les individus)	How (approche sur les processus)
Echelle du temps	200 dernières années	Depuis le début des années 50	Depuis le début des années 90
Domaine scientifique principal	Economie	Psychologie, sociologie, Psychologie cognitive, Anthropologie sociale	Sciences de gestion Sciences de l'action Théories des organisations
Objet d'étude	Fonction de l'entrepreneur	Caractéristiques personnelles, Traits des individus entrepreneurs et entrepreneurs potentiels	Processus de création d'une nouvelle activité ou d'une nouvelle organisation
Paradigme dominant	Positivisme	Positivisme Sociologie compréhensive	Constructivisme Positivisme
Méthodologie	Quantitative	Quantitative Qualitative	Qualitative Quantitative
Hypothèse de base	L'entrepreneur ne joue pas un rôle important dans la croissance économique	Les entrepreneurs sont différents des non-entrepreneurs	Les processus entrepreneuriaux sont différents les uns des autres
Lien avec la demande sociale (qui est intéressé par …)	Etat, Collectivités territoriales, Responsables économiques	Entrepreneurs Entrepreneurs potentiels Système éducatif Formateurs	Entreprises Entrepreneurs Entrepreneurs potentiels Formateurs Structures d'accompagnement et d'appui des entrepreneurs

Selon leurs appartenances disciplinaires, certains chercheurs tenteront de comprendre qui est l'entrepreneur et ce qui le caractérise (psychologie), tandis que d'autres s'intéresseront plus particulièrement à l'impact de l'entrepreneuriat sur le système économique (économie) ou sur la société (anthropologie et sociologie). « Des chercheurs comme Audrescht (2002) Luke, Verreynne et Kearins (2007) rappellent que l'entrepreneuriat inclut plusieurs niveaux d'analyse imbriqués les uns aux autres, et qu'une approche de nature plus systémique est nécessaire pour en comprendre l'ampleur »[115].

[115]Source : Pierre-André Julien et Louise Cadieux, La mesure de l'entrepreneuriat. Rapport d'étude

Aux vues de cette complexité nous jugeons nécessaire de définir certain concepts avant de présenter les différentes conceptions, modèles et paradigmes de l'entrepreneuriat. Nous sommes conscients que chacun de ces points pourrait faire l'objet de développement plus important mais nous donneront des éclaircissements pour nous permettre de mieux en maitrise leurs sens et leurs utilisations.

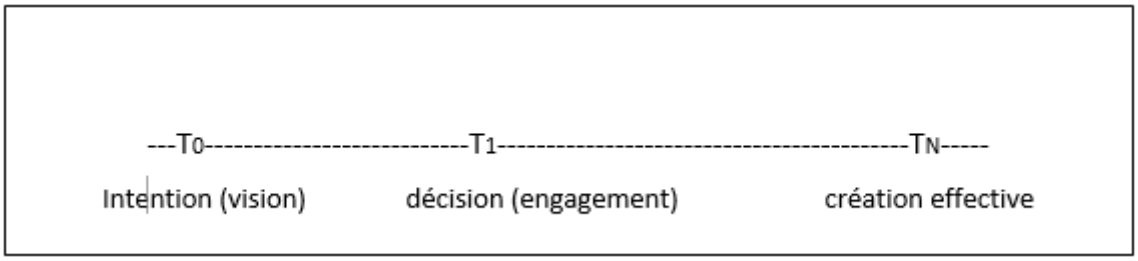
- **L'intention et la vision entrepreneuriale**

L'intention et la vision peuvent être considérées comme le point départ de l'évènement entrepreneurial. L'entrepreneur avant même de réunir tous les éléments nécessaires pour se lancer dans la réalisation de son projet a une idée ou une image, une vague représentation de ce qu'il veut faire. Vague, parce que son projet n'a encore subit aucune évaluation de sa faisabilité. L'intention exprime la "désirabilité", le " vouloir" elle exprime une disposition mentale liée à cette situation. L'entrepreneur souhaite réaliser un projet mais va-t-il aller au bout de son ambition ?

L'intention (kolverid, 1966)[116] correspond à la disponibilité d'une personne à adopter un certain comportement. L'intention suppose de prendre en compte les différents facteurs motivationnels qui influencent celui-ci ; c'est un indicateur de la disposition de l'individu à essayer de réaliser un acte »

Nous schématisons différentes phases du processus entrepreneurial de la façon suivante :

Graphe 2 : différentes phases du processus de décision



Source 2 : Réalisé par l'auteur.

Au temps (T0) l'entrepreneur est dans l'intention (il visualise son vision de son projet).

Au temps (T1) le projet se concrétise ; la décision de se lancer en affaire est effectivement prise. Il est important de distinguer la prise de décision de se lancer en affaire de celle prise

[116] M Bourguiba. De l'intention à l'action entrepreneuriale. Approche comparative entre TPE françaises et tunisiennes. 2007. P.

tout au long d'un processus de création d'une entreprise où décision et action sont étroitement imbriquées.

Au temps (TN) l'entrepreneur a créé son entreprise. L'entrepreneur est juridiquement propriétaire de son entreprise. Le projet est réalisé. On est passé d'une intention à la concrétisation d'un projet. Le temps est un indicateur important du processus entrepreneurial. Nous le considérons comme une variable intrinsèque de ce processus.

Quel que soit l'étape où nous nous situons, nous devons prendre en considération les facteurs endogènes et exogènes qui influencent le comportement du futur entrepreneur et qui nous renseignent sur ses motivations. A-t-il des ressources financières suffisantes ? Recherche-t-il son indépendance et une autonomie ? A-t-il le gout du risque ? Est-il empreint de la culture entrepreneuriale etc. nous nous s'interrogeons également sur la façon dont il perçoit l'environnement, ainsi que la façon dont il se perçoit lui-même comme futur entrepreneur.

La vision est le principal guide du créateur, ainsi Benavent et Verstraete (2000, p.97) considère que pour choisir une orientation, le dirigeant doit d'abord s'être fait une image mentale d'un état futur possible et souhaitable de l'organisation»). Pour Krueger et Carsrud (1993) et Tounès (2003)[117] l'intention revêt un caractère évolutif qui dépend de la situation et plus généralement de l'environnement dans lequel s'inscrit l'acteur de l'action. La vision est vue comme une « dynamique de construction mentale d'un futur souhaité et possible pour une entreprise » (Carrière, 1991, p.304).

Pour Filion (1991, p.28), il s'agit d'une projection de l'entreprise dans le futur, il définit ainsi la vision comme « Une image projetée dans le futur de la place que l'entrepreneur veut que ses produits occupent par la suite sur le marché, et également une image du type d'entreprise requis pour y arriver ».

Pour Fayolle et Degeorge (2012, p 99) « le projet économique n'est pas envisagée uniquement avec une finalité économique. Les entrepreneurs potentiels suivent une rationalité contingente, qui les conduit à choisir ce qui est le mieux pour eux, ou plutôt ce qui leur semble être le mieux. Le processus entrepreneurial a souvent été abordé au travers d'une perspective intentionnelle. Le phénomène entrepreneurial serait ainsi un phénomène planifié. (…) les décisions et les actions des individus peuvent être également guidées par l'intuition et que toute la passion que l'individu peut mettre dans son projet de création ou de reprise

[117] Idem 78, p 30.

d'entreprises. (…) Au cours du processus de création, l'individu passe par différentes phases d'émotions et de perceptions qui vont affecter ses choix. Les contingences personnelles peuvent donc conduire à penser que les choix effectués sont irrationnels, alors qu'ils sont tout simplement motivés par une rationalité autre que celle du processus entrepreneuriale (vie personnelle et familiale). Certaines variables subjectives doivent être prises en compte de façon à améliorer notre compréhension du phénomène.

- **La prise de décision**

La prise de décision liée à la création d'entreprise est la confirmation que le futur entrepreneur s'engage dans la voie entrepreneuriale. La décision suppose que l'opportunité est saisie ou créée et que le processus est réellement enclenché. Le futur entrepreneur engage ses ressources, sa personne, son temps dans la réalisation de son projet et devra assumer des changements (au sens de Bruyat, 1993) dans sa vie familiale et professionnelle.

L'engagement qu'induit la décision constitue une étape du processus décisionnel que Bruyat (1993) décrit comme un ensemble de séquences d'actions-décisions échelonnées dans le temps.

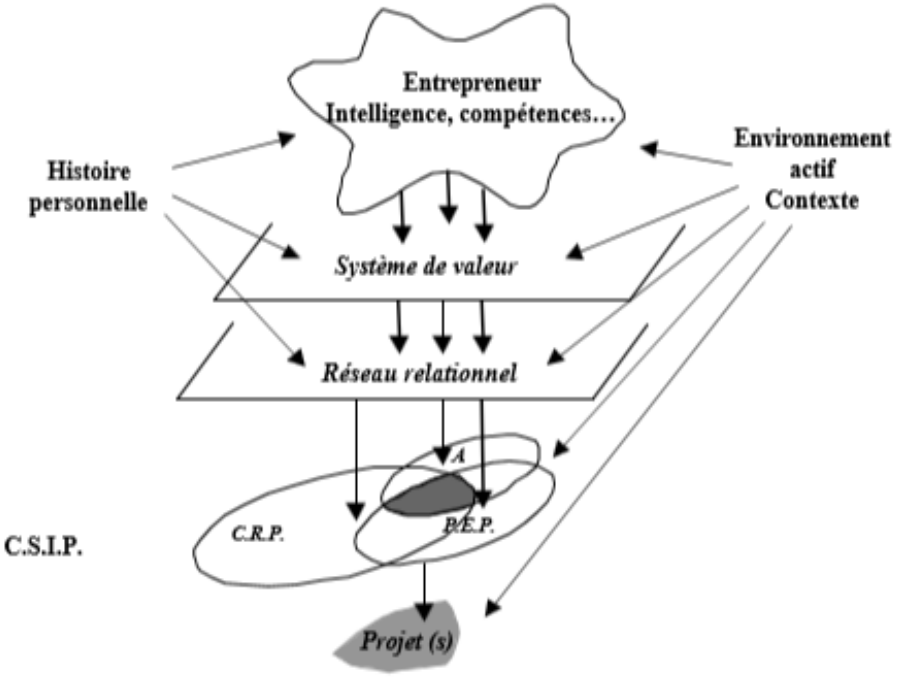
L'engagement se concrétise par des actes et l'individu ne s'engage pas par ses idées ou ses sentiments mais par ses conduites effectives (Beauvais et Joule (1982)[118]. Nous pensons que la décision de s'engager dans la réalisation d'un projet dépendra fortement de l'intensité de la désirabilité à s'orienter vers ce choix de carrière. Choix qui dépendra de la faisabilité perçue par le futur entrepreneur. En effet, ce choix dépendra d'une part de ses capacités perçues de mener à son terme un tel projet et d'autre part de la faisabilité perçue du projet en évaluant l'ensemble des facteurs ou variables dont il dépendra. Un individu ne devra s'engager que s'il perçoit des chances réelles de succès. La réussite du projet ne doit pas être un souhait, il doit en être convaincu. L'entrepreneur, désormais est un être social évoluant au sein d'un réseau familial, professionnel et social et doté d'une intelligence et d'aptitudes cognitives particulières. Bruyat[119] précise que le comportement de l'entrepreneur naissant dépendra de l'état de sa "configuration stratégique instantanée perçue" (SCIP) et de la perception qu'il en a. Celle-ci dépendra des aspirations, de l'état de l'environnement présent et futur, de ses

[118] Ibid. 122, p.38.

[119] Bruyat, création d'entreprise : contribution épistémologique et modélisation. Thèse, 1993, de doctorat, p.240à245.

capacités, de ses compétences et de ses ressources. Des variables, que cet auteur (1993, p 242) qualifie de « des filtres informationnels » et qu'il présente selon la figure suivante :

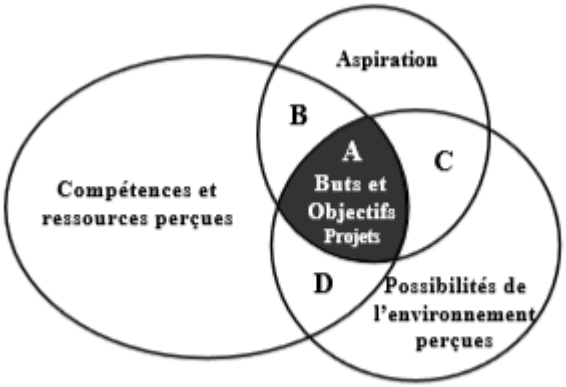
Graphe 3: la SCIP comme le fruit d'une histoire et d'un contexte



Source : C. Bruyat (1993, p. 248)

Bruyat (1993), définit dans le même ordre trois états successifs que prend le système (**individu – projet - création de valeur**) lors du processus de création d'entreprise. La manifestation d'une intention, la phase d'engagement avant la concrétisation de l'acte de création. La dernière étape du processus sera donc la manifestation de la concrétisation ou de l'échec du projet. Il propose, a traves un schéma sous forme de diagramme de Venn : La Configuration Stratégique Instantanée Perçue (CSIP) C. Bruyat (1993), d'estimer la faisabilité d'un projet. Cet auteur a mis en évidence le fait qu'à un instant précis, le créateur s'informe, décide, agit et formalise un (des) projet(s) dont la matrice est la représentation de sa configuration stratégique (buts, compétences et ressources, caractéristiques de ses environnements). Il a, en conséquence, défini la C.S.I.P. qui peut être analysée comme la recherche d'une cohérence ou d'une harmonie, lors de la formulation d'une stratégie, entre les aspirations des dirigeants, un état de l'environnement présent et futur et les capacités et ressources internes.

Figure 5 : la Configuration stratégique instantanée perçue (C.S.I.P) de l'entrepreneur



Source : C. Bruyat (1993, p. 248)

Trois surfaces se recoupent :

- les aspirations de l'entrepreneur ;
- sa perception de ses compétences et de ses ressources ;
- sa perception des opportunités ou des possibilités qu'offre l'environnement.

Les projets des entrepreneurs, pour être admissibles et offrir les meilleures chances de réussite doivent se trouver dans la zone A, qui est la zone de cohérence de la C.S.I.P. Cette zone correspond à des actions qui sont perçues par la créateur comme à la fois souhaitables (désirabilité perçue) et réalisables (faisabilité perçue). Dans cette zone, l'individu considère qu'il a les moyens et les compétences pour développer des projets qui présentent toutes les chances d'aboutir.

L'on accordera plus moins d'importance, lorsque l'on aborde une action ou une situation entrepreneuriale aux concepts d'Opportunité, de risque, d'intention, d'engagement, de processus de création d'entreprise, d'aptitude personnelles, de motivations, d'évaluation, de cognition, de situation, de réseaux relationnels, de contexte familial et/ou national, de culture et d'environnement etc. ils sont tous à prendre en considération et chaque théoricien, selon son centre d'intérêt en fera un usage approprié.

Dans la section suivante, nous passerons en revue différentes conceptions de l'entrepreneuriat. L'apport des différents auteurs nous offrira une diversité d'approches qui

nous permettra une meilleure compression de ce phénomène. Ces connaissances nous sont indispensables pour le développement de notre partie théorique.

2. Différentes conceptions de l'entrepreneuriat : Présentation des principaux paradigmes

Selon Jean Michel Berthelot, le terme de « paradigme » est utilisé chaque fois qu'aucun terme existant- école, courant, théorie, mode, ne parait adéquat pour décrire un ensemble aux contours flous, simplement formalisé il est néanmoins fortement signifiant, d'attitude et de comportements »[120].

Un paradigme est une construction théorique faisant l'objet d'une adhésion d'une partie suffisamment significative des chercheurs qui, au sein de la communauté ainsi constituée, partagent le point de vue proposé par le paradigme (Verstraete et Fayolle, 2004).

Selon Kuhn (1962) un paradigme porte deux caractéristiques indispensables: d'une part, il est constitué de découvertes suffisamment notables pour escamoter un groupe cohérent d'adeptes à d'autres formes d'activités scientifiques concurrentes, d'autre part ouvrant des perspectives suffisamment vastes pour fournir à ce nouveau groupe de chercheurs toutes sortes de problèmes à résoudre.

L'entrepreneuriat étant un phénomène complexe il n'est pas possible de le réduire à un seul paradigme pour en cerner ses différentes facettes (Verstraete, 1999 ; Messeghem 2006)[121]. «Ces caractéristiques s'explique par la très grande diversité observable dans les situations entrepreneuriales et dans la création d'entreprises». C'est pourquoi Steyaert et Hjorth (2003:5) évoquent non pas un entrepreneuriat, mais « un entrepreneuriat multiple et multipliant »[122].

Les auteurs divisent le champ de l'entrepreneuriat en quatre paradigmes principaux :

- le paradigme de l'opportunité (Shane, et Venkataraman, 2000).
- le paradigme la création de valeur (Ronstad, 1984 ; Bruyat, 1993),
- le paradigme l'émergence organisationnelle (Verstraete, Gartner, 1990),
- paradigme de l'innovation (Schumpeter, 1935, Carland et al. 1984).

[120] Jean Michel Berthelot, épistémologie des sciences sociales. Puf. Paris 2001. P457.
[121] 1dem 116
[122] T lebegue.2011.p.85

2.1Le paradigme de l'opportunité (Shane et Venkataraman, 2000)

L'opportunité est définie classiquement comme le « caractère de ce qui est opportun », c'est-à-dire « ce qui vient à propos » (Dictionnaire Larousse). Elle peut être comprise comme "une occasion favorable". Dans le champ de l'entrepreneuriat, cette définition est largement partagée. Stevenson et Jarillo (1990) proposent par exemple de définir l'opportunité comme « une situation future jugée désirable et faisable. Cette situation peut préexister à l'intervention de l'entrepreneur ou être le fruit de son activité. » (p. 23)[123]

Cette notion d'opportunité a été partagée par de nombreux auteurs dont Schumpeter (1935), Casson (1982), Knight (1988) et Bygrave et Hofer, pour ne citer que ceux-là, qui se sont intéressés à la perception et l'exploitation des opportunités de marché en tant que fonctions principales caractérisant les entrepreneurs.

Ainsi, pour Schumpeter (1935), l'essence de l'entrepreneuriat se situe dans la perception de l'exploitation de nouvelles opportunités dans le domaine de l'entreprise. C'est aux caractéristiques commerciales des opportunités que s'intéresse Kirzner (1979) et aux possibilités de profit qu'elles permettent, rendues possibles par l'information disponible et la vigilance de l'entrepreneur. Il est essentiellement arbitre.

Bygrave et Hofer (1991, p 14) utilisent la notion d'opportunité pour définir l'entrepreneur et considère que l'entrepreneur est une personne qui perçoit une opportunité et qui crée une organisation pour la poursuivre.

La notion d'opportunité fait l'objet d'un regain d'intérêt dans le domaine de l'entrepreneuriat (Chelly, 2006). Cet engouement conduit certains auteurs à parler de paradigme (Shane et Venkataraman, 2000 ; Verstraete et Fayolle, 2004)[124].

Shane, S.Venkataraman,[125] définissent l'entrepreneuriat comme un « processus par lequel, des opportunités à créer des produits et des services futurs sont découvertes, évaluées et exploitées. » (Shane et Venkataraman, 2000, p. 18).

---

[123] K. Messeghem, L'entrepreneuriat en quête de paradigme : apport de l'école autrichienne. L'internationalisation des PME et ses conséquences sur les stratégies entrepreneuriales 25, 26, 27 octobre 2006, Haute école de gestion (HEG) Fribourg, Suisse. P.2.

[124] Ibid. 158.p.2.

[125] Shane, S., Venkataraman, S. (2000): "The promise of entrepreneurship as a field of research". Academy of Management Review, vol. 25, n° 1,2000, p. 217-226.Dans J E Hernandez, l'entrepreneur comme initiateur d'un projet complexe. L'harmattan 2001.p.76.

Pour Shane et Venkataraman (2000) la création d'activités "n'est que" le résultat de la découverte, de l'exploration et l'exploitation d'une opportunité. Ils proposent de ce fait d'inscrire le concept d'opportunités au cœur de toute approche entrepreneuriale.

Cette définition regroupe, en son sein, différentes notions pouvant être abordées séparément. Nous pouvons ainsi la décomposer et traiter séparément. La découverte d'opportunités, la création de nouveaux produits et donc les nouveaux marchés qu'elle induit sous un qui consisterait à étudier l'exploitation de celles-ci. La réunion de ces éléments engendreront naturellement des changements tant au niveau économique que sociale.

Selon Verstraete et Fayolle (2005)[126], les propositions de Venkataraman (1997) et de Shane et Venkataraman (2000) marquent sans doute une rupture. En proposant de refonder le champ de l'entrepreneuriat dans une perspective gestionnaire autour de « l'analyse académique et de la façon dont sont découvertes, créées et exploitées les opportunités de mettre sur le marché de nouveaux biens et services, par qui et avec quelles conséquences (Venkataraman, 1997, p. 120 ; Shane et Venkataraman, 2000, p. 218).

Le paradigme de l'opportunité d'affaires tient son origine du marketing en vue de répondre à des besoins non encore satisfaits sur le marché (Kirzner, 1973 ; 1979 ; 1997), engendrant un réel regain d'intérêt pour celui-ci dans le domaine de l'entrepreneuriat (Chelly, 2006)[127].

Venkataraman (1997) a mis l'accent sur deux prémisses : l'un faible et l'autre fort du modèle entrepreneurial qui l'a proposé.

- La première prémisse jugée faible, voie que la plupart des marchés sont inefficients et que ces inefficiences offrent aux individus qui les repèrent et qui les exploitent des opportunités de profit,
- la deuxième prémisse réputée forte affirme que même si le marché s'approche d'un état d'équilibre, la condition humaine de l'entreprise combinée à la tentation du profit et l'avancée des connaissances et des technologies détruira l'équilibre tôt ou tard.

Cette prémisse va de pair avec le processus de destruction créatrice décrit par Schumpeter (1979), pour qui, l'opportunité n'est pas à détecter mais à créer. Ainsi, l'opportunité est perçue différemment selon que l'on se situe dans la perspective objective ou subjective. Du premier

[126]Didier Chabaud, Karim Messeghem. Le paradigme de l'opportunité Des fondements à la refondation. Revue française de gestion. 2010/7 n° 206 | pages 93 à 112. P.94-95.

[127]

point de vue, l'opportunité existe en dehors de l'individu et ce dernier n'aurait plus qu'à la découvrir. Dans la seconde (subjective) cette découverte dépendra des capacités de chaque individu. Chaque personne réagira en fonction de ses connaissances, de sa propre perception et interprétation d'un évènement. Ainsi une opportunité émergera lorsqu'un individu sera capable de la détecter et en manifestera l'intérêt. Le subjectif peut être mis en relation avec une notion importante ; la vigilance (alertness) exprimé par kirzner.

Dans les deux cas, cette notion renvoi à un dialogique, au sens de Bruyat, entre individu et opportunité. Que cette dernière soit créée ou découverte, il est impossible de dissocier ces deux éléments. En effet, une opportunité est perçue comme telle que si elle est découverte et exploité. Ainsi, certains auteurs s'intéresseront uniquement à l'une des trois phases cité par Shane à savoir : détection, évaluation et exploitation alors que d'autres au contraire étudieront l'ensemble de ces étapes dans le cadre d'une approche processuelle de l'entrepreneuriat.

Shane et Venkataraman (2000) ont tenté de comprendre pourquoi les individus ne percevaient pas de la même façon les opportunités. Ces auteurs se posent alors la question de l'acquisition des informations réparties non uniformément entre les acteurs et des capacités cognitives propres à chaque individu (pour une utilisation efficiente de l'information). Ils en concluent que cette différence est liée à deux facteurs :

1) l'information permettant la découverte de l'opportunité,
2) la possession de propriétés cognitives.

Dans cette perspective, nous retrouvons la fonction entrepreneuriale décrite par kirzner et qui consiste à découvrir des opportunités déjà existantes qui conduira à l'équilibre des marchés. Nous relevons, que cet auteur ne donne pas de précision quant à l'origine de ces opportunités.

Messeghem et Chabaud (2010) et Messeghem et Sammut (2011)[128] proposent de distinguer au sein de ce paradigme cinq principaux courants que nous présentons dans le tableau suivant :

[128] K. Messeghem, les grands auteurs en entrepreneuriat, 2015, p6.

Tableau 9 : Paradigme de l'opportunité et courant de la recherche en entrepreneuriat

Courants/Ecole	Auteurs	Prise en compte de l'opportunité
Ecole économique	Schumpeter, kirzner	La poursuite d'opportunités réalisées par un entrepreneur dont la fonction est de contribuer à l'équilibre des marchés.
Ecole des traits ou école de psychologie	Mcclelland	Certains traits peuvent favoriser la capacité de l'entrepreneure à percevoir l'opportunité et influencent leur proportion à l'exploiter : self efficacy, locus off contol…
Ecole de la décision aux écoles cognitive	Shapero, krueger	Quels sont les processus mentaux qui conduisent à identifier ou créé et à exploiter des opportunités ?
Ecole du processus ou du comportement	Gartner	Cette école concerne le processus d'émergence organisationnelle qui accompagne la découverte et l'exploitation de l'opportunité
Ecole de l'organisation entrepreneuriale	Stevenson, Burgelman, Miller	Comment des organisations existantes parviennent elles à identifier ou créer et à exploiter des opportunités ?

Source : K. Messeghem, les grands auteurs en entrepreneuriat, 2015, p 6.

T Lebègue[129] precise que De Bruin et al, (2007), De Tienne et Chandler (2007), et Anna et al. (2000), ont, séparément, tenté de savoir si les hommes et les femmes se comportaient de façon similaire face à la l'identification d'opportunités. Il s'avère selon De Bruine et al. (2007) que les perceptions de soi des femmes peuvent contribuer à réduire leur perception des opportunités. De Tienne et Chandler (2007) affirment que les hommes et les femmes ont un processus différent d'identification des opportunités. Anna et al. (2000) Suggère que « les femmes se trouvant dans les secteurs traditionnels (secteurs dans lesquels figurent la majorité des entrepreneures) seraient davantage motivé par des opportunités présentées par leur situation personnelle plutôt que par un processus de recherche délibéré.

En effet lors d'un entretien avec l'une des femmes que nous avons rencontré, la décision de créer son entreprise est liée à une anecdote sur le lieu de travail que nous décrivons dans l'encadré suivant :

[129] T Lebègue. Le processus entrepreneurial des femmes en France. 2011 .p. 87.

- **0pportunité et entrepreneuriat féminin**

Cette femme ingénieure en génie civil, employée dans une entreprise étatique dans le bâtiment et travaux publics depuis plus de cinq ans, travaille avec un collègue dans un même bureau. Un jour ils reçoivent un homme venu régulariser un dossier de construction pour le compte d'un client. Ils prennent en charge le dossier et une fois cette personne partie son collègue se tourne spontanément vers elle et lui dit :

Tu as vu cet homme, quand il est rentré tu pensais qu'il était responsable d'un bureau d'étude…. Il ne parle même pas correctement. tu penses que nous, on ne serait pas capable de monter notre propre bureau d'étude ? Elle rit et lui répond :

- j'ai pensé la même chose… avec notre diplôme, notre expérience et nos relations c'est largement faisable ! on a besoin d'un local et du courage pour quitter notre travail et nous lancer à notre compte. J'ai dit çà mais je ne pensais pas qu'il était sérieux. il me regarde et me dit :

- on s'associe et on crée notre propre agence ? Je lui réponds : tu es sérieux ?

- très sérieux,

- je me suis dit pourquoi pas, c'est le moment opportun de créer sa propre entreprise.

Cette femme à crée, en s'associant, sa propre entreprise en saisissant une opportunité et c'est orienté vers une nouvelle carrière dans laquelle elle excelle jusqu'à présent. Identifier une opportunité, la saisir et la concevoir en projet qui à son tour conduira à l'émergence d'une entreprise et permettra la création de valeurs nouvelles. Ce n'est qu'au terme de ces étapes que "l'opportunité" acquière toute sa "valeur". Si tel n'est pas le cas alors elle cesse d'exister. Une opportunité saisie peut dans un premier temps conduire à la création de nouvelle valeur, mais l'évolution des besoins des consommateurs et l'existence d'une concurrence farouche peut au bout d'un certain temps lui faire perdre tout son intérêt. La modifier et l'adapter ou l'abandonner tel sera le choix auquel sera confronté l'entrepreneur.

Il devra faire appel à sa perspicacité et/ou son imagination pour se maintenir sinon il disparaitra.

2.2Le paradigme d'émergence organisationnelle

Le processus d'émergence d'une organisation focalise essentiellement le processus d'apparition d'une organisation. Au départ, l'organisation existe en pensée et lorsque les conditions nécessaires à son

démarrage sont réunies, le processus d'émergence organisationnel est réalisé. L'émergence organisationnelle ou la naissance d'une nouvelle organisation renvoi à l'ensemble des activités qui conduisent à la création d'une entreprise nouvelle. Gardner en est le précurseur et fédère de nombreux auteurs atour de ce paradigme dont verstraete (2000), (Hernandez, 2001).

- **<u>WB. Gartner</u> : la création d'une nouvelle organisation.**

La première approche est celle William B. Gartner (1985)[130] qui définit l'entrepreneuriat par la création d'une nouvelle organisation.

On doit à B. Gartner (1988) d'avoir totalement renouvelé cette approche. Celle-ci se dessine suite à une enquête qu'il réalise auprès d'expert portant sur la définition du mot entrepreneuriat. Deux groupes en ressortent :

- ceux qui mettent l'accent sur les caractéristiques de l'entrepreneur,
- et ceux qui se préoccupent du résultat de leur action.

La création d'organisation est le thème qui fédère les deux groupes. Les réflexions de cet auteur, avec le texte s'intitulant : « whos is an entrepreneur ? Is the wrong question », constituent les prémisses de l'approche processuelle. Il critique de l'approche par les traits, qui stipule que les entrepreneurs ont des caractéristiques, principalement psychologiques, les distinguant du reste de la population. Il propose de cesser de focaliser sur la personne de l'entrepreneur pour s'intéresser à son comportement (Behavioral approach)[131] et aux activités lui permettant de créer une nouvelle organisation.

Partant du postulat selon lequel « Nous sommes ce que nous faisons » (Gartner 1993, p 238), l'auteur montre que ceux qui créent une organisation sont des entrepreneurs et ceux qui n'en créent pas, ne le sont pas. La réponse a le mérite d'être sans ambiguïté.

Pour Gartner, l'apparition d'une nouvelle organisation est la conséquence d'un processus d'émergence organisationnelle. Il signale par ailleurs qu'il n'y a pas un processus mais des processus d'émergence du fait de l'extrême diversité des situations amenant à la création de nouvelles organisations.

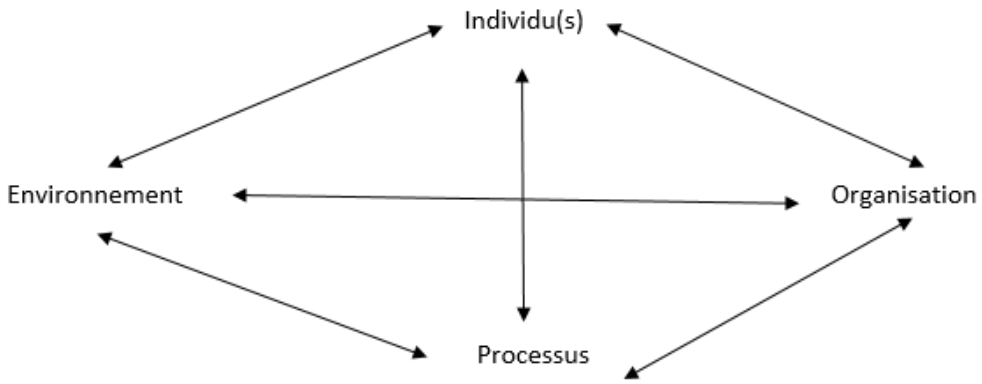
Quatre pôles servent de points cardinaux à ce cadre conceptuel : l'individu, l'organisation, l'environnement, le processus, décrits dans le schéma suivant.

---

[130] B. Gartner In : E.M.Hernandez, L'entrepreneuriat comme processus d'émergence organisationnelle. , Revue française de gestion 2008/5 (n° 185), p. 90.

[131] E.M.Hernandez, L'entrepreneuriat comme processus d'émergence organisationnelle. , Revue française de gestion 2008/5 (n° 185), p. 90-92.

Graphe 4 : Description de la création d'entreprise[132]



Ce schéma regroupe le ou les individus auteurs de la création, l'environnement agissant sur la création d'entreprise, l'organisation étant que résultat auquel aboutit le processus entrepreneurial. (Un schéma détaillant chacune des dimensions est présenté en annexes le détail de chaque dimension).

Ce modèle d'entrepreneuriat s'inscrit dans le cadre de la théorie la contingence. En effet Gartner insiste sur la diversité des situations entrepreneuriales ; « la création de nouvelles entreprises est un phénomène complexe : les entrepreneurs et les firmes sont très différentes ; les actions qu'ils mettent en œuvre ou non et les environnements dans lequel ils évoluent sont également divers-et tous ces éléments forment des combinaisons complexes et unique pour la création de chaque nouvelle entreprise ». (…) il estime que la différence entre entrepreneurs est supérieure à celles existant entre entrepreneurs et non entrepreneurs (Gardner 1985, p 697)[133].

L'entrepreneuriat comme un processus complexe, contextualisé, soumis à l'influence de nombreux facteurs nécessite la mobilisation de ressources et de compétences afin de concrétiser une opportunité. L'idée se transforme en projet puis le projet se concrétise donnant naissance à l'organisation, entité juridique indépendante. L'acte de création d'entreprise cesse d'être perçu comme un moment figé dans le temps. Les chercheurs utilisent, désormais, des notions qui font références à la dynamique de l'action telle que

[132]B. Gartner, (1985, p698), dans : E.Garcia, F.Hernandez, T. Verstraete, les grands auteurs en entrepreneuriat, EMS, 2015, p 275.

[133] Gartner, 1985, dans : Emil Michel Hernandez, Entrepreneuriat approche théorique. L'harmattan, 2001.p75.

‘’émergence de l’organisation’’ ou ‘’impulsion’’ avec Verstraete (2001) que nous présenterons dans ce chapitre.

Toute fois nous constatons que la réflexion de Gartner ne s’étend pas au-delà de l’acte de création d’une entreprise, ce qui ne nous permet pas de traiter dans son cadre de la pérennité de celle-ci.

- **T Verstraete (2001)**[134] **:**

La dialectique entrepreneur /organisation une approche du phénomène entrepreneurial que l’organisation ne peut exister sans celui qui l’a créée, et inversement, un individu ne peut être qualifié d’entrepreneur que lorsqu’il crée son entreprise.

« Le terme «organisation» est polysémique. L'organisation intègre une dimension dynamique : elle peut être comprise comme l'action d'organiser et de structurer les éléments qui nous entourent (et dont nous faisons partie), ou alors comme le résultat de cette action »[135].

La dynamique se manifeste par une succession d’actes ou d’actions donnant naissance à l’organisation, et ce, dans un intervalle de temps qui dépendra des contraintes rencontrées et des aptitudes de chaque entrepreneur. L’ensemble de ces actions induiront des changements (économiques et/ou sociaux) pour l’entrepreneur et son environnement.

Verstraete mobilise la notion "d’impulsion" quand il fait référence à l’acte entrepreneurial. S’il choisit ce terme, c’est que « dans son essence, l’entrepreneuriat apparaît inséparable de la création d’une dynamique »[136]. Lorsque l’entrepreneur n’impulse plus son organisation (quel que soit la forme et la taille de celle-ci), la dynamique disparait, « la dialectique individu/organisation ne relève alors plus de l'entrepreneuriat »[137]. Ce qui fait dire à verstraete que l’entrepreneuriat ne peut être réduit à l’entrepreneur.

Verstraete définit l’entrepreneuriat par la relation dialectique entre trois dimensions indissociables mais irréductibles les unes aux autres :

- La première est cognitive **(C)** : elle renvoie à l’entrepreneur et à ses processus mentaux, à la vision que l’entrepreneur a de l’organisation qu’il envisage de créer. Cette dimension tient compte de ses capacités d’apprentissage, de ses motivations, de ses

[134]Thierry Verstraete, Entrepreneuriat : Modélisation du phénomène. De Boeck Supérieur | Revue de l’Entrepreneuriat 2001/1 - Vol. 1 p. 5- 23.

[135]Ibid. 135. p 8.

[136]T Verstraete, 2001.p.8.

[137] T Verstraete, 2001.p.8

intuitions, de ses attitudes, et de sa trajectoire etc. « Celle-ci découle d'un exercice réflexif permanent des situations d'apprentissage dans lequel l'individu a été placé et de la vision que ce dernier possède de ses affaires (vision stratégique) »[138].

- La seconde est praxéologique **(P)** : elle porte sur l'action. l'entrepreneur impulse ce phénomène en agissant. « celle –ci relève, d'une part, des multiples positionnements de l'entrepreneur et de l'organisation vis-à-vis des concurrents et des parties prenantes diverses et d'autre part de la configuration formée afin de produire les éléments qui permettront l'échange. »
- la troisième structurale **(S)** : la structure dans laquelle émerge l'organisation, et dont elle fait partie, est composée de variables multidimensionnelles matérielles et immatérielles (machines, évènements, acteurs, normes etc.). « il est important d'appréhender les bastions du système, qu'il s'agisse de règles, convention, représentation, ou encore insertion définissant, en partie, le jeu avec lequel l'entrepreneur doit composer pour emporter l'adhésion des partie prenante et pérenniser l'organisation impulsé »[139].

Ces niveaux s'exprimer de façon singulière dans le cas de la relation liant l'entrepreneur **(E)** et l'organisation **(O)** que cet entrepreneur impulse. Un individu est donc considéré comme entrepreneur dès qu'il mobilise les trois dimensions citées auparavant. Leur combinaison renvoie à la «vision entrepreneuriale» de l'individu. Celle-ci peut être définie comme une représentation que l'entrepreneur se fait de l'organisation qu'il impulse.

Verstraete propose un modèle composé de trois dimensions suscitées, caractérisant la dialectique entrepreneur/ organisation ; à préciser que pour verstraete une organisation peut être créée par un individu ou un groupe d'individu s'étant associés pour l'occasion.

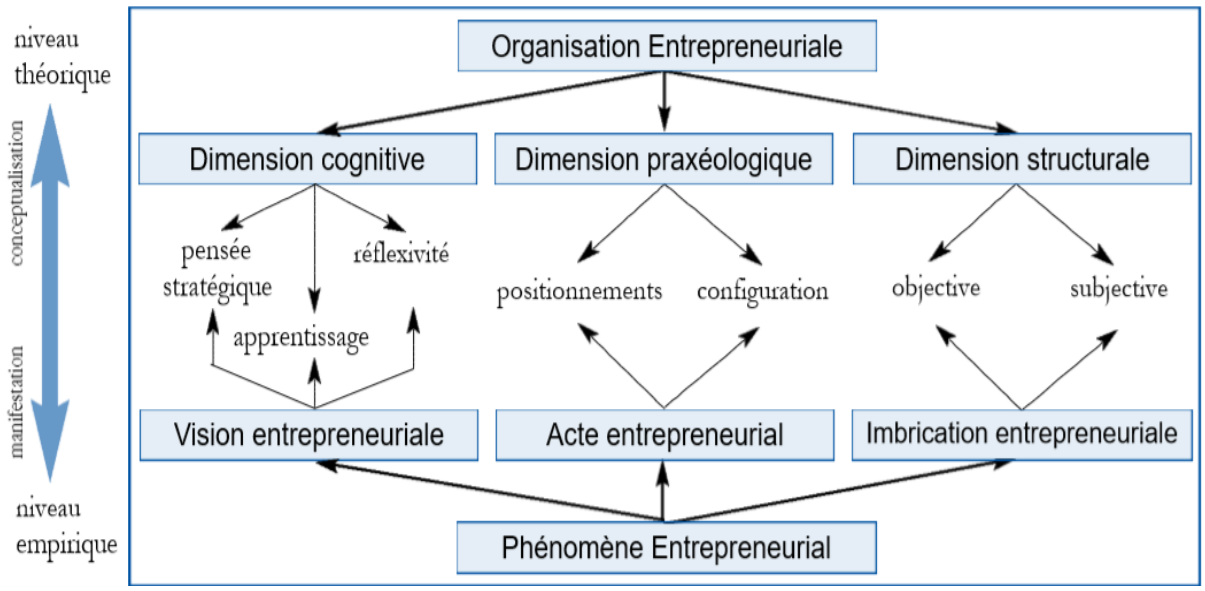
Ce modèle[140] est synthétisé dans le schéma suivant :

[138]Propositions d'un cas théorique pour la recherche en entreprenariat. Les éditions de l'ADREG. Décembre 2003.p14.

[139] Ibid.

[140]Thierry Verstraete, 2001.p.8

Figure1 : Modélisation du phénomène entrepreneurial[141]



Ce model met en relation pour chaque dimension deux niveaux d'analyse l'une théorique, l'autre empirique qui en en explique sa manifestation.

« L'entrepreneur impulse ce phénomène en agissant (dimension praxéologique du phénomène) au sein de la structure dans laquelle il évolue (dimension structurale), pour tenter de concrétiser et de matérialiser la vision (dimension cognitive) qu'il se fait de l'organisation ».[142]

« A ce titre, les économistes éprouvent désormais davantage la « nécessité d'étendre leur compréhension de l'interaction pour y intégrer le rôle central que jouent les éléments contextuels (…) (affectifs, sociaux) (…). Ces données mettent à jour des évidences issues de réalités extérieures à la logique marchande telles que l'irrationalité, la confiance, la structure sociale (…) » (Verstraete, 1997, p.7). Reformuler.

Verstraete synthétise la modélisation du phénomène entrepreneurial, décrite sous forme de schéma que nous venons de présenter (figure 5), en une équation reliant les trois dimensions suscités à l'entrepreneur et l'organisation qu'il a impulsé.

[142] T Verstraete, 2001.p.10

Il les indique par leurs initiales : **C, P, S, E, O**.

$$\mathbf{PhE = f\ [(CxPxS) \subset (ExO)]}$$

Les **« x »** représentant les interactions de ce modèle systémique, lient les trois niveaux, indissociables mais irréductibles l'un à l'autre.

Pour Verstraete, l'ordre créé par l'entrepreneur, à partir d'une modification partielle de l'ordre existant, n'est profitable à l'entrepreneur (pas seulement économiquement) que si l'ordre socioéconomique dans lequel il s'insère y trouve également un intérêt et en tire de la valeur. A un autre niveau, Verstraete évoque aussi le fait que l'étude de l'entrepreneuriat ne peut se limiter à l'étude de l'entrepreneur pour la simple (et non seule) raison que l'entreprise (ou l'organisation) qui naît de la dynamique entrepreneuriale peut avoir une existence indépendante de son « initiateur », échapper à son contrôle.

2.3 Le paradigme de la création de valeur : Bruyat (1993)

« Le paradigme de la création de valeur constitue une extension de paradigme de l'innovation adaptée au champ de l'entrepreneuriat »[143]. Cette conception est celle avancée par Christian Bruyat dans sa thèse de doctorat (1993). « L'individu est une condition nécessaire pour la création de valeur, il en détermine les modalités de production, l'ampleur... Il en est l'acteur principal. Le support de la création de valeur, une entreprise par exemple, est la "chose" de l'individu »[144].

Pour Bruyat « l'objet scientifique étudié dans le champ de l'entrepreneuriat est **la dialogique individu/création de valeur**. »(Bruyat, 1993, p.57). Ce champ se conçoit donc à travers une relation liant un individu à la valeur que ce dernier contribue à créer à travers une idée, une innovation, élément contenu dans un projet, puis une organisation.

Cette dialogique implique une double dynamique de changement à la fois pour l'individu et pour l'environnement concerné par la création de cette valeur nouvelle. Elle renvoi à un processus de création de valeur qui induit une interaction entre l'individu, l'organisation et l'environnement. Nous considérons bien entendu, que le marché est une partie intégrante de

[143] R Jaziri, R Paturel. Une vision renouvelée des paradigmes de l'entrepreneuriat : Ver une reconfiguration de la recherche en entrepreneuriat. Actes du Colloque International sur : «Entrepreneuriat et Entreprise : nouveaux enjeux et nouveaux défis». Les 3-4-5 Avril 2009, Gafsa. P.

[144] Ibid. 124.

l'environnement. **«Le résultat** (la création d'une entreprise par exemple) et **le sujet** (l'entrepreneur) sont inséparables.

Dans ce champ d'étude, il est fait l'hypothèse que l'entrepreneur est une condition nécessaire pour l'apparition du résultat, mais elle n'est certes pas suffisante (il faut encore, par exemple, que l'environnement tolère les activités de l'entrepreneur…).

De même, le résultat est une condition nécessaire pour que l'entrepreneur existe ou soit reconnu comme tel, mais, cette condition aussi n'est pas suffisante. En effet, Des entreprises nouvelles (au sens juridique du terme) sont parfois créées sous forme de filiales d'une autre ou d'autres organisations, sans qu'il soit possible d'attribuer à un individu particulier la paternité de ces nouvelles structures.

- « L'individu est une condition nécessaire pour la création de valeur, il en détermine les modalités de production, l'ampleur... Il en est l'acteur principal. Le support de la création de valeur, une entreprise par exemple, est la "chose" de l'individu, nous avons la relation suivante :

Individu --> création de valeur

- la création de valeur, par l'intermédiaire de son support, investit l'individu qui se définit, pour une large part, par rapport à lui. Elle occupe une part prépondérante dans sa vie (son activité, ses buts, ses moyens, son statut social...), elle est susceptible de modifier ses caractéristiques (savoir-faire, valeurs, attitudes...), nous avons :

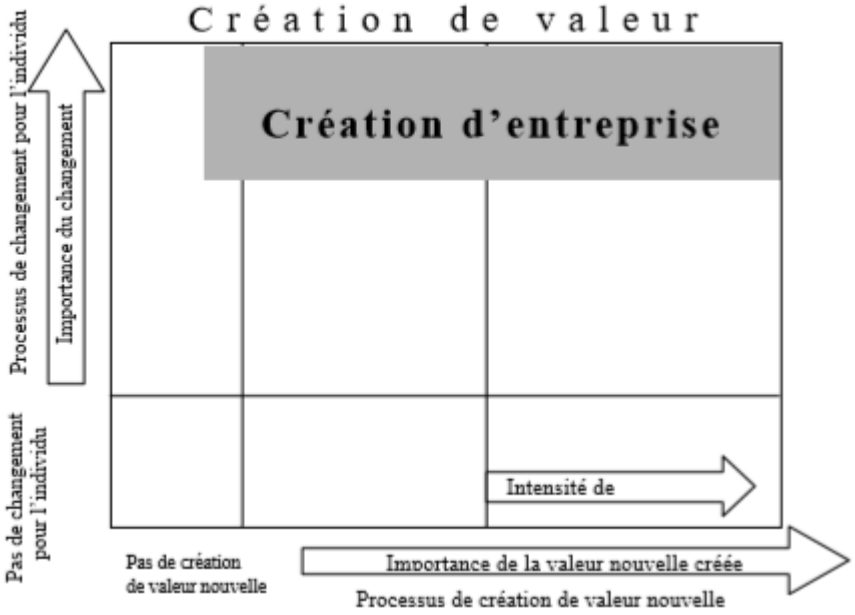
Création de valeur --> individu

Pour que cette dialogique existe, il faut à la fois une liberté et une volonté stratégique de l'individu par rapport à l'objet. Lorsque ces conditions ne sont pas réunies, cette dialogique se dégrade ou disparait »[145].

Nous retrouvons comme chez de nombreux auteurs, l'individu, l'objet créé (une organisation et /ou une innovation), l'environnement et le processus. La seule différence est que le couple individu- objet forme une dialogique et que celle-ci est au centre des préoccupations de recherche. De plus, cette dialogique est influencée par l'environnement lointain ou proche et peut interagir avec lui. Nous sommes face à une analyse dynamique et systémique du processus de création de valeur. La figure suivante illustre cette approche :

[145] Bruyat p.57-59

Figure 2. L'entrepreneuriat comme la création d'organisation[146]



La création d'entreprise correspond à **un changement** important pour l'individu et conduit à une création de valeur nouvelle.

L'axe horizontal reprend la notion de création de valeur, et fait apparaitre différents cas de figure :

- pas ou peu de création de valeur nouvelle : ne sont retenus que les cas pour lesquels l'individu initie et réalise un changement ;

Dans ce cas l'individu devient " son propre patron" ou "accède au travail non salarié" ; la création ou la reprise de petite entreprise et les franchisés sont pris en compte ainsi que les entreprises du secteur informel ;

- la création importante de valeur nouvelle, correspond à la création d'une activité nouvelle qui se développe fortement,
- la création de valeur nouvelle par l'innovation ;

À ce niveau l'intensité de la technologie est prise en compte. .

L'axe vertical, quant à lui, fait apparaître la distinction entre le secteur privé et le secteur public et les Organisations à But Non Lucratif.

La figure 4, délimite le champ dans lequel se situe l'évènement entrepreneurial

[146] Bruyat, p.66.

Graphe 5 : L'événement entrepreneurial[147]



La zone qui correspond à une situation pour lesquelles il n'y a ni création de valeur nouvelle ni changement pour l'individu est exclue de la conception actuelle du domaine de l'entrepreneuriat par la quasi-totalité des chercheurs de la communauté scientifique.

Cette trame, ainsi tracée, permettra à Bruyat de définir (figure.3) le périmètre à l'intérieur duquel se situe l'évènement entrepreneurial (figure.3). Ainsi, en fonction de l'intensité de changement et/ou de l'importance de la valeur créée, il sera possible, dans ce cadre, de positionner et de distinguer les entrepreneurs en fonction de leur qualité (les innovateurs, ceux qui privilégient d'avantage la croissance par rapport à la nouveauté etc.).

La variable « temps » est un élément fondamental lorsque l'entrepreneuriat est appréhendé sous l'angle processuel. L'expérience nous démontre, que le processus de création d'entreprise, nécessitera plusieurs mois, voire plusieurs années avant de se concrétiser.

Nous sommes alors amené à nous interroger sur la limitation de l'intervalle processuel ; quand commence-t-il, et quand finit –il ?

> *« Le temps est une dimension incontournable dans le champ de l'entrepreneurship. Il nous faut revenir sur une conséquence du recours à la notion de changement pour la définition de l'entrepreneurship. Qui dit changement, dit nécessairement dynamique et fait référence au temps nécessaire pour que le processus de changement puisse produire des effets qui le marqueront. Ceci a une conséquence importante. La dialogique individu/création de valeur s'inscrit dans*

[147] Bruyat.p.66-90.

> *un processus de changement et, donc, dans le temps. En d'autres termes, un individu ne naît pas entrepreneur, certains le deviennent pour un laps de temps plus ou moins long. Dans le schéma général que nous avons proposé, un cas particulier de dialogique individu/création de valeur peut ainsi se représenter, au cours du temps, par une trajectoire dans le plan». (*Bruyat, 1993. p81)

Cette variable "temps «pourra ainsi servir d'indicateur pour évaluer les capacités des porteurs de projets à réaliser leurs objectifs. En effet, lorsque l'on arrive au terme du processus de création d'une entreprise, on peut alors comparer deux situations ; celle initiale, correspondant à la vision ou la perception qu'a le futur entrepreneur de son projet et celle au moment où l'entreprise est effectivement créée. Entre ces deux moments se succèderont des périodes d'apprentissages, d'hésitation, de certitudes ou de confirmations qui conduiront à des réajustements tout au long de ce même processus.

De même, la variable" temps" est présente dans tous les domaines de la gestion d'une organisation, nous n'en donnons que quelques exemples. Ainsi, il peut être cycle de production, une échéance en finance ou planification, un cycle en comptabilité, il servira d'évaluation en contrôle de gestion etc. Ainsi le temps peut être une contrainte ou juste indiquer une période ou un cycle.

D'autre part, la création d'une entreprise est soumise à une règlementation stricte et qui est propre à chaque pays. Le délai nécessaire à la concrétisation d'un projet est en partie lié au poids de la réglementation à laquelle sont soumis les entrepreneurs et à la qualité des institutions desquels ils dépendent. Ce délai peut être pris comme indicateur lorsque l'on veut juger de l'impact de cette réglementation et de des institutions sur le développement de l'activité entrepreneuriale dans différents pays.

Nous avons fait le choix de présenter cette approche, car la diversité des situations entrepreneuriales décrites et étudiées par Bruyat, correspond à la réalité des entrepreneures que nous avons suivies et observées au cours de notre enquête.

Certaines des femmes chef d'entreprise constituant notre échantillon ont-elles même créée leur entreprise alors que d'autres l'ont reçu en héritages.

En effet pour cet auteur, l'évènement entrepreneurial, comme manifestation de la dialogique individu/création de valeur, n'est pas uniquement liée à la naissance d'une nouvelle organisation, mais peut être aussi réalisé dans le cadre d'une acquisition ou d'une entreprise reçue en héritage.

L'apparition de cet événement reposant sur la dialogique suscité induit un changement tant au niveau de la vie professionnelle et sociale de l'individu initiateur du projet entrepreneurial que de l'environnement au sein duquel se réalise le projet.

Toutefois nous ne pouvons pas nous limiter à ces deux variables pour définir l'entrepreneuriat, car de nombreux entrepreneur n'ont pas pour seul objectif la création de la valeur nouvelle bien que celle-ci soit indispensable à la survie de l'entreprise. Citons par exemple ceux qui entreprennent par nécessité, n'ayant pas trouvé d'emplois en tant que salariés.

2.4 Le paradigme de l'innovation (Schumpeter, 1935)

Selon le dictionnaire Larousse, «Innovation : action d'innover des ventes et de créer quelque chose de nouveau (introduire quelque chose de nouveau dans un domaine particulier) ; ce qui est nouveau, transformations».

C'est le paradigme le plus ancien et qui doit son essence à l'économiste Joseph Schumpeter (1935) ainsi qu'à l'école Autrichienne. L'entrepreneur n'est entrepreneure, que lorsqu'il réalise « **une nouvelle combinaison de facteurs de production**, qui sont autant d'opportunité d'investissement ». Une personne perd sa qualité d'entrepreneur dès lors qu'il s'éloigne de combinaisons nouvelles de production pour se contenter de pratiques répétitives rt routinières.

Parallèlement à cette définition de l'entrepreneur, l'auteur nous donne une typologie de l'innovation. Ce concept d'innovation englobe

- La fabrication de bien nouveau,
- L'introduction de méthodes de production nouvelle,
- La conquête de nouveaux débouchés,
- La conquête d'une source nouvelle de matières premières,
- La réalisation d'une nouvelle organisation de la production ».

L'entrepreneur apporte l'innovation, avec un nouveau produit, un nouveau procédé de fabrication, ou un nouveau débouché pour une production déjà existante. Ce qui provoque une évolution du système économique, avec des industries qui apparaissent, et qui font disparaître d'autres industries. Le processus de destruction créatrice décrit par Schumpeter souligne notamment l'importance de l'innovation qui constitue l'essence de l'entrepreneuriat.

Toute tentative de faire les choses différemment dans le domaine de la vie économique devrait être considérée comme une innovation susceptible de fournir un avantage temporaire, et des profits à une firme (Schumpeter, 1939, p, 84)

« L'entrepreneur a un rôle particulier et indispensable dans l'évolution du système économique libéral. Il est très souvent à l'origine des innovations de rupture, il crée des entreprises, des emplois et participe au renouvellement et à la restructuration du tissu économique » (Jaziri et Paturel, 2009 :10). Ainsi Le processus de destruction créatrice, source de déséquilibre, décrit par Schumpeter souligne notamment l'importance de l'innovation qui constitue l'essence de l'entrepreneuriat.

Pour Julien et Marchesnay (1996 :35) « l'innovation constitue le fondement de l'entrepreneuriat, puisque celui –ci supposent des idées nouvelles pour offrir ou reproduire de nouveaux biens ou services, ou, encore, pour y organiser l'entreprise. L'innovation, c'est créer une entreprise différentes de ce qu'on connaissait auparavant, ces découverts au transformer un produit c'est proposé une nouvelle façon de faire, de distribuer ou de vendre un». Pour Carland et al (1984), l'innovation est ce qui distinguerait les entrepreneurs des managers.

Les différents paradigmes étudiés sont présentés séparément ; toutefois, il n'est pas évident d'établir une nette frontière entre chacun d'eux. En effet lorsque nous intéressons, par exemple à la création d'une nouvelle valeur nous ne pouvons le faire sans faire référence à l'innovation. Lorsque nous abordons l'opportunité nous traitons forcement de l'innovation. L'émergence d'une organisation est le résultat de l'utilisation d'une opportunité et donne naissance à une valeur nouvelle.

Tableau 10 : Présentation des différents paradigmes par auteurs.

PARADIGMES	AUTEURS	
Innovation	Schumpeter (1935), Carland (1984)	la découverte d'opportunités, la création de nouveaux produits et de nouveaux marchés.
Opportunité[148]	Shane et Vantakarama (2000)	-inefficiences des marchés offrent aux individus des opportunités - l'opportunité n'est pas uniquement à détecter mais à crée et conduit au déséquilibre du marché.
Emergence organisationnelle	Gardner (1990), Verstraete (1999)	une nouvelle organisation est la conséquence d'un processus d'émergence organisationnelle (Gartner) ou d'impulsion (verstraete) dans un contexte bien défini.
Création de valeur	bruyat(1993)	-dialogique individu/création de valeur. -évaluée par l'intensité du changement induite sur l'individu et l'environnement.

Source : synthèse établie par l'auteure.

Tout au long de ce travail nous avons insisté sur la complexité du phénomène entrepreneurial ; la diversité des quelques paradigmes présentés en sont l'expression. L'entrepreneuriat peut être comparé à une boule à facettes dont certaines sont exploités et analysés, d'autres en voie de l'être et font l'objet de discussion entre chercheurs. La spécificité de chaque situation fait que chaque entrepreneur est un cas à particulier. Pourtant, cela ne nous empêche d'en rechercher des régularités qui permettront d'enrichir progressivement les connaissances que nous en avons. Cette complexité exige de nous de prendre en considération le contexte familial et autre, dans lequel se réalise l'acte entrepreneurial sinon cela reviendrait à vider l'entrepreneur de tout ce qui le distingue d'un automate.

Nous pouvons à cet effet considérer l'entrepreneuriat comme l'expression d'un acte délibéré d'une personne indépendante, qui donne vie à un projet, en investissant ses propres deniers, et à partir d'une opportunité (saisie ou produite) décider de créer son entreprise. Par cet acte elle met à disposition des consommateurs des biens ou services dont la valeur de chacun dépendra du degré d'innovation intégrée et du degré de sacrifice que cela aura nécessité pour réaliser cet objectif.

[148] Nous renvoyons les lecteurs au tableau 8 pour une présentation par courants de recherche.

3. Une modélisation du processus entrepreneurial

Pour rendre le champ de recherche de l'entrepreneuriat intelligible, plusieurs auteurs ont proposé des modèles théoriques dont nous présentons quelques approches processuels. Ce choix, qui n'est naturellement pas exhaustif, du fait de la diversité des modèles, nous permettra de présenter différentes approches processuelles qui mentionnent la variable environnement. « La majorité de ces modèles concerne le cas de petites et moyennes entreprises (PME), parce que les auteurs conçoivent que « c'est au niveau de celles-ci que l'entrepreneurship peut le plus facilement être observé et compris, et cela, à travers les comportements et actions de leurs propriétaire-dirigeants »[149].

Le modèle de Shapero est le plus connu, mais aussi l'un des plus féconds des modèles dit « Processuels » (Lacasse & Lambert, 1988 ; Neunreuther, 1990). Depuis sa publication, de nombreux auteurs ont en effet également cherché à déterminer les antécédents (les facteurs personnels et/ou environnementaux) d'un comportement entrepreneurial. Ainsi, l'étude de Krueger (1993) souligne l'intérêt de considérer la faisabilité et la désirabilité perçue, les normes sociales ainsi que les évènements de vie déclencheurs comme d'importants antécédents de l'intention entrepreneuriale.

3.1 Shapero ET Sokol (1975-1982) : le processus de changement de trajectoire individuelle

Dans les travaux précurseurs de Shapero (1975 ; 1982)[150], le processus entrepreneurial est défini comme la résultante de la combinaison de quatre dimensions : contextuelle, sociologique, économique et psychologique (facteurs situationnels et individuels). L'environnement social et culturel dans lequel évolue le futur entrepreneur ainsi que l'éducation, les expériences personnelles et professionnelles pourraient lui donner une disposition à l'entrepreneuriat. L'évènement entrepreneurial est ancré dans l'action et dans des trajectoires. Il induit des changements tant au niveau social que professionnel (changement de carrière).Cette situation que Shapero appelle « déplacement » sert de catalyseur au déclenchement de l'action d'entreprendre. La balance entre des évènements

[149]C Kadji Youaleu et L J Filion, Neuf étapes du processus entrepreneurial. Cahier de la recherche 1996. N° 11-05

[150]Shapero Et Sokol (1982. P. 78) dans **:** Azzedine Tounes. L'intention 80-90.

positifs et des évènements négatifs détermineront la décision ou non de choisir la voie entrepreneuriale.

Shapero et Sokol ont modélisé la formation de l'évènement entrepreneuriale en recensant trois groupes de facteurs :

- Les déplacements négatifs («negative displacements " : divorce, le licenciement, émigration, insatisfaction travail…),
- Les déplacements positifs (" positive pull" : famille, consommateurs, investisseurs…)
- et les "situations intermédiaires (("Between things" : sortie de l'armée, de l'école, de prison) sont les événements qui marquent des changements dans les trajectoires de vie des individus et sont à la base du déclenchement de l'événement entrepreneurial.

Cet évènement résultera de la combinaison de quatre variables :

1) une situation précipitant l'acte entrepreneuriale (déplacements négatifs et positifs ou situations intermédiaires).
2) la perception de la désirabilité de l'acte (système de valeurs individuelles).
3) la disposition à agir (qui réfère à sa propension à l'action selon ses intentions) ;
4) sa perception de la faisabilité du comportement (accès aux ressources nécessaires financières, humaines et technologiques) issues de l'environnement culturel, politique, économique et social.

Il est important de de saisir la relation entre la faisabilité perçue, la désirabilité et l'intention de s'orienter vers l'entrepreneuriat car elle nous permettra de mieux comprendre, dans le cadre de notre recherche empirique, le processus mental des femmes qui ont créé leur entreprise et ce, en tenant compte de la situation de chacune d'elles et compte tenus du contexte dans lequel elles évoluent.

3.2 Bygrave et Hofer (1991) : Les différentes étapes du processus entrepreneurial

Ces auteurs nous ont décrit quelques caractéristiques du processus entrepreneuriale et ont, notamment, mis en évidence l'importance de ses dimensions et distinguent neufs caractéristiques de ce processus : Les neufs (9) étapes du processus décisionnel

1- il est initié par un acte de *volonté humaine* ;
2- 2- il arrive au niveau d'une firme individuelle ;
3- il implique un changement d'état, un changement de l'environnement externe d'un état (sans la nouvelle entreprise) vers un autre état (avec la nouvelle entreprise),

4- il implique une discontinuité, particulièrement dans la structure compétitive d'une industrie et parfois même la création d'une nouvelle industrie ;
5- c'est un processus holistique qui ne peut être évalué qu'en regardant l'ensemble de tout le système industriel,
6- c'est un processus dynamique où l'entreprise et l'industrie à laquelle elle appartient évoluent constamment ;
7- il est unique puisque aucune autre tentative de création d'entreprise ne sera exactement la me ou n'arrivera dans le même contexte.
8- il implique de nombreuses variables antécédentes à l'événement entrepreneurial et
9- le résultat final du processus entrepreneurial est très sensible aux conditions initiales de ces variables.

Ce modèle bien que linéaire a le mérite de présenter les premiers jalons l'approche processuelle, notons cependant que les approches itératives relayent désormais celles linéaires.

3.3 A Capiez et ÉM Hernandez (1994b - 1998) : le processus de création d'entreprise

A Capiez et E.M. Hernandez[151] se sont intéressés au processus de création d'entreprise et au rôle du créateur dans ce processus. Ils proposent un modèle d'émergence de la petite firme dans lequel le créateur détermine le comportement stratégique de son organisation dont résulte la performance.

Pour ces auteurs quatre étapes composent le processus de création : l'initiation, la maturation, la décision et la finalisation.

L'étape "d'Initiation" reflète essentiellement la recherche d'opportunité. Celle-ci exprime pour l'auteur l'écoute permanente et l'anticipation de l'environnement sur les évolutions démographique, technologique et des modes de vie.

La phase de "Maturation" doit permettre de vérifier la cohérence entre le créateur et son projet. Lorsqu'il y a inadéquation totale, l'abandon constitue la voie la plus sage.

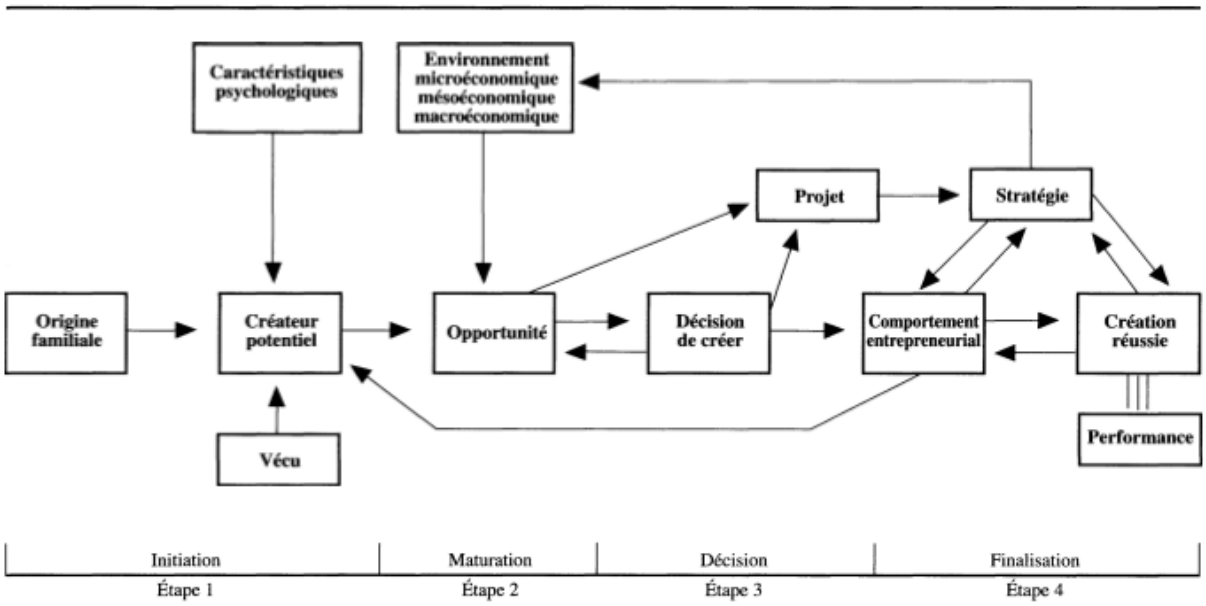
La "Décision" de créer implique de manifester des comportements entrepreneuriaux en vue de concrétiser ("Finalisation") son projet d'entreprise.

[151] A.Capiez E.M. Hernandez Vers un modèle d'émergence de la petite entreprise, Revue internationale PME, Vol 11, n°4, 1998. P14-15.

Ces étapes sont non statiques et offrent la souplesse propre à la dynamique processuelle. L'origine familiale de l'entrepreneur, ses traits psychologiques et son histoire personnelle joue un rôle central dans ce processus de création. Les caractéristiques psychologiques du créateur sont le fondement de la création, elles lui permettent de saisir l'occasion. La stratégie qu'il adopte, joue un rôle essentiel dans la réussite futur de la firme. Ces auteurs mettent en avant la performance comme condition de pérennité, et font apparaitre le caractère diachronique (évolutif) de la création avec des ajustements plus ou moins longs aux circonstances favorables ou aux menaces de l'environnement.

Le schéma qu'ils proposent est le suivant :

Graphe 6 : le processus de création d'entreprise



Source 3: A Capiez et E M. Hernandez : vers un modèle d'émergence de la petite entreprise, revue internationale pme, vol 11, n°4, 1998.p.15.

Capiez et Hernandez présentent le système de la PME comme une interaction entre quatre variables : les buts des dirigeants, l'organisation, les activités et l'environnement.

Ce modèle met en relief l'importance des relations entre le propriétaire dirigeant (créateur de l'entreprise), son entreprise et l'environnement. L'entrepreneur doit s'y adapter, l'aménager en se constituant un réseau étendu de relation extérieur grâce à une politique de coopération. Pour ces auteurs c'est dans les entreprises issues de pépinières que la coopération est la plus

intense**.** De plus il permet d'établir une typologie des entreprises caractérisées par leur comportement stratégique ; ils en distinguent cinq qu'ils appellent en fonction de leur comportement : « les incertaines », « les valeurs sures », « les dynamiques », « les tranquilles » et les « innovatrices ».

Ce model peut nous aider à mieux cerner le processus de création d'entreprises, notamment celui des femmes, objet de notre recherche. Et de façon plus générale, il pourrait permettre d'évaluer les projets afin de déterminer ce qui méritent d'être encouragés et financés par les organismes d'aide et de soutien aux PME.

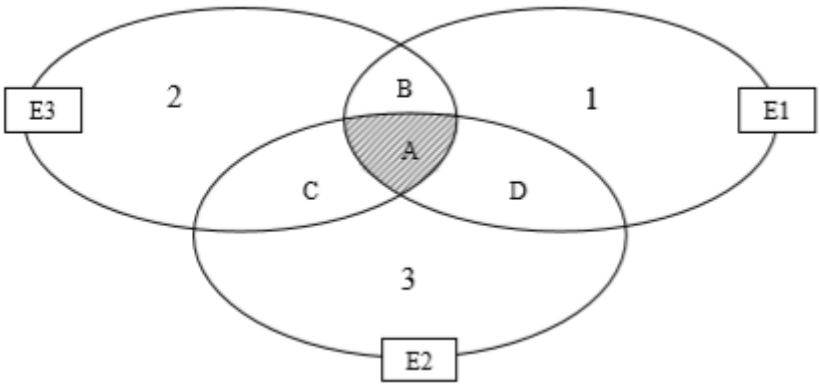
3.4 R. Paturel (1997) : Le Model des « 3E»

A partir d'un exemple issu de terrain, R Paturel décrit le processus de création d'entreprises en développant le model des « 3E».

Selon cet auteur, « l'entrepreneuriat est indissociable à l'idée de projet. Ce dernier est considéré comme « une figure de l'anticipation, qui peut, certes permettre de scénariser l'avenir, mais aussi d'instruire les rationalisations de l'action » (Bréchet, Desreumaux, Lebas, 2005) »[152].

Paturel décrit le processus de création d'entreprise en développant le model des « 3E » présenté dans le schéma suivant :

Graphe 7: Modèle des « 3E», Paturel (1997.p 15)



Source : T Lebègue, le processus entrepreneurial des femmes en France. 2011. P 54.

[152]Jaziri et Paturel. Une vision renouvelée des paradigmes de l'entrepreneuriat : Ver une reconfiguration de la recherche en entrepreneuriat. Actes du Colloque International sur : «Entrepreneuriat et Entreprise : nouveaux enjeux et nouveaux défis». Les 3-4-5 Avril 2009, Gafsa. P.14

Le modèle des «3 E» avancés par R.Paturel est appliqué à tous les projets d'une organisation qui doivent se situer dans la zone de cohérence (A), où :

- E1 représente l'Entrepreneur (le porteur de projet, le dirigeant-intrapreneur ou l'intrapreneur), et ses aspirations, qui exige un diagnostic personnel approfondi de créateur potentiel ;

- **E2** constitue les ressources et les compétences possibles à intégrer à l'Entreprise ou, d'une façon plus générale, à l'organisation ;

- E3 résume les possibilités offertes par l'Environnement qu'il soit global, spécifique ou local. »[153]

Selon T Lebègue, les projets situés dans la zone 1, 2 ou 3 conduirait à un échec du processus. Pour la zone 1, le créateur a une idée et manque de ressources et de la présence des marchés, en zone 2, ceux sont la volonté du créateur ainsi que les ressources et compétences qui font défaut. Enfin, dans la zone 3, nonobstant la présence des ressources et compétences, le créateur n'a pas la volonté suffisante et ne bénéficient pas non plus d'un environnement positif[154].

Il en découle de cette figure que seuls les projets entrant dans la zone de cohérence des «3E» ont des chances de succès. Conséquemment, le « modèle des 3E » est un méta modèle servant à garantir l'harmonie entre les «3 E». Ce modèle est utilisé depuis plus de 10 ans ; aussi bien dans le cadre de travaux théoriques que dans la pratique des affaires (Paturel, 1997) pour assurer la cohérence de tout projet d'entreprise destiné à être pérennisé. « Le modèle des « 3 E » de Paturel constitue un outil d'aide à la décision pour le créateur qui peut ainsi identifier les forces et faiblesses son projet et décider de mener des actions afin de le positionner dans la zone de cohérence stratégique, s'il ne s'y trouve pas encore. La vertu du modèle réside également dans la prise en compte de l'accompagnement pour le rôle s'avère prépondérant pour faire entrer des projets dans la zone de cohérence[155].

En 2006 L.Tadjine et R.Paturel font un état de la dynamique du modèle en montrant qu'à tout moment, le créateur devrait œuvrer sur l'un des « 3 E ». En effet, l'entrepreneur ayant par

[153] Idem 109. P 15

[154] T.Lebegue, le processus entrepreneurial des femmes en France. Thèse 2011. P.54.

[155] Idem 109, p. 14.

exemple, mené des actions afin d'accroître la possibilité de l'environnement peut, par la suite, avoir à mobiliser de nouvelles compétences en vue de répondre à cet environnement élargi[156].

3.5 Hayton, George ET Zahra (2002) : Le modèle d'association culture et processus entrepreneurial

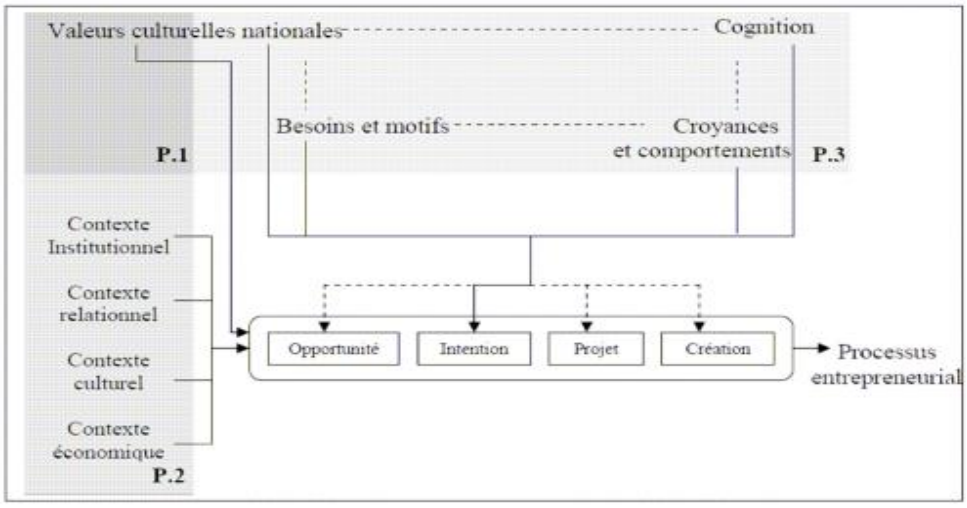
Hayton George et Zahra (2002)[157] se basent sur l'imbrication de deux niveaux d'analyse : la relation entre la culture nationale et l'entrepreneuriat, d'une part, et entre la culture nationale et les caractéristiques individuelles, d'autre part. La culture acte comme modérateur ou catalyseur plutôt qu'un agent causal de l'activité entrepreneuriale.

Dans le même sens, nous suggérons, à travers notre revue de la littérature, que la culture nationale peut être vue sous différentes formes. Trois dimensions peuvent être retenues :

- Les motivations, la cognition et les croyances,
- Les valeurs culturelles nationales,
- Le contexte national (Comprend les contextes : institutionnel, rationnel, culturel et économique (Petigrew, 1990 ; Granovetter, 1985)[158].

Ces dimensions peuvent être synthétisées dans un modèle d'ensemble, qui répertorie leurs liens avec le comportement entrepreneurial figure suivante :

Graphe 8: modèle d'association culture et processus entrepreneurial



Source 4 : Modèle d'association culture et processus entrepreneurial Adapté de Hayton, George et Zahra (2002)

[156] Idem 111, p. 55.

[157] Bourguiba. p. 138

[158] Bourguiba. p 139.

Ce modèle divise la culture nationale en quatre catégories les besoins et les motivations de l'entrepreneur ses croyances et compétences, sa cognition et les valeurs culturelles (individuelle et collective). La culture serait une variable modératrice de la relation entre les facteurs contextuels (institutionnels et économiques) et l'entrepreneuriat.

Les différents modèles que nous venons de présenter, nous ont permis de mieux saisir le processus entrepreneurial par la compréhension de la démarche d'identification d'opportunités, de concrétisation d'idées et d'acte de création en prenant en considération le milieu dans lequel l'acte entrepreneurial se réalise.

Parmi le nombre important de modèles théoriques que propose la littérature traitant de l'entrepreneuriat, nous avons opté pour les quatre présentés ci-dessus car ils reflètent notre propre conception de l'entrepreneuriat. Ils nous permettent ainsi de justifier, du fait de notre ancrage épistémologie et notre choix méthodologique, la démarche adopté pour notre recherche empirique. En effet pour traiter de l'entrepreneuriat nous considérons qu'il est fondamental de prendre en considération ces trois dimensions indissociables que sont : l'entrepreneure, l'entreprise et son environnement

Conclusion

Tout au long de ce travail nous avons insisté sur la complexité du phénomène entrepreneurial dont la diversité des quelques paradigmes et modèles présentés en sont l'expression. L'entrepreneuriat peut être comparé à une boule à multiples facettes dont certaines sont exploitées et analysées, d'autres en voie de l'être et font l'objet de discussion entre chercheurs. La spécificité de chaque situation fait que chaque entrepreneur est un cas à particulier. Pourtant, cela ne nous empêche pas de tenter d'en rechercher des régularités qui permettront d'enrichir progressivement les connaissances que nous en avons. Cette complexité exige de nous de prendre en considération le contexte familial, local et national dans lequel se réalise l'acte entrepreneurial, sinon, cela reviendrait à vider l'entrepreneur de tout ce qui le distingue d'un automate.

Pour Landström (2008) l'engouement pour le phénomène entrepreneurial a substantiellement pris de l'importance dès le moment où les entreprises et les différentes parties prenantes se sont vues confrontées à un environnement de plus en plus turbulent, les obligeant à trouver de nouveaux moyens pour conserver leur dynamisme économique.

La création d'entreprises s'est retrouvée progressivement depuis une trentaine d'années au centre des politiques publiques des pays développés ainsi que ceux en voie de

développement. C'est sur elle que repose la création d'emplois, l'innovation, lutter contre la pauvreté, la réduction des déséquilibres régionaux etc. « Le paradigme de la société entrepreneuriale tend ainsi à se substituer à celui de l'économie salariale, qui s'est développée principalement depuis le début des années 1950 jusqu'à la fin des années 1970 [159] (2012 : 12). Dans le même sens, Boutillier et Uzunidis (1999, p 11-12) attirent pertinemment notre attention sur les aspects idéologiques de la théorie de l'entrepreneur. La mise en avant de l'entrepreneur, de l'esprit d'entreprise, de la création d'entreprise, de la petite entreprise, etc., n'est-elle pas aussi « une idéologie pour temps de crise, permettant notamment de pallier les carences de la grande entreprise[160] ?

Le chapitre suivant nous plonge directement au cœur de notre sujet de recherche, puisque nous y présenterons la théorie spécifique à l'entrepreneuriat féminin, ainsi que les conclusions de recherche sur ce thème, effectuées par des universitaires autres que ceux nationaux. Leurs conclusions ont permis d'en faire ressortir, à grands traits, le portrait de la femme entrepreneure de leur région

Chapitre III : l'entrepreneuriat féminin : Définition et cadre conceptuel

L'entrepreneuriat féminin, objet de notre recherche, ne signifie nullement que d'emblée nous distinguons l'entrepreneuriat féminin de l'entrepreneuriat masculin. Cela précise simplement que nous nous intéressons dans ce travail à une catégorie particulière de l'immense population que constituent "les entrepreneurs". Les faits sont là, on peut être homme et entrepreneur ou femme et entrepreneur. Il s'agit de personnes propriétaires de leur entreprise (détentrices du capital peu importe que l'entreprise soit créée, hérité ou reprise) et à qui revient le droit de prendre les décisions essentielles puisqu'elle en supporte seules les risques.

Il y a bien un seul entrepreneuriat, mais les chemins qui y mènent sont souvent différents selon que l'on est un homme ou une femme. Le poids de l'histoire, la culture, les traditions et l'ordre établi font qu'un grand nombre de femmes investissent dans certains domaines biens spécifiques et qu'elles rencontrent des difficultés auxquels les hommes ne sont pas forcément confrontés

[159] BOUTILIER et UZUNIDIS, Création d'entreprises, pauvreté, inégalités, de la société salariale à la société entrepreneuriale. Colloque « Inégalités et pauvreté dans les pays riches », IUFM Auvergne, Chamalières, 20 janvier 2012.p.1

[160]Dimitri Uzunidis, Entrepreneurs, création d'entreprise et désordre économique. Lab.RII, n°45, Septembre 2001.

Avant le début des années 60, dans la majorité des pays, les femmes étaient confinées à la sphère domestique et considérée juridiquement inapte à administrer leurs biens personnels. Légalement, l'administration des affaires et la propriété commerciale leur étaient interdites ; l'implication des femmes dans la sphère professionnelle se faisait auprès d'un parent, généralement le père ou le conjoint. Ce n'est qu'au cours des années 70 que les femmes se font beaucoup plus présentes sur le marché du travail.

Grâce au statut d'entrepreneur elles peuvent désormais concilier leur vie professionnelle avec leur vie personnelle autrement qu'en statut de salarié. Ce statut leur permet une certaine flexibilité dans l'aménagement de leur temps mais pas autant que le tolère celui de l'entrepreneur.

Malgré l'évolution favorable de la condition économique des femmes, les femmes entrepreneures ne sont pas aussi nombreuses qu'elles le devraient. Les statistiques démontrent un écart significatif en matière de création d'entreprise entre les hommes et les femmes. Existe-t-il des freins spécifiques à l'entrepreneuriat féminin ? S'agit-il de contraintes sociodémographiques (diplôme, nombre d'enfant), faut 'il s'enquérir du contexte socio-économique national pour en rechercher les causes, ou est-ce une simple question de volonté et de personnalité. Aujourd'hui, les motivations des femmes à se lancer en affaires sont très variées : accomplissement personnel, réalisation professionnelle, insatisfaction au travail, absence d'emploi, quête d'autonomie, etc.

« Alors qu'il existe de nombreux sujets documentés dans le domaine de l'entrepreneuriat, l'entrepreneuriat des femmes est certainement celui qui fait apparaître le décalage le plus important entre l'importance qui lui est accordée par la communauté académique en termes de projets de recherches et de publications et l'importance économique et sociale, en termes de nombre d'entreprises et d'ampleur du phénomène (Holmquist et Carter, 2009, p. 122)[161]. En effet, hormis les Etats Unis le Canada, l'Australie, le Sénégal où le taux de participation des femmes à l'activité entrepreneuriale avoisine les 40% ; le nombre de création d'entreprise par les femmes demeure faible et les mesures visant son encouragement obtiennent rarement les résultats escomptés.

[161]Holmquist et Carter, 2009, p. 122, In Didier CHABAUD et Typhaine LEBEGUE : Femmes dirigeantes en PME : Bilan et perspectives RIMHE, Revue Interdisciplinaire Management et Humanisme n°7 - mai/juin/juillet 2013, p 45.

Notre recherche se trouve au carrefour de préoccupations sociétales, de préoccupations économiques et politiques de par son ancrage dans les plans d'actions nationaux et régionaux en faveur de l'entrepreneuriat des femmes.

Notre cadre conceptuel mobilise des éléments théoriques issus du champ de l'entrepreneuriat des femmes, champ spécifique à notre objet de recherche : les femmes entrepreneures en Algérie. Ainsi, nous nous réfèrerons à la théorie du genre et nous nous inscrirons dans le modèle des « 5M » de l'entrepreneuriat féminin (Brush et Al. 2009) : Market, Money, Management, Moderhood, (le marché, l'argent et le management) complétés par le Macro-environnement et le Méso-environnement.

1. Définition de l'entrepreneuriat féminin

Le terme entrepreneur, assez vague au sens statistique, recouvre un large panel de situations. En tout état de cause, il renvoie à la **catégorie des non-salariés** et plus précisément encore des travailleurs indépendants.

L'entrepreneuriat est l'action **de créer de la richesse**, **de l'emploi**, en **concrétisant un projet de création d'entreprise, ou de reprise d'une activité déjà existante.** D'après Joseph Schumpeter, l'entrepreneuriat c'est aussi **prendre des risques** en ce qui concerne la vie et la sécurité financière de son entrepreneur.

Dina Lavoie, dont la définition fait le consensus, regroupe l'ensemble de ces variables et nous en donne la définition suivante : «L'entrepreneure, c 'est la femme qui, seule ou avec un ou des partenaires, a fondé, acheté ou accepté en héritage une entreprise, qui assume les risques et responsabilités financiers, administratives et sociales et qui participe quotidiennement à sa gestion courante. » (Dina Lavoie, 1988, p 3).

De plus, elle prend des risques financiers pour créer ou acquérir une entreprise et elle la dirige de manière innovatrice et créatrice en développant de nouveaux produits et en conquérant de nouveaux marchés (Filion, 1997). Il ne suffit donc pas d'être propriétaire d'entreprise pour être entrepreneure.

Pour notre part, nous adoptons à partir de la synthèse des différentes conceptions et paradigmes de l'entrepreneuriat présentés dans le chapitre précèdent la définition suivante : l'entrepreneuriat est l'expression d'un acte délibéré d'une personne (ou groupe de personnes) indépendante (s), qui à partir d'une opportunité (saisie ou créée) impulse une

organisation, en assume la gestion et les risques et qui met à disposition de consommateurs des biens ou services.

Ce choix professionnel nécessite un engagement physique, moral et financier et aura un impact familial certain pour les femmes qui optent pour cette carrière.

Chabaud et Lebègue (2013, p 82) insistent sur la distinction entre le terme de dirigeant entrepreneure qui renvoi à la femme qui crée ou reprend une entreprise et la dirigeante cadre qui fait référence à celle qui a accédé à des positions très élevées dans la hiérarchie de l'entreprise. La différence essentielle est liée à la prise des risques financiers et personnels pour se lancer dans l'aventure entrepreneuriale. La dirigeante cadre est salariée.

1.1 Évolution de le recherche sur l'entrepreneuriat féminin

Les premières études sur les femmes entrepreneures ont une trentaine d'années. Cela correspond au temps nécessaire pour qu'un champ de recherche émerge est prenne sa place. Du stade de l'enfance, l'entrepreneuriat féminin en tant qu'objet de recherche, a connu les prémisses de l'adolescence (De Bruine et al. (2006, 2007[162]. Cela explique, en partie, que les recherches académiques ont porté dans un premier temps sur des études comparatives visant à rechercher les similitudes ou les différences avec leurs homologues masculins. Toutefois, le nombre croissant de créations d'entreprises par des femmes ainsi que la reconnaissance de leur poids dans le développement économique de nombreux pays ont conduit les chercheurs à mener des études en profondeur afin de mieux cerner cette réalité.

Les recherches menées sur l'entrepreneuriat féminin se sont développés dans un premier par des chercheurs anglo-saxon à partir des années 80 (Ahl, 2004)[163] . Une des premières recherches centrées sur les femmes entrepreneures a été réalisée par Eleanor Schwartz en 1976.

D.Chabaud Et T.Lebegue[164] (2013, p.45) recense 81 articles sur l'entrepreneuriat des femmes dans les revues scientifiques considérées comme les plus importantes dans le domaine de l'entrepreneuriat entre 1982 et 2000. Les Etats-Unis ont produit une grande majorité des

[162]De Bruine et al. (2006,2007) in Typhaine le bègue, le processus entrepreneurial des femmes en France.2011. p.65.

[163] Idem 96.p.45-48.

[164]D.Chabaud Et T.Lebegue, Femmes dirigeantes en PME : Bilan et perspectives, RIMHE, Revue Interdisciplinaire Management et Humanisme n°7 - mai/juin/juillet 2013. P.43 à47.

travaux, représentant à eux seuls 64 % des travaux, tandis que l'Europe n'est présente que pour un quart d'entre eux (20 articles).

Le Royaume-Uni est le pays le plus représenté, avec 12 textes, devant la Norvège (4) et la Suède (3). Ces auteurs soulignent que sur les 81 articles recensés, 73 proposent des études empiriques réalisant des observations à un moment donné. Dans près de 9 cas sur 10, les études sont quantitatives et s'appuient sur des techniques statistiques. Il souligne enfin que la recherche longitudinale se développe, évolution liée, sans conteste, aux appels réitérés des chercheurs à privilégier des méthodologies favorisant l'analyse en profondeur de la réalité des femmes entrepreneure.

Tableau 11 : La représentation des échantillons dans les études sur l'entrepreneuriat des femmes

Echantillon	Nombre	Pourcentage
Femmes entrepreneures	18	25
Femmes entrepreneures et autres groupes Femmes managers (1) Salariées (2)	3	4
Hommes et femmes entrepreneurs	30	41
Hommes et femmes entrepreneurs et autres groupes Managers (4) Equipreneurs (1)	5	7
Copreneurs	2	3
Etudiants	4	5
Nouveaux entrepreneurs (2 uniquement pour les femmes)	3	4
Autres échantillons (chargé de prêt, famille, organismes de développement économique, conseillers et médias)	8	11
Total	**73**	**100**

Source : Ahl, 2000-2004 p 89[165]

Ce tableau indique que 25% de la recherche porte sur les femmes entrepreneures, alors que 41% des recherches portant sur les études comparatives hommes-femmes. Les études comparatives ont permis de légitimer les recherches portant sur l'entrepreneuriat féminin en démontrant la singularité du phénomène étudié. Au total, les recherches sur l'entrepreneuriat féminin semblent être traversées par deux objectifs d'études distincts :

- lui conférer une place au sein du champ de l'entrepreneuriat,

[165] Idem 179.p.45-48.

- et comprendre la réalité des femmes entrepreneures »[166].

Les recherches sur l'entrepreneuriat des femmes ont d'abord porté sur les caractéristiques des entrepreneures et leurs motivations .Les thématiques ont progressivement évolué et les chercheurs se sont intéressés au management, au financement, aux réseaux qu'elles développent et à la performance d'entreprises détenues et gérées par des femmes.

Trois grandes périodes caractérisent cette recherche (C. Leger-.Jarniou)[167] :

- les années 1970-1980, où les travaux se concentrent sur des caractéristiques socio démographiques, descriptives telles que les motivations, les buts, etc... et comparative recherchant les similitudes et différences hommes femmes et/ou entre femmes en entrepreneuriat.
- Les années 90 où les fondements théoriques commencent à émerger et sont fortement marquées par les théories féministes pointant les mécanismes de production et de reproduction des inégalités. Le concept de « genre » et alors mobilisés pour explorer, expliqué et interprété des comportements entrepreneuriaux féminin. Des recherches empiriques montrent les normes qui gouvernent le genre (variables selon les pays) influent par exemple, sur la conception de la réussite en entrepreneuriale, les motivations entrepreneuriales, les réseaux et le capital social, les modèles de décision, mais aussi sur l'identification des opportunités d'affaires et les choix stratégiques ou encore le financement des entreprises.
- De 2000 à aujourd'hui, on voit un développement significatif de la recherche entrepreneuriat féminin dans des orientations et sur des populations (notamment celles des pays émergents) extrêmement variées. S'inscrivant en résonnance avec les préoccupations du pouvoir politique et des acteurs publics.

Dans notre recherche nous nous intéressons aux femmes entrepreneures en Algérie, un contexte national bien différent des contextes internationaux occidentaux ou la recherche académique a conduit des résultats et des conclusions qui correspondent aux situations de pays développés et donc à une réalité bien différente de la nôtre.

L'état de l'art fait apparaitre que leurs préoccupations sont à un autre niveau. Ils sont dans des préoccupations managériales : objectifs de croissance, efficience de l'entreprise,

[166] Idem 179 p 44-47

[167] C. Leger-.Jarniou, Le grand livre de l'entrepreneuriat. Dunod, Paris, 2013, p 177.

encouragement à la création de star up etc. Leurs réseaux de femmes entrepreneures sont très actifs et certaines mesures d'encouragement et d'accompagnement ciblent spécifiquement les femmes afin d'accroitre leur participation. Dans ces pays où 30% et plus des créateurs d'entreprise sont des femmes, les différentes études portant sur ce thème, jugent, malgré ces chiffres, d'une situation de création d'entreprise par les femmes insuffisantes.

En Algérie, les femmes ne représentant que 15 % du taux des activités économiques et 6% de l'entrepreneuriat[168]. Cela explique, en partie, le récent intérêt accordé par les chercheurs à l'activité entrepreneuriale des femmes. Une des premières études a été menée en 2004 par le centre de recherche en anthropologie sociale et culturelle (CRASC) en coopération avec l'organisation des nations unies pour l'éducation, la science et la culture (UNESCO) et portait sur l'expérience des femmes entrepreneurs de la ville d'Oran.

En 2005, le Ministère Délégué à la Famille a réalisé une enquête nationale intitulée : femmes et intégration socioéconomique et ce, au niveau de 16 wilayas, auprès de 5000 ménages

en 2006, N.Benghebrit Remaoune s'intéresse à son tour à l'itinéraire des femmes entrepreneures de l'oranie. Ce n'est qu'à partir de 2010 que les publications universitaires se multiplient, des thèses de magistère et de doctorat traitent de plus en plus de ce sujet.

Dans ce chapitre, nous allons tenter, à partir de la revue de la literature, de découvrir les caractéristiques de ces femmes et de leurs entreprises, leurs motivations, leurs préoccupations, leurs buts etc. Nous présenterons également un modèle théorique qui, dans sa conception, en intégrant la dimension "genre", donne à ce champ sa singularité et permet de développer des théories spécifiques à l'entrepreneuriat féminin ; dimension que l'on devra prendre en considération lorsque l'on tentera de faire ressortir les principaux déterminants de l'entrepreneuriat féminin en Algérie.

2. Genre et entrepreneuriat

Le processus de socialisation de chaque individu ou groupe d'individu est naturellement lié aux spécificités du milieu dans lequel il est encastré.

Comprendre ce processus exige de tenir compte des effets de la culture sur le comportement de chacun. « Les facteurs culturels et sociaux, comme l'expliquent Starr et Yudkin (1996),

[168]3ème colloque international sur l'Entrepreneuriat féminin, Alger, 2016.

maintiennent **des stéréotypes** qui génèrent des différences de genre quant aux rôles sociaux des hommes et des femmes. Il en résulte que les gens sont supposés s'engager dans des activités qui correspondent à leur rôle sexuel défini par la culture et sont punis s'ils violent ces rôles (Eagly et al, 1995)[169] ».

Pour Croizet et Leyens (2003, p.120), « ces stéréotypes sont si largement répandus dans nos sociétés que bien souvent, ils ne sont plus identifiés comme des croyances mais comme des faits établis ». Les stéréotypes agissent négativement sur les femmes et les conduisent bien souvent à renoncer à leurs ambitions. Selon cet auteur, les femmes les plus proactives, capables de mener à bien un projet, finissent elles aussi par renoncer à cette voie professionnelle.

Pendant de nombreuses années, la Press, les medias, les salons professionnels utilisaient exclusivement une image masculine pour présenter ou décrire l'entrepreneur. Cette tendance se réduit mais pas autant que le voudraient les femmes entrepreneures.

De nombreux auteurs ont démontré l'impact de facteurs psychologiques et sociologiques sur l'activité entrepreneuriale. Les résultats d'une étude menée par Wilson et alii (2007)[170] sur les relations entre le genre, l'efficacité personnelle et l'intention entrepreneuriale des jeunes femmes corroborent cette théorie. Ces chercheurs postulent que les jeunes femmes limitent leurs aspirations de carrières parce qu'elles sentent qu'elles n'ont pas les compétences requises. Le poids de ces stéréotypes finit par modifier la perception qu'elles ont d'elle mêmes et de leur capacité à agir dans des domaines destinés traditionnellement aux hommes. Cela impacterait leurs décisions dans de nombreux domaines comme par exemple le management, la relation banque-entreprise etc. cette "perception de soi" peut ainsi, imposer a certaine femmes des censures qu'elles s'infligeraient, consciemment ou inconsciemment, pour être conforme au regard ou aux attentent des "autres" et qui les détourneront de l'entrepreneuriat. Les normes et conventions qu'impose une société ou une communauté auront de ce fait un impact considérable sur le développement de l'entrepreneuriat. Cette perception que les femmes ont d'elles-mêmes et des choix professionnels qui se présentent à elle, est un élément clé dans la compréhension du comportement de ces femmes et revoie

[169]Bahija Amrhar, L'entrepreneurship féminin : essai de conceptualisation. Cahier de recherche no 2001-04 Mai 2001.p.5.

[170]Wilson et alii (2007), in : Lebègue, De l'intention à la création d'entreprise chez les femmes Les transformations sur l'image de soi et les conséquences sur le temps du projet. P.7.

à « l'image de soi » et au « concept de soi » ; notions largement étudiées dans la littérature « L'approche de l'image de soi requiert comme préalable de définir le concept de soi. En effet, ce concept renvoie à la façon dont nous nous définissons. Selon L'Ecuyer (1978, p.4), le concept de soi peut se définir, comme « un ensemble de caractéristiques (goût, intérêts, qualités, défauts etc.), de traits personnels (incluant les caractéristiques corporelles), de rôles et de valeurs, etc., que la personne s'attribue, évalue parfois positivement et reconnaît comme faisant partie d'elle-même […]. L'Ecuyer (1990, p.16) perçoit alors plusieurs sois qui sont « composés d'un ensemble très varié de perceptions que la personne éprouve au sujet d'elle-même […] dont les contenus émergent à la fois de l'expérience personnelle et de l'influence des autres sur ses propres perceptions ». Inspiré de plusieurs auteurs, notamment Bugental et Rogers, L'Ecuyer décompose le soi en cinq structures fondamentales : le soi matériel, personnel, adaptatif, social et le soi-non soi.

L'image de soi correspond donc à l'ensemble des images que l'individu attribue à lui-même »[171].

Tableau 12 : la structuration « du soi personnel »

Structure	Sous-Structures	Définition
Personnel	Image de Soi[172] - Identité de Soi	Le soi personnel englobe les aspirations, émotions, qualités et défauts, ainsi que la philosophie de la vie, les rôles et statuts, le sentiment de cohérence interne.

Source : R. L'Ecuyer : modèle expérimental-développemental du concept de soi (1990)

Selon Lebègue[173], le choix d'épouser une carrière entrepreneuriale peut impliquer des remaniements dans la perception de l'image de soi, notamment dans le jeu des identifications, la femme entrepreneure devant alors trouver de nouveaux modèles qui, force est de le constater, sont, la plupart du temps, masculins». La perception que la femme a d'elle-même

[171]Lebègue, De l'intention à la création d'entreprise chez les femmes Les transformations sur l'image de soi et les conséquences sur le temps du projet. P.7.

[172]Selon le dictionnaire de psychologie « l'image de soi renvoie aux perceptions et à l'évaluation que l'individu se fait de lui-même aux différentes étapes de son développement et dans les situations dans lesquelles il se trouve. Les psychologues et psychanalystes ont montré comment ces images se construisent à travers un jeu d'identification aux personnes de l'entourage ou à des figures héroïques, réelles ou imaginaires. Les images de soi dépendent aussi du regard et de l'évaluation que les autres portent sur l'individu ».

[173] Ibid., 186.p8.

peut évoluer au contact de personne ayant une influence positive, tel que les parents, les formateurs ou d'autres entrepreneures qu'ils soient hommes ou femmes et qui peuvent être pris comme modèles ou mentors.

Comprendre les femmes entrepreneures nécessite d'accorder davantage d'attention aux outils issus de la psychologie et de la sociologie. Les variables génériques ne suffisent plus. Il faut désormais tenir compte du moindre élément qui influence le comportement de ces femmes et qui permettra une meilleure compréhension de ce phénomène et de son évolution.

Une des premières questions liées au genre consiste à savoir si la féminité est un avantage ou un inconvénient dans la vie d'une entrepreneure. A ce propos, les avis sont partagés. Il est fréquent de lire, ou d'entendre autour de nous que les femmes subissent des discriminations ou qu'elles souffrent de préjugés en la présentant comme une personne ne disposant pas de qualités requises pour réussir dans le monde des affaires. Inversement, de nombreuses femmes affirment ne rencontrer aucune discrimination et les difficultés qu'elles rencontrent sont des difficultés propres à la profession et sont identiques qu'on soit homme ou femme. Il n'y a donc pas de réponses unanimes, elles varieront selon les secteurs d'activité et selon les pays ou régions.

Nous présentons une synthèse qui décrit un ensemble de préjugés relevés par Bahija Amrhar (2001 p. 5-6) : « Les chercheurs ressortent une multitude de préjugés auxquels la femme entrepreneure fait face. Ainsi pour les fournisseurs et les clients, la femme entrepreneure manque de sérieux (Lavoie, 1979) et elle est incapable de faire face aux pressions économiques et sociales surtout dans les secteurs traditionnellement non féminins (Hisrich et O'Brien, 1981 ; Buttner et Rosen, 1988). (…)Buttner et Rosen (1988) ont ajouté que, sans entrevue, une femme est défavorisée lorsqu'elle veut obtenir des crédits. L'examen du traitement des dossiers et des termes de crédits, établi par Riding et Swift (1990), leur a permis de faire le constat que les femmes ont reçu des crédits à termes moins favorables par rapport aux hommes ».

Les nombreux travaux effectués ces deux dernières décennies ont permis une plus juste appréciation de l'entrepreneuriat féminin, de son poids dans l'activité économique et de son évolution. Candida Brush[174], figure de proue des recherches sur l'entrepreneuriat des femmes,

[174]Candida Brush (1948-*), débute sa carrière dans l'industrie aérienne puis elle cofonde plusieurs sociétés dans l'activité principale est le conseil aux entreprises. Elle rejoint Babson college en 2005 et est titulaire de la chaire Franklin W Olin en entrepreneuriat.

a fortement contribué au développement des études sur ce champ et a participé à sa construction. C'est elle qui a conduit la première étude de grande ampleur sur l'entreprenariat des femmes aux Etats-Unis au début des années quatre-vingt[175]. Sa recherche s'inscrit dans un contexte théorique spécifique, celui des théories du genre en réaction à la pensée dominante en entrepreneuriat qui décrit l'entrepreneur (e) à partir du mythe hégémonique du *« white middle- class man* » (Holmquist, 2003)[176]. Les premiers travaux ont souvent pris comme référence le cadre masculin dans leur analyse. Et les études portaient essentiellement sur des analyses comparatives entres les entrepreneurs hommes et femmes.

Selon Ahl, (2004), lorsque des questions formulées au préalable, basées sur une vision masculine de l'entrepreneuriat sont imposées aux entrepreneures, cela laisse peu de chance de capter quoi que ce soit de "différents" dans la démarche des entrepreneures, mais c'est uniquement ressortir "du plus" ou "du moins" par rapport à des présupposés (Ahl, 2004, p 108).

Onana (2006) observe qu'une analyse par l'approche genre permet de montrer que l'origine des différences d'attitudes et de comportement des hommes et des femmes entrepreneurs, réside dans les préjugés socialement construite est perpétuée au sein de chaque société Onana (2006, p.49).

Les entretiens menés par Pailot et Al auprès de 41 femmes entrepreneures françaises, estime que les interactions marquées par le genre jouent un rôle essentiel dans la façon dont les femmes entrepreneures construisent leurs relations et interagissent avec les parties prenantes. Ils démontrent qu'elles sont confrontées à des stéréotypes sociaux enfouis dans l'inconscient individuel et collectif qui façonne leur redéfinition d'elle-même et, en parallèle, la base de la légitimité de l'entrepreneuriat. (Lebegue T, Chabaud, 2013, p21)[177]

L'approche par le genre étudie les différences hommes-femmes comme des constructions sociales et culturelles et non comme découlant de différences biologiques.

La culture définie une matrice sociale au sein de laquelle se nouent des relations sociales, qui reflètent des systèmes de représentations et qui font valoir des valeurs spécifiques à un groupe ou un collectif induisant certains modèles de comportements.

[175]T Lebègue, Ibid. 185.P228.

[176]T Lebègue, in Messeghem et Torrès, Les grands auteurs en entrepreneuriat et PME. 2015. p229.

[177]Lebegue T, Chabaud D. (2013), Revue Interdisciplinaire Management, Homme & Entreprise, Femmes dirigeantes en PME : Bilan et perspectives, Arihme, p.43.

L'anthropologue Edward Taylor fut parmi les premiers à avoir repris la « culture » dans sa conception scientifique. Dans son ouvrage « Primitive culture » publié en 1871 (traduit au français en 1876). L'auteur fut l'inventeur du concept scientifique de la culture en proposant sa première définition ethnologique : (Taylor, 1871, p.1).

« Culture ou civilisation, pris dans son sens ethnologique le plus étendu, est ce tout complexe qui comprend la connaissance, les croyances, l'art, la morale, le droit, les coutumes et les autres capacités ou habitudes acquises par l'homme en tant que membre de la société » (1871, p.1)

Pour Lévi-Strauss « Toute culture peut être considérée comme un ensemble de systèmes symboliques au premier rang desquels se placent le langage, les règles matrimoniales, les rapports économiques, l'art, la science, la religion. (Lévi-Strauss, 1950, p. XIX)».

Il est clair que chaque société développe sa propre culture. L'éducation et la formation dispensée sont le biais par lequel elle se transmet en grande partie. Nous avons conscience que les nations ne sont pas isolées et que les interrelations qu'elles entretiennent participent à l'élaboration de la culture nationale. Au sein d'un même espace culturel, des différences de comportement et les modes de pensés apparaitront entre personnes ou groupes de personnes, plusieurs systèmes de valeurs pouvant coexister.

Les constructions sociales liées au genre peuvent varier selon les contextes sociétaux et les moments, avec un impact sur la décision des femmes à entreprendre.

Nous assistons actuellement à une évolution importante du rôle des femmes dans la vie privée et publique. Au niveau de l'environnement familial, des dynamiques de genre sont aussi présentes, affectant les rôles attendus des femmes et des hommes, des filles et des garçons. Les femmes supportent encore souvent la majorité des tâches domestiques et l'éducation des enfants. Cela peut avoir un impact sur leurs façons d'aborder l'entrepreneuriat, leurs motivations à créer et développer des entreprises, leurs choix en termes de temps consacré à l'entreprise et à leur famille, leur participation aux réseaux d'entreprises, ou la manière de financer leurs activités. Dans le cas particulier des filles dans les entreprises familiales, on observe également des dynamiques de genre importantes. Les attentes des parents et le type de fratrie influencent le rôle réel ou perçu des filles dans l'entreprise familiale.

Parmi les différentes théories du genre, deux approches ont retenu notre attention : le féminisme social et le féminisme socioconstructiviste ou poste positiviste.

- L'approche sociale :

Cette approche observe que le processus de socialisation mis en place dès l'enfance explique les différences entre les hommes et les femmes. Selon ce courant, les hommes et les femmes agiront différemment dans la conduite de leur entreprise et adopterons des stratégies singulières en matière d'entrepreneuriat.

Greer Green (2003, p.17) soutiennent que « la socialisation peut être perçue à la fois comme reflétant et perpétuant la discrimination ». Bien que cette approche étudie les ressemblances et les différences entre homme et femmes, à aucun moment n'est supposée une supériorité de l'un des deux. Même s'ils abordent différemment l'entrepreneuriat, ils peuvent, tous deux, développer des compétences distinctives.

- Le féminisme socioconstructiviste :

Cette seconde approche s'interroge sur la manière dont le masculin et le féminin sont construits socialement : « est le résultat de l'éducation et de l'interaction sociale. Le genre varie dans le temps et dans l'espace » (Ahl, 2006, p. 597).

L'environnement social prescrit ses règles et ses codes et les imposes distinctement aux filles et aux garçons et seront entretenues à chaque âge. La manière dont seront intégrés ces codes influencera leur agissement et leur mode de pensé.

Ahl en 2004 après avoir analysé 81 articles (de revues scientifiques) sur l'entrepreneuriat des femmes, de 1982 à 2000, conclut que la majorité des recherches considèrent la femme entrepreneure comme « l'autre ».

« Au lieu d'étudier les ressemblances et les différences entre homme et femmes cette approche « étudie les conditions et les pratiques qui produisent le genre » et Ahl (2006) insiste sur la nécessité d'observer le genre comme une variables explicatives et de questionner les facteurs historiques, culturels, législatifs, et institutionnels dans la recherche en entrepreneuriat » (Lebègue, 2011, p. 109).

Cette approche considère donc que les aspects liés au genre sont construits et négociés au sein d'un contexte historique, social et géographique, et accomplis au travers de la pratique. Le genre est donc perçu comme le résultat d'une éducation et d'interactions sociales, il vari dans le temps et en fonction du contexte.

C.Brush suggère que les instruments développée à partir de la population masculine peuvent échouer a expliqué le parcours entrepreneurial des femmes. Elle va alors proposer de nouveaux modèles qui prennent leur source dans la théorie du genre.

Pour cette auteure, les femmes entrepreneures ne perçoivent pas leur entrepreneuriat de façon séparée de leur vie. La femme ne séparent pas les différentes sphères qui constituent sa vie : familiales, relationnelle, et professionnelle, mais recherchent liens et créent des ponts entre elles.

Selon Brush (19992, p.6), « Dans cette perspective, l'entreprise est perçue à travers un système de rapport humains qui comptent la famille, la communauté, l'entreprise, et non comme une entité isolée de la sphère sociale. (…) Quand une femme crée ou reprend une entreprise, de son point de vue à elle ne crée ou n'acquiert pas une entité économique séparée **mais intègre** plutôt dans son existence un nous veau système de rapports humain liés à sa profession » (brush, 1992, p.6 cité par Lebègue, 2011p.117).

L'utilisation de la notion « **d'intégration** » exprime l'acte délibéré des femmes entrepreneures à faire "fusionner" deux mondes traditionnellement bien distincts : le monde du travail et celui de la famille. Elle propose ainsi un nouvel axe de réflexion, voie qu'elle ouvre en proposant "l'approche intégrée" qui exprime la vision de l'entreprise à travers le regard des femmes. Selon Typhaine lebegue (2011, p 111-115), cette approche a pour socle la théorie relationnelle construite par Gilligan [178](1982) à partir d'expérience de femmes entrepreneures. Cette auteure met en évidence que la **réalité des femmes est d'avantage enracinée dans les relations et la contribution au bien être d'autrui** alors que les hommes se dirigent d'avantage vers l'autonomie et la séparation. Les femmes entrepreneures voient leur affaire tel un système de relations interconnectées (famille, travail et communauté) au lieu d'y voir le modèle masculin de l'unité économique séparée dans un monde social. Ce qui signifie que les femmes entrepreneures gèrent leur travail et leur vie familiale de façon simultanée (Helgesen, 1990). Elles ont tendance à impliquer mari et enfants dans leurs affaires.

Gilligan réfute l'idée selon laquelle l'autonomie est un critère de maturité et montre que « la sensibilité aux besoins des autres et le sentiment d'être responsable de leur bien être poussent les femmes à tenir compte des voix autres que les leurs et à inclure dans leur jugement des points de vue différents » (Gilligan, 1982[2008] P.36). Cette auteure soutient que les orientations sociales des femmes les poussent à davantage cultiver des liens forts plutôt qu'à accéder à une indépendance (un état séparé) ou une position.

[178] Psychologue du développement.

Intégrer l'approche par le genre pour saisir la réalité des femmes entrepreneures, nous permet d'élargir notre champ de vision et nous donne les moyens d'affiner notre questionnent. De nouvelles interrogations surgissent et de nouvelles théories apportent un ancrage supplémentaire à notre réflexion. La femme entrepreneure n'est plus "l'autre" ou «l'exception" qui surprend et suscite de la curiosité, et qui n'est étudiée que comparativement à son homologue masculin. Elle est désormais une réalité, et constitue à la fois un champ d'étude et une force avec laquelle il faut compter et qu'il faut encourager. Sa participation à la création de richesse et au développement économique n'est plus à démontrer ou justifier. Sur le plan théorique, Brush, De Bruin et Welter (2009) reprennent le raisonnement de Bates et al. , qui stipule que la création d'une entreprise repose sur trois éléments essentiels : les « 3M », Money, Market, Management (l'argent, le marché et le management), l'adaptent et proposent un modèle qui prend en considération les particularités de l'entrepreneuriat féminin, le modèle des « 5M ».

3. Une théorie féminine de l'entrepreneuriat : le modèle des « 5M »

Les instruments masculins ne suffisent plus lorsqu'il s'agit de suivre le parcours des femmes entrepreneures. La femme entrepreneur ne peut pas être observée uniquement dans un cadre professionnel. En effet, sa spécificité, est liée en partie au fait qu'elle ne crée pas de frontière entre sa vie professionnelle et sa nie familiale. Lorsqu'elle crée une entreprise, elle l'intègre, volontairement ou non à son espace familial. Le facteur « femme » est désormais reconnu comme ayant un impact sur le processus entrepreneurial. Prenant, conscience de cela, les recherches s'intéressant aux femmes entrepreneures, intègrent cette dimension.

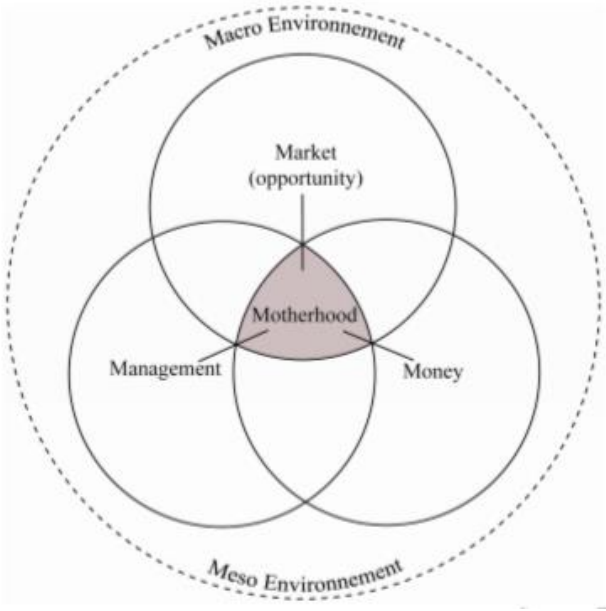
« Si l'on admet que la représentation de la réalité des femmes est différente, eu égard au processus de socialisation, il paraît logique de dire que la perception qu'ont les femmes de leur entreprise diffère sensiblement de celles que les hommes ont de la leur. (Brush, 1992, cité par lebègue, 2015, 231). « Il est temps pour les chercheurs de changer de regard est de reconnaître la vision selon laquelle les femmes chefs d'entreprise considèrent la nature intégrée de toutes leurs relations » (Brush, 1992, p.25, cité par lebegue, 2011, p, 118).

Brush et al. , proposent dans le prolongement du modèle des « 3M » (Money, Market, Management [l'argent, le marché et le management]), le modèle des « 5M » qui intègre les normes sociaux culturelles, le contexte familiale de l'entrepreneure ainsi que les méso et

macro-environnement ; sachant que le « genre » est désormais le prisme au travers duquel est étudié l'entrepreneuriat féminin.

Le graphe suivant décrit cette intégration :

Graphe 9 : Le cadre des « 5Ms » de l'entrepreneuriat féminin



Source : brush et al. (2009, P.13)

« Le contexte familiale est capturé par la notion de » maternité » (Matherhood) et se situe désormais au cœur de l'interaction des « 3M », et met ainsi l'accent sur le fait que ce dernier peut avoir un impact plus important pour les femmes que pour les hommes » (brush et al, 2009, cité par lebegue 2015, p. 234). Selon l'auteur, le macro-environnement comprend les politiques nationales, les stratégies culturelles et économiques, tandis que le méso-environnement revêt les politiques régionales de soutien, les services et les initiatives locales. La dimension « Matherhood » symbolise donc l'influence du contexte familiale impactant de manière plus prononcée les femmes que les hommes. Le marché revoit donc à l'accès au marché et détection d'opportunités et à leur exploitation, et intervient dans le choix du secteur d'activité. L'argent fait référence au financement de l'activité : fonds propres, financement bancaire etc…

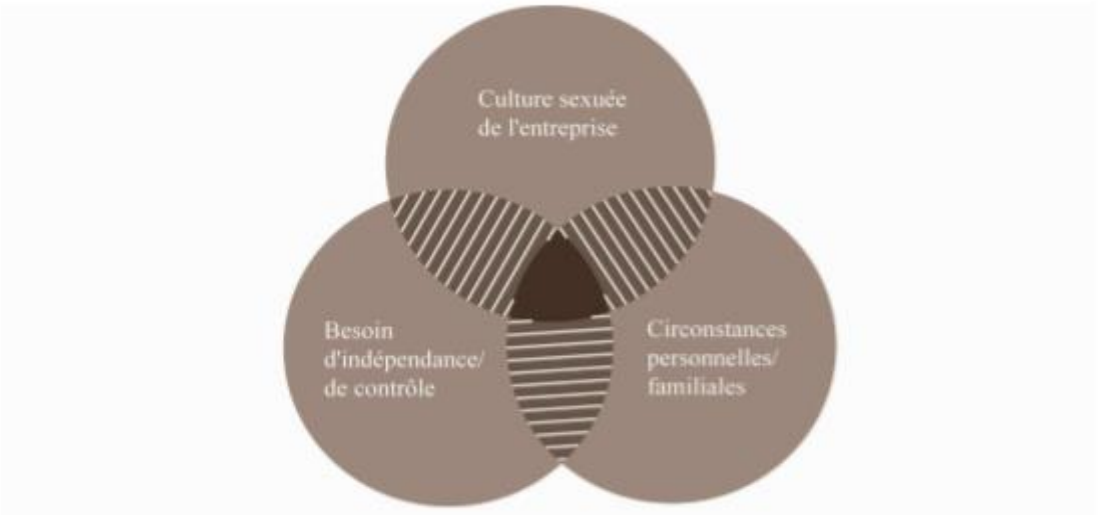
Le management comprend l'organisation de l'activité entrepreneuriale : gestion humaine et de l'entreprise.

Brush et al. , précisent également que « la distinction entre méso et macro environnement et la « maternité » n'est pas aisé, car les inégalités domestiques sont inextricablement liées aux rôles définis par la société.

La relation mère-enfant, épouse-conjoints, sont donc des relations que l'on ne peut plus ignorer lorsque l'on traite des femmes entrepreneures. La nature de cette relation peut être source de conflit ou, au contraire, être le maillon fort et principal facteur d'encouragement de certaines femmes à se lancer en affaire.

Parallèlement aux travaux de brush, Patterson et Marvin ([2009, p, 185] cités par lebegue, 2011 p, 141) proposent un cadre pour analyser les motivations conduisant les femmes à une carrière entrepreneuriale. Selon ces auteurs, « les circonstances personnelles/familiales, la culture sexuée de l'entreprise et les besoins d'indépendance/de contrôle »sont les trois éléments encourageant les femmes à passer du salariat à l'entrepreneuriat. Le schéma suivant en est le cadre explicatif :

Graphe 10: le cadre de motivation menant les femmes à l'entrepreneuriat



Problématique sur trois des thèmes donnant naissance au sentiment qu'il est impératif pour ces femmes de passer de façon immédiate à l'entrepreneuriat.

Problématique sur deux des thèmes donnant naissance à un sentiment d'inconfort suffisant pour justifier une transition vers l'entrepreneuriat.

Problématique sur l'un des thèmes avec pour résultat un sentiment d'inconfort supportable. Ces femmes envisageront éventuellement une carrière entrepreneuriale.

Source : Patterson et Mavin (2009 : 186)

Cet auteur precise néanmoins que le changemenent de carrière ne supprime pas la tension que ressentent ces femmes dans la sphère professionnelle, toutefois cela leur permet de concilier au mieux vie privée et vie professionnelle et de pouvoir , grâce au degré d'indépendance et de contrôle que permet l'entrepreneuriat, de se retirer à leur grès si la sitation devient contraignante.

Que ce soit pour assurer un équilibre entre la vie familiale et vie professionnelle, ou pour s'extirper d'une activité salariale devenue insupportable, ou tout simplement par envie de créer sa propre entreprise, ces modèles nous permettent de mieux saisir les paramètres qui l'y conduisent.

Ces modèles nous permettent une approche holistique de l'entrepreneuriat des femmes. Basé sur une vision de l'encastrement social de l'entrepreneuriat, ils nous serviront de canevas pour le déroulement de notre partie empirique par l'analyse de chacune des dimensions afin de tenter de faire ressortir les particularités de l'entrepreneuriat féminin en Algérie.

En conclusion de cette partie théorique, et avant la présentions de notre partie empirique, nous présentons dans la section suivante quelques caractéristiques de l'entrepreneuriat féminin que la revue de la littérature nous a permis de dégager.

Nous le ferons à partir de réponses à trois questions : pourquoi les femmes deviennent-elles entrepreneures, qui sont-elles et que font-elles ou comment le font-elles ; Questions traditionnellement posées par les chercheures en entrepreneuriat et que nous adoptons pour nous enquérir de l'entrepreneuriat féminin.

3.1 L'entrepreneuriat féminin : pourquoi, comment, qui sont-elles (quoi) ?

Etudier de façon indissociée ces trois composantes et leurs interactions nous permettra de répondre au mieux aux questions que nous nous posons : pourquoi les femmes s'orientent vers l'entrepreneuriat, comment mènent-elles le processus de création de leur entreprise et quelles orientations ont-elles choisi. Cette dernière question renvoie au (quoi), objet de leur activité, préoccupation principale des économistes.

Etant donné que cette entrepreneure "est une femme" d'autres interrogations doivent être considérés : sa situation matrimoniale et familiale, a-t-elle des enfants (notamment si ils sont en bas âge), aura-t-elle l'appui de son conjoint ou de ses parents, a-t-elle des associés ou non, vas elle déclarer ou non son activité, a telle conscience de obligation règlementaires et fiscales etc., etc.

La diversité des situations entrepreneuriale de ces femmes est telle, que, quel que soit les réponses retenues pour tenter de présenter des régularités et définir une typologie, loin d'être exhaustives, elles ne constitueront en fait qu'un canevas possible de réflexion.
Certains chercheurs s'accordent à dire que la différence entre les hommes et les femmes sont moins importantes que les différences inter-genre (Ahl, 2002,2006 ; brush, 1992 ; Constantinidis, 2010 ; Leger- Jarniou et al. 2015).

3.1.1 Pourquoi les femmes deviennent elles entrepreneures

« La motivation est selon Onana (2011), un ensemble de facteurs conscients et inconscients qui agissent sur les conduites et sont la base de tout ce qui pousse l'individu à l'action »[179].

Il ne fait aucun doute que de plus en plus de femmes optent pour la carrière entrepreneuriale, mais toutes ne le font pas pour les mêmes raisons. Certaines le font délibérément, par ambition et de façon spontanées parce qu'elles sont issues de milieu d'entrepreneurs ou parce qu'elles ont les capacités de saisir et d'exploiter une opportunité. D'autres, feront ce choix par nécessité, n'ayant pas d'autres possibilités professionnelles se retrouvent dans l'obligation de travailler à leur compte.
Les motivations peuvent être d'ordre psychologique, économique, social, ou autre. Nous ne prétendons pas présenter l'ensemble des réponses possibles mais nous les classons de cette manière de façons à ce qu'elles correspondent aux variables prises en considération dans les différents modèles conceptuels. Ces dimensions correspondent à des disciplines distinctes mais il est parfois difficile de les dissocier. En effet, comment saisir parfaitement la personnalité d'une personne sans être obligé de la repenser dans son milieu. De même lorsque l'on tente de comprendre une communauté et sa culture (sachant la relation d'interaction entre comportement individuel et collectif), sans la compréhension de chaque individu la constituant. Comme nous l'avons vu précédemment, l'interaction est l'élément fondamental qui constitue l'individu et fonde l'organisation. La décision de se lancer en affaires est donc le résultat d'interaction entre des envies personnelles, des circonstances personnelles et un contexte.

[179]Gbaguidi Motivations intergénérationnelles des femmes entrepreneures : étude de cas au Bénin en Afrique de l'Ouest. XXVIe Conférence Internationale de Management Stratégique. Juin 2017.p.4.

Différentes études empiriques ont permis de faire ressortir les caractéristiques les plus mentionnées dans la description des traits de personnalité des femmes qui ont fait le choix d'une carrière entrepreneuriale. Elles nous permettent de mieux comprendre les motivations de ces femmes et leur comportement tout le long du processus entrepreneurial. Chaque femme en fonction de son éducation, de sa formation, de son âge, de sa situation, du milieu familiale auquel elle appartient et du contexte global national qui lui est propre, réagira différemment.

La famille est le premier cercle d'influence. Dès l'enfance, l'éducation transmise par les parents, l'importance que ceux-ci accordent à la formation de leurs enfants, le réseau relationnel et professionnel des parents, la profession du père et de la mère, l'interaction de tous ces éléments forgeront sa personnalité. Lorsqu'il s'agit de femme entrepreneure l'image de la mère est fondamentale et peut avoir un impact positif ou négatif sur le comportement des filles. Avoir un modèle de référence féminin est un plus pour le développement de l'esprit d'entreprise. Les expériences personnelles et professionnelles complèteront de forger la personnalité de chaque individu.

La littérature nous enseigne que les principales motivations des femmes à se lancer en affaire sont de deux natures :

- Les facteurs pull : création par vocation ou opportunité
- Les facteurs push : création par nécessité

Tableau 13 : Motivation entrepreneuriale de femmes

Création par nécessité **Les facteurs *push***	**Création par vocation ou opportunité** **Les facteurs *pull***
- Insatisfaite de l'emploi en entreprise - Lassée d'être victime du plafond de verre - Le manque de reconnaissance - concilier vie privée et vie professionnelle - créer son emploi par nécessité économique - la santé en question	L'envie : - D'être indépendante - De saisir une opportunité d'affaire - D'entreprendre - De construire quelque chose - De mener un projet et de s'accomplir - Passion et créativité - Culture entrepreneuriale (influence de la famille)

Constantinidis (2011) à partir d'une analyse de la littérature met en évidence la grande hétérogénéité des résultats et conclusions des études, présentant des constats différents ou contradictoires sur l'entrepreneuriat féminin.

3.1.2 Comment les femmes deviennent elles entrepreneures ?

En observant la situation à la création de ces femmes entrepreneures, les statistiques nous indiquent que près de 70% des femmes entrepreneurs européennes ont créé leur affaire, autour de 20% en ont hérité et moins de 10% l'ont acheté.

- **Mode de financement à la création de l'entreprise**

Lors de la création de leur entreprise, le recours aux fonds personnels est majoritairement le cas. Selon Chavan (2005), les entrepreneures rencontrent des difficultés à obtenir des financements. Ces difficultés sont parfois liées à des discriminations réelles dans l'attribution des prêts aux entrepreneures mais parfois elles sont dues à la perception même des entrepreneures à l'égard des institutions financières. Cela les conduit à ne pas s'en approcher et à ne demande aucun prêt.

Une enquête réalisée par l'INSEE (institut national de la statistique et des études économiques) en 2009, précise qu'en France, 28.2 % des femmes évoquent des difficultés de financement au moment du démarrage ; mais ce taux est faiblement supérieur à celui des hommes (28%). Ce qui demande une certaine prudence lorsque l'on parle de discrimination concernant l'accès au crédit bancaire.

- **Caractéristiques des entreprises créées**

La majorité des entreprises crées sont de petite dimension et 87,4% des femmes entrepreneurs ont une micro entreprise de 1 à 9 employés et sont orientées plus massivement vers les secteurs des services et du commerce de détail. Ceux sont, également des entreprises relativement jeunes.

L'entrepreneuriat des femmes est conduit par une logique tertiaire. Les femmes investissent plus que les hommes dans le secteur du commerce et réparation, restauration et hébergement, les services à la personne dans la santé ou les affaires sociales, l'enseignement.

3.1.3 Caractéristiques des femmes entrepreneures

Au moment de la création les femmes ont en moyenne entre 30 à 45 ans.

- **Profil de formation et d'expériences**

- 43,8% des femmes entrepreneurs ont une formation universitaire. Ce qui traduit un haut niveau de formation et une expérience de travail antérieure qui parfois leur a permis d'avoir une expérience antérieure en gestion d'entreprise et/ou dans leur secteur d'activité.

- 39,3% ont arrêté l'école après le lycée et manquent souvent d'expérience professionnelle en gestion et/ou dans leur secteur d'activité.

- **Style de gestion**

Selon Brush (19992) le style de management féminin est "soft", relationnel et interactif. Ces entrepreneures ont une approche plus personnelle avec les employés et une attitude «maternelle» envers eux (Riebe, 2005), un style de gestion participatif (Mione, 2002) dans la mesure où elles encourageraient la participation et le partage du pouvoir et de l'information. Elles sont intéressées par le présent plus que par l'avenir (Bird et Brush, 2002). Elles manquent d'expérience professionnelle en gestion et/ou dans leur secteur d'activité enfin, elles sont issues de la classe moyenne ou haute, aînées de la famille avec un parent entrepreneur, mariées avec enfants.

- **Attributs psychologiques et personnalité**

Ces femmes ont hauts niveaux d'énergie, éprouvent un besoin d'accomplissement personnel, elles sont autonome et recherchent le contrôle de leur situation tant familiale que professionnelle. Elles sont persévérantes et constantes dans leur travail et ont une aversion au risque.

- **Réseaux et réseautage**

La plupart des entrepreneures estiment qu'appartenir à un réseau est un facteur important dans la décision d'entreprendre. Le fait d'appartenir à un milieu d'entrepreneurs encourage et facilite la création d'entreprise.

Les réseaux féminins se multiplient et les femmes ont tendance à se regrouper au sein de réseaux féminins. Mais contrairement aux hommes, elles tendent à sous-utiliser le réseautage en raison d'un manque de temps ou d'intérêt, comme l'ont souligné St-Cyr (2001), pour le Québec, et Cornet et al. (2003), dans le cas de la Belgique.

Les réseaux des femmes différents de ceux des hommes. Elles s'en servent pour recruter des employés, obtenir des conseils et détecter de nouvelles occasions ou des partenaires d'affaires.

en 2000, le réseau européen de promotion de l'entrepreneuriat féminin, WES[180] , voit le jour en Suède. Composé des représentants des différents gouvernements, ce réseau définit les orientations à prendre et publie chaque année un rapport sur les bonnes pratiques de chaque

[180] WES : european network to prompte Women's Entrepreneurship.

Etat. Ce réseau permet d'avoir une visibilité de la situation des femmes entrepreneures dans les différents pays.

4. Représentation de l'entrepreneuriat féminin dans différents pays

Dans cette section nous tacherons de présenter quelques données quantitatives de l'entrepreneuriat féminin dans différents pays afin de mettre en exergue l'écart considérables qui persiste entre différentes régions du monde.

4.1 Les femmes entrepreneures dans les pays développés

Deux pays, les États-Unis et le canada, ont été précurseurs en la matière. Ils ont servi d'exemple pour un grand nombre de mesures mises en œuvre dans différents pays, notamment en Europe et visant le développement de l'entrepreneuriat féminin, en 1998, aux états unis, la création du Women's Ownership Act permet aux femmes un meilleur accès au financement et le développement d'un réseau de centres locaux pour l'entrepreneuriat féminin. Ces mesures ont permis un accroissement du nombre d'entreprises créées par les femmes.

Le tableau suivant, permet d'apprécier la participation des femmes chefs d'entreprise aux Etats Unis, Canada et en Europe :

Tableau 8 : Part des femmes chefs d'entreprise Etats Unis, Canada, Europe

	Etats Unis	**Canada**	**Europe**
Part des femmes chefs d'entreprises	**49%**	**47%**	**30%**

Source : établie par l'auteure

En Europe, l'entrepreneuriat féminin est considéré comme vital pour le dynamisme de l'économie. En effet, les études internationales du Global Entrepreneurship Monitor (GEM) ont montré la corrélation entre le taux d'activité entrepreneurial féminine et la croissance économique. Aussi, les pouvoirs publics de nombreux pays inscrivent désormais l'entrepreneuriat féminin dans leur agenda de politique économique. L'intérêt économique se double d'une question sociétale, celle des inégalités homme-femme : aujourd'hui 30 % des dirigeants d'entreprises sont des femmes, alors même que celles-ci représentent environ 47 % de la population active.

4.2 L'entrepreneuriat féminin dans la région MENA

Selon une étude menée par L'OCDE en 2014, la région MENA (Moyen-Orient et Afrique du Nord) connaît la plus grande inégalité homme/femme au monde en matière d'entrepreneuriat (OCDE, 2014). Dans les faits, alors que les femmes possèdent et gèrent entre 31 % et 38 % des entreprises au niveau mondial, dans les pays de la région MENA, elles ne représentent que 13 % (OIT, 2015) à 15 % (BM, 2013) des travailleurs à leur compte**.**

Il n'existe pas de données nationales harmonisées permettant la comparaison de l'entrepreneuriat dans des pays de cette région, mais en 2013, il était estimé que le pourcentage d'entreprises appartenant au moins en partie à des femmes dans la région MENA était de 22,7 %, comparé à une moyenne de 35,2 % dans le monde. Dans les six pays couverts par le projet, les taux étaient les suivants :

Égypte, 16,1 %, Jordanie 15,7 %, Liban 43,5 %, Maroc 31,3 %, Cisjordanie et Gaza 12,6 % et Tunisie 49,5 %. Les chiffres de ces pays retombent respectivement à 7,1 %, 2,4 %, 4,4 %, 4,3 %, 1,2 % et 8,5 % s'agissant des entreprises dirigées uniquement par des femmes.

Nous synthétisons ces valeurs dans le tableau suivant :

Tableau 9 : Part des femmes chefs d'entreprises de la région MENA

	Tunisie	**Egypte**	**Liban**	**Maroc**	**Algérie**	**Jordanie**	**Cisjordanie et gaza**
Part des femmes chefs d'entreprises (Enquête OCDE, 2014)	**8.5%**	**7.1%**	**4.4%**	**4.3%**		**2.4%**	**1.2%**
(Statistiques nationales, 2017)	**15%**			**7%**	**6%**		

Source : Etude L'OCDE en 2014

Les mesures d´encouragement et les outils d´accompagnement, mis en place, par le différent état en faveur de l´investissement féminin, sont à l´origine de la hausse du nombre de création d'entreprises par les femmes, mais les chiffres expriment malgré tout leur très faible participation à l'activité économique.

Conclusion

La première partie de notre travail nous a fournis les outils conceptuels indispensables à la compréhension de l'entrepreneuriat féminin en Algérie, objet de notre recherche.

L'approche processuelle que nous avons mobilisée nous a permis de préciser les raisons de notre positionnement théorique. En effet l'approche processuelle nous permet une approche dynamique de l'entrepreneuriat en insistant sur l'interaction entre les des trois dimensions que sont l'entrepreneure, l'entreprise et son environnement ; le modèle des « 5Ms » (brush et al, 2009) quant à lui, en intégrant au cœur de l'approche processuelle le facteur représentant la féminité de l'entrepreneure (Matherhood- Maternité) confirme la spécificité de notre recherche.

Dans la seconde partie, sur la base d'une double enquête effectuée auprès de femmes entrepreneures appartenant à différents secteurs d'activité et situées dans différentes régions, nous allons tenter, en analysant le processus entrepreneurial de ces femmes, de saisir leurs forces et leurs faiblesses d'en faire ressortir leurs caractéristiques et de définir les principaux déterminants de l'entrepreneuriat féminin en Algérie.

PARTIE II :

UNE ANALYSE EMPIRIQUE DE L'ENTREPRENEURIAT FEMININ EN ALGERIE SUR LA BASE D'UNE DOUBLE ENQUETE QUALITATIVE ET QUANTITATIVE AUPRES DE FEMMES ENTREPRENEURES

« *L'ordre social est un droit sacré, qui sert de base à tous les autres. Cependant ce droit ne vient point de la nature ; il est donc fondé sur des conventions. Il s'agit de savoir qu'elles sont ces conventions* ».

Jean Jacques Rousseau : Du contrat social.

Garnier- Flammarion, 1968. P. chapitre premier, p.41.

La création et le développement d'entreprises par les femmes a pris, au cours des vingt dernières années une importance de plus en plus grande dans la plupart des pays industrialisés. Néanmoins, ce phénomène se manifeste selon une intensité variable selon les pays, et les écarts qui peuvent être constatée entre eux amènent à réfléchir sur les leçons à tirer de leur nature et de leur cause.

À partir des années 1980, en Algérie, les femmes investissent de façon plus massive le monde de l'entrepreneuriat. Notons cependant qu'elles optent plus facilement pour le secteur artisanal et les professions libérales et sont nettement moins présente dans l'industrie.

La situation de l'Algérie, en matière d'entrepreneuriat féminin, accuse un sérieux retard puisque le nombre d'entreprises crées par des femmes demeure très faible. En effet, une étude menée en 2017, par l'office national des statistiques (ONS) et qui ne porte que sur les personnes physiques donne une répartition selon le genre du chef d'entreprise comme suit : sur les 888 794 personnes physiques recensées, 89,8% sont des hommes le reste, 10,2%, est représenté par des femmes. Représentant 15 % du taux des activités économiques, les femmes ne représentent que 6% de l'entrepreneuriat en Algérie[181] selon l'office national des statistiques. Une valeur légèrement plus élevé est donné par le Centre national du registre de commerce (CNRC) qui lui estime le nombre des femmes gérantes d'entreprises inscrites au registre de commerce à 7,6% du total de la population des chefs d'entreprises en Algérie.

Un tel constat conduit à considérer que, dans notre pays, la "ressource" que constitue l'entrepreneuriat féminin n'est pas suffisamment valorisée et développée. L'évolution juridique a pourtant permis à ces femmes, qu'elles soient célibataires, épouses et/ou mères de devenir propriétaires de leur affaire ou salariées et ce, de manière continue.

En effet la nouvelle constitution est venue conforter l'égalité des citoyens devant la Loi. La protection de la femme occupe une place importante dans le dispositif juridique. Un Ministère chargé de la famille et de la femme a été mis en place. Les droits de la femme sont protégés par la constitution qui attribue les mêmes droits et les mêmes obligations pour l'homme que pour la femme dans leur participation au développement du pays. 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 consacre le principe de non-discrimination et

[181]3ème colloque international sur l'Entrepreneuriat féminin, Alger, 2016.

d'égalité des personnes devant la Loi. La législation du travail algérienne consacre une égalité de traitement dans le travail de l'homme et de la femme.

L'accès des filles à l'éducation et à la formation supérieure est certainement l'un des changements structurel fondamental qui a permis de normaliser le travail des femmes et de participer à la transformation des comportements sociaux dans de nombreux domaines. L'entrepreneuriat féminin est désormais reconnu comme étant un atout majeur pour les pays favorisant son essor ; en participant à la création d'emplois, ou en créant simplement son propre emploi, la femme entrepreneure participe activement à la réduction du chômage tout en amenant sur le marché une large gamme de produits et de services.

Afin de saisir la diversité de ces femmes, nous considérons comme entrepreneure, toute femme qui travail et qui n'est pas salariée. Que ces femmes exercent leur activité sous le statut d'indépendante (personne physique et/ou profession libérale), comme conjointe aidante d'un indépendant ou comme actionnaire d'une société (personne morale). Ce sont celles qui assument, seule ou en partenariat, les risques et responsabilités financières, administratives et sociales liés au développement de leur activité ; Que celle-ci soit la source principale de revenu ou un revenu complémentaire.

En étudiant le parcours de ces femmes, à travers l'analyse du processus de création de leur entreprise, nous tenterons d'identifier un ensemble de critères formant des indicateurs pertinents permettant de caractériser ces femmes et leur entreprise et de relever leurs forces et leurs faiblesses. Pour ce faire, il est primordial de mettre l'accent sur l'empreinte et le rôle de l'entrepreneure dans les différentes étapes du processus entrepreneurial tout en considérant la complexité de l'environnement, économique, social et culturel de l'entrepreneure. Une approche contextuelle est indispensable si l'on veut cerner l'ensemble des éléments qui agiront sur ce processus et sur le comportement de ces femmes entrepreneures ou en voie de le devenir. De ce fait nous rejoignons Gnyawali et Fogel, (1994, p. 44) qui définissent l'environnement entrepreneurial comme une combinaison de facteurs qui jouent un rôle dans le développement de l'entrepreneuriat. Car premièrement, il se réfère à l'ensemble des facteurs économiques, socioculturels et politiques qui influencent la volonté et la capacité des individus à entreprendre. Deuxièmement, il renvoie à la disponibilité de services d'assistance et de soutien qui facilitent le processus de démarrage.

Castañio et al. (2015)[182] considèrent que l'entrepreneuriat est un levier contre le ralentissement de l'économie. Toutefois, il est crucial de déterminer quelles variables stimulent ce processus entrepreneurial. Cette tâche n'est pas facile à cause de l'interconnexion de ces variables. Les auteurs trouvent important d'analyser, entre autres, les facteurs : social et économique qui affectent l'entrepreneuriat. Schumpeter (1934) quant à lui évoque le climat social du pays, ce dernier, diffèrent selon les pays, est reconnu comme ayant une forte incidence sur le développement de l'entrepreneuriat.

Notons que dans un même pays, selon les régions, des comportements totalement opposés peuvent coexister, des différences de valeurs, d'éducation et de formation induiront des attitudes différentes face à la décision ou non de se lancer en affaires. De même des régions plus propices économiquement auront une plus grande propension à la création d'entreprise. Une double enquête qualitative et quantitative effectuée simultanément auprès de femmes engagées dans l'aventure entrepreneuriale nous permettra d'être au plus près d'elles afin de découvrir leur parcours et d'en faire ressortir les caractéristiques essentielles.

Nous organiserons cette deuxième partie en trois chapitres :

Dans le premier chapitre, la présentation du contexte macroéconomique nous permettra de mieux saisir le cadre règlementaire dans lequel les femmes entrepreneures opèrent et ce depuis le passage progressif d'une économie administrée à une économie de marché. Nous y présenterons également l'évolution de l'emploi féminin en Algérie ainsi que celle de la participation des femmes entrepreneures dans l'activité économique.

Dans le second chapitre nous détaillerons le déroulement des deux enquêté en y précisant la démarche suivie ainsi que les résultats obtenus.

Dans le dernier chapitre nous interprèterons les résultats pour tenter de faire ressortir les déterminants de l'entrepreneuriat féminin ainsi qu'une typologie des femmes entrepreneures observées.

[182] Amina ROUATBI, L'entrepreneuriat féminin au Québec : Une question de genre ou de culture ? 9éme congrès de l'académie de l'entrepreneuriat. Nantes 20-22mai 2015. P.6.

Chapitre I : Contexte macro-économique et évolution de l'emploi féminin en Algérie

En Algérie, la question de la participation des entreprises privées au développement de l'économie nationale a bien longtemps occupé une place marginale dans les textes traitant des politiques économiques.

Le modèle d'industrialisation retenu à la fin des années 60 exclut de fait une large insertion du capital privé dans le secteur productif. La place limitée qui allait lui être réservée dans ce processus est déterminée par deux caractéristiques majeures du modèle : La première, d'ordre technique, résulte de la prééminence d'industries de bases mises en place sous forme de pôles industriels. Dans ce cadre, la petite et moyenne industrie seule accessible au secteur privé, se voit accorder un rôle mineur, notamment durant la période de constitution des secteurs entraînants.

La seconde, d'ordre sociopolitique, s'inscrit dans le prolongement de ces raisons techniques. Le rôle moteur, dans le processus d'ensemble est confié à l'entreprise publique, instrument privilégié et garant de la souveraineté de l'Etat sur les secteurs dits stratégiques. L'émergence du secteur public, puis son affirmation comme base principale du développement économique national, ne favorisent pas la participation et l'insertion du secteur privé, de l'indépendance au début des années 1980.Cependant, les faibles performances de l'appareil productif étatique aggravées par la chute des cours du pétrole en 1986, ont généré la crise économique des années 80 et consacreront la fin d'une période de relative aisance financière. Les premières lacunes du modèle algérien de développement ont commencé à paraitre au début des années 80, pour s'accentuer à partir de1986. Les entreprises publiques n'ont pas permis de contenir les importations, le chômage s'accroit, la dette extérieure ne cesse d'augmenter. Les reformes structurelles initiées en 1988, conduisent les pouvoirs publics à reconsidérer le statut de l'investissement privé, sur lequel reposera désormais la croissance et le développement économique. On se demande alors quel sera le rôle et la place des femmes entrepreneures dans cette mission ?

1. Contexte macro-économique et évolution du secteur privé

Depuis l'indépendance, le comportement, le choix d'investissement et l'évolution du secteur privé industriel est fortement influencé par les différents codes des investissements. La loi instaurant le monopole de l'état sur le commerce extérieur a dirigé une grande partie du

capital commercial privé, ne pouvant plus être investi dans ce secteur, s'oriente vers la petite industrie, qui se spécialisera dans la production de biens de consommation(Le textile, l'agro-alimentaire, la chimie, l'industrie du cuir, et la transformation plastique).

Le secteur privé s'est développé en marge des codes d'investissements et dans des secteurs ou l'accumulation et le profit sont très forts[183]. En évoluant en aval du secteur Etatique, le capital privé a bénéficié de rentes nées de la politique de l'état à son égard.

Les premières lacunes du modèle algérien de développement ont commencé à paraitre au début des années 80, pour s'accentuer à partir de1986 avec l'effondrement des prix des hydrocarbures. Les entreprises publiques n'ont pas permis de contenir les importations, le chômage s'accroit, la dette extérieure ne cesse d'augmenter.

Les reformes structurelles initiées en 1988, conduisent les pouvoirs publics à reconsidérer le statut de l'investissement privé. Des codes des investissent viendront confirmer le rôle des PME dans le développement économique et consacreront définitivement la liberté d'investir. Durant cette période, on assiste à un glissement du dinar, et plusieurs dévaluations se succèdent (20 % septembre 1991 puis en 1994, l'une de 7,3% en mars, l'autre de 40,1% en avril).

L'absence d'investissements nouveaux, couplé aux licenciements induits par la restructuration du secteur industriel et des services, a contribué à l'augmentation du nombre des chômeurs que l'on évalue à près de 28% de la population active entre 1993 et 1996.

La dette extérieure est de 26 milliards de dollars. En 1994, le pays a presque atteint l'état de cessation de paiement. Le ratio de la dette a approché 100%[184].

Il était donc inévitable de procéder au rééchelonnement de la dette et d'effectuer un ajustement structurel, qui s'est concrétise à travers l'accord conclu entre l'Algérie et le fond monétaire international (F.M.I.) au mois d'Avril 1994.

La question de la dette est au cœur des politiques d'ajustement. Le rééchelonnement de la dette privée et publique, ainsi que l'accès à de nouveaux crédits sont subordonnés à la mise en place de politiques d'ajustement et aux critères de performances liés aux «conditionnalités» négociées avec le F.M.I et la banque mondiale.

[183] M.L.Benhassine et W.Laggoune, les rapports PME-secteur public en Algérie : Complémentarité ou substitution ? In les PME dans les systèmes économiques contemporains. De Boeck Université, Bruxelles ,1986.

[184] B Guendouzi et K Kabri, Cahiers du Cread n° 46 -47, 1998.

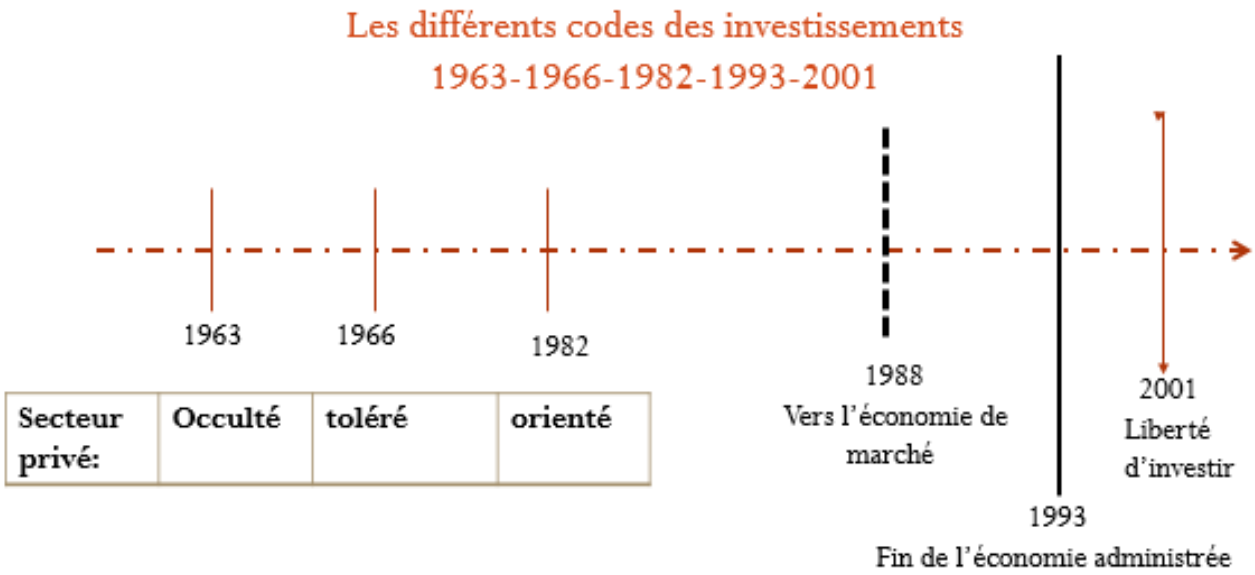
Les réformes de 1988 répondaient aux exigences et principes des politiques d'ajustement structurelles qui sont :

- L'ouverture sur le marché mondial ;
- La libéralisation ;
- La baisse et la restructuration des dépenses de l'état.

Des codes d'investissement plus attractifs sont censés favoriser l'entrée des capitaux étrangers et l'initiative privée en général. Ces mesures devraient conduire à une meilleure efficacité du secteur productif. Les petites et moyennes entreprises (PME) se voient attribuer un rôle important dans l'activité économique.

Le schéma suivant résume les différents codes des investissements qui régissent le secteur privé de l'indépendance à 2001 :

Figure 3: les différents codes des investissements 1963-1993-2001



2. Évolution globale des PME privées depuis le code de 1993

Au cours des années 80, près de 95% des PME, sont le fait d'entreprise familiales employant moins de 20 salaries. Entre 1995 et 2000, plus de 90% d'entre elles emploient moins de 10 salariés. En effet, En 2001, 94,6% entreprises, sont de TPE et employant plus de 44% de la population salariée.

Durant les années 90, en réponse aux efforts de l'Etat en matière d'encadrement et de mise en place de mécanismes institutionnels pour accompagner la création d'entreprise, le secteur privé ne cessera de se développer. De plus en plus, la production du secteur privé se substitue à celle du secteur public. Le secteur privé représentait 60% de la richesse produite en 1989, il atteint près de 80% en 2000[185].

La décennie 90, enregistre une évolution certaine de l'entreprise privée. La CNAS fait état de 145 163 entreprises privées en 1997, ce chiffre passe à 159507 en 1999 pour atteindre 179 893 entreprises en 2001. Cette population était de 103 925 entreprises en 1992, ce qui représente une évolution de 73 % de 1992 à 2001.

Tableau 10 : Place du secteur privé dans les valeurs ajoutées de chaque secteur en %

Secteur économique	1989	1999	2001
Agriculture	100	99,57	99,6
Industrie hors hydrocarbures	25 ,93	33,6	41,83
B TP	35,91	68,03	69,12
Transports et communications	44,37	72,82	76,10
Commerce	77,10	97,05	93,90
Services	77,96	89,06	89,90
Hydrocarbures	00	5,04	4,3
poids du secteur privé dans toute l'économie	54,84	51,83	46,95
poids du secteur privé dans l'économie hors hydrocarbure	**60,60**	**72,27**	78,50

Source : A.Bouyacoub, op cité

Le poids du secteur privé dans l'économie hors hydrocarbure passe de 60,60% en 1989 à 78,50 en 2001 ; soit une hausse de 29,5%.

Le secteur privé se retrouve donc en situation de quasi-monopole dans les services, le commerce, l'hôtellerie et la restauration.

Il est largement dominant dans le secteur du BTP, des transports et de la communication Toutefois, il est important de préciser, que sa participation n'est que de 27% dans l'industrie, une faible part qui ne fait que confirmer les réticences des investisseurs privés à s'orienter vers ce secteur.

[185] A Bouyacoub, la PME en Algérie quelle réalité ? In «Entrepreneurs et PME ; Approche algéro-française», édition, L'harmattan, p 75à 94.

Une enquête réalisée en 2000, par le ministère de la petite et moyenne entreprise et de l'artisanat, a permis de recenser les contraintes et obstacles développement de la PME. Nous les présentons par ordre décroissant de leur importance :

- L'accès au foncier industriel,
- L'accès au financement,
- Les barrières administratives,
- La faiblesse des ressources humaines,
- la concurrence du secteur informel

Face à l'ensemble de ces difficultés et au cadre rigoureux lies aux nouvelles mutations de l'environnent, de nombreux entrepreneurs ont du mal à s'adapter et maintenir leur activité. Les limites de l'ancien dispositif et l'évolution économique depuis 1993, ont amené les pouvoirs publics à la promulgation d'un nouveau dispositif d'investissement.

2.1Les PME et les politiques de soutien à leur développement

Les limites de l'ancien dispositif et l'évolution économique depuis 1993, ont amené les pouvoirs publics à la promulgation d'un nouveau dispositif d'investissement.

a) Le code des investissements de 2001

En 2001, des textes majeurs ont été adoptés, visant à encourager le développement l'investissement privé, national et étranger, avec une baisse significative des taxes, des redevances fiscales et des charges sociales, ainsi qu'un assouplissement des procédures administratives de création d'entreprises.

Cette loi a pour objet de définir la petite et moyenne entreprise, et les mesures d'aide et de soutien à leur promotion ; ces nouvelles dispositions ont pour objectifs d'inciter la création d'investissements nouveaux et bien évidement de stimuler l'investissement direct étranger.

L'ordonnance N° 01-03 sous cité visait :

- La reconstruction de la chaîne d'investissement et l'amélioration de l'environnement administratif et juridique des entreprises,
- La création du Conseil National de l'investissement (CNI),
- La création d'un fond d'appui à l'investissement et à la modernisation.

La gestion de ce fonds est confiée à l'agence nationale pour le développement des investissements (ANDI), en remplacement de l'APSI.

Une Agence Nationale de Soutien à l'Emploi des Jeunes(ANSEJ) est mise en place, pour les jeunes, pour la création de micro entreprises.

Les objectifs essentiels de cette loi d'orientation sont :

- de faciliter l'accès des PME aux services et avantages prévus dans le dispositif de soutien.
- De Favoriser l'implantation de sites d'accueil au profit des PME.

Ces nouvelles dispositions doivent encourager l'émergence de nouvelles PME, et notamment celles productives, favoriser la créativité, l'innovation, et l'accès à l'information.

Cette loi comprend, outre des principes généraux, la définition des PME, et la politique d'aide et de soutien de l'Etat aux PME.

- Elle définit et fixe les mesures de facilitations administratives dans la phase de création de l'entreprise.
- Des pépinières d'entreprises sont chargées de l'animation, de l'assistance, du conseil en direction des promoteurs.

La création de centre de facilitations des entreprises permettra la vulgarisation et suivi des programmes d'aide en faveur des porteurs de projets.

L'accès des PME au financement bancaire demeurant difficile, les autorités ont mis en place :

- Un fonds de garantie des prêts accordés par les banques aux PME est mis en place pour les actions de rénovation des équipements, de création, d'extension et de prise de participation.
- Un Centre d'Etudes et de Recherche est également prévu, une Caisse de Garantie des Crédits d'Investissement (CGCI), est destiné à faciliter le financement des investissements.

De nombreux fonds spécifiques de soutien financier des PME en vue d'une modernisation de leur mode de gestion ont été mis en place dans l'éventualité de l'adhésion de l'Algérie à l'OMC (Organisation Mondiale du Commerce). Cette loi accorde un intérêt particulier aux activités de sous-traitance, considérées comme un instrument privilégié de densification du tissu des PME et de développement des activités de partenariat. Un conseil national chargé de la promotion de la sous-traitance prévu à cet effet a été mis en place. L'Etat prend en charge l'information statistique et économique pour l'établissement d'un système d'information

pour les PME. Toutes ces mesures ont conduit à la nécessite d'une définition de la petite et moyenne entreprise. Désormais, la définition des PME se base sur trois critères :

- Le chiffre d'affaires
- Le bilan annuel
- L'indépendance de l'entreprise

La PME est alors définie quel que soit son statut juridique, comme étant une entreprise de production de biens et services employant de 1 à 250 personnes, avec un chiffre d'affaires annuel n'excédant pas 2 milliards de DA ou dont le total du bilan annuel ne dépasse pas 500 millions de DA, et conforme aux critères d'indépendance. Une entreprise est indépendante si son capital ou les droits de vote ne sont pas détenus à25% et plus par une autre entreprise ou conjointement par plusieurs autres entreprises de productions ne répondant pas elles même à la définition de PME . Selon les critères énumérés, trois types de PME se distinguent : la Moyenne, Petite ou Très Petite Entreprise.

b) Evolution du cadre règlementaire en 2010

En 2010, dans le cadre de la loi de finance complémentaire 2009, des mesures législatives viennent modifier les conditions de réalisation des investissements étrangers. Désormais, les investissements étranger ne peuvent être réalisés que dans le cadre d'un partenariat dont l'actionnaire national résident détient au moins 51% du capital social. Par actionnaire national, il peut être entendu l'addition de plusieurs partenaires. De même, les activités de commerce extérieur ne peuvent être exercées par des personnes physiques ou morales étrangères que dans le cadre d'un partenariat dont l'actionnariat national résident est égal au moins à 30% du capital social (art.4 bis ajouté à l'ord. 01-03). Les projets d'investissement étranger direct ou d'investissement en partenariat avec des capitaux étrangers doivent être soumis à l'examen préalable du Conseil National.

2.2 Caractéristiques actuelles de l'entrepreneuriat

La population des PME a plus que doublé de 2001 à 2011. Le nombre global des entreprises passe de 179 893 en 2001, à 638 638 en 2011 et comptabilise 1 060 286 entreprises en 2017.

Tableau 11: Evolution des PME (s) de 2003 à 2017

Années	2003	2007	2008	2010	2014	2014 %	2017	2017 %
PME privés :	207 949	293 946	392 013	618 615	851 511	99.94	92 804	
Personnes physiques			70 626	249296	159 660	18.77	464 215	43.78
Personnes morales			321 387	369 319	496 989	58.33	595 810	56.94
Artisans	79 850	116 346	126 887		194 562	22.83	243 699	22.98
PME publiques	778	666	626	557	542	0.06	264	0.02
Total	288 577	410 959	519 526	619 172	852 053	100 %	1 060 286	100 %

Source : synthèse effectuée à Partir du MPM- MIPI [186]

Les statistiques nous permet de constater, que 458 745 ont été créés après 2001, elles n'étaient alors, que 179 893. Elles ont augmenté de 25,5% de 2001 à 2011.

De 2004 à 2009, la croissance annuelle des entreprises avoisine les 9%. Ce taux n'est plus que de 4.5 entre 2016 et 2017[187]

a) Caractéristiques des entreprises créées

Les différentes données sur l'entrepreneuriat en Algérie nous permettent d'en conclure que ces entreprises sont :

- **Des entreprises familiales de petite dimension…**

En 2009, près de 95% des entreprise sont des TPE employant mois de 10 personnes, et 27% d'entre elles sont de type artisanal.

A la fin du 1er semestre 2017[188], la population globale de la PME est composée de 97,7% de Très Petite Entreprise TPE (effectif de moins de 10 salariés) qui demeure fortement dominante dans le tissu économique, suivie par la Petite Entreprise PE (entre 10 et 49 salariés) avec 2,00% et la Moyenne Entreprise ME (effectif entre 50 et 250 salariés) avec 0,30% (CNAS 2017).

La petite dimension n'est donc pas une particularité de l'entreprise algérienne. En Algérie, la petite taille des entreprises peut être, en partie, expliquée par le fait que se sont majoritairement des entreprises familiales, crées à partir de capitaux propres.

[186]Synthèse des différentes statistiques obtenues sur le site du ministère de la PME et de l'artisanat, http://www.pmeart-dz.org.Et MIPI ;

[187] Ministère de l'industrie et des mines, Bulletin d'information statistique n°31. 2017. P. 13.

[188] Ibid. 201

- **Avec une faible participation des industries manufacturières…**

L'évolution du nombre d'entreprises privées, pour la période allant de 2004 à 2009 décrit un écart important entre, d'une part, les secteurs des services (45,93%) et du BTP (35 ,25%), et d'autre part, les entreprises manufacturières dont le nombre ne cesse de baisser, pour ne plus représenter que 17,84% du total des entreprises en 2009.

Cette tendance se maintient en 2017**.** Les PME tous statuts confondus sont présentes en force dans le secteur des services qui en concentre plus de la moitié (50.62%), suivi du BTPH (16.77%).

Les industries manufacturières ne représentent que 8.75% de ces entreprises ; à raison de 36.65 dans l'agroalimentaire, 16.74% le papier, 14.93% les ISMME, 11.76 dans l'industrie textile

- **Majoritairement constituées en SARL et EURL essentiellement situées dans les grands centres urbains**

L'ONS en donne pour 2017 la répartition suivante :

- SARL : 51.13%
- EURL : 28.4%
- SNC : 8.6%
- Coopératives artisanales : 4.89%
- SPA : 1.8%
- EAC : 2.03%
- Autres : 3.41%

La région du Nord regroupe, 401 231 PME, soit 69 % des PME du pays, suivie par la région des Hauts-Plateaux avec 126 051 PME soit 22%, et les régions du Sud et du Grand Sud accueillent 50 104 PME soit 9% du total.

En termes de densité, selon les dernières statistiques de l'ONS sur la démographie (40,4 Millions d'habitants au 1er janvier 2016) la moyenne nationale des PME est de l'ordre de 23 PME (tous statuts confondus) pour 1.000 habitants.

Ce ratio national diminue à 17 pour 1.000 habitants pour les PME privées de type « personnes morales » et présente un écart important d'une région à l'autre du pays :

- 20 PME privées pour 1000 habitants au Nord du pays,
- 13 PME privées pour 1000 habitants dans la région des Hauts Plateaux.
- PME privées pour 1000 habitants dans la région du Sud.

L**es principales contraintes au développement sont selon u**ne enquête réaliser en 2012[189] dans le cadre de notre travail de magistère nous a permis de recenser les contraintes et obstacles au développement de la PME.

Nous les présentons par ordre décroissant de leur importance :

- L'accès au foncier industriel,
- L'accès au financement,
- Les barrières administratives,
- La faiblesse des ressources humaines,
- la concurrence du secteur informel

L'ensemble de ces contraintes seront traités plus en détail lorsque nous aborderons la partie empirique.

3. Une faible participation des femmes à l'activité économique nationale

Les efforts de scolarisation consentis par l'Etat pour améliorer le niveau d'instruction de la population a permis aux filles de poursuivre des études supérieurs, de s'insérer plus facilement au marché du travail. En effet, le taux de scolarisation est passé de 47,2% en 1966, (36,9% pour les femmes) à 93,6% en 2002, (92,1% pour les femmes) et le taux d'analphabétisme de 74,6% en 1966, (85,4% pour les femmes) à 26,5% en 2002, (35,0% pour les femmes)[190].

Sur le plan juridique, la nouvelle constitution est venue conforter l'égalité des citoyens devant la Loi.

3.1 Evolution de l'emploi féminin de 1987 à 2017

Entre 1962 et 2014, l'effectif des femmes occupées a été multiplié par presque 20 en passant de 90 500 (5,2% des travailleurs des deux sexes) à 1,722 million (16,8%) en 2014.

Cependant, l'évolution de la part de la population féminine dans la population active suit une lente progression. Ainsi de 4,3% lors du premier recensement général de la population et de l'habitat de l'Algérie indépendante réalisé en 1966, puis à 9.9% en 1977.

[189]Sekkal Houria, forces et faiblesses des PME privées Algériennes dans le cadre des réformes économiques. Magistères, 2011.

[190] Hassen Souaber, activité féminine en Algérie, réalité et perspectives, 2004. P 19.

Cette part a évolué de 9,3% en 1987 à 10,5% en 1998 et à 14,3%, en 2003 **soit 1 femme active sur 6 hommes actifs.** Les femmes au foyer qui travaillent sur diverses activités traditionnelles (tissage, confection etc.) ne sont pas comptabilisées dans la population occupée.

Le taux de participation des femmes à l'activité économique conserve une lente progression, il atteint 17,5% en 2004 et20.6% en 2017[191]. En quarante ans, l'emploi féminin a donc été multiplié par quatre.

- **Le taux d'emploi et le taux d'activité des femmes**

Malgré une évolution constatée, l'effectif des femmes actives n'a progressé que de 1 650 000 en 2007 à 2 479 000 en 2017 (soit une augmentation de 1,5).

Le tableau suivant nous permet de constater la faible évolution des taux d'emploi et d'activité des femmes au niveau national.

Tableau12: évolution des principaux agrégats et indicateurs lies au marché du travail de 2007 à2017 (en milliers)

Année	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014		2015	2016		2017	
Période de référence	Oct.	Déc.	Sept.	Sept.	Sept.	Sept.	Sept.	Avril	Sept.	Sept.	Avril	Sept.	Avril	Sept.
Population active du moment	9 969	10 315	10 544	10 812	10 661	11 423	11 964	11 716	11 453	11 932	12 092	12 117	12 277	12 298
Taux d'activité (en %)	40,9	41,7	41,4	41,7	40,0	42,0	43,2	41,5	40,7	41,8	42,0	41,8	42,0	41,8
Population occupée du moment	8 594	9 145	9 472	9 735	9 599	10 170	10 788	10 566	10 239	10 594	10 895	10 845	10 769	10 858
Taux d'emploi (en %)	35,3	37,0	37,2	37,6	36,0	37,4	39,0	37,5	36,4	37,1	37,8	37,4	36,8	36,9
Population en Chômage	1 375	1 170	1 072	1 076	1 062	1 253	1 175	1 151	1 214	1 337	1 198	1 272	1 508	1 440
Chômeurs ayant déjà travaillé (STR1)	515	267	233	417	379	507	481	478	549	461	439	472	648	562
% STR1/ Total chômeurs	37,5	22,8	21,7	38,8	35,7	40,5	40,9	41,5	45,2	34,4	36,7	37,1	42,9	46,3
Taux de chômage (en %)	13,8	11,3	10,2	10,0	10,0	11,0	9,8	9,8	10,6	11,2	9,9	10,5	12,3	11,7
Taux de chômage des jeunes (16-24 ans) (en %)	27,4	23,8	21,3	21,5	22,4	27,5	24,8	24,8	25,2	29,9	24,7	26,7	29,7	28,3
• **Sexe : Masculin**														
Population occupée du moment	7 247	7 717	8 025	8 261	8 038	8 393	8 885	8 603	8 517	8 660	8 833	8 933	8 764	8 893
Population en Chômage	1072	868	752	729	738	888	804	825	859	954	790	792	989	926
Population active du moment	8 319	8 585	8 777	8 990	8 777	9 281	9 689	9 429	9 376	9 614	9 623	9 725	9 753	9 819
Taux de chômage (en %)	12,8	10,1	8,6	8,1	8,4	9,6	8,3	8,8	9,2	9,9	8,2	8,1	10,1	9,4
Taux d'activité (en %)	67,8	69	68,7	68,9	65,3	67,8	69,5	66,3	66,2	66,8	66,3	66,6	66,3	66,3
Taux d'emploi (en %)	59,1	62	62,8	63,3	59,8	61,3	63,7	60,5	60,1	60,2	60,9	61,2	59,5	60,0
• **Sexe : Féminin**														
Population occupée du moment	1 347	1 428	1 447	1 474	1 561	1 778	1 904	1 962	1 722	1 934	2 062	1 912	2 005	1 965
Population en Chômage	303	302	320	348	324	365	371	325	355	384	408	479	518	513
Population active du moment	1 650	1 730	1 767	1 822	1 885	2 142	2 275	2 288	2 078	2 317	2 470	2 392	2 524	2 479
Taux de chômage (en %)	18,3	17,4	18,1	19,1	17,2	17	16,3	14,2	17,1	16,6	16,5	20,0	20,5	20,7
Taux d'activité (en %)	13,6	14,1	13,9	14,2	14,2	15,8	16,6	16,3	14,9	16,4	17,3	16,6	17,4	17,0
Taux d'emploi (en %)	11,1	11,6	11,4	11,5	11,8	13,1	13,9	16,9	12,3	13,6	14,4	13,3	13,8	13,5

Source : ONS 2017.

Les statiques nous indiquent que :

- Le taux d'activité est passé de 13.6% en 2007 à 17% en 2017 ;
- Le taux d'emploi a faiblement progressé, il passe de 11.1 en 2007 à 13.5 en 2017

[191] Données ONS à différentes périodes.

- L'effectif des femmes au chômage a été multiplié par 9 entre 1977. Ce taux est de 18.3 en 2007 et reste relativement constant jusqu'à fin 2013. Il baisse à 14.2 en avril 2014 pour ensuite atteindre 16.6 en avril 2016 et dépasser la barre des 20% en septembre 2016 et 2017 (20.7%).

- **Evolution du taux d'activité féminin par groupe d'âge**

Le tableau suivant permet de constater que Le taux d'activité féminine constitue, une fonction décroissante avec l'âge. Plus l'âge augmente, plus le taux d'activité diminue. Les femmes sont plus actives entre 25 ans et 39 ans, contrairement au taux d'activité masculin qui se stabilise dans une tranche d'âge plus large de 20 à 59 ans

Tableau 13: taux d'activité féminine par groupe d'âge

Tranches d'âge	1996	2005	2017
15-19	9.7	2.6	2.5
20-24	20.6	11.7	15.8
25-29	19.2	22.3	34.4
30-34	14.9	16.3	28.4
35-39	10.7	18.8	24.3
40-44	8.9	17.3	20.6
45-49	7.3	13.3	17.7
50-54	4.1	10.6	13.0
55-59	4.5	7.5	8.1
60 et +	1.7	1.9	1.8
TOTAL	100 %	100 %	100 %

Source : Office National des Statistiques (Algérie), Enquête EER=Enquête sur l'Emploi et le Revenu de 1996, Enquêtes Emploi des Ménages 2003 et 2005. ONS, 2017.

Pour les femmes se situant entre 25 et 29 ans, ce taux est le plus élevé et décline après cet âge. A l'âge du mariage, certaines femmes quittent le marché du travail pour se consacrer à l'éducation des enfants et à certaines tâches familiales**.**

- **Structure de la population occupée**

Selon Hafsi[192], Quelle que soit la période, les hommes demeurent majoritaires dans la population occupée. Leur proportion tend à diminuer à un rythme très lent durant la dernière décennie ; leur part passe de 92,4% en 1977 à 86% en 2003, soit une perte au profit des femmes de 6,4 points en 26 ans. La population occupée féminine a augmenté annuellement à un rythme de 6,9% soit 1,5 fois supérieur au taux national, 4,4% et 1,6 fois à celui des hommes. Malgré cette évolution**, les femmes ne représentent, cependant, que 14% de l'ensemble des occupés, en 2003.**

L'évolution de l'emploi féminin et de l'emploi en général, se fait dans un contexte de crise économique (dévaluation du Dinar, baisse des revenus des ménages, démantèlement du secteur public, etc.). Cet auteur precise que la progression de l'activité des femmes est à lier en partie à l'activité des femmes à domicile dont une part importante se réalise dans la sphère informelle. Les taux de féminité les plus élevés sont dans le secteur des professions libérales avec 40%, suivi par le secteur des services 24% et enfin l'artisanat avec 21%.

Le tableau suivant nous décrit quelques caractéristiques de la population occupé en comparant la situation des hommes et des femmes par rapport à leur lieu de travail et leur localisation géographique.

Tableau 14 : structure de la population occupée selon le lieu de travail, le milieu de résidence et le sexe en 2005

Lieu de travail	Urbain			Rural			Ensemble		
	Masc.	Fém.	**Total**	Masc.	Fém.	**Total**	Masc.	Fém.	**Total**
Établissement ou local	64,4	75,9	**66,4**	39,2	46,6	**39,9**	53,7	67,9	**55,8**
Ambulant/sur le trottoir/ dans un marché	8,2	0,6	**6,9**	4,4	0,3	**4,0**	6,6	0,5	**5,7**
Exploitation agricole	8,2	1,6	**7,1**	30,9	17,5	**29,6**	17,8	6,0	**16,1**
A domicile	0,3	20,8	**3,9**	0,2	34,0	**3,6**	0,3	24,4	**3,8**
Sur un chantier	11,8	0,1	**9,8**	19,5	0,4	**17,6**	15,1	0,2	**12,9**
Autre	7,0	0,9	**6,0**	5,8	1,1	**5,4**	6,5	1,0	**5,7**
Total	**100**	**100**	**100**	**100**	**100**	**100**	**100**	**100**	**100**

Source : Office National des Statistiques (Algérie), Enquête Emploi des Ménages 2005.

[192] S. Chennouf, T Hafsi, Femmes entrepreneures, femmes au foyer et femmes salariées : Le cas de l'Algérie. Cahier de recherche N° 07-35-09 Septembre 2007.

Dans l'ensemble, la majorité des travailleurs, soit 55,8%, exercent leur activité dans des établissements ou des locaux avec un taux plus élevé pour les femmes avec 67,9% et 53,7% pour les hommes.
Le travail à domicile a le taux le plus élevé pour les femmes et avoisine les 25%.

- **Taux d'activité économique et Taux d'emploi en 2017**

Une enquête réalisée par l'office national des statistiques (ONS)[193] en Avril 2017, estime la population Active à 12 277 000 personnes au niveau national. La population active féminine a atteint 2 524 000 et constitue 20,6% de l'ensemble de la population active. La population occupée est estimée à 10 769 000, et constitue 18,6% de la population occupée totale.
La population âgée de 15 ans et plus (ou taux d'activité économique) a atteint pour sa part 42,0% ; Décliné par sexe, il est estimé à 66,3% auprès des hommes et 17,4% chez les femmes. Ces chiffres traduisent le très faible niveau de participation économique des femmes.

Tableau 15 : Taux d'activité économique et Taux d'emploi selon le sexe, le niveau d'instruction et le diplôme (en %)

	Taux d'activité économique			Taux d'emploi		
	Masculin	Féminin	Total	Masculin	Féminin	Total
Niveau d'instruction						
Sans instruction	37,4	4,2	**15,5**	36,1	4,0	**15,0**
Primaire	70,0	8,9	**41,2**	64,8	7,6	**37,8**
Moyen	75,7	13,5	**51,6**	66,1	10,6	**44,6**
Secondaire	64,0	18,6	**42,1**	57,9	15,2	**37,4**
Supérieur	65,1	45,9	**54,0**	58,5	34,8	**44,8**
Diplôme obtenu						
Aucun diplôme	61,7	7,7	**34,4**	55,8	6,6	**31,0**
Diplômé de la formation professionnelle	81,0	39,3	**65,0**	71,0	30,4	**55,4**
Diplômé de l'enseignement supérieur	80,5	65,1	**71,5**	72,4	49,3	**58,9**
Total	**66,3**	**17,4**	**42,0**	**59,5**	**13,8**	**36,8**

La majorité des emplois sont le fait de femmes diplômées de l'enseignement supérieur soit 49.3% et les diplômées de la formation professionnelle, 30.4%.

- **<u>Préférence de femmes pour l'emploi salarié</u>**

[193]ONS, Activité, emploi et chômage en avril 2017 : Direction Technique chargée des Statistiques de la Population et de l'Emploi. N° 785.

Le salariat demeure la forme d'emploi dominante et représente en moyenne sept occupés sur dix (69,8%). Cette part reste nettement plus importante auprès des femmes, puisqu'elle atteint 75,9%.

Tableau 16: Tableau synoptique de la population active (en milliers).ONS, 2017, N°785

	Urbain			Rural			Total		
	Masculin	Féminin	Total	Masculin	Féminin	Total	Masculin	Féminin	Total
Population occupée du moment	5 643	1 486	7 129	3 250	479	3 729	8 893	1 965	10 858
Employeurs & indépendants	1 729	307	2 036	1 053	147	1 200	2 782	454	3 236
Salariés permanents	2 221	801	3 022	983	183	1 166	3 204	984	4 188
Salariés non permanents et apprentis	1 629	371	2 001	1 116	108	1 224	2 745	479	3 225
Aides familiaux	64	7	71	98	40	139	162	47	209
Population en chômage	660	393	1 053	266	120	387	926	513	1 440
Population active du moment	6 303	1 879	8 182	3 516	600	4 116	9 819	2 479	12 298
Population âgée de 15 ans & plus	9 854	9 906	19 760	4 965	4 692	9 656	14 819	14 598	29 417
Taux de chômage (en %)	10,5	20,9	12,9	7,6	20,1	9,4	9,4	20,7	11,7
Taux d'activité économique (en %)	64,0	19,0	41,4	70,8	12,8	42,6	66,3	17,0	41,8

Ces statistiques traduisent la préférence de la majorité des femmes, qu'elles soient diplômées ou non, à l'emploi rémunéré et leur méfiance ou leur réticence face à la création d'entreprise. Cet état d'esprit se retrouve chez les étudiantes et les étudiants qui, pour la pluparts estiment qu'être salarié est synonyme de sécurité et de stabilité. Peu d'entre eux envisage la création d'entreprise comme alternative à l'emploi salarié ou même tout simplement comme unique possibilité de travail malgré les difficultés auxquels sont confrontés les jeunes diplômés lors de la recherche d'un premier emploi.

Les employeurs et les indépendants[194]sont estimés à 3 076 000 sur un total de 10 769 000 de la population occupée au mois d'avril 2017, soit 28,56%.

La structure de l'emploi selon le secteur d'activité[195] fait ressortir que le secteur des services marchands et non marchands absorbe 60,7% de la main d'œuvre totale, suivi par le BTP (16,8%), l'industrie (13,9%) et enfin l'agriculture (8,6%).

- **La ventilation selon le secteur juridique**[196]

[194]Tableau 1 : Répartition de la population occupée selon le secteur d'activité de l'établissement, le sexe et le milieu de résidence (en milliers)

[195] Tableau 2 : Répartition de la population occupée selon le secteur d'activité de l'établissement, le sexe et le milieu de résidence (en milliers)

[196]Tableau 3 : Répartition de la population occupée selon le secteur juridique et le sexe (en milliers)

Le tableau suivant nous permet de constater que le secteur privé absorbe61,4% de l'emploi total, avec un volume de 6 616 000, soit une augmentation de 125 000 par rapport à septembre 2016.

En revanche, nous assistons à un recul du volume de l'emploi dans le secteur public par rapport à la même période, avec un solde négatif de 202.000. D'importantes disparités sont observées selon le sexe avec une plus grande **concentration de l'emploi féminin dans le secteur public** : 58,7% de l'emploi féminin total contre **41,3% dans le secteur privé.**

78.5% de l'emploi féminin se concentre dans le commerce et les services, il est donc conduit par une logique tertiaire, logique qui se retrouve pour les femmes activant dans le secteur privé.

Tableau 17: Répartition de la population occupée selon le secteur juridique et le sexe (en milliers)

	Masculin		Féminin		Total	
	Effectif	%	Effectif	%	Effectif	%
Urbain						
Public	2 097	36,8	950	61,4	**3 047**	**42,0**
Privé - mixte	3 604	63,2	597	38,6	**4 201**	**58,0**
Total urbain	**5 701**	**100**	**1 547**	**100**	**7 248**	**100**
Rural						
Public	878	28,7	228	49,8	**1 107**	**31,4**
Privé – mixte	2 184	71,3	230	50,2	**2 415**	**68,6**
Total rural	**3 063**	**100**	**459**	**100**	**3 521**	**100**
Ensemble						
Public	2 975	34,0	1 178	58,7	**4 153**	**38,6**
Privé – mixte	5 788	66,0	828	41,3	**6 616**	**61,4**
Total	**8 764**	**100**	**2 005**	**100**	**10 769**	**100**

Source : ONS, Activité, emploi et chômage en avril 2017

Nous ne sommes pas surpris de constater que près de 65% de la population occupée se situe en zone urbaine

- **<u>les femmes en chômage deux fois plus nombreuses que les hommes</u>**

Cette même enquête révèle également que **la population en Chômage** est estimée à 1 508 000 personnes**, le taux de chômage a atteint 12,3%** au niveau national, avec une hausse de 1,8 point par rapport à septembre 2016. Cette augmentation est plus prononcée auprès des hommes atteignant 2 points en plus, alors que celui des femmes s'est accru de 0,5 point au cours de cette période.

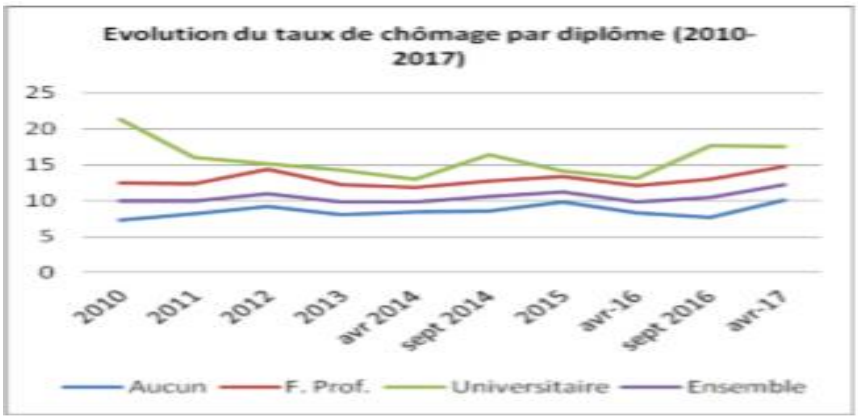
Des disparités significatives sont observées selon le sexe, l'âge, le niveau d'instruction et le diplôme obtenu**.** Le taux de chômage masculin est de 10,2%, alors qu'il est de 20.5% pour les

femmes. Un écart important, plus du double, qui montre l'inégalité des deux sexes face à l'accès à l'emploi.

Nous ne pouvons que relever la persistance du chômage des jeunes, malgré l'amélioration tendancielle du niveau d'instruction. Le taux de la tranche d'âge (16-24 ans) atteint 29,7%, soit une augmentation de 3 points.

L'évolution du taux de chômage par diplôme de 2010 à 2017 est illustrée dans le graphe suivant :

Figure 4 : évolution du chômage par diplôme 2010-1017



Source : ONS, Activité, emploi et chômage en avril 2017

A travers ce graphe, nous constatons que l'augmentation enregistrée a touché d'avantage les personnes sans qualification et les diplômés de la formation professionnelle :

- Le taux de chômage des personnes sans qualification est passé de 7,7% à 10,1%
- celui des diplômés des instituts et écoles de formation professionnelle de 13% à 14,8%.

  Le tableau suivant nous permet une lecture de la population en chômage par genre, niveau d'étude et diplôme obtenu :
- La répartition des chômeurs selon le diplôme obtenu fait ressortir que 787 000 chômeurs n'ont aucun diplôme, soit plus de la moitié de l'ensemble de la population en chômage (52,2%).

Tableau 18: Population au chômage selon le niveau d'instruction, le diplôme obtenu et le sexe(En milliers)

	Masculin		Féminin		Total	
	Effectif	%	Effectif	%	Effectif	%
Niveau d'instruction						
Sans instruction	22	2,2	7	1,4	29	1,9
Primaire	123	12,4	27	5,2	150	9,9
Moyen	511	51,7	101	19,4	612	40,6
Secondaire	216	21,8	111	21,5	327	21,7
Supérieur	117	11,9	272	52,5	389	25,8
Diplôme obtenu						
Aucun diplôme	659	66,6	128	24,8	787	52,2
Diplômé de la formation professionnelle	235	23,7	129	24,9	364	24,1
Diplômé de l'enseignement supérieur	96	9,7	261	50,3	357	23,7
Total	989	100	518	100	1 508	100

Source : ONS, 2017

- Les femmes et les hommes sont inégalement touchés par le chômage. En effet 50.3% des femmes en chômage sont le fait des diplômés universitaires contre 9.7% pour les hommes
- En revanche les hommes ne possédant aucun diplôme représentent 66.6% des chômeurs masculins.

- **la population constituant le « halo du chômage** », est définie comme étant les personnes en âge d'activité (16 à 59 ans), qui déclarent être disponibles pour travailler mais qui n'ont pas effectué des démarches effectives pour chercher un emploi durant le mois précédant l'enquête, et sont considérées par conséquent inactives. Cette catégorie de population a atteint, en avril 2017, un volume de 1 698 000 personnes et les femmes en constituent 58,3%.

Les moins de 30 ans constituent 50,5% de cette population, alors que 74,9% sont âgés de moins de 40 ans. Cette population est caractérisée par son faible niveau d'instruction ; 72,9% n'ont aucun diplôme, alors que 56,7% n'ont pas dépassé le cycle des études moyennes.

Ces chiffres traduisent l'existence d'un nombre important de personne sans qualification, ou insuffisamment qualifiées qui ne répondent pas aux exigences du marché du travail. (Réservoir pour l'informel)

Il est fondamental de développer les formations professionnelles et d'orienter leur contenu en fonction de la demande sur ce marché. Nous verrons dans la partie empirique de cette

recherche, que la difficulté à trouver du personnel qualifié est mentionnée comme étant une difficulté majeure au travail par la plupart des entrepreneures enquêtées**.**

Le tableau suivant nous permet de mieux évaluer la répartition du chômage selon le diplôme et par genre.

Tableau 19 : Taux de chômage selon le niveau d'instruction, le diplôme obtenu et le sexe (en %)

	Masculin	Féminin	Total
Niveau d'instruction			
Sans instruction	3,5	5,1	**3,8**
Primaire	7,5	14,5	**8,2**
Moyen	12,6	21,9	**13,6**
Secondaire	9,5	18,1	**11,3**
Supérieur	10,1	24,2	**17,1**
Diplôme obtenu			
Aucun diplôme	9,5	14,6	**10,1**
Diplômé de la formation professionnelle	12,4	22,6	**14,8**
Diplômé de l'enseignement supérieur	10,1	24,2	**17,6**
Total	**10,1**	**20,5**	**12,3**

Source : ONS 2017

Au regard des statistiques, nous pouvons constater que les diplômées de sexe féminin sont les plus touchées par le chômage : 24.2 % pour les femmes contre 10,1% pour les hommes. Plus de 30% des diplômés sont sans emploi en 2017. Ce qui est colossal sachant que l'état a entièrement pris en charge leur formation du primaire à l'université.

Ces chiffres soulèvent un sérieux problème, celui de la qualité de la formation. Il y a un manque d'adéquation entre la formation de ces jeunes et la demande effective émanant des employeurs potentiels. De plus, ces jeunes sans formation, refusent de quitter les zones urbaines et répondre aux offres d'emploi émanant du secteur agricole.

Leur faible niveau de connaissance et d'expérience explique d'autre part leur manque d'attrait pour la création d'entreprise malgré les efforts consentis par l'état pour l'encouragement et l'accompagnement des personnes en âge de travailler à créer leur propre emploi ou leur entreprise.

Tableau 20: Répartition des chômeurs ayant déjà travaillé selon les caractéristiques économiques du dernier emploi (en milliers).

	Masculin		Féminin		Total	
	Effectif	%	Effectif	%	Effectif	%
Situation dans la profession dernier emploi						
Employeurs - indépendants	62	13,4	9	4,7	**71**	**11,0**
Salarié permanent	78	16,7	26	14,4	**104**	**16,1**
Salarié non permanent	318	68,3	141	77,0	**458**	**70,8**
Apprentis - aide familial	7	1,5	7	3,9	**14**	**2,2**
Secteur d'activité dernier emploi						
Agriculture	19	4,1	2	1,3	**22**	**3,3**
Industrie	47	10,1	8	4,6	**55**	**8,6**
BTP	154	33,0	5	2,7	**158**	**24,5**
Administration	70	15,0	95	52,3	**165**	**25,5**
Services	175	37,6	72	39,2	**247**	**38,1**
Secteur juridique dernier emploi						
Public	103	22,2	114	62,6	**218**	**33,6**
Privé	361	77,7	68	37,4	**430**	**66,3**
Raison pour avoir quitté cet emploi						
Fin de contrat	125	26,9	106	57,8	**231**	**35,6**
Licenciement	46	10,0	8	4,5	**55**	**8,4**
Cessation de l'activité de l'entreprise	113	24,2	8	4,6	**121**	**18,7**
Démission	62	13,3	21	11,5	**83**	**12,8**
Raisons de santé	33	7,2	4	2,4	**38**	**5,8**
Problème de transport	8	1,7	1	0,5	**9**	**1,4**
Obligations familiales	8	1,8	21	11,5	**29**	**4,5**
Pour suivre les études	3	0,7	3	1,6	**6**	**1,0**
Autre	66	14,2	10	5,6	**76**	**11,7**
Durée écoulée depuis la perte du dernier emploi						
Moins d'une année	168	36,2	59	32,4	**227**	**35,1**
12-23 mois	113	24,2	39	21,3	**151**	**23,4**
24 mois ou plus	184	39,6	85	46,3	**269**	**41,5**
Total	**465**	**100**	**183**	**100**	**648**	**100**

Source : ONS, Activité, emploi et chômage en Algérie. avril 2017

La lecture du tableau nous permet de constater que les femmes ont des difficultés à conserver leur emploi. La "Fin du contrat constitue le motif de chômage le plus important puisqu'il est de 57.8% contre 26.9% chez les hommes. Ce qui dépeint la vulnérabilité des femmes face à l'emploi.

Un autre motif significatif et spécifique aux femmes est dû aux obligations qu'elles ont envers leur famille puisque 11.5% des femmes cessent de travailler principalement pour cette raison. Nous constatons que deux taux sont identiques, soit 11.5%, et peuvent représenter une même explication : "démission" et " obligation familiales. Les causes de la démission ne sont pas détaillées, et peuvent également être dues à des raisons familiales.

La cessation d'activité de l'entreprise représente un faible taux chez les femmes : 4.6%., alors qu'il est de 24.2% chez les hommes. Est-ce que ce chiffre signifie que les hommes osent

davantage la création d'entreprise mais qu'ils n'arrivent pas à la maintenir en activité ou qu'ils changent plus facilement d'activité ?

Chez les hommes les motifs les plus importants sont : "fin de contrat (26.9%), cessation de l'activité de l'entreprise (24.2), démission (13.3%) et autre (14.2%). Nous notons là deux situations bien différentes pour ne pas dire opposées face à l'emploi.

4. Évaluation de l'entrepreneuriat féminin en Algérie

À la fin de l'année 2014, sur un total de 157 122 inscrites au niveau du Centre National du Registre de Commerce, 8 163 entreprises étaient gérées par des femmes, soit 5,2% du total des entreprises.

- **personnes physiques :**

- sur 1 484 625 activités, 122 253 appartiennent aux femmes, soit 7,6%
- la classe d'âge la plus fréquente est celle située entre 39 et 48 ans (26,85%), suivie par la classe 29-38 ans (22,15%)[197].

Les femmes sont concentrées essentiellement dans :

- la wilaya d'Alger avec un taux de 8,2% du nombre global des entrepreneures,
- suivie de la wilaya d'Oran avec 6,2%,
- et Tlemcen avec 4,2%.

En 2017, **représentant 15 % du taux des activités économiques, les femmes ne représentent que 6% de l'entrepreneuriat en Algérie.**

Le nombre de femmes entrepreneurs a augmenté de près de 23% sur les quatre dernières années, une évolution timide mais qui révèle que la gent féminine du pays est de plus en plus attirée par l'entreprenariat. Ce taux a doublé par rapport à 2005, mais reste encore insuffisant compte tenu des mécanismes lancés par le gouvernement pour soutenir les investissements féminins et du nombre important de femmes diplômées, soit 75% de l'ensemble des diplômés. Jusqu'à fin février 2017[198], l'Algérie comptait 143.010 femmes d'affaires contre 116.474 à fin 2012, selon les données du Centre national du registre du commerce (CNRC).

Cette population englobe les femmes :

---

[197]Mohamed HIMRANE Hocine HASSANI Une analyse multidimensionnelle de l'entrepreneuriat féminin en Algérie 2017.p. 16.

[198] Revue el Djazair. Chiffres et statistiques. Quelle place pour la femme algérienne dans l'entrepreneuriat. Mars 2017

- gérantes d'entreprise, personnes morales, qui représentent 6% du nombre total des gérants d'entreprises (hommes et femmes),

En cinq ans, le nombre de femmes gérantes d'entreprise a augmenté de près de 56%, en passant de 6.703 à fin 2012 à 10.444 à fin février 2017

- les femmes commerçantes-personnes physiques dont le nombre correspond à 8% du total des opérateurs économiques-personnes physiques.

Les femmes commerçantes-personnes physiques, étaient à 132.566 à fin février 2017 contre 116.474 en 2012, en augmentation de près de 14%.

Sur l'ensemble des opérateurs économiques que compte le pays qui sont au nombre de 1,9 million, les femmes commerçantes n'en représentent que 7,5%.

- **Par secteur d'activité :**

Les femmes commerçantes-personnes physiques exercent notamment :

- dans la distribution en détail (elles représentent 49% de la totalité des commerçantes inscrites en tant que personnes physiques),
- les services (37,9%),
- la production de biens (9,4%),
- la distribution en gros (3,4%),
- la production artisanale (0,26%)
- et l'exportation (0,01%).

Les femmes commerçantes-personnes morales, elles exercent surtout :

- dans les services (39,4% du total des sociétés dirigées par les femmes),
- la production de biens (25,3%),
- l'importation pour la revente en l'état (16,8%),
- la distribution en gros (10,2%),
- la distribution en détail (6,6%),
- la production artisanale (1,1%)
- et l'exportation (0,6%).

Par tranches d'âge :

Les femmes commerçantes, personnes physiques,

- 26,21% sont âgées entre 39 et 48 ans,
- 23.7% sont âgées entre 49 et 58 ans.

S'agissant de la répartition par wilaya, les femmes commerçantes sont présentes dans toutes les wilayas mais avec une prépondérance à

- Alger avec 15.488 femmes, soit 10,83% du total national des femmes d'affaires,
- Oran avec 9.363(6,45%),
- Tlemcen avec 5.547 (3,9%),
- Sidi Bel Abbes avec 5.317 (3,7%)
- Constantine avec 5.222 (3,6%).

Les wilayas les moins nanties en femmes d'affaires sont

- Illizi (365 femmes),
- Tindouf (662)
- Tissemsilt (1.171).

En moyenne nationale, il existe près de 2.980 femmes commerçantes par wilaya.

Par rapport à la population totale nationale (41,2 millions d'habitants), il y a une (1) femme commerçante inscrite au registre du commerce pour 288 habitants.

Les secteurs d'activités les plus exercés selon la chambre nationale du registre de commerce se répartissent comme suit :

- Personnes physiques :

- Commerce de détail de l'alimentation 18,6%
- Commerce de détail d'habillement, de Bijouterie et des produits de beauté 10,5%
- Services liés aux transports 7.6%
- Commerce de détail d'articles et de fournitures pour activités sportives, loisirs, équipement de bureaux et pour activités artistiques 6,8%
- Services liés à l'hébergement et à la restauration 6.6%
- services liés à la diffusion du courrier, à la presse et à la télécommunication. 5,2%

- Personnes morales

– Activités de production ou de transformation liées aux matériaux de construction et au BTP 8,5%

– Entreprises d'études, de conseils et d'assistance 7.2%

– Services culturels et récréatifs 5,5%

– Importation des matériels et produits divers 4.9%

– Services liés au transport 4,8%

– Importation de pièces détachées 4,6%

et accessoires de la mécanique, électrique et électronique.

Il existe deux catégories d'entreprises créées par les femmes celles réalisées dans le cadre de dispositifs mis en place pour l'encouragement et le développement de l'investissement privé et ceux hors dispositif à partir de fonds personnels.

4.1 L'entrepreneuriat féminin et les dispositifs d'appui aux PME

Depuis le milieu des années1990, de nombreuses entreprises ont vu le jour grâce aux différents dispositifs d'aide et d'accompagnements mis en place par les pouvoirs publics. Ces dispositifs sont soutenus par la création d'agence nationale d'aide au financement des projets entrepreneuriaux, répondant chacun à des tranches d'âge et des besoins différents.

- l'agence nationale pour le développement de l'investissement (ANDI),
- L'agence nationale de soutien de l'emploi des jeunes (ANSEJ),
- L'agence nationale de gestion des micros crédits (ANGEM),
- La caisse nationale d'assurance chômage. (CNAC).

<u>Le dispositif « ANSEJ »</u>

Ce dispositif est mis en place depuis 1997 ; il vise le soutien à la création et le financement de la micro-entreprise par des jeunes dont la tranche d'âge comprise entre 19-40 ans pour des montants d'investissements pouvant atteindre 10 millions de dinars. Sa mission est de favoriser la création des activités des biens et services par des jeunes promoteurs et promotrices ainsi que d'encourager toutes formes d'actions et des mesures tendant à promouvoir l'emploi des jeunes. Il peut concerner deux types d'investissement : celui de la création ou de l'extension du projet.

Ce dispositif permet deux modes de financement :

- un financement mixte qui conjugue l'apport personnel de l'investisseur et par l'ANSEJ

- un financement triangulaire qui regroupe trois catégories de financements : soit 1 à 2% d'apport par le créateur de l'entreprise, complété par un prêt sans intérêt accordé par l'ANSEJ et un crédit bancaire. Dans ce cadre, le montant de l'investissement ne dépasse pas les deux millions de dinars.

Depuis sa création seulement 10% des femmes ont bénéficié du financement par cet organisme.

En effet, nous avons pu constater que neuf projets sur dix aidés par l'Agence nationale de soutien à l'emploi des jeunes (ANSEJ) sont ceux de jeunes promoteurs masculins. Du coup les femmes font peu appel à cet organisme d'Etat.

Ce qui explique que la majorité de femmes chefs d'entreprise ont réalisé leur projet hors dispositifs. Dans ce contexte, elles se retrouvent d'autant plus isolées qu'à cela s'ajoutent des considérations sociales et culturelles.

Une étude du Centre de recherche en anthropologie sociale et culturelle(CRASC) menée, en Algérie, en 2010, auprès de 100 femmes chef d'entreprises, montre elle aussi que :

- 67% d'entre elles ont affirmé ne pas avoir bénéficié des services de l'Agence nationale de soutien à l'emploi des jeunes (ANSEJ) et 98% à ne pas avoir été aidées par l'Agence nationale de développement de l'investissement (ANDI) ;
- 51,8% des femmes ont affirmé que l'idée du projet est venue de la spécialité de leur formation et l'expérience acquise au cours de leur vie professionnelle ;
- 28,2% ont confié que le montage financier de l'entreprise est une affaire de famille, dans la mesure où elles n'ont utilisé que leurs fonds personnels et / ou famille,
- 16,5% ont bénéficié d'un crédit bancaire en plus de leurs fonds propres ;
- 57% d'entre elles ont choisi le secteur des services, dont 90% gèrent elles-mêmes leur entreprise.

Les chiffres délivrés par l'ANSEJ nous permettent de définir les secteurs les plus investis par les femmes entrepreneures. Nous nous baserons sur trois périodes 2013, 2015 et 2017 pour effectuer cette présentation. Les statistiques recueillis nous dévoilent sans surprise pour 2013, que 44% des femmes entrepreneures se concentrent dans les professions libérales. Puis à part égale, soit 17% dans les services et l'artisanat.

Les entreprises crées par des femmes ne représentent que 14 des projets industriels financés par l'ANSEJ

Tableau 21 Financement par genre et par secteur d'activité ANSEJ (cumul au 31 12 2113)

Secteur d'activité	Nombre de projets financés	Hommes	Femmes	Taux de Féminité (%)
Services	87 766	73 031	14 735	17
Transport voyageurs	18 269	17 794	475	3
Artisanat	35 877	29 608	6 269	17
Transport marchandises	56 187	55 480	707	1
Agriculture	32 933	31 436	1 497	5
Industrie	**13 707**	**11 764**	**1 943**	**14**
Bâtiment et travaux publics	21 729	21 201	528	2
Professions Libérales	6 085	3 436	2 649	44
Maintenance	5 852	5 723	129	2
Pêche	854	840	14	2
Hydraulique	483	461	22	5
Transport frigorifique	12 444	12 083	361	3
Total	**292 186**	**262 857**	**29 329**	10%

Le tableau suivant nous decrit la situation cumulée au 30 06 2016. Aucune des proportions ne changent. La part du financement destiné au femmes porteuses de projet est egalement de 10% et le secteur d'activité dominant demeure celui des professions liberales.

Tableau 22: projets financés par genre et par secteur d'activité (Cumul au 30/06/2016)

Secteur d'Activité	Projets financés	Hommes	Femmes	Taux de Féminité (%)
Agriculture	52 367	49 951	2 416	5%
Artisanat	42 513	35 258	7 255	17%
Bâtiment et travaux publics	31 864	31 172	692	2%
Hydraulique	541	517	24	4%
Industrie	23 915	20 528	3 387	14%
Maintenance	9 081	8 928	153	2%
Pêche	1 119	1 103	16	1%
Professions Libérales	9 198	5 135	4 063	44%
Services	104 947	87 889	17 058	16%
Transport Frigorifique	13 385	12 996	389	3%
Transport de Marchandises	56 530	55 821	709	1%
Transport de Voyageurs	18 985	18 504	481	3%
Total	**364 445**	**327 802**	**36 643**	**10%**

Source : ANSEJ

En fin 2017 les données restent constantes. Sur 370 210 projets financés, seuls 37 578 appartiennent à des femmes entrepreneures, soit 10%. Un taux qui n'évolue pas. Il en est de

même pour la répartition entre les différents secteurs d'activités. Ces valeurs traduisent la réticence et les difficultés des femmes d'une part à créer des entreprises dans l'industrie en particulier, puisque le taux n'est que de 14% en moyenne pour les femmes, et a ce lancer en affaire et/ou à obtenir des financements par le biais de l'ANSEJ.

Qu'en est-il des autres organismes

- **<u>Le dispositif « CNAC »</u>**

Dans le cadre des divers programmes initiés par les pouvoirs publics et consacrés à la lutte contre le chômage et la précarité, la Caisse Nationale d'assurance Chômage (CNAC) s'emploie en priorité à la mise en œuvre du dispositif de soutien à la création d'activités pour les chômeurs promoteurs âgés de 30 à 50 ans.

Toute personne intéressée par le dispositif CNAC doit répondre aux conditions suivantes

- Etre âgée de 30 à 50 ans
- Etre de nationalité algérienne
- Ne pas occuper un emploi rémunéré ou exercer une activité pour propre compte au moment de l''introduction de la demande d''ide
- Etre inscrit auprès des services de l'agence Nationale de l'emploi (ANEM) comme demandeur d'emploi ou être allocataire CNAC
- Jouir d''ne qualification professionnelle et/ou posséder un savoir-faire en rapport avec l'activité projetée
- Pouvoir mobiliser des capacités financières suffisantes pour participer au financement de son projet.
- Ne pas avoir bénéficié de mesure d''ide au titre de la création d'activités.

Il est à préciser que

- Seules les activités de production de biens et de services sont financées.
- L''nique mode de financement
- Il recouvre en grande partie l'acquisition des équipements

- Le choix de l'activité projetée s'appuie sur la valorisation de l'expérience du ou des porteurs de projet et sur les opportunités d'investissement qui sont offertes par le marché local.

Les investisseurs bénéficieront dans ce cadre de :

- Prêt sans intérêt / « PNR » Prêt non rémunéré que celui-ci est égal ou inférieur à 5 000 000 DA o 29% du coût global de l'investissement lorsque celui-ci est supérieur à 5 000 000 DA et égal ou inférieur à 10 000 000 DA.
- Bonification des taux d'intérêts bancaires pour les crédits bancaires obtenus (60%, 80% et 95% du taux débiteur appliqué par les banques selon la nature et l'implantation du projet).
- Les bonifications des taux d'intérêt sont payées à partir du compte d'affectation spéciale n°302-062 (bonification des taux d'intérêts). Les prêts non rémunérés sont pris en charge par la CNAC.
- Une prise en charge des dépenses éventuelles liées aux études et expertises réalisées ou sollicitées par la CNAC au profit des promoteurs.
- Achats en Hors Taxes (Exonération de TVA)
- Droits de douanes au taux de 5%,
- Exonération des droits de mutation-acquisitions immobilières
- Exonération des droits d'enregistrement Acte constitutifs
- Exonération totale de l''RG, IBS, TAP durant 03 ou 06 ans (selon qu''l s'agisse de l''tape de réalisation ou d'exploitation)
- Exonération de la caution de bonne exécution
- Exonération de la taxe foncière sur les propriétés bâties

Avantages complémentaires

Le dispositif CNAC intéresse de plus en plus de femmes.

Le tableau suivant nous informe sur la répartition de ce financement par secteur d'activité.

Tableau 23: Projet financés par La CNAC par secteur d'activité (cumul au 31/ 12/ 2014)

Secteur d'activité	Nombre de projets financés	Part de la femme	Impact emploi	Total financement (DA)
Agriculture	9 536	1 023	23 140	33 932 903 094,46
Artisanat	6 782	1 514	17 950	18 627 994 486,48
BTP	6 532	149	21 353	24 518 156 225,32
Hydraulique	270	13	942	1 850 350 165,82
Industrie	**8 067**	**1 762**	**23 481**	**32 801 221 909,08**
Maintenance	630	15	1 518	1 626 015 993,99
Pêche	270	2	923	1 717 299 100,41
Professions Lib.	560	244	1 210	1 744 300 713,60
Services	24 272	4 228	51 049	85 003 917 396,20
Transport de march.	45 357	690	69 070	116 623 971 068,24
Transport de voy.	12 089	149	18 314	28 433 089 954,89
Total	**114 365**	**9 789**	**228 950**	**346 879 220 108,49**

Nous constatons qu'à l'instar de l'ANSEJ, la part des femmes beneficiant de financement CNAC demeure faible.

Le tableau suivant nous en donne les proportions cumulées pour decmbre 2014 .

Tableau24: bilan **cumulé global au niveau national (au 31/ 12/ 2014)**

	Homme	*Femme*	*Total*
Nombre dossiers déposés	321 806 89%	38 197 11%	**360 003**
Attestations d'éligibilités et de financement délivrées	212 100 91%	20 338 9%	**232 438**
Nombre d'accords bancaires	120 069 92%	10 415 8%	**130 484**
Nombre de rejets bancaires	7 825 94%	527 6%	**8 352**
Nombre projets financés	104 576 91%	9 789 9%	**114 365**
Impact Emploi	204 768 89%	24 182 11%	**228 950**

Sur lensemble des demandes effectués par les femmes, seules 8% ont reçu une reponse positives sachant qu'à labase, le nombre de dossiers deposés par les femmes representent 11% de l'ensemble des demandes effectués tout genre confondu au pres de la CNAC.

En 2017 nous constatons un accoissement du nombre de financement accordé aux progés initiés par des femmes entrepreneures il represente 17.3% du financement global.

Tableau 25: financement CNAC (cumul au 30/ 06/ 2017)

	1er semestre 2017			Cumul au 30-06-2017			
Secteurs d'activités	Nombre de projets financés	Part de la femme	Impact emploi	Nombre de projets financés	Part de la femme	Impact emploi	Total financement (MDA)
AGRICULTURE	707	10,04%	1 698	3 250,18	18 220	11,84%	44 020
ARTISANAT	339	25,07%	871	1 273,26	12 225	22,20%	32 093
BTP	84	4,76%	234	410,37	8 164	2,35%	26 226
HYDRAULIQUE	4	0%	8	29,83	325	4,62%	1 116
INDUSTRIE	196	23,47%	555	1 109,01	10 936	21,70%	31 872
MAINTENANCE	12	8,33%	35	67,93	807	2,35%	1 945
PECHE	15	0%	45	82,00	419	0,48%	1 507
PROF LIBERALE	53	60,38%	111	287,67	884	44,68%	1 924
SERVICES	268	19,78%	659	1 162,28	30 379	17,07%	64 089
TRANSPORT MARCHANDISE	2	0%	2	12,09	45 846	1,52%	69 664
TRANSPORT VOYAGEURS	1	0%	3	6,92	12 192	1,23%	18 486
TOTAL	1 681	17,37%	4 221	7 691,55	140 397	9,90%	292 942

Source : CNAC

Le tableau précèdent nous permet de relever que 21.84% du financement concerne des projets industriels. Les femmes bénéficiant de montant plus intéressant que ceux distribués par l'ANSEJ, s'orientent d'avantage vers cet organisme pour créer leur entreprise.

Ce dispositif permet à de nombreuses femmes qui travaillaient dans le secteur informel de moderniser leur entreprise et de l'enregistrer officiellement.

Les secteurs dominants demeurent l'artisanat, les services, et la petite industrie. Leur impacte au niveau de l'emploi crée par le biais de cet organisme avoisine les 10%.

- **Le dispositif « ANGEM »**

Il existe un programme gouvernemental d'encouragement à la création de micro entreprise. Il concerne les personnes âgées de 19 à 35 ans. Toutefois, une dérogation d'âge à 40 ans est accordée au gérant lorsque l'entreprise génère au moins trois emplois permanents (y compris les jeunes promoteurs associés dans l'entreprise). Dans ce dernier cas, on bénéficie d'un soutien spécial.

Le montant maximum de l'investissement est de 1.000.000 DA. Le seuil minimum des fonds propres dépend du montant de l'investissement. Il est fixé comme suit

- 1% au titre de la création d'activité par l'acquisition de petit matériel et matières premières de démarrage. Ce seuil peut être ramené à 3% dans des conditions prévues par la réglementation.
- 0%au titre de l'achat de matières premières.

L'ANGEM cible les femmes les plus démunies (souvent analphabètes et sans formations, veuves, divorcées...). Elles représentent 38% de la clientèle bénéficiant des services de microcrédit en 2006. Il s'agit de couturières, coiffeuses, potières, bijoutières, de femmes dans la confection, la fabrication de pains et gâteaux traditionnels, de pâtes, de couscous, rechta etc.

En 2014 cette proportion a presque doublé puisque 61.92% des micro-crédits sont accordés aux femmes comme l'indique le tableau suivant.

Tableau 26: crédits octroyés par genre (cumul au 31/12/2014)

Genre	Nombre	Part(%)
Femme	420 971	61,92%
Homme	258 881	38,08%
Total	679 852	100,00%

Pres des deux tiers du financement est accordé aux femmes. Ce pourcentage traduit l'objectif et la volonté de cet organisme d'encourager les femmes à créer une activité qui leur permet d'echaper à la precarité et explique la part importante du financement destiné a l'achat de matière première pisque ces femmes travaillent pour la plupart « avec leurs mains ». En effet, comme mentioné plus haut, ces femmes commercialisent des biens qui etaient auparavent, essentiellement produits dans la sphère domestique vetements, poteries, bijoux, fabrication de pains et gâteaux traditionnels, de pâtes, de couscous, rechta etc., ne nécessitant pas d'équipements sophistiqués.

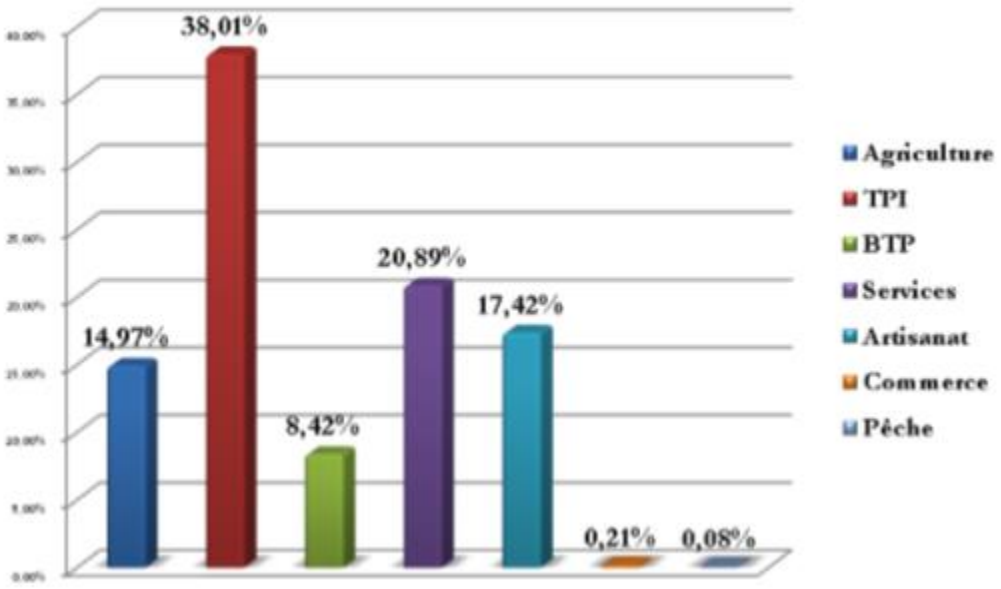
TABLEAU 27: crédits octroyés par l'ANGEM (cumul au 31/ 12 /2014)

Type de financement	*Nombre*	*Emplois créés*
Financement Achat de Matières Premières	622 721	934 081
Financement triangulaire « ANGEM-Banque-promoteur »	57 131	85 697
Total	**679 852**	**1 019 778**

SOURCE ANGEM

Par secteur d'activité, les très petites entreprises, les services, l'artisanat et l'agriculture sont les secteurs ayant bénéficié de la majorité des prêts octroyés avec 91.29% du total. Le graphe suivant nous en donne une illustration.

Graphe 11: crédits accordés par l'ANGEM par secteurs d'activité (Cumul au 31/ 12/ 2014)



Source bulletin- PME- N°26- 2014

En 2017, la part la plus importante du financement reste destinée à l'achat de matières premières, soit 90.21%.

Par secteur d'activité, le tableau suivant indique que les très petites industries, les services, l'artisanat et l'agriculture sont les secteurs ayant bénéficié de la majorité des prêts octroyés avec 91,10% du total.

Tableau 28: crédits ANGEM octroyés par secteurs d'activités

Secteurs d'activité	Nombre de prets octroyés	Nombre de femmes beneficiaires	Part (%) de femmes
Agriculture	111 758	31 229	27,94%
Très petites industries (TPI)	305 265	272 963	89,42%
Bâtiments et Travaux Publics (BTP)	67 321	5 231	7,77%
Services	164 716	59 725	36,26%
Artisanat	137 538	123 332	89,67%
Commerce	3 039	385	12,67%
Pêche	784	54	6,89%
TOTAL	790 421	49 2919	62.36%

Source: Statistiques fournis par l'ANGEM (Mars 2017)

En conclusion, et aux vue des différentes données, nous constatons une stagnation du nombre des femmes entrepreneures durant la dernière décennie. Le taux d'entrepreneuriat féminin quant à lui traduit une tendance à la baisse pour les cinq dernières années.

Après une légère progression constatée au début des années 2000, il se stabiliser autour de 13%. En 2017 ce taux baisse et se situe actuellement autour 10%.

La part des femmes bénéficières de financement par les différents dispositifs d'appuis à la création d'entreprises ANSEJ et CNAC ainsi que leur répartition par secteurs d'activité indique que la moitié des indépendantes sont des artisanes. L'autre moitié est constituée de micros-entreprises dans les services et le commerce ou des femmes exerçant dans l'agriculture.

Seulement 0.3% des femmes sont gérantes de sociétés (ayant le statut de personnes morales).

Quant à l'âge, les statistiques de l'ANGEM montrent que presque 70% des femmes bénéficiaires de l'ANGEM ont 40 ans ou moins lors de l'octroi du crédit ce sont les plus jeunes qui optent pour le dispositif ANGEM.

Ces femmes activent essentiellement dans les grands centres urbains du nord du pays Alger, Oran, Constantine, Tlemcen.

Conclusion

Apres avoir étudié le contexte macroéconomique dans lequel évoluent les femmes entrepreneures en Algérie et démontré sa faible participation à l'activité économique et plus

spécifiquement la faible évolution de la création d'entreprise par les femmes, nous allons dans le chapitre suivant étudier de plus près ce phénomène.

Une double enquête qualitative et quantitative nous permettra de recueillir des données qui nous permettront de mieux cerner cette catégorie d'entrepreneures.

Chapitre II : Une exploration empirique de l'entrepreneuriat féminin en Algérie, méthodologie de la recherche et présentation des résultats

La femme algérienne est de plus en plus présente dans la sphère économique sociale et politique. Son niveau de formation lui permet d'accéder à des postes de décisions qui semblaient inaccessibles ou improbable il y a une cinquantaine d'années. Il est toutefois est important de préciser que de tout temps la femme algérienne a participé au soutien économique de sa famille que ce soit de façon formelle ou informelle, que la production soit domestique (tapis, poterie, vêtements etc.) ou agricole.

Aujourd'hui elles sont de plus en plus présentes sur le marché de l'emploi, et de nombreuses femmes sont dirigeantes d'entreprise et gèrent seules ou en association et en assumant les risques, des unités de différentes tailles, allant de la très petite à la moyenne entreprises. Elles représentent un réservoir de croissance important, ce qui explique l'intérêt grandissant que leur accordent les pouvoirs publics. Au-delà de l'enjeu économique, dans le monde, l'attention accordée aux femmes actives est de nos jours largement reconnue comme une préoccupation sociétale. Le souci de son développement et de son accompagnement est l'objet de réflexion tant de la part des gouvernements que des universitaires.

Que ces femmes travaillent par nécessité ou non, leur mode de vie induira des changements dans leur quotidien, au sein de leur famille et avec leur entourage. Elles devront désormais concilier leur vie familiale avec leur professionnelle. C'est un véritable chalenge sachant le poids des responsabilités domestiques et familiales de la femme en général. Nous verrons que Chaque femme évoluera différemment selon sa formation, son contexte familial et social.

L'ensemble des statistiques disponibles traitant des femmes entrepreneures qu'elles soient publiées par l'ONS, le centre national du registre de commerce, le ministère de l'industrie, ou les différents organismes d'aide au financement des porteurs de projets que nous avons présenté précédemment, sont d'une grande richesse , mais ne nous permettent pas d'en savoir d'avantage sur les caractéristiques de ces femmes et de comprendre les raisons de leurs choix pour l'entrepreneuriat ou de situer leur contexte familial et social. Il en est de même pour leur entreprise : qu'elles sont leur spécificités, les gèrent telles seules ou avec une autre personne que ce soit un membre de la famille ou un associé etc.

Depuis cette dernière décennie les recherches universitaires en Algérie, que ce soient des publications, des mémoires de magistère ou des thèses de doctorat, accordent un internet de plus en plus croissant au rôle de la femme dans la société et notamment la participation de celle-ci dans l'activité économique, qu'elle soit salariée ou employeur. Ces recherches, riches en enseignement, nous ont permis de mieux appréhender la femme entrepreneure. Toutefois, ayant majoritairement mobilisé des méthodes quantitatives de collecte de données elles ne permettent pas d'aborder en profondeurs le processus entrepreneurial de ces femmes. Les réponses à un questionnaire transmis par voie électronique par exemple, consistent généralement à cocher le « oui » ou le « non » ou à effectuer un choix parmi plusieurs propositions. Ce type d'enquête ne permet donc pas à ces femmes d'exprimer leur ressenti, leurs attentes et leurs perception face aux difficultés inhérentes de cette profession.

Actuellement, la plupart des chercheurs conseillent d'emprunter une démarche qualitative lorsque le thème de recherche se situe dans une approche de type « compréhensif ». Comprendre « comment » les femmes entreprennent ; bien que cette compréhension ne soit pas aisée sachant la diversité des femmes entrepreneures.

Le travail que nous effectuons correspond à cette situation, puisque l'objet de notre recherche porte sur l'étude du processus entrepreneurial des femmes en Algérie ou seule l'interprétation des récits et enquêtes recueillis auprès des femmes entrepreneures sélectionnées nous permet une analyse plus ou moins approfondie de cette catégorie d'entrepreneurs.

1. Positionnement épistémologique et méthodologie de la recherche empirique

Le choix d'une posture épistémologique est souvent présenté comme un acte fondateur de la recherche. Ce positionnement permet de justifier les stratégies et techniques de collectes et d'analyse des données.

Notre recherche s'intéresse au processus entrepreneurial de femmes en Algérie, et a la compréhension des principaux déterminants encourageant ou inhibant cet acte. Nous cherchons à saisir les perceptions qu'elles en ont ainsi que ceux de leur écosystème. Leurs perceptions évoluent et se construisent tout au long de leurs expériences et de leur parcours. Notre recherche s'inscrit donc dans une perspective à finalité exploratoire ; une approche descriptive et compréhensive du phénomène étudié.

Notre posture épistémologique constructiviste est justifiée d'une part, par le fait que dans le cadre de cette recherche, nous sommes en interaction constantes et approfondies avec les différentes femmes entrepreneures de notre sélection. D'autre part, il nous est impossible de les étudier hors de leur contexte. L'approche qualitative est donc en phase avec les hypothèses fondatrices du paradigme constructiviste notamment celle qui repose sur le fait que l'on ne peut séparer l'observateur de l'observation (Le Moigne, 1990).

Mucchieli (2005, p.31) précise à cet effet que « L'ancrage dans une épistémologie constructivistes exige quasiment des enquêtes de terrain, une descente du chercheur auprès des phénomènes concrets qu'il veut mettre en connaissance ».

L'enquête est un mode de collecte de données largement rependue en sciences de gestion. Ceci s'explique par le fait qu'elle peut être utilisée pour recueillir des informations sur une grande diversité de thèmes. Elle peut emprunter deux démarches distinctes l'une qualitative et l'autre quantitative et qui ne s'excluent pas nécessairement. Leur complémentarité peut s'avérer nécessaires pour mieux saisir le phénomène étudié.

Pour notre part nous optons pour la triangulation des deux méthodes du fait de leur complémentarité. La démarche qualitative, sur laquelle repose essentiellement notre travail, nous permet d'étudier et d'explorer l'objet étudié. Celle quantitative permettra de s'adresser, par voie électronique, de collecter l'information auprès d'un plus grand nombre d'acteurs.

Notons toutefois que l'information que nous utilisons ne se limite pas à celle collectée par le biais de ces enquêtes. L'analyse de documents ainsi que la participation à des forums essentiellement dédiés à l'entrepreneuriat féminin nous a permis de rassembler un grand nombre de données liées à notre thème de recherche. L'ensemble de nos observations issues du terrain ont étés consignées dans un journal ou enregistrées avec l'autorisation de nos interlocuteurs, naturellement. Cela nous permis de conserver nos remarques ou celle des personnes rencontrées, nos réflexions personnelles, nos impressions sur les journées dédiées à l'entrepreneuriat féminin voir même la description d'un lieu, et de nous les remémorer lors de notre analyse.

1.1 Méthodologie de la recherche qualitative

L'approche qualitative est de plus en plus adoptée pour explorer des phénomènes complexes, tel que les motivations individuelles, l'apprentissage organisationnel ou les processus de décisions. Comme mentionné ultérieurement, la femme entrepreneure suscitent un intérêt

de plus en plus croissant an sein de la communauté des chercheurs dans la majorité des pays. L'état de l'art fait apparaitre que la majorité des travaux portant sur l'entrepreneuriat féminin, notamment depuis cette dernière décennie, mobilisent majoritairement une approche qualitative.

Il existe de nombreuses techniques de collecte qualitatives. En effet le chercheur lors de son enquête peut dévoiler ou masquer les objectifs de la recherche à son interlocuteur. Il peut également opter pour un questionnement collectif qui consiste à interroger simultanément un groupe de personne ou préférer s'adresser individuellement à chaque personne.

Pour notre part nous avons opté pour l'entretiens individuel semi directif, (appelé également grille ou canevas) car selon nous, il convient mieux à notre objet de recherche qui consiste à comprendre en profondeur les réalités des femmes entrepreneures. (Gavard-Perret, Gotteland, Haon, Guizon)[199] précisent que ce type d'entretien est bien adapté pour l'exploration de processus individuels complexe (compréhension, évaluation, décision, appropriation, immersion, imaginez mentale, etc.).

Notre choix et également lié au fait que ce procédé permet d'éviter des biais liés à l'anonymat des questionnaires. Il nous permet un « face à face » avec nos interlocutrices et permet d'expliciter clairement notre objectif. La conversation est d'emblée orienté vers le thème que nous avions préalablement défini mais n'impose aucun ordre dans le cheminement du questionnement. Les réponses obtenues nous amèneront à conserver l'ordre établi ou à le modifier pour ne pas rompre la logique et la concentration de la personne interrogée. Ce choix permet une exploration approfondie et permet au début de l'enquête de corriger le guide d'entretien si nécessaire. Cet échange direct avec la locutrice nous permet également de prendre conscience de certains points auxquels nous n'avions pas pensé ; nous avons ainsi sa propre vision du thème traité. Selon (Gavard-Perret et al, 2012) « Ces données se fondent sur des représentations stockées en mémoire du répondant : elles sont donc reconstruites lors de leur verbalisation. Elles nous renseignent d'abord sur la pensée de la personne qui parle et secondairement sur la réalité qui fait l'objet du discours ».

[199]Gavard-Perret, Gotteland, Haon, Guizon, p. 109. Ibid. p. 15.

Baumard et al,[200] définissent l'entretien comme « une technique destinée à collecter dans la perspective de leur analyse, des données discursives reflétant notamment l'univers mental conscient ou inconscients des individus. Il s'agit d'amener les sujets à vaincre ou à oublier les mécanismes de défense qu'ils mettent en place vis-à-vis du regard extérieur sur leur comportement ou leur pensée ».

Il est important de créer un climat de confiance avant d'entamer réellement l'entretien car la façon dont nous le menons aura un impact réel sur la qualité des réponses obtenues. Lorsque la personne interrogée est en confiance et rassurée par l'anonymat que nous garantissons, ainsi que par la nature des questions que nous présentons brièvement pour lui faire comprendre qu'il n'y a pas de question gênantes, elle sera plus enclin à répondre franchement aux questions posées. Il est important de laisser une marge de liberté aux femmes que nous interrogeons que ce soit par rapport à la durée de l'entretien, le lieu de l'entretien et le niveau de concentration imposé.

L'entretien semi directif « repose sur un mélange des directivité/formalisme (imposé par le guide entretiens) et de souplesse pour s'adapter aux propos du répondant et lui laisser suffisamment de liberté afin qu'il fournisse des informations riches et complètes. Le libellé le fil conducteur pour s'assurer que tous les thèmes ont été abordés).

1.1.1 Population interviewée

Pour effectuer notre enquête qualitative nous avons sélectionné 15 femmes entrepreneures d'univers bien différents. La revue de la littérature nous a permis de constater que le nombre de 10 cas traités est la norme pour ce type d'enquêtes. Lorsque la recherche est financée par une institution universitaire ou un autre organisme, ce nombre peut être supérieur.

Ce choix nous permet de présenter l'hétérogénéité des femmes entrepreneures. Nous regroupons ainsi des entreprises crées à différentes périodes, dans différents lieux et différents secteurs d'activités ; ce qui nous permet de comparer celles nouvellement crées à celles ayant plus d'une décennie d'existence. D'autres sont des reprises d'entreprises reçues en héritage. Précisons toutefois que la constitution d'un échantillon n'est pas aisée puisqu'un grand nombre de femmes contactées ont refusé de participer à notre enquête.

[200] Baumard, Donald, Ebert & Xuereb, (2014). p 274. La collecte des données et la gestion de leurs sources. Dans Thietard, R.A., Méthode de recherche et management (p 206-296). Paris : Dunod.

Celles retenues sont toutes des femmes de notre entourage directe ou recommandées par des amis ou de la famille en veillant à ce que ce choix soit des critères préalablement établis pour la conduites de notre recherche.

Afin de respecter l'anonymat des personnes interrogées nous avons nommés les entreprises sous forme : E1, E2, etc., en précisant leur secteur d'activité. Notre échantillon se compose comme suit :

E1 : agence de voyage (Oran)

E2 : cosmétiques (Alger)

E3 : gâteaux traditionnels (Tlemcen)

E4 : mobilier métalliques (Oran)

E5 : feuilles de briques (Oran)

E6 : conditionnement huile d'olive (Oran)

E7 : Réalisatrice (audiovisuelle) (Oran)

E8 : pharmacienne et apicultrice (Oran)

E9 : administrateur de biens (Oran)

E10 : architecte (Oran)

E11 : ingénieure en génie civil, gestion de projet en BTP (Oran).

E12 restauratrice (Oran).

E13 : école cycle primaire et secondaire (Oran).

E14 : école de gestion (Oran et Alger).

E15 : communication-évènementiel-publicité. (Alger).

1.1.2 Rédaction du guide d'entretien

La rédaction d'un guide d'entretien est fondamentale pour mener convenablement les interviews. Notre démarche consiste à observer librement et sans préjugés. Elle se présente sous la forme d'entretiens individuels en face-à-face avec les personnes sélectionnées pour la collecte des données. Pour ce faire, nous avons rédigé au préalable un guide d'entretien sur la base de la problématique et de la synthèse de la littérature portant sur l'objet étudié. Une liste des éléments à rechercher sont présentés sous forme de questions ouvertes (Ce n'est pas un questionnaire semblable à celui utilisé dans le cadre d'enquêtes quantitatives).

Ce guide comporte quatre parties selon les recommandations de Gavar-Perret et al. (2012) :

- **Une introduction** : qui consiste à amener l'interlocutrice à nous faire part de sa propre description du sujet observé. Elle permet dans un premier temps de comprendre comment ils le perçoivent. A ce niveau nous demandons l'entrepreneure de se présenter et de présenter son entreprise.

  Les premières questions posées sont : *quel a été votre parcours ; qu'est-ce qui a déterminé votre choix à devenir entrepreneure (formation, diplômes) ; plus jeune, pensiez-vous qu'un jour vous deviendrez entrepreneure ?*

- **Le centrage ou description de l'évènement** : dans cette seconde étape nous laissons l'entrepreneure parler de son expérience librement. A l'aide des questions ouvertes, ce guide semi directif permet d'orienter les réponses afin d'obtenir des informations nécessaires à l'élaboration de notre travail.

  A ce niveau nous questionnons l'entrepreneure sur son cadre familiale (appartenance ou non à un milieu entrepreneurial) ; la ou les motivations réelles à se lancer en affaire.

- **L'approfondissement** : cet aspect de l'enquête qualitative est fondamental. A ce niveau de l'enquête, l'entrepreneure nous parle plus facilement de ses atouts et de ses contraintes ; de ses sentiments et de ses motivations. En effet, le contacte directe crée des liens et instaure une situation de confiance. De plus, il permet de saisir l'expression du visage, le ton de la voix ou/ et même les silences produisent du sens "aux non-dits.

  Nous luis demandons de nous décrire le processus de création de son entreprise et de nous préciser les freins ou levier rencontrés lors de la réalisation de son projet, la difficulté ou non à concilier vie familiale et vie professionnelle. Nous lui demandons également le mode de financement de son activité etc.

- **La conclusion** permet de faire le point avec la personne interrogée. Cette dernière nous fait part de ses recommandations, et de ce qu'elle pense de l'avenir de cette carrière, et du sujet traité.

En conclusion nous lui demandons conseil : comment apprendre à devenir entrepreneure, comment améliorer les conditions de réussites d'un projet dans le contexte actuel ainsi que

sur les qualités à avoir pour être entrepreneure. Nous lui demandons son avis sur le contexte actuel et sur les différentes mesures sensées encourager l'entrepreneuriat. L'ensemble des questions du guide d'entretien sont proposés en annexe.
Tout au long de l'enquête il est important de conserver un même canevas afin de faciliter les comparaisons entre ces femmes. La population ainsi questionnée, bien que restreinte a l'avantage de nous fournir une information très étoffée.

Afin de tester la cohérence de ce texte et la réaction de ces femmes faces à la nature des questions et au déroulement de l'entretien, nous avons effectué nos deux premiers entretiens avec un membre de notre famille et une amie. Cela nous a permis de rédiger une version définitive des questions et de prendre consciences de certains paramètres lies à l'entretien lui-même, telle que la définition d'un intervalle de temps raisonnable pour ne pas lasser la personne interrogée et à apprendre à réorienter discrètement l'entretien quand l'interlocutrice dévie de la question posée. Il faut aussi apprendre à relâcher la concentration lorsque c'est nécessaire.

Chaque entretien est enregistré et immédiatement transcrit. Ce procédé nous permet de conserver l'intégralité de l'information recueillis et l'ajout de commentaires que nous annotons immédiatement. Lorsque de nouvelles questions apparaissent un nouvel entretien est nécessaire. Au cours de la conversation, en fonction des réponses obtenues nous sommes parfois amenées à modifier l'ordre des questions, mais il est important de veiller à ne pas rompre la logique et la concentration de la personne interrogée.

La rédaction de ce guide est directement liée aux thèmes que nous avons sélectionnés. Les différentes questions de recherches que nous nous sommes fixées doivent êtres en cohérence avec la méthode de collecte de données observée ainsi qu'avec le choix du codage thématique que nous effectuerons avec le logiciel utilisé (NVIVO 10) pour le traitement thématique des données recueillis.

1.1.3 Utilisation du logiciel NVIVO

L'une des principales difficultés lorsque l'on entreprend une recherche qualitative est l'utilisation de l'information recueillie. Ces données peuvent êtres sous forme de texte écrit audio ou vidéo. Chacun de nos entretiens une fois transcrit constitue le matériau sur lequel

repose notre analyse. A partir de ces transcriptions et du guide d'entretien rédigé pour organiser nos enquêtes, nous nous définissons nos principaux axes de réflexion. Ils constitueront les différents thèmes autour desquels portera notre réflexion.

Le classement par thème de l'ensemble des données est une étape incontournable pour traiter l'information, l'interpréter et l'expliquer. Cela peut se faire de façon manuelle en saisissant sur papier, pour chaque texte, les données correspondantes à chaque thème que nous nous volons développer. Cette méthode n'est pas évidente, car sachons qu'une même phrase ou un même paragraphe peut correspondre à différents thèmes, ce qui rend difficile le traitement de l'information.

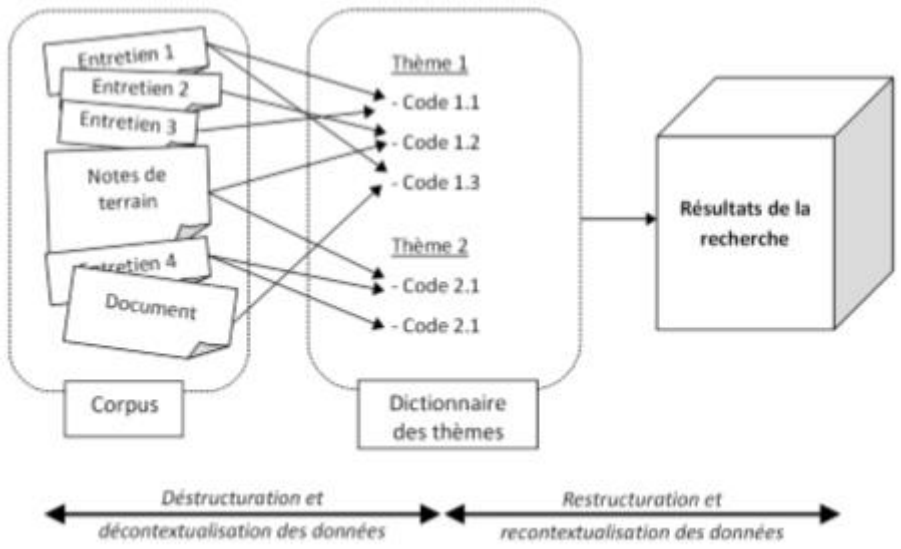
Le logiciel NVivo 10, un logiciel de traitement de données qualitatives, vient palier à cette difficultés puisqu'il nous fournit un moyen de gérer cette étape de manière à pouvoir accéder à chaque moment aux donnés sélectionnées et de les modifier si nécessaire. Il fait partie des logiciels ADQAO [201](Analyse de Données Qualitatives assistée par Ordinateur) qui se démarquent de ceux dédiés au comptage de mots. Chaque texte, écrit, audio, ou vidéos exportés de nos fichiers vers ce logiciel et constituera la source dans laquelle seront répertoriés tous les documents nécessaires à notre analyse.

«Le principe du logiciel NVivo relève d'une démarche de décontextualisassions-recontextualisation du corpus. La décontextualisation consiste à sortir de son texte un extrait de textes afin de le rendre systématiquement indépendant et ainsi de créer des catégories ou des thèmes regroupant tous les extraits inhérents à un sujet particulier. La recontextualisation est réalisée en combinant les codes où les catégories préalablement décontextualisés et pour en faire un tout intelligible est significatif. [(Deschenaux, 2007) cité par T Lebegue 2011 p.221»].

Le schéma suivant en est l'illustration :

[201]CAQDAS : Computer-Aided Qualitative Data Analyse Software.

Graphe 12 **: la destruction et la reconstruction du corpus**



Source : Mouricou (2009), ADAPTE par Deschenaux (2007), cité par Lebegue (2011, p 221)

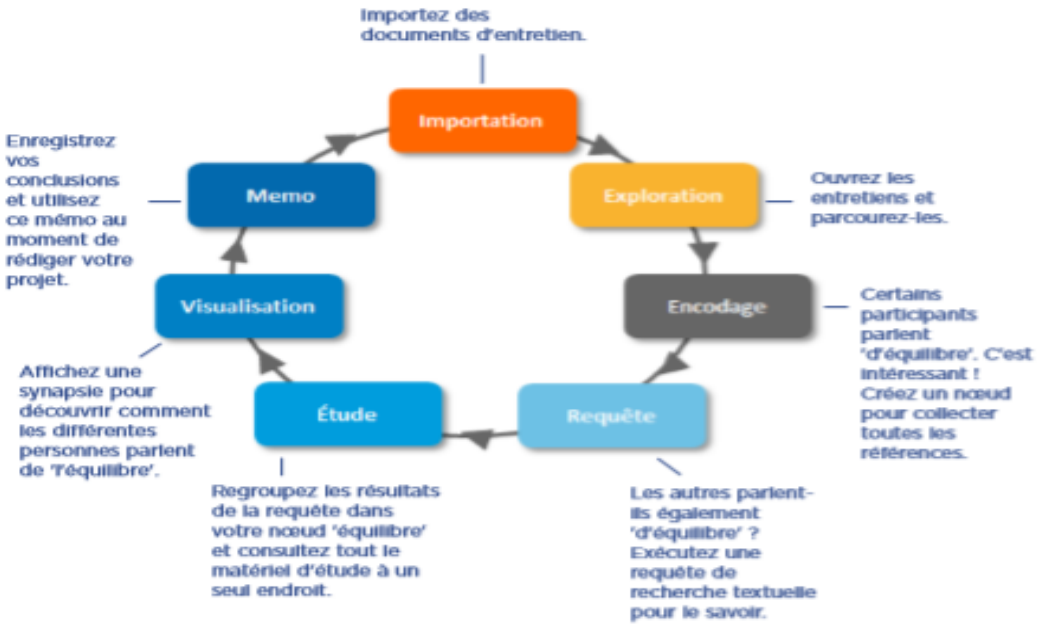
L'encodage est donc le processus de regroupement du matériel d'étude par sujet, thème ou cas. Par exemple, cela peut consister à sélectionner un paragraphe sur "l'attitude face au risque" et l'encoder au nœud portant ce nom. Selon Mouricou, « le code renvoi à un nœud qui n'est pas simplement un nom apposé sur un ou plusieurs passages de textes (…) il permet la jonction entre des passages de textes tirés des données » (Mouricou, 2009 : 221).

Les nœuds sont les contenants de notre encodage. Ils nous permettent de centraliser des ressources connexes en un seul lieu, de sorte que nous puissions rechercher des idées et des orientations émergentes. Un nœud peut donc comporter plusieurs sources différentes.

Chaque fois que cela est nécessaire des mémos sont rattachés à un nœud ils serviront lorsque l'étape d'encodage est achevée à l'interprétation et à l'analyse.

Le schéma suivant nous résume le cheminement proposé par NVivo pour le traitement de l'information.

Graphe 13 : Cheminement de l'étude d'un thème à l'aide de NVivo10



Il n'existe aucun processus imposé ou recommandé quant à la façon d'envisager un projet qualitatif ; retenons seulement que la recherche qualitative est un processus itératif, répétitif.

Ce travail est un contant allé retour entre la source les nœuds et les mémos jusqu'au ce que la rédaction du travail soit finalisée. Ces nœuds pourront être classés par ordre d'importance ou par catégorie pour affiner notre interprétation.

Gardons à l'esprit que ce logiciel n'est qu'un outil de traitement de données et que notre analyse dépendra de la façon dont nous réalisons nos entretiens et de la valeur des axes de réflexion que nous adoptons et des données que nous choisissons d'encoder.

1.2 L'enquête quantitative

Si la recherche qualitative tend à privilégier les questions de type "comment ?" et "pourquoi ?", la démarche quantitative s'orientera d'avantage vers un questionnent de type «combien ?" et "à quelle fréquence ?». Ce type d'enquête permet de façon aisée de recueillir des informations liées à des attributs démographiques. Lorsque les questions portent sur des données plus difficilement observables, une échelle de mesure du phénomène étudié est proposée. Ce type d'enquête permet d'interroger simultanément un grand nombre d'acteurs.

1.2.1. Rédaction du questionnaire

L'enquête est mise en œuvre grâce à un questionnaire, qui sert d'instrument de recueil des données. Il peut être effectuée de distinctes manières et utiliser différents outils (directe, électronique, téléphone etc.) auprès d'un échantillon, se rapprochant au mieux, de la population étudiée.

Comme dans la majorité des questionnaires certaines questions sont ouvertes (pour lesquelles nous ne proposons pas de modalité de réponse) et d'autres fermées dont les modalités de réponses sont précodées. Elles consistent à répondre par un chiffre (Age, effectif, nombre d'enfants, etc.) ou à cocher une échelle de valeurs qu'elle soit ordinal ou d'intervalle (Elles représentent l'essentiel de notre questionnaire.

Malgré les précautions dans la rédaction de notre questionnaire, des bais liés à son anonymat et à la formulation de la question ne peuvent être évités. Il est donc nécessaire de l'organiser de façons à les minimiser.

Nous débutons notre questionnaire par une introduction. Cela permet de préciser le thème et le but de notre recherche puis comportera deux parties. Dans la première nous nous intéressons aux caractéristiques de ces femmes (âge, situation familiale, formation, appartenance ou non à un mile d'entrepreneur, leur motivation, leur perception sur le fait le fait d'être femmes dans ce secteur d'activité etc.). Dns la seconde, les questions portent sur les caractéristiques des entreprises, (les sources de financement, le mode de gestion, la description des difficultés et contraintes inhérentes à cette activité etc. En conclusion, en les remerciant, nous leur demandons de décrire les qualités que doivent avoir les entrepreneures et de faire des propositions qui pourraient améliorer la réussite des entrepreneures.

1.2.2. Population investiguée

Notre échantillon est constitué d'entreprises des secteurs secondaires et tertiaires puisque, depuis 2008, conforment à la législation, sont regroupées sous l'appellation Petites et Moyennes Entreprises (PME) toutes les entreprises de production de biens et services.

Nous n'avons pas pu constituer un échantillon selon les méthodes conventionnelles, car seuls cinquante (50) chefs d'entreprises ont accepté de répondre au questionnaire qui leur a été proposé. Le choix des entreprises s'est donc basé sur leur accessibilité et la disponibilité des

dirigeants. En raison de ce choix, il est probable que la qualité des entrepreneurs et donc de leurs performances soit supérieur à la moyenne nationale.

Il est indispensable de connaître personnellement ces chefs d'entreprises, ou leur entourage direct, pour espérer obtenir les informations demandées ; cependant l'étude s'étend à des secteurs d'activités dans lesquels les femmes entrepreneures sont très présentes.

Nous les diviserons en deux groupes, celles proposant des services (40 entreprises) et celles qui réalisent la production de biens (10entreprises),

Pour les femmes œuvrant dans le secteur tertiaire, la reparti comme suit :

Tableau 29: domaine d'activités des entreprises du secteur tertiaire

activité	Nombre d'entreprises
Evènementiel- communication- publicité	3
médecine	5
pharmacie	2
Clinique médicale	2
Optique	1
Décoration d'intérieur	1
Formation : Ecole de gestion	1
avocate	1
Agence de voyage	2
Hôtellerie- restauration	2
Importation et distribution	2
Distribution	4
Agence immobilière	1
Cabinet de recrutement	1
BTP : ingénieures, architectes	3
Importation	2
Commerce	3
Maintenance et entretien piscines	1
Coiffure et esthétique	3
Total	**40**

Source : établi par l'auteure

Bien que l'échantillon ne soit pas important en nombre, il permet de faire ressortir les activités les plus investies par les femmes.

Les 10 femmes assurant la production de bien se situent dans les domaines suivants :

Tableau30 : Domaine d'activiste des entreprises de production

Domaine d'activité	Nombre d'entreprises
Consommable médical	2
Conditionnement produits cosmétiques	1
Production et exportation de miel" bio"	1
Production de fromage "bio"	1
Production de Feuilles de briques	1
Production de gâteaux traditionnels	1
Confection	2
Production de mobilier de cuisine	1

Source : établi par l'auteure

Le tableau que nous venons de présenter, illustre la variété des secteurs vers lesquels s'orientent désormais les femmes entrepreneures.

Nous développerons d'avantage cet aspect dans la section suivant en présentant le résultat des deux enquêtes effectuées par nos soins auprès de ces entrepreneures.

2. Présentation successive du résultat des deux enquêtes

L'intérêt croissant accordé à l'emploi féminin est directement lié à la reconnaissance de son impact sur le développement économique tant des pays développés que ceux en voie de développement.

En Algérie les statistiques rendent compte de la timide mais persistante participation des femmes entrepreneures à l'activité économique. Malgré la mise en place de dispositifs d'appui au développement des PME, ces chiffres ne montrent peu d'évolution significative. Qu'elles en sont les causes ? Existe-t-il des freins spécifiques à l'entrepreneuriat féminin ? S'agit-il de contraintes démographiques liées au nombre d'enfants ou à un manque de formation ou sont-elles liées à des causes plus contextuelles. Le fait d'être femmes est-il un frein à l'entrepreneuriat ? Ou les raisons sont toutes autres ?

La recherche empirique réalisée auprès des femmes entrepreneures nous a permis d'explorer le processus entrepreneurial des femmes en Algérie. L'interprétation et la comparaison des résultats des deux enquêtes nous éclaireront sur ses interrogations. Répondre à ces questions nous éclairera sur les principaux déterminants de l'entrepreneuriat féminin en Algérie.

Pour entreprendre notre recherche, nous avons suivi une même logique dans la rédaction du guide d'entretien et du questionnaire en tenant compte des trois dimensions du processuel entrepreneurial : l'entrepreneur, son organisation et son environnement. Approche qui met en exergue la dialogique "entreprise/ organisation" au sens de Verstraete (2001), et l'influence de l'environnement aussi bien proche qu'éloigné sur l'intention, la création et le développement d'une entreprise de quelque nature qu'elle soit.

Nous présenterons dans une première section les résultats de l'enquête qualitative, puis dans une seconde section ceux de l'enquête quantitative en justifiant leur complémentarité sachant que chacune des deux enquêtes a ses avantages et ses inconvénients.

3. Les femmes entrepreneures au cœur de la recherche qualitative : interprétation des résultats de l'enquête

La complexité et la diversité des femmes chef d'entreprise nous imposent une rigueur dans le choix des thèmes à explorer et dans la manière de conduire notre enquête. L'approche qualitative que nous avons mobilisée dans le cadre de cette recherche nous a permis une réelle immersion au sein de cette communauté d'entrepreneure. Etre une "femme" et traiter de ce thème avec "les femmes entrepreneures" est un véritable atout pour nous en tant que chercheur. Nous pouvons sans souci nous rendre sur leur lieu de leur travail, parfois même à leur domicile ou leur téléphoner sans que cela occasionne une gêne pour elles même ou pour leur famille. Cela nous a également permis de créer une complicité avec la plupart d'entre elles et de pouvoir soulever des points bien plus facilement que si l'enquêteur était un homme. Une femme chef d'entreprise, Mme E10, conditionnement de produit cosmétiques, a fait la remarque suivant : « *je ne pense pas que j'aurais pu m'exprimer aussi franchement sur moi-même et sur mon travail si vous n'aviez pas été une femme. Ce sujet est intéressant et nous concerne aussi bien en tant que femmes et en tant qu'entrepreneure. Est-ce qu'un homme, en tout cas dans notre société, peut se mettre à notre place et nous comprendre(…) je ne le pense pas !».*

Carrière et all (2006) dans un article intitulé « regard critique sur l'entrepreneuriat féminin : une synthèse des études des 25 dernières années » : insiste sur le fait que des « des recherches futur pourrait s'intéresser aux moyens à mettre en œuvre pour mieux aider les femmes à entreprendre plus tôt afin qu'elles rejoignent la courbe d'expérience des hommes. Bref, au

lieu de poursuivre des débats sur les différences entre les deux types d'entrepreneurs, il conviendrait davantage de réfléchir, notamment dans les recherches qualitative, sur les expériences des femmes entrepreneure, sur leur valeur et sur leur choix, de façon à mieux soutenir leur propre cheminement sans toutefois être coupé de l'entrepreneuriat en général, qu'il soit porté par les hommes des femmes les jeunes ou les plus âgés » (carrière et al. , 2006, p.49). Recueillir le témoignage de femmes entrepreneures nous situe donc au cœur de la connaissance de ce phénomène.

Devenir entrepreneure induit un changement dans la vie de ces femmes et de leur entourage. Un changement d'état qui fait d'une femme au foyer, salariée, ou travaillant de façon informelle, une chef d'entreprise avec le statut légal d'indépendante ou d'employeur. Elle devra réorganiser son temps entre sa vie de famille et sa vie professionnelle, sachant le poids des responsabilités familiales et domestiques pour la femme en général. Il est donc indispensable pour mieux les comprendre l'entrepreneuriat féminin de prendre en considération l'ensemble des facteurs qui peuvent l'encourager ou l'inhiber.

Bayad et Bourguiba (2006) soulignent qu'en tant que facteur exogène, la culture « valeurs, croyance, modèle d'un groupe ou d'un territoire » jouent un rôle clé dans l'émergence de l'intention entrepreneurial et dans le passage à l'acte entrepreneurial. En effet de nombreuses femmes pourraient opter pour ce choix de carrière mais ne le font pas, par soumission aux valeurs de la famille ou de l'environnement familiale, même si elles en ont les compétences,

L'enquête réalisée auprès de femmes entrepreneure en Algérie nous a permis de constater la grande diversité de cette population et de mieux saisir leurs perceptions de l'activité entrepreneuriale ou celles du contexte dans lequel elles exercent, leurs motivations, les freins et leviers qu'elles rencontrent, l'attitude de la famille et/ou du conjoint par rapport à cette profession etc. autant de questions que nous soulevons.

Rappelons que dans notre démarche nous nous referons au canevas de « 5Ms » de l'entrepreneuriat au féminin (Brush et al. 2009, p.13) présenté au chapitre trois. Tout en se référant aux trois dimensions que sont l'entrepreneur, son entreprise et l'environnent, ainsi que celles du processus entrepreneurial que sont : « **Money** » (mode de financement), « **Management** » (l'organisation) et « **Market** » (en référence au marché et aux opportunités qu'il permet de découvrir et de saisir), ce modèle est et l'un des rares à intégrer la caractéristique « genre ». « **Matherhood** » (maternité) dimension qu'il est impossible d'ignorer lorsque l'on considère la femme entrepreneure est au cœur de son modèle. En effet

avant d'être entrepreneure ces femmes sont filles, mères, épouses avec tout ce que cela induit comme freins ou leviers selon les personnes et bien évidement selon la société à laquelle elles appartiennent.

Graphe 14 : **Canevas des « 5Ms », (Brush et al, 2009)**



L'environnement macro et méso représentant le dernier « M ». En englobant les premiers, ils expriment de fait, à travers ce schéma, l'encastrement de ces femmes dans leur milieu familial, social ou institutionnel et permet de ce fait une approche holiste de l'entreprenariat. Rappelons brièvement que nous considérons comme entrepreneure toute femme propriétaire de son activité (quel que soit l'activité), la gère et en assume les risques.
Notre réflexion ce centrera autour de six thèmes essentiels. L'ensemble des questions que nous soulevons découleront de ces axes préalablement définis et que nous jugeons indispensable pour rechercher et analyser les principaux déterminants de l'entrepreneuriat féminin en Algérie, objet de notre recherche, et tenter d'en saisir les leviers et les contraintes à travers l'étude du processus qu'elles mettent en œuvre pour la réalisation de leur projet.

- Notre première interrogation porte sur les motivations qui ont mené ces femmes à se lancer en affaire et à rechercher ce qui a effectivement déterminé ce choix.

- La seconde porte sur leur perception de la faisabilité du projet. Nous nous interrogeons également sur le lien éventuel entre leur formation et l'activité actuelle.

- La troisième a trait à la manière dont elles ont mené leur projet, au mode de financement lors de la création (ou reprise) de leur entreprise. nous nous intéressons également aux appuis reçus et/ou aux contraintes rencontrées.

- la quatrième question porte sur les mesures de l'état en faveur de l'investissement privé et sur les différents dispositifs en faveur de la création d'entreprise ; nous leur demandons également si, selon elle, il existe un dispositif spécifique aux femmes entrepreneures. Cela nous permet de voir si elles sont informées sur la règlementation en la matière et sur l'impact de ce dispositif sur l'entrepreneuriat féminin.

- En cinquième question nous leur demandons si elles appartiennent à un réseau ou une association de femmes entrepreneures.

- Et en dernier lieu, nous nous intéressons au regard que les femmes portent sur elles même en tant qu'entrepreneure (l'image de soi) et au regard "des autres" envers la femme entrepreneure.

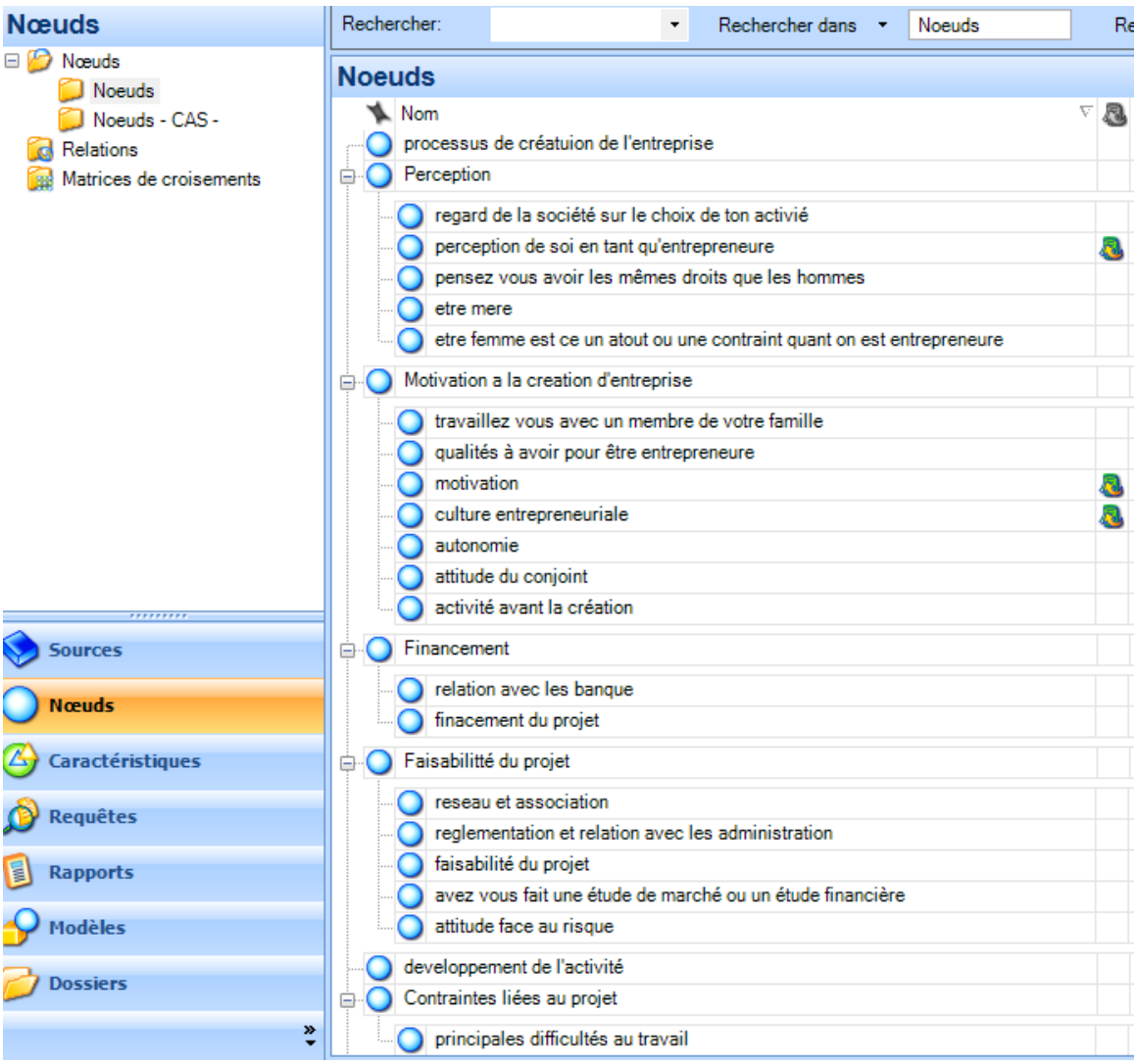
Si les trois premières questions nous renseignent sur processus de création de l'entreprise mené par ces femmes, les dernières nous permettent de mieux saisir leur ressenti en tant que « femme » et « entrepreneure » et sur l'impact du milieu familial et de la société en général sur ce choix de carrière.

Chacun de ces points est relié à des sous questions qui nous permettent de guider notre locutrice quand cela est nécessaire. Lorsque les réponses nous conviennent nous n'intervenons pas.

La durée moyenne de chaque entretien varie entre 3 et 4 heures. Précisons que sur les 15 femmes sélectionnées pour ces entretiens, huit sont des personnes de notre entourage direct que ce soit de la famille ou des amies. Ce choix est volontaire, car nous avons vécu avec ces huit femmes la création de leur entreprise. Cela est intéressant dans la mesure ou lorsque certaines choses ne sont pas dites, nous nous pouvions comprendre certains silences ou certaines hésitations. Nous avons rencontré les quatre autres lors de forums dédiées à l'entrepreneuriat féminin.

L'ensemble des entretiens effectués puis transcrits ont étés transférés comme sources dans le logiciel NVivo 10. Les grands axes et certaine sous questions nous ont permis de définir les nœuds ou thèmes de la recherche. Nous avons ainsi 24 nœuds classé selon les thèmes ou les principales questions que nous venons d'énumérer. Nous les présentons dans la figure suivante. L'ordre dans lequel ils sont enregistrés n'influence en rien notre analyse.

Graphe 15: Organisation des thèmes (nœuds) dans NVivo

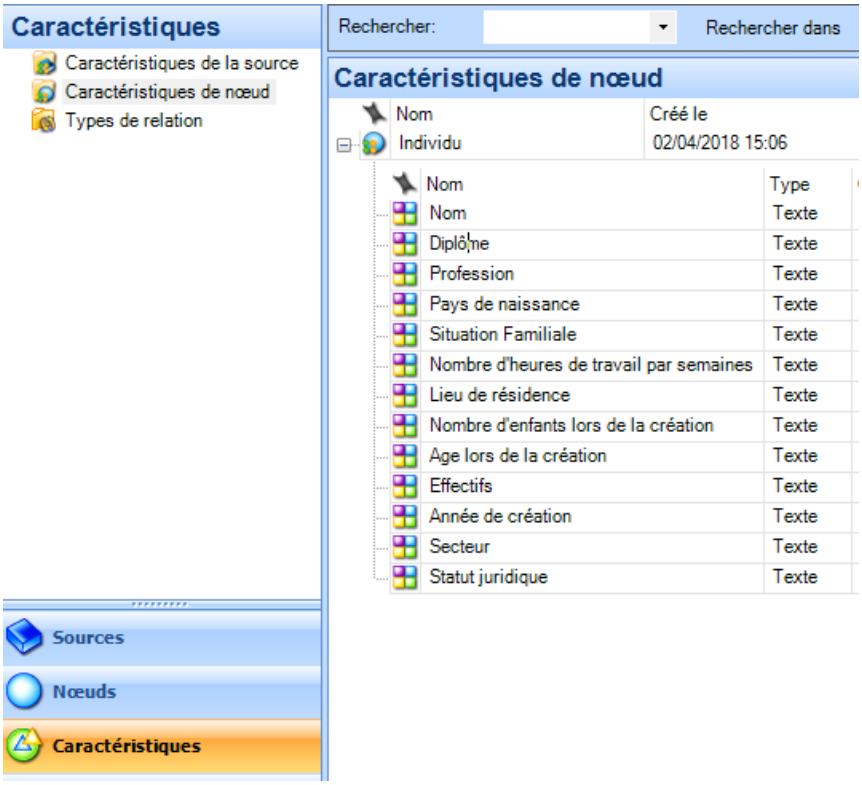


Source : établi par l'auteure à partir du logiciel NVivo10

Ces nœuds ont été classés et regroupés en nous référant aux six axes présentés précédemment. De chaque source (entretien transcrit) nous rechercherons les passages correspondant à chaque thème, nous les regroupons par nœud pour ensuite les interpréter. Chaque thème ainsi organisé nous fournit le matériau pour notre analyse et nos conclusions. Nous les présentons thème par thème dans cette section.

Les sources nous ont également permis de regrouper les attributs démographiques de chaque entrepreneure (âge, diplôme, situation familiale, nombre d'enfants, lieu de résidence) ainsi que certaines données liées à leur entreprise (statut juridique de l'entrepris, l'année de création, le secteur, d'activité, l'effectif).

Graphe 16 : Attributs démographiques



Source : établi par l'auteure à partir du logiciel NVivo10

L'ensemble de ces attributs sont regroupés en un seul tableau que nous réorganiserons par la suite pour faciliter leur utilisation et leur comparaison.

Tableau 31: Caractéristique des entrepreneures et de leurs entreprises

	C : Pays de na...	D : Situation F...	E : Nombre d'...	F : Lieu de rés...	G : Nombre d'...	H : Age lors d...	I : Effectifs	J : Année de c...	K : Secteur
1 : E1 agence voyage	Algérie	Mariée	48h	Oran	2	37ans	5	2002	tourime
2 : E10 cosmetique alger	Algérie	Mariée	48h	Alger	3	33ans	11	2002	conditionnement
3 : E11 Gestion de projet e...	Algérie	Mariée	50	Oran	3	32 ans	7	1995	Non assignée
4 : E12 Restauratrice	Algérie	celibataire	60h	Oran	0	50	7	Non assignée	services
5 : E13 Ecole privée primair...	Algérie	Mariée	48h	Oran	1	Non assignée	28	1997	services
6 : E14 ecole de gestion al...	Algérie	Mariée	48h	Alger	0	Non assignée	32	1992	services
7 : E15 Communication pu...	Algérie	Mariée	50	Alger	0	Non assignée	6	2009	services
8 : E2 architecte	Algérie	Mariée	48h	Oran	2	32 ans	10	1992	étude et réalisatio
9 : E3 gateaux traditionels	Algérie	veuve	50h	tlemcen	2	46 ans	30	2013	production artisan
10 : E4 mobilier metalique ...	Algérie	Mariée	48h	Oran	2	21 ans	4	2008-2018	industriel
11 : E5 Feuilles de brique	Algérie	Mariée	60h	Oran	3	46 ans	5	2017	production artisan
12 : E6 conditionnement de...	Algérie	Mariée	48h	Oran	2	33 ans	4	2017	conditionnement
13 : E7 realisatrice	Algérie	celibataire	Non assignée	Oran	0	24ans	0	2012	audio visuel
14 : E8 pharmacienne et ap...	Algérie	celibataire	48h	Oran	0	26 ans	1	1990-2010	pharmacie
15 : E9 Administateur de bi...	Algérie	Mariée	Non assignée	Oran	1	38ans	4	2015	services

Source : établie par l'auteur à partir du logiciel NVivo10

Au terme de ces étapes, nous pouvons commencer le traitement des données. Nous présentons donc dans cette section, thème par thème les résultats de notre recherche.

3.1 Présentation des entrepreneures et de leurs entreprises

Nous synthétisons dans le tableau suivant quelques attributs démographiques de l'entrepreneur et de son entreprise. Par souci de discrétion, nous nommons les entrepreneures que nous enquêtons E1, E2,…. E10.

Nous sélectionnons et présentons dans le tableau suivant les caractéristiques qui résument au mieux notre population interviewée et que nous divisons en deux groupes : celles produisant des biens (33.3%) et celle produisant des services (66.6%).

Tableau 32: **caractéristiques des femmes entrepreneures et de leurs entreprises**

Année de création	Activités	Activité avant la création de l'entreprise	Diplôme ou niveau d'étude	effectif
	Production de biens (33%)			
2015	**E3** : gâteaux traditionnels (Tlemcen)	Informel*	Terminale	25
2017	**E5** : production de feuilles de briques (Oran)	Informel*	Terminale	4
2017	**E6** : Conditionnement d'huile d'olive (Oran)	Entrepreneure	M2 gestion	1
1990-2010	**E8 :** pharmacienne et apicultrice (Miel et dérivés, crèmes cosmétiques, bougies) (Oran)	entrepreneure	Pharmacienne	10
2012	**E10** : conditionnement de produits cosmétiques (Alger)		Pharmacienne	
	Production de services (66.6%)			
2002	**E1** : agence de voyage (Oran)	Inactive	Ingénieure	5
1992	**E2** : architecte (Oran)	Salariée	Architecte	10
2018	**E4** : distribution mobilier de bureau (Oran)	Salariée**	Terminale	4
2012	**E7 :** Réalisatrice (audiovisuelle) (Oran)	En formation	TS informatique	0
2015	**E9 :** administratrice de biens (Oran)	Salariée	CMTC*	4
1995	**E11 :** gestion de projet en BTP (Oran)	Salariée	Ingénieure	30
2013	**E12** : restauratrice (Oran)	Salariée	ingénieure	7
1997	**E13** : école cycle primaire et secondaire	Salariée	BAC+ 7	28
1992	**E14** : école de gestion	Salariée	BAC+4	32
2009	**E15 :** communication-évènementiel-publicité	salariée	BAC+2	6

*Entrepreneure avec la même activité mais de façon informelle.

**salariée dans l'entreprise familiale, puis entrepreneure par héritage et en dernier lieu entrepreneure par création, en association avec un membre de la famille.

a) Caractéristiques des entrepreneures :

Les 15 entrepreneures que nous avons interviewées ont les caractéristiques suivantes :

- **Situation familiale**

  - 53.3% sont mariées et ont en moyenne 2 enfants.
  - 26.6% des femmes sont célibataires,
  - 20% sont veuves.

- **Formation des entrepreneures**

  - 78.5% des femmes sont diplômées de l'université, elles sont licenciées ou ingénieures, et une BAC+5. (9 entrepreneures)
  - 20 % ont un niveau terminal.
  - 13.3% des femmes sont diplômées de de la chambre de commerce et de la formation continue (UFC) en informatique et comptabilité, (2 entrepreneures),

- **Age des entrepreneures**

  - La moyenne d'âge des entrepreneures est de 49 ans. La moyenne d'âge à la création de leur entreprise est de 35ans.

- **Activité avant la création de leur entreprise :**

  - 50% étaient salariées,
  - 20% avaient une première activité entrepreneuriale,
  - 13.3% activaient de façon informelle à domicile (avec la même activité)
  - 6.6% inactive (mère au foyer),
  - 6.6% en formation.

- **Lieux de résidence**

La totalité des entrepreneures de notre échantillon résident en zone urbaine : 11 à Oran, 3 à Alger, 1 à Tlemcen.

- **Temps consacré aux tâches domestiques**

Les femmes consacrent en moyenne 4heures aux tâches domestiques par jours. Cette moyenne varie selon l'âge de l'entrepreneure, le niveau social, et la profession du conjoint. Le travail domestique fait référence au ménage, à la cuisine, aux courses, au temps consacré aux enfants, à leurs devoirs.

b) **<u>Caractéristiques des entreprises créées</u>**

- L'ensemble des entreprises ont étés créées à partir de 1990.
- Un seul cas d'entreprise reçue en héritage, les autres sont toutes de nouvelles créations.
- Deux entreprises sont créées en association entre membres d'une même famille,
- Les secteurs d'activités sont représentatifs des secteurs investis de nos jours par les femmes.

  - 66.6 % entreprises appartiennent au secteur tertiaire.
  - 33.3 %, produisent des biens de consommation.
  - L'ensemble des entreprises sont enregistrées ou agréées, une seule active de façon informelle.
  - 60 % sont de très petites entreprises (9 TPE) ;
  - elles emploient entre 4 et 9 salaries, une seule a 1 employée. la moyenne de l'emploi crée par les 10 autres entreprise est de 5 employés. Elles appartiennent donc, dans leur majorité, à la catégorie des employeurs.
  - 40% entreprises sont de petites entreprises (5 PME) et emploient entre 10 et 32 salariés.

Les secteurs d'activités investis par ces femmes ne sont pas uniquement des secteurs traditionnellement réservés aux femmes, puisque certaines activent dans le bâtiment, le tourisme, l'audiovisuel, l'apiculture, la publicité et l'évènementiel.

Chacune de ces femmes, à un moment de leur vie, ont décidé de changer de carrière et de s'organiser autrement au quotidien en optant pour l'entrepreneuriat. Comprendre cette décision nous informera d'avantage sur ces femmes, et sur l'entrepreneuriat "au féminin" en Algérie.

3.2 L'entrepreneuriat féminin : Entre volonté et nécessité

Entrer dans la vie active après une formation (universitaire ou autre) ou intégrer une entreprise familiale, lorsque cela se fait spontanément sans trop de difficulté, est une transition qui induit des changements dans la vie de la personne concernée mais qui ne la met pas dans une situation de conflit que ce soit avec elle-même ou avec les autres.

Par contre, être en âge de travailler et ne pas trouver d'emploi est malheureusement une dure réalité pour un nombre important de jeunes et de femmes dans notre pays. De nos jours le diplôme ne garantit plus l'emploi, et l'Etat, depuis le démantèlement des entreprises publiques est impuissant face à cette situation.

Un dispositif important sensé encourager la création d'entreprise est mis en place par les pouvoir publics, pour palier à cette difficulté, mais les statistiques révèlent leurs faibles impacts sur la création d'entreprise et notamment sur le développement de l'entrepreneuriat féminin objet de notre recherche.

Opter pour l'entrepreneuriat reste pour de nombreuses femmes la seule alternative face au chômage. Travailler à son compte permet à de nombreuses femmes de s'assumer et de retrouver une certaine autonomie financière. Certaines le font de façon formelle en créant légalement leur entreprise, d'autre travailleront dans l'ombre sans protection sociale et sans la perspective d'une retraite lorsqu'elles ne seront plus en mesure de travailler. Nous retiendrons la classification des facteurs *Pull* et *push* au sens de Shapero et Sokol (1982) pour cerner leurs motivations à se lancer en affaire.

Notre enquête auprès de ces femmes nous a permis de constater la diversité des entrepreneures, de leurs motivations et des situations entrepreneuriales. Nous tenterons dans cette section d'en présenter les principales caractéristiques.

3.2.1Motivation des femmes à se lancer en affaire.

Notre première interrogation porte naturellement sur l'ensemble des raisons qui ont amené ces femmes à devenir entrepreneures. Le sont-elles devenues par vocation, par obligation ou suite à une opportunité ou alors est ce pour une toute autre raison ?

- **E1, directrice d'une agence de voyage** qu'elle crée (en association) en 2002 à 37ans. Mariée, deux enfants. Ingénieure de formation, elle n'a jamais travaillé auparavant.

- « Cette agence est pour moi l'occasion de créer mon propre emploi, et de prendre mes propres décisions. Est bien entendu de gagner de l'argent. C'était aussi pour moi relever un défi.
Je n'ai jamais voulu être employée chez qui que ce soit. Ce travail ne permet d'être flexibles, et de gérer mon temps de travail et mon lieu travail. Au fond de moi j'ai toujours eu envie de créer mon entreprise, je pense qu'il me fallait juste trouver la bonne occasion, je suis passionnée…!
Je n'ai jamais voulu être employée chez qui que ce soit. Ce travail ne permet d'être flexibles, et de gérer mon temps de travail et mon lieu travail. Au fond de moi j'ai toujours eu envie de créer mon entreprise, je pense qu'il me fallait juste trouver la bonne occasion, je suis passionnée…! »
« Eh bien je suis une femme quiii, je sais pas, qui, qui, je suis euh, euh, qui évolue avec son temps, qui cherche sa place dans la société, qui veut évoluer, euh faire quelque chose de sa vie, donner un sens, euh mmm, et puis prouver quelque chose aux hommes, comme quoi je peux faire encore mieux, euh ,quoi encore, et puis je dis la vérité, aussi gagner des sous ; (elle baisse la voix quand elle dit cela). »
« *Gagner des sous, euh, être indépendante (Elle répond cette fois d'un ton ferme). Etre une femme indépendante* »

E1, refusait de travailler tant que ses deux garçons étaient en bas âge. C'est une femme indépendante, diplômée, mais qui a volontairement refusé de travailler tant que ses enfants étaient à l'école primaire. C'est une femme de caractère, indépendante mais dont la priorité est la famille. E1 a toujours eu comme objectif de créer une entreprise, elle attendait simplement le moment opportun pour le faire. Lors d'une conversation avec un cousin qui travaillait dans le secteur du tourisme, dans le secteur public, ce dernier lui proposa de créer en association une agence de voyage n'ayant pas les fonds nécessaires pour se lancer seul à son compte. E2 avait des économies et un local très bien situé au centre-ville. De là est née l'entreprise.

« *L'idée est venue lors d'un repas avec ma sœur et un cousin qui travaillent dans ce secteur mais avec l'Etat. Il était à la veille de sa retraite. Il a proposé à ma sœur qui possédait local au centre-ville de mettre à la disposition ce local et de créer une agence de voyage. On n'en avait jamais discuté avant, mais on a tout de suite adhéré à l'idée.* »

Le choix de l'entrepreneuriat par E1 est lié à sa personnalité. C'est une femme qui refuse de travailler en tant que salariée. L'entrepreneuriat lui permet d'être indépendante, d'être flexible et de pouvoir gérer librement son tempe de travail assurant ainsi un équilibre entre sa vie professionnelle et sa vie familiale. Cette profession lui permet de prendre librement ses décisions professionnelles. Elle est la seule à avouer franchement vouloir gagner de l'argent. L'entrepreneuriat est pour cette femme une véritable passion.

E2, architecte, entreprise créée en 1992, à 33ans.Mariée, 1enfant à la date de création de son entreprise.

« J'ai toujours voulu créer ma propre entreprise, et travailler à mon compte. Lorsque j'ai fait mes études on nous a appris être indépendants. Les stages m'ont appris à aimer mon métier et c'est à ce moment que j'ai décidé qu'après quelques années d'expériences j'ouvrirais ma propre agence ».
« Travailler à mon compte me permet de Concilier ma vie professionnelle et privée familiale. Et surtout créer des choses, j'adore mon métier, je suis passionnée ».

E2à une personnalité qui ressemble à celle d'E1. Elles ont les mêmes motivations. Ce sont toutes deux ingénieures, fortes de caractère et très passionnées par leur travail et l'entrepreneuriat. La seule différence est que E2 a immédiatement travaillé après ses études ; 4ans dans un bureau d'étude au terme desquelles elle à crées son entreprise. Gagner de l'argent n'est pas mentionné parmi les motivations d'E2. Par contre exprimer sa créativité, se sentir indépendante, acquérir une autonomie et pour assurer un équilibre entre les exigences de la famille et le travail sont les principales motivations à être son propre patron pour Mme E2.

- **E3, Gâteaux traditionnels, niveau terminal, 57ans, veuve 2 enfants. Entreprise créée officiellement en 2013 (artisane). E3** représente une situation totalement différente des deux premières. Instruite mais non diplômée. Veuve. Issue d'un milieu de commerçant, un mari qui était également commerçant. Très jeune, elle travaillait à son

compte en tant que couturière (comme sa mère). Apres le décès de son mari sa condition familiale et financière change totalement. Elle se retrouve dans l'obligation de travailler et d'assumer, seule, la responsabilité de deux enfants en bas âges.

« Apres le décès de mon mari je n'avais pas beaucoup d'argent et je ne voulais demander à personne. J'ai toujours travaillé. Ma belle-famille ne m'a pas beaucoup aidé. Finalement ils m'ont rendu un grand service quand ils ne m'ont pas pris en charge. Après avoir traversé cette période difficile, tout est devenu clair pour moi, je ne voulais dépendre de personne. J'ai toujours été volontaire ; je me suis battu seule ces dernières années et j'ai évolué.
« A mes débuts quand je faisais de la couture je ne me posais pas de question, mon mari était à mes côtés, je travaillais je gagnais de l'argent mais je n'avais pas les mêmes responsabilités. C'était un plus qui me permettais d'être plus à l'aise. Mais quand je me suis retrouvée seule, mon travail est devenu indispensable, je devais m'assumer et être forte pour mes enfants. Les aider à construire leur avenir(…) être un exemple. »
«*Être indépendante, construire ma vie, générer un revenu. Gagner suffisamment pour permette à mon fils de travailler à son compte. Etre mon propre patron. Je ne voulais que ni moi ni mon fils soyons salariés ! »*
« J'ai aussi réalisé quelque chose qui me passionne ».
« Je gérai mon temps comme je le voulais, j'étais au travail et à la maison en même temps puisque j'ai utilisé ma cuisine pour établir mon atelier ».

E3 représente une situation totalement différente des deux premières. Instruite mais non diplômée. Veuve. Issue d'un milieu de commerçant, un mari qui était également commerçant. C'est une femme qui, très jeune travaillait à son compte mais en tant que couturière (comme sa mère). Apres le décès de son mari sa condition familiale et financière change totalement. Elle se retrouve dans l'obligation de travailler et d'assumer, seule, la responsabilité de deux enfants en bas âges.

E3 et devenue entrepreneure à la fois par obligation et par opportunité. En passant par le dispositif CNAC elle a pu bénéficiera d'un financement suffisant pour se réorienter vers la production de gâteaux traditionnels et cette fois en créant légalement son entreprise.
Ses principales motivations :

- Être indépendante,
- Travailler à son compte permette à son fils de reprendre l'entreprise et ne plus être salarié.
- La flexibilité du temps et du lieu de travail qui permet de maintenir un équilibre entre sa vie privée et sa vie familiale

- Gagner de l'argent,
- Passion pour l'entrepreneuriat

➢ **<u>E4 : Distribution de mobilier métallique (association). 55ans, mariée 2 enfants</u>.**

E4 est fille d'entrepreneur l'ainée de 3 garçons. En terminal son père lui conseil de venir travailler dans l'entreprise familiale. Elle accepte. Elle a 21 ans. Très vite son père lui confie des responsabilités et surtout de tout ce qui ne doit pas être fait par un étranger à la famille : courrier personnel, les transactions bancaires et les transactions avec les fournisseurs étrangers. Quelques années plus tard à la fin de leurs études universitaires les garçons rejoignent la société.

Apres le décès du père, les 4 enfants deviennent associés. Alors qu'elle était salariée elle devient effectivement entrepreneure associée en 2002, par héritage, et continue à gérer l'entreprise avec ses frères. Cette profession lui convient tout à fait.

L'entreprise a été dissoute en 2016.

« Etre femme au foyer ce n'est pas pour moi ! <u>Quand j'ai arrêté de travailler</u> avant de créer cette nouvelle société <u>je n'étais pas bien,</u> il me manquait quelque chose. En plus je ne suis pas du genre à agir dans le cadre d'associations.
Je me sens valorisée aux yeux de mon mari et de mes enfants. Mes enfants sont fiers de moi et ils me le disent ».
« *Cette <u>activité me permet de bien gérer ma vie</u>. J'arrive sans trop de problèmes à gérer ma vie familiale et <u>concilier les deux : famille, travail.</u> J'ai eu l'aide dont j'ai eu besoin quand il le fallait. Dans ces conditions <u>être mère et entrepreneure c'est possible</u>. J'ai eu la chance d'être bien épaulée.*
La crèche ou étaient mes enfants était bien. J'avais l'esprit tranquille ».
Je suis <u>autonome et indépendante</u> je refuse de travailler en tant que salariée. Quant jetais chez mon père je ne me considérais pas comme salariée. J'étais membre de la famille et donc membre de l'entreprise. j'avais un revenu, pas un salaire.

E4 est fille d'entrepreneure, ne s'est jamais posée de question. Imprégnée de la culture entrepreneuriale, elle ne se voit pas faire autre chose. En 2018, Mme E4 crée en association avec un de ses frères une entreprise de distribution dans le même domaine : mobilier métallique. Elle continue à travailler avec les mêmes fournisseurs et les mêmes clients.

➢ **<u>E5, Bachelière, production de feuilles de briques</u> mariée, 3 enfants, avait 46 ans à la date de création de l'entreprise en 2017. (artisane).**

E5 produisait des feuilles de brique de façon artisanale (des gâteaux de temps à autre) et les revendait à des particuliers, qui venaient les acheter à son domicile. Elle a toujours travaillé de manière informelle.

Le financement accordé par l'organisme CNAC est vraiment ce qui a motivé la création d'entreprise d'E5. C'est une entreprise qui à 1 an.

- **E6, Mastère en gestion, conditionnement et distribution d'huile d'olive, 33 ans, mariée 2 enfants. Entreprise créée en 2017.(artisane).**

Femme de commerçant. E6 a créé sa première entreprise il y à 3ans, une supérette. Ce projet n'a pas réussi. Fin 2017 elle décide de créer sa propre marque et de distribuer de l'huile d'olive qu'elle ramène de sa ville natale. Son mari la décourage mais elle maintient sa décision et crée sa marque et son entreprise.

« On fait la distribution (…) de produits qui appartiennent à d'autres personnes. Euh… donc un jour je me suis dit : moi je suis une fille de la « dechra », une fille du pays, pourquoi je ne crée pas ma propre entreprise, ma propre marque. Je connais bien les olives et l'huile d'olive, pourquoi ne pas me lancer à mon compte ; et c'est ce que j'ai fait ».
« Une fois, il a ramené de l'huile d'olive. C'est à partir de cette huile d'olive que j'ai eu cette idée. Créer ma propre marque. Lui est toujours dans la distribution de produits appartenant à d'autres sociétés. Moi je me suis retirée, et je lui ai dit je vais me débrouiller toute seule. Au début il m'a dit tu ne peux pas, tu peux dire avec rien j'ai commencé. Avec 20litres. et j'ai créé ma marque. Je me suis débrouillée toute seule.»

E6 a financé son activité avec des fonds propres qu'elle réunit après avoir déposé ses bijoux en gage à la banque. Elle avait sollicité un financement auprès de l'ANSEJ mais c'est désisté au bout de quelques moi. Les délais sont trop longs elle préfère donc financer elle-même son activité et commencer au plus vite.

L'entrepreneuriat a toujours été son seul objectif. Cela lui permet une autonomie financière. Très ambitieuse, elle a déjà diversifiée sa gamme et envisage de l'entendre prochainement.

Pour E6, créer son entreprise lui permettra de devenir autonome, indépendante, gagner de l'argent, mais précise que ce n'est pas facile de concilier la vie de famille et la vie professionnelle. Un sacrifice qu'elle juge indispensable au début pour développer son activité.

- **E7 : Réalisatrice depuis 2012. BTS en informatique et formation à distance en gestion des ressources humaines et 3 mois de formation audiovisuelle et techniques de communication en Egypte.**

E7 est une jeune dame très particulière, artiste, très volontaire et très active. Douée en communication. L'audiovisuel a toujours été son centre d'intérêt.

« Depuis mon jeune âge je suis influencé par tout ce qui est corps médiatique. La société ma conduite dans cette voie, j'avais besoin de travailler…la vie m'a conduite sur ce chemin.
Ma première ambition était de faire quelque chose de particulier, être une femme particulière, de me faire un nom, déjà, et ce n'est pas facile, car il y a pas mal de gens qui ont un nom et qui ont un parcours de 20ans. Je me suis dit tiens la petite Amal qui va percer qui va faire beaucoup de chose dans sa vie, est ce qu'elle va être en équivalence avec ces grands noms ? » il faut rêver et oser et beaucoup travailler.»

- **E8, pharmacienne en 1990 et apicultrice en 2010 (artisane). Célibataire.**

« *De 1990 à 2010 j'ai pratiqué mon métier de pharmacienne. En 2010 j'ai décidé de faire autre chose. J'aime toujours mon métier, mais c'est de plus en plus difficile de le gérer quotidiennement. Entres les pénuries de médicaments et les conventions avec les différends organismes, on est constamment stressé. De plus ça devient routinier, j'avais besoin de m'épanouir autrement.* Créer quelque chose de nouveau. Je produis du miel, du savon, de crèmes de soin « bio » de la gelée royale, des bougies. Je me sens mieux. Je m'exprime autrement. Retrouver du plaisir dans le travail»

E8 gère sa pharmacie depuis 20ans. « *S'épanouir et retrouver du plaisir dans le travail. Echapper au stress quotidien* ». Ce n'est pas la recherche d'un équilibre entre vie familiale et vie professionnelle, mais se redonner du souffle pour assumer un travail de plus en plus stressant. E8 est dans une tout autre logique sa situation financière est satisfaisante. Mme E6 devient apicultrice ; elle crée cette seconde activité, en conservant la première, dans laquelle elle poudra développer sa créativité et s'épanouir. Elle n'est pas inquiétée par la réussite de celle-ci. Elle commence petit pour se familiariser avec l'activité puis se développe. Elle se forme à ce métier, en trois mois, à la chambre des métiers qui lui délivre une carte d'artisane.

- **E9, Administratrice de biens, entreprise créée en 2015. Diplômée en comptabilité et finance (CMTC).Veuve, un enfant.**

« *Je voulais créer ma propre activité et je l'ai créée avec l'accord de mon propre patron qui est devenu mon collaborateur. J'ai travaillé avec ce promoteur de 2012 à 2015. Et en 2015 j'ai créé ma boite. Je ne veux plus avoir à changer de métier. Je ne veux plus dépendre d'un employeur.»*

« La loi oblige tout promoteur, à la livraison, d'installer un administrateur de bien pendant deux ans, pour pouvoir continuer à gérer la promotion d'une manière indirecte avec le promoteur à travers l'administrateur (…). Et maintenant j'administre ses biens. c'est ce que je faisais avant quand j'étais comptable à l'époque, après je l'ai récupéré en tant qu'administrateur, c'est celui de bel air… j'ai récupéré le service à mon compte ».

E9 travaillé 5 ans dans une entreprise de confection de chaussure puis 7 ans dans une société internationale de production de graviers. Apres le départ de cette dernière, son objectif est d'être son propre patron pour ne plus avoir à changer d'emploi. En dernier lieu, E4 a travaillé 4ans chez un promoteur avec qui elle a appris le métier d'administrateur de biens. Elle recherche désormais de la stabilité en étant son propre patron. Elle ne veut plus dépendre d'un employeur.

- **E 10 : est pharmacienne. Mariée, 2 enfants. Entreprise de conditionnement de Produits cosmétiques, créée en 2002.**

«*j'ai travaillé en officine étatique, après quelques années j'ai créé ma pharmacie et out de suite après j'ai décidé de créer ma propre marque que j'ai déposé en Algérie* ».
« J'ai réalisé que j'avais besoin de faire quelque chose, de créer une activité qui soit pérenne. Je ne voulais plus représenter et dépendre des marques internationales. Est donc j'ai décidé de vendre sous ma propre marque et de développer ma propre marque, quelque chose que je laisse à mes enfants quelque chose qui soit moi, laisser une activité pérenne, ça c'est fondamental ! »
Tout de suite après j'ai décidé de créer ma propre marque que j'ai déposé en Algérie ».
« pour moi c'est très important… mais je ne pouvais m'accomplir que de cette manière. »
« Je ne pense pas avoir cherché la reconnaissance…me construire, être bien avec moi-même, me sentir forte, solide. Voilà ! on va dire être une femme libre. Voilà !
« Concilier ma vie de famille et ma vie professionnelle »
« Et bien je considère avoir réussi à concilier les deux !
« *L'avantage c'est que l'on n'est pas astreint à des horaires, on peut travailler vendredi on peut travailler la nuit ».*

E10 est très volontaire et ambitieuse. Son entreprise c'est sa création : créer sa propre marque est pour E10 une obligation ne pas se limiter à limitation. Innover, et laisser quelque de particulier et de pérenne à ses enfants. Etre autonome professionnellement et indépendante. Etre libre de gérer son entreprise à sa manière. Se démarquer de ses concurrents. Pour E10, la liberté c'est aussi beaucoup travailler quand c'est nécessaire.

- **E11 : ingénieure en génie civil gestion de projets en bâtiments. Mariée, 2 enfants à la date de la création de son entreprise. entreprise créé en 1995 (association).**

E11 a créé son entreprise à 32 ans en s'associant avec une personne ayant le même diplôme. Elle était auparavant salariée dans une entreprise étatique.

« *j'étais salarié pendant 6ans dans un administration publique. Ça me paraissait normal, je n'ai jamais envisagé créer ma propre entreprise. c'est vraiment un pur hasard, suite à une anecdote au travail, que j'ai décidé de créer mon bureau d'étude en m'associant avec mon collègue. et on s'est lancé, c'est tout simple.»*
« *En y réfléchissant bien je me suis dit que je pourrais enfin avoir des horaires plus flexibles et ça me permettra d'être plus disponible pour mes enfants, et sur le plan financier je savais que ça allait être plus intéressant.*
« je suis mon propre patron, j'évolue dans mon travail et je gagne beaucoup plus. Ça correspond plus à ma personnalité, moi qui aime relever des défis. Et je suis indépendante !
« c'est la meilleur opportunité qui me soit offerte. J'aurais certainement créé ma propre société mais beaucoup plus tard ». être libre de travailler à ma manière.

Apres réflexion, elle admit que c'était une opportunité à ne pas rater. Tous ses collègues l'ont encouragée. Certains avaient déjà créé leur propre entreprise.

Etre son propre patron ne plus être salarié, créer sa propre équipe, gérer mon entreprise à ma manière. Travailler avec ses propres exigences.

- **E12, ingénieure de formation. Restauratrice (association, artisane). Célibataire. Oran**

Mme E12 à crée son entreprise en association avec une amie. Salariée depuis de longues années dans le secteur privé. Son amie et elles, ont décidé de passer à autre chose, de monter leur projet et concrétiser quelque chose qui leurs ressemble et qui leur permet de s'épanouir. Elles ont toujours voulu créer leur entreprise, devenir leur propre patron.

J'ai toujours eu envie de faire quelque chose, depuis très petite je ne savais pas quoi, mais je voulais entreprendre quelque chose qui me convienne. (…) C'est un tempérament. (...) les choses arrivent un par hasard. C'est un concours de circonstance. C'est ce moment. Tu trouves les personnes et/ou l'aide qu'il faut, que cette aide soit mentale, matériel, moral. on appui ton envi, ton projet, désir. La veille ce n'était pas le moment. Ben, ce jour-là c'est le moment et tu le fais. Au début tout semble une montagne, tout parait difficile. Quand tu lance un projet ce n'est pas tant la finalité. Pour nous, c'est vraiment le projet ; rêver, mettre en place toute une dynamique qui fait que tu es en train de monter quelque chose. Voilà !

- **<u>E13 universitaire BAC +5. Deux enfants. (Ecole primaire et secondaire) Oran. créée en 1994. (agrément).</u>**

E13, issue d'une famille d'entrepreneurs, c'est par vocation qu'elle crée son école en 1992.

L'entrepreneuriat lui permet de : « *Créer quelque chose qui me passionne, et qui me permet de m'épanouir. Un vieux projet que je réalise enfin ! C'est une activité valorisante et qui en même temps me permet de répondre à une demande exprimée autour de moi, de la part d'amis, de la famille et de plusieurs autres personnes de mon entourage. (…)Travailler avec des personnes intéressantes. (…) être indépendante et autonome financièrement, être libre dans mes décisions et mes choix professionnels. »*

- **<u>E14 (école de gestion). Oran et Alger. BAC+4. Mariée, deux enfants.</u>**

L'école assure la formation d'étudiants en gestion d'entreprises et assure en parallèles des séminaires d'entreprises. L'activité de cette société, gérée par deux associées, a évolué depuis 1995. Aujourd'hui cet établissement travaille en partenariat avec deux écoles étrangères et disposes de trois sites à Oran et d'une école à Alger. Son effectif a plus que doublé, il est passé de 12 employés en 1995 à 32 salariés permanents en 2017

J'ai créé mon école créé quelque chose qui me passionne. Créer quelque chose de nouveau et qui me permet d'évoluer. Je suis très active et indépendante. Cette activité me permet d'être autonome financièrement. Je peux la gérer librement et prendre les décisions en fonction de la demande adapter les formations à la demande du marché.

E15 (communication-évènementiel- publicité) créé en 2009 à Alger. Bachelière. Célibataire.

E15 a créé son entreprise dans l'évènementiel et la publicité à 33 ans. A vécu en France j'jusqu'à 31ans. Apres ses études elle a eu des difficultés à trouver du travail. Elle a décidé de rentrer en Algérie.

« *Les débuts étaient difficiles. Je ne connaissais personne. Je n'étais pas recommandé. C'est alors que j'ai décidé de créer mon entreprise dans un domaine que je connaissais bien et qui correspond à ma personnalité. Ce choix me permet de travailler comme je l'entends, c'est un emploi qui me permet de développer ma créativité, de répondre à une demande. Ma boite de communication m'a permis de créer un réseau qui regroupe des femmes d'horizons très divers,*

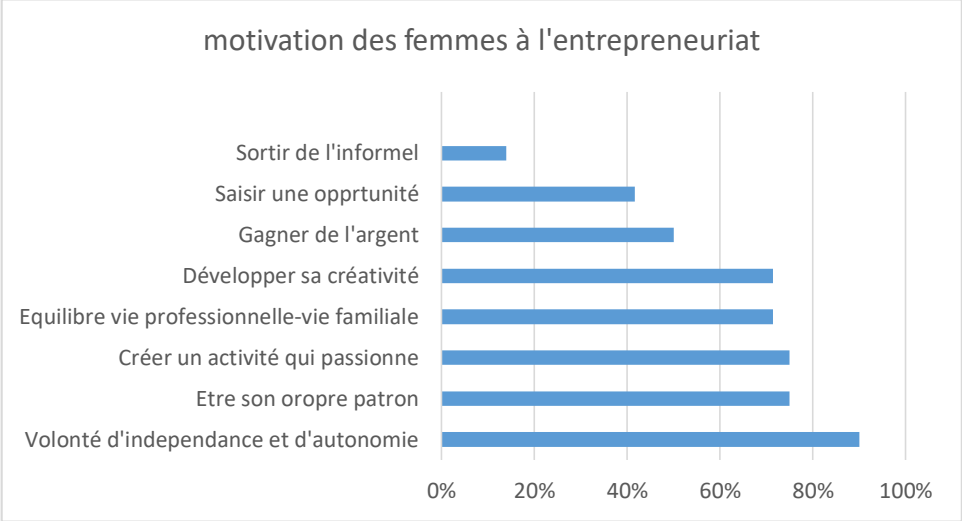
qu'elles soient entrepreneures ou non. C'est une association d'entraide qui accompagne les femmes dans la réalisation de leur objectif. Il y des juristes des économistes des ingénieures, des commerçantes, des artisanes etc. les femmes échangent entre elles et se soutiennent. »

E15 a saisi une opportunité dans un domaine qu'elle connaissait. Elle a été encouragée par sa famille. Être son propre patron, créer une entreprise qui la représente et dans laquelle elle peut aller au bout de son ambition. Et créer une entreprise qui soit un tremplin à d'autres activités et qui lui permettra peu de temps après la création d'une association de femmes entrepreneures.

L'entretien réalisé auprès de ces femmes nous a permis de relever les principales motivations pour l'entrepreneuriat que nous résumons dans le schéma suivant.

Nous les résumons dans le graphe suivant :

Graphe 17 : motivations des femmes à l'entrepreneuriat



Source : établie par l'auteure à partir des résultats de l'enquête.

Nous constatons que les femmes optent pour l'entrepreneuriat pour quatre raisons essentielles, elles recherchent une liberté dans le travail qui leur permettra de gérer leur temps en fonction des exigences familiales et professionnelles. Certaines s'engageront dans cette voie plus par l'obligation de générer un revenu indispensable à la famille. Nous développerons d'avantage ces deux aspects dans le chapitre trois lorsque nous synthétiserons l'ensemble des résultats. **E15** travaillait dans le même domaine avant la création de son

entreprise, c'est parce qu'elle en maitrisait les rouges qu'elle a décidé de se mettre à son compte.

3.2.2 Les femmes entrepreneures et la perception de la faisabilité de leur projet d'investissement

Apres avoir saisi ce qui a motivé les femmes à se lancer en affaire nous nous interrogeons dans cette section sur la façon dont elles ont perçu la faisabilité de leur projet et à la manière dont elles l'ont mené et financé. Ont-elles entrepris une étude de marché ou une étude financière, comment ont-elles évaluées le cout du projet et l'apport financier nécessaire pour sa réalisation.

Les différents entretiens nous permis de constater que seules deux entreprises ont effectué une étude financière.

E10 et E12 sont les seules entrepreneures à s'être interrogées sur la faisabilité de leur projet ; elles représentent 16,6% du total des entrepreneures.

E12 a également effectué une étude financière mais n'a pas effectué d'étude de marché.

- **<u>E10 (conditionnement produits cosmétiques), Alger</u>**

E10 a effectué une étude financière mais n'a pas effectué d'étude de marché.

« Je faisais des préparations officine. Je me suis orienté vers la préparation de masques et de crème cosmétiques. »
« Tout de suite après j'ai décidé de créer ma propre marque que j'ai déposé en Algérie. Je travaillais en partenariat avec un laboratoire français qui me faisait mes propres produits, me les envoyer en fut que je conditionnais en Algérie sous ma propre marque. Activités. »
« Les choix au départ, le choix est fondamental, la rigueur, avoir une vision quand même à moyen terme et long termes de l'entreprise. C'est très important.
Il faut voir un objectif bien déterminé, c'est très important de le déterminer et de dire voilà comment je vais y arriver. »
J'ai effectué une étude financière. J'importe ma propre matière je dois savoir avec précision ce dont l'ai besoin et ce que ça me coute.

- **<u>E12 : restauration</u>**

E12 et son associée ont effectué une étude financière.

« *L'expérience des autres nous a encouragés ; expériences de personnes dans la restauration. Et pourquoi ne pas se lancer à notre tour. On a évalué les frais. Le calcul a été fait par le mari de mon associée, il nous a tout calculés au centime près. il a une grande expérience. On a réalisé le projet. Les démarches administratives à la CNAC par Samia. On a commencé les travaux avant de contacter la CNAC. Mais on n'a fait aucune étude de marché. »(…) « on a mis 1ans pour réaliser le projet. Tous les délais de la CNAC nécessitent 3ans de préparation. C'est comme ça. »*

L'étude de faisabilité n'a pas été ressentie comme une nécessité : puisque de toutes les façons selon les dires de Mme E12 :

« *L'expérience des autres ne te donne aucune visibilité. On n'a pas cherché à faire d'études ou autre chose ; on faisait tout, le jour le jour. Tout le temps de la réalisation tu ne penses pas à demain. On ne prépare pas à l'avance à ce qu'il faut faire. (…) la clientèle ne peut pas être estimée à l'avance. L'expérience des autres ne donne aucune visibilité. Ce qui est important c'est de faire en sorte d'offrir un service de qualité, et ce que nous pouvons garantir. Ça fait 5ans que le restaurant tourne. »*

Les entrepreneures que nous allons présenter n'ont fait aucune étude de faisabilité.

- **E1 : agence de voyage**

Elle n'entreprit aucune étude mais se sent tout à fait capable de mener ce projet *: « Quand mon cousin nous a fait cette proposition, je me suis tout de suite vue dans ce job, je me sentais capable d'assumer tout le processus de création de l'entreprise »(…) « Cette activité correspond tout à fait mon tempérament, je suis très active et j'ai l'habitude des voyages.* De plus, l'expérience de l'associé qui a longtemps travaillé dans ce domaine, dans le secteur étatique, étaient pour Mme E10 un gage de garantie de la réussite du projet.

« *Cette activité correspond tout à fait mon tempérament, je suis très active et j'ai l'habitude des voyages. »*
« Euh non. On n'a fait aucune étude. On a ouvert en 2002, il n'y avait pas beaucoup d'agences de voyage, euh, il y avait énormément de travail, ça marchait très bien. On avait regardé on s'est renseigné. Dans mon proche entourage nous étions que trois agences. On travaillait très bien ».
« Non, non, pas du tout, par ce que l'instinct de la femme c'est quoi ? C'est protéger, c'est connue, la femme c'est quoi ? La femme elle est protectrice, elle gère. les femmes d'intérieur,
les femmes d'intérieur, les femmes dans une maison, c'est elle qui qui gère finalement, a une petite échelle, la petite illettrée, quelque part c'est elle qui gère la famille, quel que soit x, c'est elle qui gère. Donc la femme c'est un vrai dirigeant, çà, c'est sûr. Là, c'est clair ! Avec ou sans études et c'est prouvé, même scientifiquement.

Pour E1 il fallait « *juste* décider, se lancer et se fier à son intuition.

- **E2 : architecte**

Cette entrepreneure ouvre son étude après avoir travaillé 4 ans chez un architecte.

« C'était naturel, je savais, on nous avait appris à l'école qu'il fallait travailler cinq ans dans une agence avec un « maitre » et donc, eh bien oui, de1988 à 1991, ces quatre petites années, c'était mon objectif de départ d'apprendre le métier dans une agence, en suite, m'installer à mon compte, une fois que j'aurai acquis suffisamment de pratiques et d'aisance dans le métier ».

« Un peu d'inquiétude quand même, être salariés c'est quand même une garantie de revenus et de régularité de revenus surtout, et s'installer c'est un peu l'aventure. On se pose plusieurs questions. Aurai-je des clients ou pas...Est-ce que je serai la hauteur, est-ce que mon nom circulera dans le monde du bâtiment, donc effectivement oui, il y avait un peu deux questionnements et j'ai fait le choix de dépasser cette inquiétude. »

« Au cours de mes études de mon stage on nous a fait comprendre la réalité de cette profession. C'est vrai qu'avant de débuter on a une perception des choses mais elle évolue. On découvre ce que la profession exige comme responsabilité et la nature du travail, mais on ne peut pas prévoir à l'avance la demande future. A nous de faire nos preuves et de convaincre ».

- **E3 : gâteaux traditionnels**

Mme E3 a travaillé 20 ans dans le secteur informel. Elle a débuté en tant que couturière puis a changé d'activité. Elle avait une bonne clientèle, mais le travail devenait trop prenant. Elle ne pouvait déléguer a d'autre personne la confection des commandes et les clients tenaient à ce que le travail soit fait uniquement par elle. Cette activité l'épuisait, Il était indispensable pour elle de changer de domaine.

« J'ai vu ce qui se vendait, et tout ce que commandaient les gens pour les mariages, les naissances et ce que les gens achetaient tous les jours. Les femmes travaillent et n'ont plus le temps de faire des gâteaux et il y a celles qui ne savent même pas en faire, et il y en a beaucoup. Et j'ai dit : je peux le faire, et c'est ce que j'ai fait ! »

« On ne sait pas si on va réussir, mais j'avais l'habitude de travailler. Ça ne me faisait pas peur »

« J'ai tout appris au fur et à mesure, mais j'ai très vite appris. Et j'ai évoluée progressivement. »

Je n'ai fait ni étude financière ni étude de marché. J'au augmenté progressivement mes quantité, en fonction de la demande. Et je me suis habituée à tout prévoir, tout gérer. »

- **<u>E4 (distribution mobilier métallique)</u>**

Mme E4 distribue un produit qu'elle connait bien puisque avec les membres de sa famille, ils en assuraient la production et la distribution depuis 1968. Ce n'est qu'après la dissolution de la société en 2016 qu'E4 s'associe avec son frère et crée sa nouvelle société. Rester dans un domaine qu'elle connaît, lui assure une maitriser en amont et en aval du marché. Certains de ses clients ne se doutent même pas que l'entreprise familiale a été dissoute.

- **<u>E5 : feuilles de briques</u>**

E5a créé son entreprise dans le cadre dispositif CNAC. La seule démarche entreprise est la constitution et le dépôt du dossier auprès de cet organisme, du fournisseur et de la banque désignée par la CNAC. Au préalable à la demande, Mme E5 a dû suivre une formation de trois mois au niveau de la chambre des artisans qui lui délivre une carte d'artisan, indispensable pour obtenir l'autorisation de créer son entreprise.

« Mais dès qu'on a commencé à travailler on s'est rendu compte que ce n'est pas facile. Matière première est souvent en rupture. Les lois sur l'importation nous rendent le travail difficile. De plus à chaque fois la qualité de la farine change. Il faut constamment rechercher le bon réglage. …maintenant on sait reconnaitre les différentes qualités de farines. »
« Mon mari aussi m'aide. Un jour il m'a dit : dans mon travail j'ai toujours géré un grand nombre d'employé et c'était bien plus simple que ça ! La distribution, les ruptures de stocks c'est compliqué à gérer».

Cette entrepreneure n'a pas évalué à sa juste valeur le travail que représente une entreprise et ne se doutait pas que la vente de son produit allait être sa principale difficulté.

« *Au début on est très contant de savoir que notre projet a été accepté et qu'on allait recevoir le financement par la CNAC (…) mais dès qu'on a commencé à travailler on s'est rendu compte que ce n'est pas facile*. (…) *C'est très difficile de se faire accepter quand on est nouveau sur le marché, que ce soit avec les fournisseurs ou ave les distributeurs et les grossistes ».*

« *On est livrés à nous-mêmes c'est très difficile pour nous de faire accepter nos produits, surtout en ville il faut aller à l'extérieur d'Oran pour écouler sa marchandise*. *La CNAC ne nous accompagne pas ; c'est portant son rôle. Les grossistes refusent nos produits et le fournisseur de farine nous impose d'acheter que chez lui ».*

E6 : conditionnement huile d'olive

E6 est l'épouse d'entrepreneure, et travaillait avec lui avant la création de sa propre entreprise. Elle avait également ouvert une supérette mais sans succès.

« *On était dans la distribution, mon mari récupère des marchandises dans des sociétés étrangères et les distribue. Il fait la distribution et moi je l'aidais. Une fois il a ramené de l'huile d'olive. C'est à partir de cette huile d'olive que j'ai eu cette idée. J'ai eu cette idée de réaliser mon projet, ma propre marque. » j'ai acheté une petite quantité d'huile avec ce que j'avais comme argent. Et j'augmente progressivement ma quantité.*

- **E8 (pharmacienne et apicultrice)**

Mme E8 se lance dans l'apiculture ; elle crée cette seconde activité, en conservant la première, dans laquelle elle pourra développer créativité. « *En 2010* j'ai décidé de faire autre chose. J'aime toujours mon métier, mais *c'est de plus en plus difficile de le gérer quotidiennement. Entres les pénuries de médicaments et les conventions avec les différends organismes, on est constamment stressé. De plus ça devient routinier, j'avais besoin de m'épanouir autrement*. »

J'ai donc une grande expérience en gestion d'entreprise.

- **E9 administratrice de biens)**

E9 est comptable. A travaillé douze ans en tant que salariée. Dont quatre ans avec un promoteur et se chargeait de la gestion des parties communes des immeubles de ce promoteur avec qui elle a appris le métier. Elle travaille désormais en sous traitance pour le même promoteur.

- **E11 (gestion de projets en BTP)**

E11 la même attitude. Ingénieure, avec une longue expérience dans son domaine en tant que salariée. Elle n'hésite pas créer son entreprise en s'associant avec un collègue.

E13 et E14, toutes deux directrices de crèches et d'écoles de formations, créées au début des années 1990 ont commencé avec de petites structures puis se sont développée progressivement.

E15 travaillait dans le même domaine avant la création de son entreprise, c'est parce qu'elle en maitrisait les rouges qu'elle a décidé de se mettre à son compte

3.2.3 Mode de financement du projet

Apres s'être interrogé sur les principales motivations de ces femmes à se lancer en affaire, et sur leur perception de la faisabilité de leur projet, nous nous intéressons au mode de financement de la création de leur entreprise. L'accès au financement est au cœur des préoccupations de l'ensemble de femmes rencontrées. Pour celles ne possédant pas de ressources personnelles, le financement constitue la contrainte principale pour la concrétisation de leur projet de création d'entreprise. Pour les autres, n'ayant pas véritablement de soucis de financement ce dernier est mentionné, par les porteuses de projet, parmi les facteurs nécessaire à sa réalisation.

Cette différence d'appréciation de la difficulté liée à l'accès au financement nous conduit à définir différentes catégories d'entrepreneures recensées lors de nos entretiens : Celles utilisant leurs fonds propres et celles sollicitant un prêt.

Deux sources de financements de financements sont relevées : les fonds personnels et le prêt sollicite auprès de la CNAC (caisse nationale d'assurance chômage). Ce dispositif est mis en place par l'Etat, dans le cadre des divers programmes consacrés à la lutte contre le chômage et la précarité. La CNAC s'emploie en priorité à la mise en œuvre du dispositif de soutien à la création d'activités pour les chômeurs promoteurs âgés de 30 à 50 ans. Nous ne présentons que cet organisme, sachant que d'autres organismes accompagnent les porteurs de projets, car c'est uniquement vers la CNAC que les femmes rencontrées se sont dirigées pour leur demande de prêts.

Afin de biens cerner les différents modes de financement mobilisés par chacune des femmes interviewées, nous les synthétisons dans le tableau suivant :

Tableau 33: mode de financement du projet

Année de création	Production de biens	Mode financement %	
		Fonds personnels/ famille. autres	Prêts CNAC
2015	**E3** : gâteaux traditionnels	60%	40%
2017		0	100%
2017	**E5** : production de feuilles de briques	100%	0
1990-2010	**E6** : Conditionnement d'huile d'olive	100%	0
2002	**E8 :** pharmacienne et apicultrice	100%	0
	10 : conditionnement de produits cosmétiques		
	Production de services	**Fonds Personnels-Famille**	**CNAC**
2002	**E1** : agence de voyage	100%	0
1992	**E2** : architecte	100%	0
2010	**E4** : distribution mobilier de bureau	100%	0
2012	**E7 :** Réalisatrice (audiovisuelle)	Subvention, sponsors	0
2015	**E9 :** administratrice de biens	100%	100%
1995	**E11 :** gestion de projet en BTP	100%	0
2013	**E12** : restauratrice	90%	10%
1995	**E13** : école de formation primaire et secondaire	100%	0
1996	**E14** : école de gestion d'entreprise	100%	0
2009	**E15** : communication-évènementiel-publicité	100%	0

Source **:** Etabli par l'auteure

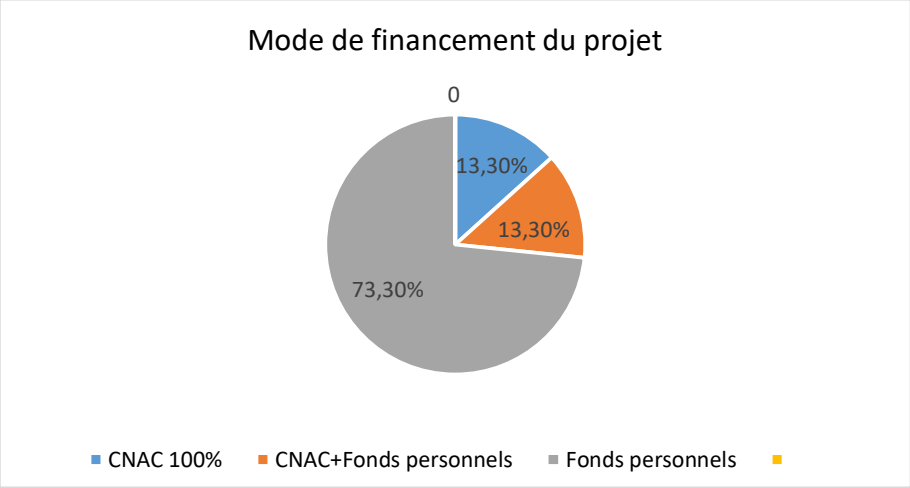
- En premier nous présenterons les porteuses de projets qui ont sollicité une aide financière auprès de La CNAC. L'achat des équipements a été totalement financé par cet organisme. Cette catégorie regroupe 13.2 % des femmes interviewées. C'est le cas d'E5 et d'E9.

- La seconde catégorie regroupe les 13.2% de femmes, qui ont opté pour un financement mixte : fonds propres et CNAC. Ce sont les femmes E3 et E12.

- En dernier nous présenterons les femmes qui ont financé leur activité uniquement à partir de fonds personnels ou familiaux. elles représentent .C'est le cas de : E1, E2, E4, E6, E8, E10, E11, E12. E13 et E14. Elles représentent 73.3% du total des femmes interviewées.

Le schéma suivant nous décrit la répartition entre les trois modes de financements mobilisés per les entrepreneures enquêtées :

Graphe 18 : **Mode de financement du projet**



Source : établie par l'auteur

a) <u>Financement du projet par le biais du dispositif la CNAC</u>

E5, E9, ont créé leur entreprise après avoir sollicité l'aide financière auprès de la chambre nationale d'assurance chômage (la CNAC). La somme reçue leur a permis de financer en totalité la création de leur entreprise. Leur âge (inferieur à 50ans) ainsi que leur situation professionnelle (sans emploi) en date du dépôt du dossier étaient les deux conditions à réunir pour être éligible à ce mode de financement.

Elles ont toutes deux bénéficié du financement de la totalité de leurs équipements. Il est vrai que la procédure est longue et fastidieuse, mais sans cette aide financière et les avantages qu'elle induit, ces femmes reconnaissent qu'elles n'auraient pas pu créer leur entreprise.

La procédure dure en moyenne trois ans. En premier, une demande est déposée auprès de la CNAC dans laquelle est mentionnée la nature du projet. Le même dossier est ensuite déposé au niveau de la chambre des métiers qui délivrera une carte d'artisan. L'accord définitif, est obtenu un an après la date de dépôt de la demande, à ce terme, un dossier complet et définitif est dépose à la CNAC. Sur la base des factures pro-forma de l'équipement mentionné, le montant du prêt est approuvé et confirmé. La réception du chèque et son dépôt auprès de la

banque constitue la dernière étape de la procédure avant l'encaissement de celui-ci et qui permettra l'achat des équipements.

Trois ans de procédures pour obtenir un accord de financement, réceptionner l'équipement et créer effectivement son entreprise, est un délai bien trop long. La règlementation propre au dispositif d'aide, ou celle liée au fonctionnement de l'activité économique peuvent évoluer et pénaliser le porteur de projet. Durant cette période les conditions de production et de distribution ont nécessité des réajustements de prix suite à la modification des conditions d'importation et à la dévaluation du Dinar.

E5 nous précise *« qu'une fois que la pro-forma est obtenue, on attend l'accord de la CNAC et de la banque. Comme je l'ai dit il nous a fallu 3 ans pour obtenir nos chèques et acheter la machine. Un premier chèque permet de commander la machine puis la banque nous donne le deuxième cheque pour payer et retirer la machine ».*

E5 se sent pénalisée par rapport aux anciens bénéficiaires de ce dispositif. Cette entrepreneure reproche à la CNAC d'avoir annulé la somme de 5 millions de dinars qui était destiné au payement du loyer et à l'achat de la matière première (la farine et autres ingrédients entrant dans la composition du produit fini) prévus pour le démarrage de l'activité.

« Le loyer, la farine et toute la matière première est achetée avec notre propre argent. Ce n'est pas juste. Ceux avant nous avaient reçu un fond de roulement qui leurs permettait de fonctionner sans entre gêné par les dépenses de départ : loyer, matière première… .Ils nous ont dit que la loi avait changé juste au moment où nous on a obtenu notre contrat. On n'a lu aucun texte qui dit ça ! On leur a demandé et ils nous ont dit : c'est comme ça, c'est la règlementation ! »

Pour démarrer leur entreprise, il a fallu 6 mois, selon E5, après l'installation des équipements pour se familiariser avec les machines, ce qui ramène à 3ans et 6mois le démarrage de l'activité.

E9 a suivi la même procédure, rencontré les mêmes contraintes et mis le même temps pour recouper son chèque et démarrer sa société, soit 3ans.

Si l'on compare le temps nécessaire au démarrer d'une entreprise, par le biais de ce dispositif, et le temps moyen de création d'une entreprise hors dispositif en Algérie et dans d'autres pays nous constatons que ces délais sont tout autres et ne dépassent pas en moyenne un mois.

Un rapport de 2018 de la banque mondiale (projet Doing Bisness) portant sur le temps nécessaire pour démarrer une d'une entreprise dans le monde, nous donne les indications suivantes pour 2017 : la moyenne mondiale est de 20 jours

Tableau 34: **temps nécessaire pour démarrer une entreprise (en jours) en 2017**

pays	**Algérie**	**Egypte**	**France**	**Jordanie**	**Liban**	**Maroc**	**Tunisie**	**Turquie**	**MENA**
Temps nécessaire (en jours)	20	15	4	13	15	9	11	7	21

b) <u>Financement mixte fonds personnels –CNAC</u>

Le deuxième mode de financement que nous abordons, concerne le mode de financement mixte adopté par deux des douze entrepreneures interviewées. Les ressources mobilisées pour leurs investissements sont constituées d'un apport personnel complété par des fonds sollicité auprès de la CNAC. Ce choix permet à ces femmes de bénéficier des avantages accordés par ce dispositif d'aide (la CNAC) sans devoir lourdement s'endetter.

E3 et E12 ont opté pour un financement mixte, dont la répartition entre les fonds personnels et ceux accordés par la banque est la suivante :

E3 (gâteaux traditionnels) a sollicité un prêt bancaire à hauteur de 40% du montant global nécessaire à la réalisation du projet. Mme E3 n'aime pas être endetté. Si elle le pouvait elle n'aurait sollicité aucune aide. Mais solliciter la CNAC assure des avantages importants : prêt à taux bonifié, remboursement différé, avantages fiscaux. C'est ce qui motivé E3 pour ce mode de financement.

« *J'avais des économies personnelles ; j'ai demandé uniquement ce qu'il me manquait pour l'achat de mon matériel, et c'était déjà beaucoup pour moi. Dans l'accord je devais rembourser le montant en 5ans, par tranches de 6mois. La première année on ne paye rien. Moi j'ai tout remboursé à la fin de la 3eme année. Et la banque et la CNAC ».*

« *Mais La procédure est usante. Entre mon premier contact avec la CNAC et le jour où j'ai récupéré mon matériel j'ai mis 3 ans. Un an pour réussir à finaliser mon dossier. Ça se fait au compte goutes. A chaque fois on nous demande un nouveau papier, pour les factures pro-forma c'est toute une histoire. Ce n'est jamais ça ! On nous demande plus d'une fois de les refaire. La banque, ce n'est pas mieux ! Il faut faire 100 allés-retours pour enfin obtenir le crédit et les chèques pour l'achat du matériel. J'ai mis un an pour constituer le dossier CNAC, le même temps pour la banque et au bout de la troisième année j'ai récupérée mon matériel.(…) solliciter la CNAC nous aide énormément par la suite. Les avantages qu'elle nous accorde nous permettent de lancer notre affaire sans le souci du remboursement immédiat »*

E3 manifeste une grande prudence et une grande frilosité face au fait de devoir demander de l'argent. Cela permet de limiter le risque financier, de se protéger et de protéger sa famille. N'emprunter que ce que l'on est sûr de pouvoir rembourser. Cette prudence n'a pas empêché E3 de se développer, contrairement à ce que l'on pourrait penser, puisque E3 a multiplié par huit ses effectifs passant de 3 employés au démarrage à 24 actuellement.

E12 et son associée (restauration) n'ont emprunté que10% du montant de leur investissement. Cela leur permet, comme c'est le cas pour E3, de profiter des facilitations accordées par la CNAC (remboursement différé, avantages fiscaux) en minimisant aux maximum leur endettement. E12 a beaucoup mieux géré la procédure administrative avec la CNAC et la banque. Plus habitué aux démarches administratives, elle a anticipé les demandes de documents à fournir en ayant avec elle tous les pièces nécessaires à la constitution du dossier en originaux et photocopies. C'est en une année que Mme E12 et son associé ont obtenu le prêt demandé et non 3ans comme la plupart des bénéficiaires.

E12 precise que :

« *De l'iddée à la réalisationon a mis 2 ans. mais cocretement on a mis un anspour concretiser le projet. Les demarche admintratives à la CNAC ont été faites par mon associée. on à commencé les travaux avant de contacter la CNAC , on voulais juste bénéficier des avantages*

pas un financement complet c'est pour cela que nous avons demandé uniquement 10% du montants de l'investissent réalisé ».

Le refus d'un endettement important est souvent présenté dans la littérature comme l'une des caractéristiques de nombreuses femmes entrepreneures, notamment celles gérantes de très petites entrepris. E12 est difficile à classée car elle ne demande le prêt que pour bénéficier des avantages qu'offre la CNAC, mais en réalité le financement de l'investissement c'est fait essentiellement avec des fonds personnels.

c) Financement à partir de fonds personnels

71.4 % des femmes rencontrées ont financées leur activité à partir de fonds personnels que ce soit des économies personnelles ou des fonds prêtés ou données par la famille. Les entrepreneures ont parfois bénéficiés de locaux prêtés par la famille réduisant ainsi les charges de fonctionnement au démarrage de l'activité.

Lorsque l'on interroge les entrepreneures sur l'origine des sources de financement pour la création de leur entreprise, les réponses sont quasi identiques :

Pour E1 « *Il fallait avoir un fond de roulement, tout simplement. C'était nos fonds propres ! Et au bout de quelques temps on fait appel à la banque, elle a marché, parce que on avait un bon chiffre. Le local appartenait à ma sœur, elle nous l'avait prêté, puis elle s'est associée à nous. Ça fait beaucoup de frais en moins* ».

E2 explique :

« ***l****ors de la création de mon entreprise, mes parents ont mis à ma disposition le local ou je suis resté quelques années. Et les fonds nécessaires pour mon installation provenaient de mes fonds propres. (Économies personnelles). Donc famille –fonds propres.*

J'ai bénéficié de prêts pour l'achat de petits équipements, mais il m'est difficile d'obtenir des crédits à moyen et long terme pour développer mon activité. Les taux d'intérêts et les commissions bancaires sont élevés, et les garanties exigées trop lourdes ».

Mme E4 précise également que son associe (son frère) et elles ont financés leur projet à partir de fonds personnels. Pour E4 cette somme provenait du partage de l'héritage suite à la dissolution de l'entreprise familiale.

E6 a commencé chez elles en achetant de très petites quantités d'huile d'olive.

« J'ai commencé avec une petite somme, une petite somme de rien du tout, mais là je commence à m'améliorer. Au début j'ai pensé demander à la CNAC un financement, mon mari m'a déconseillé de le faire mais je ne l'ai pas écouté. J'ai quand même déposé un dossier pour le financement du matériel. Quand j'ai vu que je suis en train de perdre mon temps, à la place d'améliorer ma gamme je perds mon temps avec la paperasse. Je me suis dit qu'est-ce que je suis en train de faire. Parce que la plus part m'ont dit, il faut minimum 5 mois. En un moi j'ai vu, que déjà en un moi que ça s'améliore, quand même j'ai développé mon activité en six mois et je vais encore créer d'autres gammes ! »

E10, E11, E13 et E14 ont également utilisé leurs économies personnelles et des fonds fournies par la famille pour financer la création de leur entreprise. Elles ont débuté avec de petites structures, mais ont bénéficié par la suite de prêts d'investissement pour le développement de leur activité.

Le constat fait, après observation des résultats de l'ensemble des entretiens, est que les femmes ne s'orientent pas systématiquement vers les banques pour financer leur projet. La majorité de projets ont étés financés par l'apport personnel des entrepreneures sauf pour sauf pour trois cas qui ont étés financés par des prêts accordés par la CNAC.

L'enquête qualitative nous a permis d'aller au plus près des entrepreneures retenues et de recueillir des données fondamentales pour la compréhension du processus entrepreneurial féminin an Algérie. L'ensemble de ces informations que nous complèterons par ceux de l'enquête quantitative et que nous présentons dans la section qui suit, en conservant le même canevas de collecte de données, nous permettrons, une présentation de la réalité de l'entrepreneuriat féminin et de spécifier ses caractéristiques.

4. Présentation des résultats de l'enquête quantitative

L'enquête quantitative, menée parallèlement à celle qualitative, en conservant la même logique dans le déroulement du questionnaire, permet la comparaison des résultats entre les deux enquêtes.

Le questionnaire que nous avons rédigé a été transmis par voie électronique à de nombreuses femmes entrepreneures et à deux associations de femmes entrepreneures. La première n'a pas répondu à notre mail, la seconde nous et a accepté de transmette les questionnaires à ses membres. Ces deux associations sont biens différentes tant par leur objectifs que par les caractéristiques de ses adhérentes. La première est constituée d'entrepreneures biens établis, la seconde nous a davantage intéressés car elle regroupe des femmes d'univers très différents mais complémentaires. Les membres ne sont pas toutes entrepreneures et c'est ce qui fait sa force. Cette diversité permet aux femmes de s'entraider et de répondre à l'aide à de nombreuses femmes et dans bien des domaines. Aider les femmes à se construire et à intégrer la vie active que ce soit en tant qu'entrepreneure ou salariée est l'objectif de cette association.

Nous avons ainsi obtenu 32 réponses de femmes entrepreneures que nous avons contactée individuellement et 18 réponses de femmes entrepreneures membres de la seconde association

La population interrogée est très hétérogène. Les femmes de notre échantillon gèrent des PME, des TPE, elles sont dans la santé, le tourisme, l'education et la formation, la confection la restauration, l'esthétique, le bâtiment, elles sont également importatrices et exportatrices de biens qu'elles produisent. Ses femmes actives dans des secteurs ou les femmes sont très présentes mais depuis quelques années du fait de leurs formations et de leurs expériences professionnelles elles investissent des secteurs traditionnellement réservés aux hommes. Bien que l'échantillon ne soit pas important en nombre, il permet de faire ressortir les activités les plus investies par les femmes.

a) <u>Caractéristiques des entrepreneures :</u>

- **Situation familiale**

- 67.3% de femmes sont mariées et ont en moyenne 2 enfants,
- 16.2% sont célibataires,
- 10.2% sont veuves,
- 6.1% sont divorcées.

- **Formation des entrepreneures :**

- 74% femmes sont diplômées de l'université,
- 8% sont bachelières,
- 18% un niveau secondaire.

- **La moyenne d'âge des entrepreneures** est de 49 ans.

La moyenne d'âge à la création de leur entreprise est de 34ans.

Précisons toute fois que :

78% des femmes ont créé leur entreprise avant d'avoir 40ans :

- 17 femmes ont créé leur entreprise entre 20 et 30ans
- 22 entre 30 et moins de 40ans.

Ce qui précise que la grande majorité des femmes enquêtés soit 78%, sont devenues entrepreneures alors qu'elles avaient moins de 40 ans, avec une moyenne d'âge de 30ans.

La prise en compte de l'âge nous permet de distinguer deux catégories d'entrepreneures :

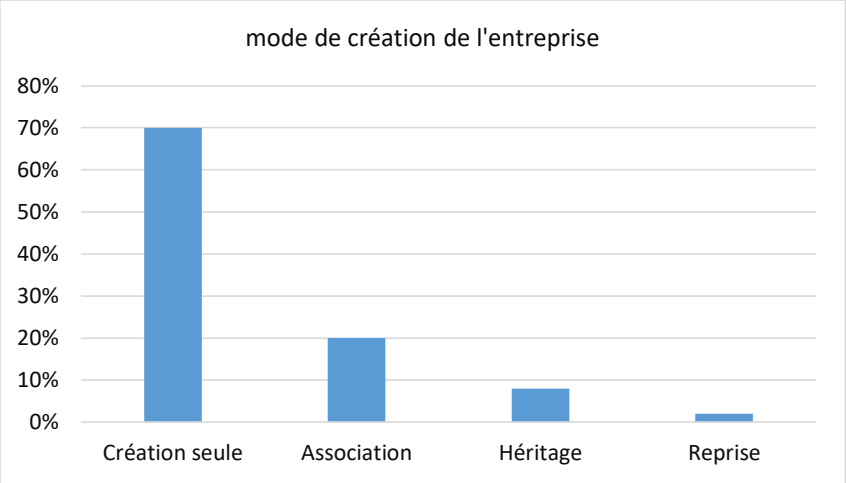
- Celles ayant moins de 40 ans en date de la création de leur entreprise, sont diplômées de l'université (minimum BAC+4) et ont dans leur majorité créé leur entreprise seule ou en association.
- Les entreprises reçues en héritages sont le fait d'entrepreneures, qui aujourd'hui ont 50 ans et plus ; Elles ont étés crées pour trois d'entre elles avant 1990. les caractéristiques de leurs entreprises se distinguent par le nombre important de leurs effectifs quand elles sont dans l'industrie.

- **Temps consacre aux tâches domestiques**

Le temps moyen consacré é aux tâches domestiques et en moyenne de 4 heures.

- **Mode de création de l'entreprise :**

Graphe 19 : **mode de création de l'entreprise**



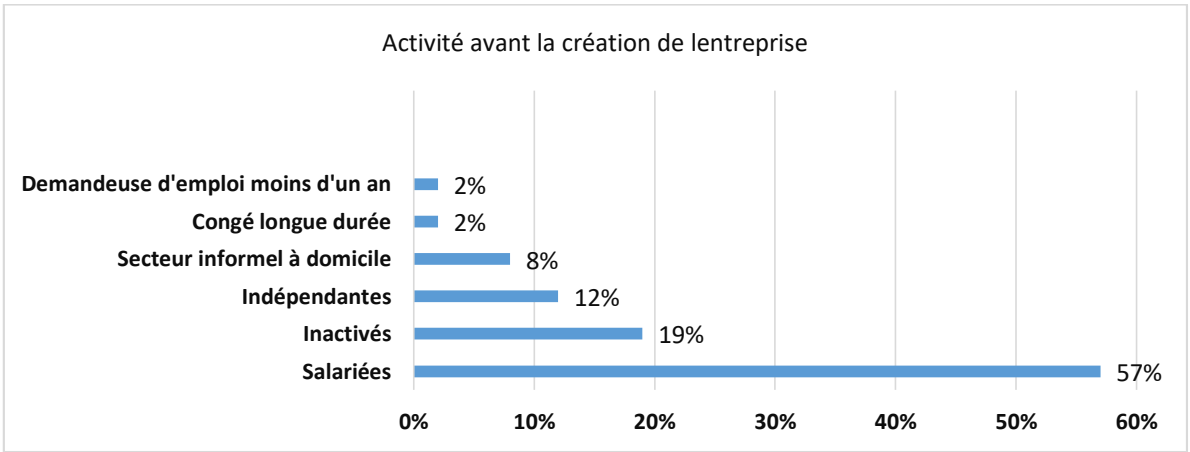
Source : établie par l'auteure à partir des résultats de l'enquête.

Près des trois quarts des entrepreneures ont créé, seules, leur entreprise, et 20% en association. Les femmes avouent ne pas être tentées par l'association.

- **Activité avant la création de leur entreprise**

S'interroger sur l'activité antérieure à la création de l'entreprise permet de mieux saisir ce qui a conduit ces femmes à l'entrepreneuriat.

Graphe 20 : **Activité avant la création de l'entreprise**



Source : établi par l'auteure à partir des résultats de l'enquête.

L'élément important à considérer, est que près de 60%des entrepreneures étaient salariées avant la création de leur entreprise et près de 20% étaient inactives.

- **Lieu de résidence des entrepreneures.**

La majorité des entrepreneures résident en zone urbaine :

- 58% résident à Oran
- 32%à Alger,
- 8% (4 entrepreneures) se répartissent entre Bordj el kifan, Jijel, sidi belabess et Tlemcen.

a) <u>Caractéristiques des reprises créées</u>

- **Taille des entreprises :**

- 70% des entreprises sont de très petites entreprises (TPE) avec un effectif moyen de 4 salariés
- 28% sont des petites entreprises. 10 entreprises ont en moyenne 12 salariés et 4 en ont 32.
- 6% sont des moyennes entreprises. 2 entreprises et ont en moyen de 58 salariés. 1 entreprise emploie 140 personnes.

- **Nature juridique de l'entreprise**

- 46 % Personnes physiques : (artisans, commerçants, professions libérales),
- 52 % sont des personnes morales dont 8 EURL et 17 SARL et une SPA.
- 2% ont une activité non déclarée.

- **Année de création**

  - 10% des entreprises ont été créé entre 1966 et 1988,
  - 28% entre 1990 et 2000,
  - 18% entre 2000 et 2010,
  - 44% entre 2010 et 2018.

- **Secteur d'activité investis par les entrepreneures** :

- 80%des entreprises appartiennent au secteur tertiaire, nous rappelons la répartition de leur dans le tableau suivant :

Tableau 35: **activité des femmes dans le secteur tertiaire**

Activité du secteur tertiaire	**Nombre d'entreprises**
Médecine(en cabinet médical)	5
Clinique médicale	2
pharmacie	2
optique	1
Evènementiel- communication- publicité	3
Ecole de gestion	1
avocate	1
Distribution	4
Importation et distribution	2
Commerce de détail	3
Architectes ingénieures en BTP	3
Maintenance et entretien de piscines	1
Décoration d'intérieur	1
Agence immobilière	1
Hôtellerie restauration	2
Agence de voyage	2
Coiffure et esthétique	3
Cabinet de recrutement	1
TOTAL	**40**

Source : établie par l'auteure

20% des entrepreneures assurent la production de bien répartis comme suit :

Tableau 36 : Activité des femmes dans le secteur secondaire

Domaine d'activité des entreprises de production	**Nombre d'entreprises**
Consommable médical	2
Conditionnement produits cosmétiques	1
Production et exportation de miel" bio"	1
Production de fromage "bio"	1
Production de Feuilles de briques	1
Production de gâteaux traditionnels	1
Confection	2
Production de mobilier de cuisine	1
TOTAL	**10**

Source : établie par l'auteure à partir des résultats l'enquête.

La diversité des professions recensées, démontre l'évolution de ce phénomène et décrit l'éventail de plus en plus large des domaines d'activités investis par les femmes entrepreneures. La qualité et la diversité de leur formation en est la principale explication.

4.1 Motivation des femmes à se lancer en affaire.

Opter pour l'entrepreneuriat est un choix que font de plus en de femmes chacune pour un motif qui lui est propre. L'enquête menée auprès de ces cinquante femmes de notre échantillon, nous a permis de constater que 57 % étaient salariées avant la création de leur entrepris. Ce choix correspond à un changement volontaire dans leur vie personnelle et professionnelle.

L'analyse des motivations des femmes questionnées dans le cadre de cette seconde enquête, rejoignent ceux obtenus dans lors de celle qualitative. Le tableau suivant nous permet de lire par ordre décroissant les principales raisons qui ont conduit ces femmes à travailler à leur compte :

Tableau 37: motivation entrepreneuriale

Motivations	**% des observations**
Etre son propre patron	75%
Etre indépendante / autonome	90%
Concilier vie familiale et vie professionnelle	61%
S'épanouir	75%
Saisir une opportunité	41.6%
Gagner de l'argent	47%
Mettre en œuvre sa créativité	51%
Relever les défis	30%
Générer un complément de revenu	18%
Créer une activité avec sa famille	14%
Sortir de l'informel	14%

Sources : établie par l'auteur à partir des résultats de l'enquête.

Etre son propre patron, refuser d'être salariée, être autonome et indépendante, rechercher un équilibre entre sa vie familiale et sa vie professionnelle, pouvoir réaliser ses rêves et sa

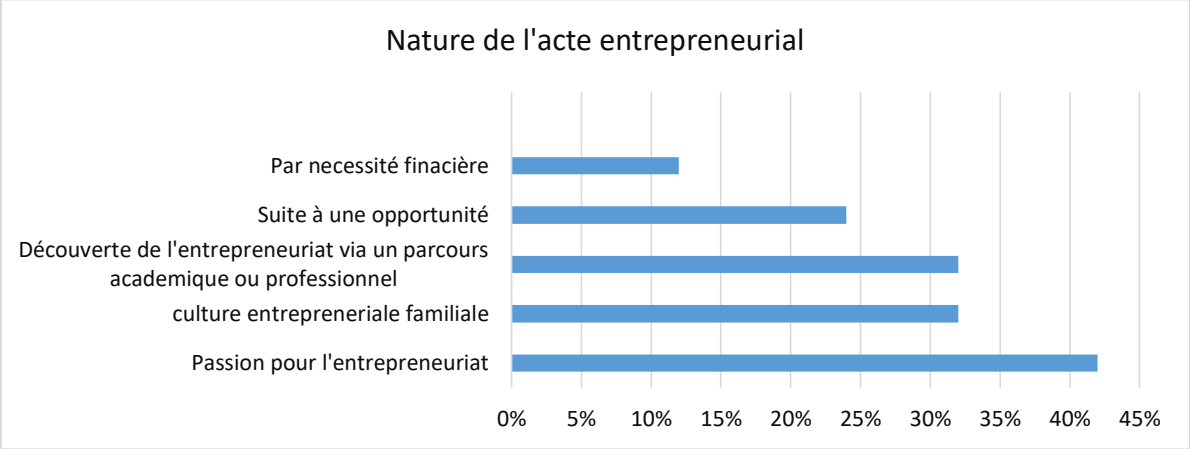
passion, créer une activité avec sa famille et bien entendu gagner de l'argent sont dans cet ordre de classement des motivations des femmes à se lancer en affaire. Plus de 60% des femmes réunissent ces quatre explications quant à leur choix pour l'entrepreneuriat.

Que ces femmes aient été salariées inactives ou indépendantes avant d'intégrer l'entrepreneuriat, elles le font soit par volonté soit par nécessité. Pour mieux cerner les différentes catégories d'entrepreneures nous leur avons posé la question suivante :

« Comment qualifierez-vous ce qui vous a conduit à créer votre propre entreprise ?

Le graphe suivant nous en donne l'illustration :

Graphe 21: Nature de l'acte entrepreneuriale



Source : établie par l'auteur sur la base des résultats de l'enquête.

- 42% des femmes ont choisi l'entrepreneuriat par passion,
- 32% se disent dotées d'un esprit d'entreprise,
- 32% ont créé leur entreprise suite à une formation ou une expérience professionnelle,
- 24% suite à une opportunité
- Et 12% par nécessité financière.

Nous constatons deux catégories d'entrepreneures :

✓ **<u>Les entrepreneures qui affirment être dotées d'un esprit d'entreprise</u> :**

Ce sont **les enfants d'entrepreneures et les diplômées**. Cette question imposant de cocher une seule réponse, nous estimons, en regroupant les deux premières réponses, que**74% des femmes se sentent dotées d'un esprit d'entreprise** et étaient prédestinées à

l'entrepreneuriat. Les premières du fait de leur appartenance à un milieu entrepreneurial d'entrepreneur et les secondes se sont découvertes cette passion ou le désir d'entreprendre suite à leur parcours académique ou à une proximité avec des entrepreneurs.

Par contre, 24% des entrepreneures expliquent être devenus entrepreneures suite à une opportunité.

Gagner de l'argent ne figure pas parmi les raisons les plus citées par les entrepreneures. L'enquête qualitative nous a permis de préciser que cette variable n'était pas au cœur des motivations des femmes, et qu'elle se situait en 8ème position après la recherche d'indépendance et d'autonomie, de l'épanouissement dans le travail..

- ✓ **Les femmes devenues entrepreneures par nécessité**

  - 12% indiquent avoir créé leur entreprise par nécessité et de n'avoir pas eu d'autres choix. Cela peut être dû à une nécessité financière, une rupture professionnelle, ou pour une meilleur gestion de la vie de famille.
  - 47% affirment vouloir concilier vie familiale et vie professionnelle,
  - 18% cherchent à générer un revenu ou complément de revenu nécessaire à la famille. parmi les 18% certaines femmes ont accédé à la carrière d'entrepreneure grâce à l'opportunité du financement par la CNAC.
  - 5% recherchent une rémunération qui correspond au travail fourni. Certaines femmes de notre entourages ou celles rencontrées lors de forums dédiés aux femmes entrepreneures précisent qu'elles ont quitté le salariat parce qu'elles étaient sous payées.

Apres avoir tenté de saisir les principales motivations des femmes à travailler à leur propre compte, nous nous interrogeons sur la façon dont elles percevaient la faisabilité de leur projet.

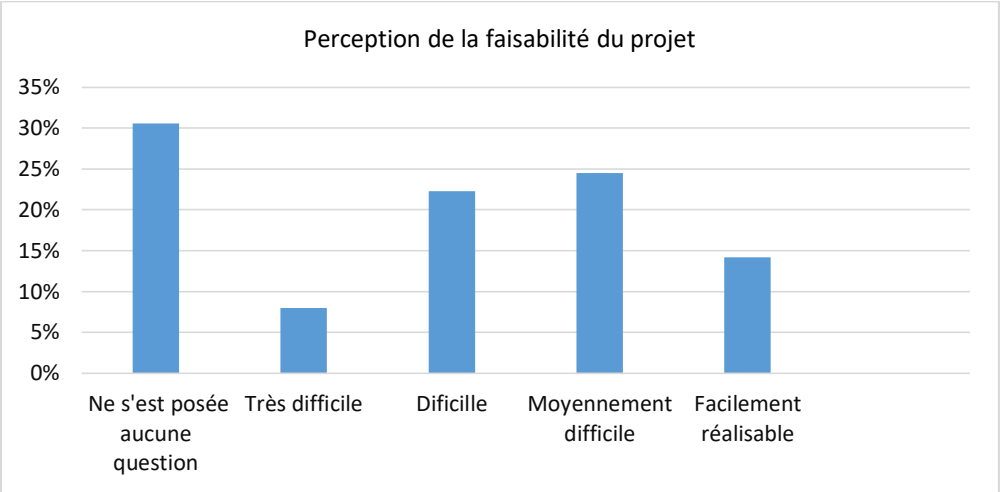
4.2 La perception des entrepreneures de la faisabilité du projet

L'enquête qualitative nous a démontré que plus de 80 % des femmes n'avaient entrepris ni étude financière ni étude de marché. Pour mieux percevoir cet aspect du processus entrepreneurial, nous avons formulé de différentes manières nos questions.

Nous avons donc posé successivement les questions suivantes :

- **Comment perceviez-vous la faisabilité de votre projet ?**

Graphe 22 : Perception de la faisabilité du projet



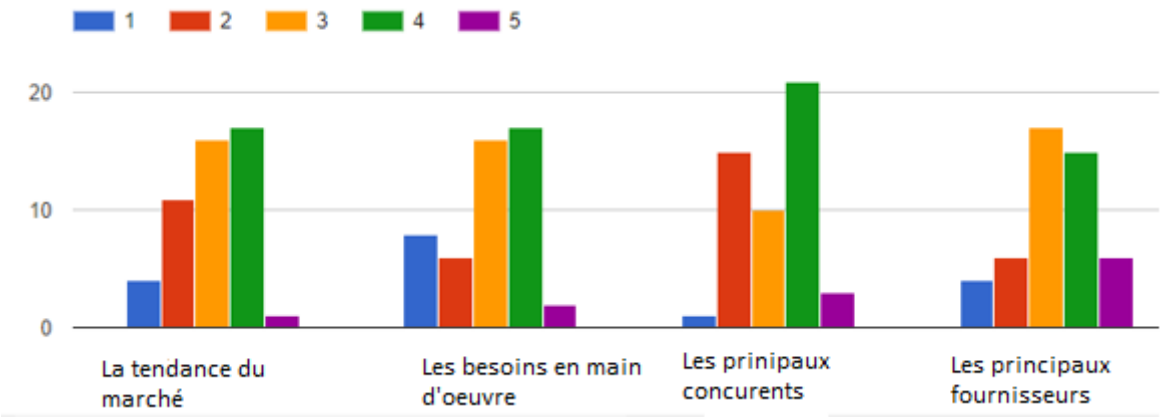
Source : établie par l'auteure

- 31 % des entrepreneures ne se sont pas posé la question de la faisabilité de leur projet. Ces femmes ont décidé de créer leur entreprise et l'ont fait.
- 8% l'ont jugé très difficile.
- 49% se sentaient largement capables de le réaliser (25% moyennement difficile +14% facilement réalisable).

- **Avant de créer votre entreprise comment perceviez-vous les aspects suivants ?**

Nous avons proposé une échelle de valeur de 1 à 5 (de très faible à très bonne appréciation)

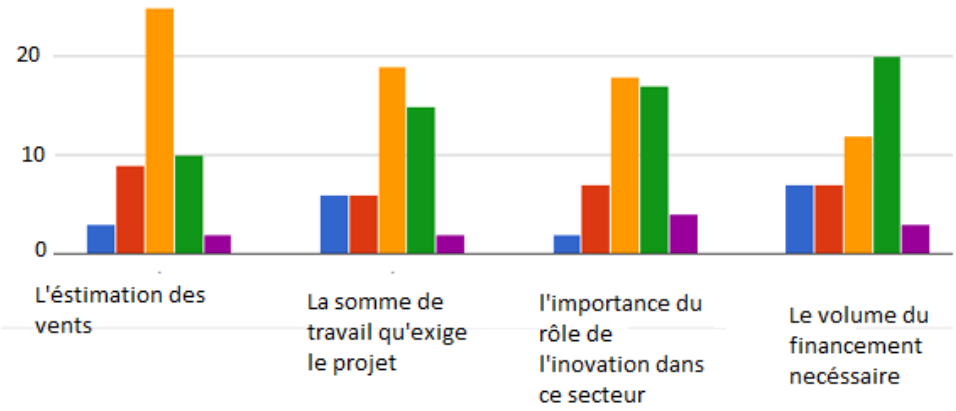
Graphe23 : **perception de variables liées à l'activité de l'entreprise**



Seules 34% des entrepreneures affirment connaitre la tendance du marché (valeur 4) et les besoins en main-d'œuvre.

44% assurent connaitre les principaux concurrents. Notons que connaitre l'existence d'un conçurent ne permet pas d'évaluer sa position sur le marché.

Graphe24 : (suite du graphe 24)



Moins de 25% des entrepreneures ont une idée du volume futur de leur vente et n'ont pas non plus une évaluation précise de la somme du travail que cela exigera.

Moins de 10% des entrepreneures ont conscience du volume de travail exigera la gestion de leur entreprises. Ce sont en général des personnes qui ont déjà travaillé dans le même domaine d'activité avant la création de leur entreprise.

- A la question **« avez-vous effectué une étude de marché et une étude financière ? »**

- 52% affirment n'avoir fait aucune des deux études.
- 32 % ont effectué une étude de marché,
- 30% ont effectué une étude financière,

52% des entrepreneures affirment n'avoir fait ni études de marché ni étude financière. A ce fier à ces statistiques, seules 8% des femmes ont effectuées l'une des deux enquêtes ou toutes les deux.

La contradiction des réponses nous amène à conclure que les entrepreneures ne font aucune étude approfondie sur de l'état du marché. Elles s'informent sur les potentiels concurrents, mais n'arrivent pas à se situer dans le futur. C'est ce qu'a démontré l'étude qualitative. Les entrepreneures investiguées se basent sur la comparaison des situations similaires et, dans la majorité des cas, se fient à leur intuition.

4.3 Le mode de financement

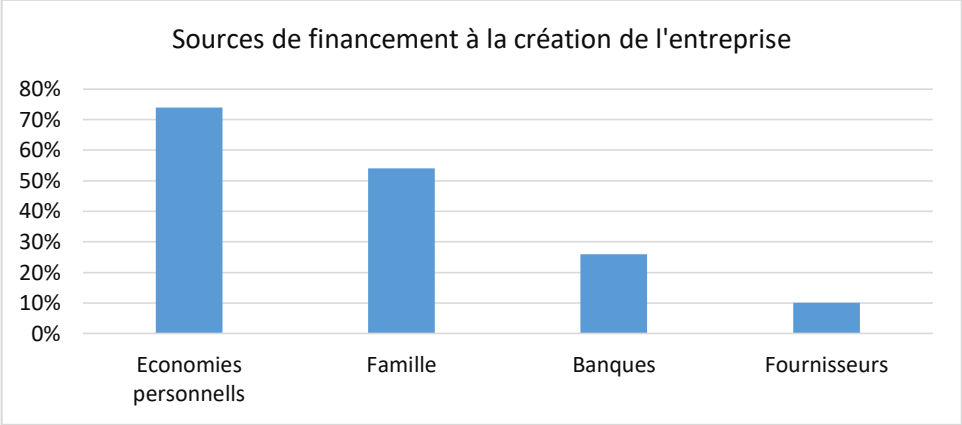
Le mode de financement du projet est le troisième indicateur fondamental pour cerner l'activité entrepreneuriale des femmes entrepreneures. L'accès à la ressource financière constitue l'un des principaux obstacles rencontrés par les entrepreneurs (es) lors de la création de leur entreprise. Il n'est pas surprenant que la difficulté soit perçue différemment par chacune des femmes interrogées.

Pour les porteurs de projet la faisabilité est en premier lieu directement liée à l'aptitude de l'entrepreneur (e) à mener son activité et la possibilité ou non d'assurer son financement.

Les résultats de l'enquête qualitative ont mis en relief la relation entre la taille de l'entreprise et le mode de financement. Les entrepreneures interviewées ont toutes créé de très petites ou petites entreprises ce qui explique que le financement soit essentiellement réalisé à partir d'économies personnelles ou de fonds mis à leur disposition par la famille.

La nature du financement mobilisée par les femmes interrogées dans le cadre de l'enquête quantitative est résumée dans le graphe suivant :

Graphe 25 : Mode de financement du projet



Source : établie par l'auteure

- 74% des investissements proviennent d'économies personnelles,
- 54% des entrepreneures ont reçu une aide financière de leur famille,
- 26% ont bénéficiée de crédits bancaires. Dont une partie se fait par le biais des dispositifs d'aide ANSEJ et CNAC.
- 10% ont fait appel à des crédits fournisseurs.

Précisons toutefois, qu'après la création de leur entreprise,

- 52% des entrepreneures affirment pouvoir obtenir des prêts
- 62% affirment pouvoir obtenir des crédits à moyens terme et long terme pour le développement de leur activité.

Les entrepreneures ne s'orientent pas systématiquement vers les banques pour financer la création de leur entreprise pour deux raisons essentielles :

- Les entreprises créées sont, comme nous l'avons vu, des petites ou de très petites entreprises,
- L'accès au crédit bancaire exige des frais et des garanties jugées excessives par les entrepreneures. Celles qui recourent au crédit bancaire le font généralement en s'inscrivant simultanément auprès de l'ANDI (Agence Nationale de Développement de l'Investissement) pour bénéficier des avantages et exonération fiscales qu'elle permet.

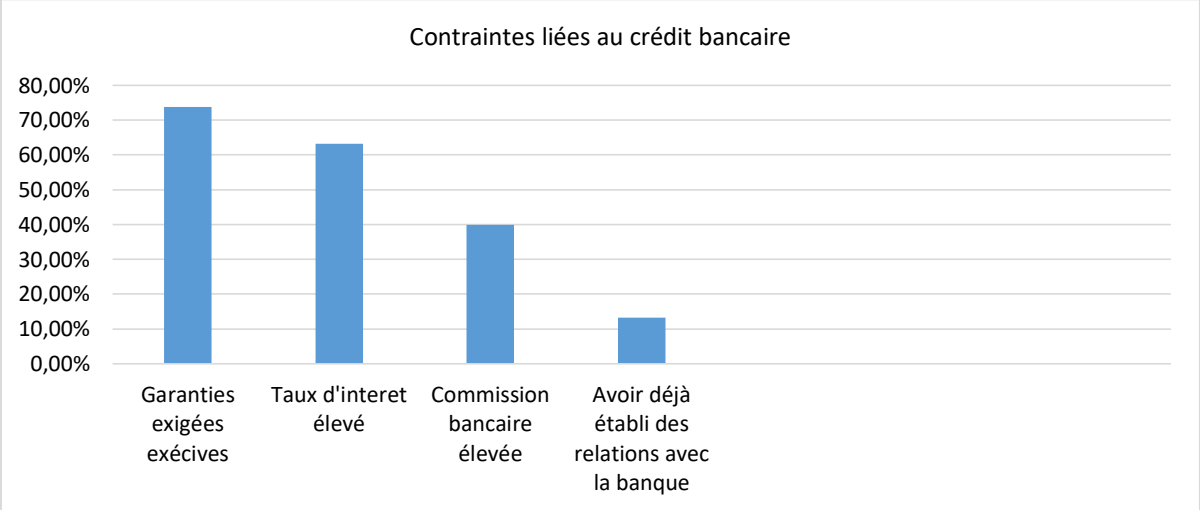
Les garanties bancaires exigées sont lourdes à réunir et à mettre en œuvre. Les plus fréquemment demandées sont :

- Nantissement du fonds de commerce,
- Gage de terrain ou de construction,
- parrainage d'un opérateur privé, client de la banque,
- Caution sous forme de dépôt représentant au minimum 40% du montant du crédit à l'investissement.

Certaines banques exigent de l'entreprise d'être son seul et unique partenaire en tant qu'établissement de crédit.

Le graphe suivant nous donne par ordre décroissant les contraintes, liées à l'accès au crédit bancaire, cité par les entrepreneures interrogées :

Graphe 26 : Contraintes liés à l'accès au crédit bancaire



Source : établie par l'auteure

Les résultats de l'enquête quantitative que nous avons mené nous a permis de constater que seules 22 % des entrepreneures, ont sollicité l'aide de dispositifs publics :

- La CNAC a été sollicité par 3 entrepreneures (gâteaux traditionnels, traiteur)

- l'ANDI[202] par 7 entrepreneures (clinique médicale, hôtel, BTP)
- l'ANSEJ par 8 entrepreneures (cabinet médical, agence de voyage, centre de coiffure et d'esthétique).

Cette repartions est intéressante dans la mesure où elle nous permet de faire le lien entre la nature de l'activité le dispositif sollicité et l'âge de l'entrepreneure.

Si les banques ont joué un rôle marginal au moment de la création de l'entreprise, nous constatons que par la suite, près de 40% des entreprises enquêtées, ont bénéficié de crédits d'investissements et /ou d'exploitation**.**

Conclusion

L'enquête qualitative ainsi que celle quantitative, chacune avec ses avantages et ses inconvenants, du fait de leur différence et de leur complémentarité nous ont permis de mieux saisir ce qui a conduit ces femmes, toutes différentes par leur situation familiale, leur formation, leur parcours professionnel de se mettre à leur compte. Prendre en compte leurs motivations, la façon dont elles ont perçu la faisabilité de leur projet, la nature du financement mobilisé ainsi que les difficultés ou les facilités rencontrées lors de sa réalisation, nous permettra de mieux saisir le processus entrepreneurial initié par ces femmes.

Ainsi en considérant la situation familiale et professionnelle de ces femmes, leurs expériences, leur appartenance ou non à un réseau et en tenant comptent de l'environnement dans lequel elles évoluent nous tenterons de comprendre ce qui, de façon plus générale détermine se femmes à l'entrepreneuriat et d'en dessiner une typologie. Ce sera l'objectif du dernier chapitre.

[202] ANDI : agence nationale pour le développement de l'investissement.

Chapitre III : L'entrepreneuriat féminin en Algérie : typologie et déterminants

Comprendre le phénomène entrepreneurial revient avant tout à comprendre la naissance d'une nouvelle organisation et saisir ce qui conduit à la décision d'entreprendre. Qu'une personne se mette à son compte par nécessité ou par volonté, cet acte reste avant tout délibéré. Pour expliquer cet acte, certaines approches renvoient à des variables liées à la personnalité de l'entrepreneur ou aux caractéristiques démographiques. D'autres ont une approche plus globale et s'intéressent au processus entrepreneurial et les étapes qui le constituent.

Quel que soit l'approche considérée en s'interrogeant sur les motifs ou les raisons qui poussent une personne à entreprendre, c'est sur la « propension » puis à « l'intention » d'entreprendre que l'on focalise en premier et qui renvoi au « pourquoi » : pourquoi devient-on entrepreneur (e) ? Pour an suite se poser la question du « comment » ?

Les réponses à ces questions seront l'objet de ce dernier chapitre ; Pourquoi et comment les femmes investiguées sont devenues entrepreneures ?

Les entretiens semis directifs réalisés auprès des 15 femmes retenus pour notre enquête qualitative, associés aux résultats de de l'enquête quantitative, nous ont permis de recueillir les éléments de réponses à ces questions. La prise en compte des caractéristiques des entrepreneures, de leurs entreprises, de leurs motivations et du mode financement de leur projet nous ont permis de cerner les principaux déterminants de l'entrepreneuriat féminins en Algérie.

Prendre en compte la « féminité » et de façon plus précise la « maternité » exprimée également par le concept de « mampreneur » précise la spécificité de cette catégorie importante de femmes qui sont à la fois « maman et entrepreneure ». Les deux enquêtes que nous avons effectuées, à l'instar de nombreuses publications, démontrent l'importance de ce facteur et la tendance observée qui décrit « des femmes trentenaires, plus jeunes et souvent plus instruites que la moyenne des femmes entrepreneures, qui quittent le salariat et une carrière en entreprise au moment de la venue d'un enfant pour créer leur entreprise (Richomme-Huet et d'Andria, 2013). Nos deux enquêtes nous ont permis un constat similaire, puisque au moment de la création de leur entreprise, 67.3% de femmes observées sont mariées, elles ont en moyenne 2 enfants, et sont pour la plupart âgées entre 27 et 35ans. Il

est important de préciser que près de 60% de ces femmes étaient salariées avant la création de leur entreprise.

Bien que les femmes soient nombreuses à créer leur entreprise par nécessité financière, l'éventail des activités recensées ainsi que l'étude des motivations des entrepreneures questionnées, nous fait dire que de nombreuses femmes, diplômées ou non, s'engagent désormais par passion vers l'entrepreneuriat et que peu de secteurs leur résistent.

Ces résultats nous ont également amené à appréhender autrement l'entrepreneuriat féminin en Algérie. En effet, un changement de paradigme s'impose, car ces femmes sont dans une logique de décision effectuale et non pas causale comme traditionnellement décrit dans la littérature.

Dans un souci d'une meilleure analyse de nos résultats, nous axerons notre réflexion en considérant trois aspects fondamentaux du processus entrepreneurial :

- Les motivations de ces femmes à créer leur entreprise,
- La perception qu'elles ont de la faisabilité de leur projet,
- le mode de financement de l'activité.

Etudier ces trois axes nous amène naturellement à nous interroger sur le contexte familial et environnemental au moment où ces femmes envisagent la création de leur entreprise. Les facteurs environnementaux et situationnels agissent de manière contingente pour favoriser ou inhiber le processus entrepreneurial dans ses différentes phases (Tounes, 2003).

Selon Bruyat (1993 :231), « la dialogique créateur /projet-entreprise nouvelle baigne dans des environnements divers, à dimensions multiples, perçus par le créateur comme étant plus ou moins hostiles ou favorables à la création de son entreprise ». n

L'environnement local est d'une grande importance dans la mesure où la plupart des entrepreneures créent là où elles vivent, des entreprises qui nouent en priorité des liens d'affaires avec des partenaires locaux.

L'environnement plus spécifique de la créatrice, quant à lui, nous plongera dans son milieu familial, social et professionnel.

En gardant en mémoire les trois dimensions du processus entrepreneurial que sont l'entrepreneure, l'entreprise et son environnement et après avoir présenté les résultats des deux enquêtes ayant trait aux femmes entrepreneures et à leur entreprises, nous nous intéressons, aux éléments qui lient ces entrepreneures à leur environnement.

Les quatre modèles définissant le processus entrepreneurial présentés dans notre première partie théorique nous ont permis de mesurer l'importance l'environnement lorsque l'on traite de l'entrepreneuriat et de surcroit lorsque l'on traite de l'entrepreneuriat féminin. L'impact de l'environnement se manifestera à chaque étape du processus de création de l'entreprise.

Shapero (1975- 1982), défini le processus entrepreneurial comme étant la résultante de la combinaison de quatre dimensions : contextuelle, sociologique, économique et psychologique (facteurs situationnels et individuels).

Capiez et Hernandez (1994-1998) présentent le système de la PME comme une interaction entre quatre variable : les buts des dirigeants, l'organisation, les activités et l'environnement.

Paturel (1997) présente le model des « 3E » : Entrepreneure (le porteur de projet), Entreprise (capacité –ressources) Environnement (global, spécifique ou local).

Hayton George et Zahra (2002)[203] se basent sur l'imbrication de deux niveaux d'analyse : la relation entre la culture nationale et l'entrepreneuriat, d'une part, et entre la culture nationale et les caractéristiques individuelles, d'autre part. La culture acte comme modérateur ou catalyseur plutôt qu'un agent causal de l'activité entrepreneuriale.

Ces modèles, bien que non spécifiques à l'entrepreneuriat féminin, sont d'un grand intérêt car ils mettent en relief l'importance des relations entre le propriétaire dirigeant (créateur de l'entreprise), son entreprise et son environnement. L'entrepreneur doit s'y adapter, l'aménager en se constituant un réseau étendu de relation extérieur grâce à une politique de coopération. Ce dernier chapitre répond à un double objectif. Après s'être interrogé sur le milieu familiale de l'entrepreneure et sur son l'environnement dans une première section ; sur la base de l'interprétation des résultats des deux enquêtes nous tenterons, dans une seconde section, de décrire les différents types d'entrepreneures observées, pour conclure, par la définition des principaux déterminants de l'entrepreneuriat féminin en Algérie en dernière section.

1. L'entrepreneure, sa famille et son environnement.

La famille, les réseaux sociaux et professionnels ainsi que les institutions sont des variables fondamentales lorsque l'on aborde l'entrepreneuriat féminin, ils constituent le macro et le méso environnement et définissent le cadre de l'action.

[203] Bourguiba. p. 138

Dans cette section nous nous intéresserons à la famille de l'entrepreneure et à son environnement. Nous précisons cependant que nous traiterons essentiellement du méso environnement car nous avions traité, dans le premier chapitre de cette seconde partie, du contexte macro-économique où nous décrivons l'évolution de l'emploi féminin et de la participation des femmes chefs d'entreprise dans notre économie. Néanmoins nous mentionnerons l'implication du contexte macroéconomique tout au long de notre analyse.

L'entrepreneure (niveau micro) est le lien entre le méso et le macro environnement. Le macro/méso environnement comprend les politiques nationales, les stratégies et les influences économiques et culturelles, ainsi que les institutions et organisations régionales. Ce dernier est intéressant à intégrer car il peut limiter le choix et les décisions des femmes entrepreneures. De plus, il impacte la socialisation du genre, et par conséquent, le contexte dans lequel les décisions sont prises (Brush et al, 2009).

Aux côtés des institutions formelles, l'existence de normes et de règles sociales régissant de manière informelle le comportement de l'ensemble des acteurs, détermineront le choix de la formation et de l'activité professionnelle des femmes.

En effet, en considérant les obligations imposées par leur vie familiale future, de nombreuses femmes choisissent une carrière considérée comme féminine et qu'elles pourront poursuivre. La norme sociale en Algérie, fait en sorte que l'éducation des filles les prédestine à des professions purement féminines et dans le cas extrême à être mère au foyer ; mais leur accès à un haut niveau de formation contribue à faire évoluer les mentalités, les femmes comme nous le précisent les résultats de l'enquête, investissent l'ensemble des secteurs d'activité aussi bien en tant qu'employée ou en tant qu'employeur, ce qui modifie le jugement vis-à-vis de l'entrepreneuriat féminin.

De même, quand pour différentes raisons la mère se retrouve seule et dans l'obligation de prendre financièrement en charge sa famille, devenir entrepreneure deviendra la seule alternative. Graduellement ces situations se multiplient, les cas isolés s'amplifient et deviendront progressivement la norme. Etre « femme et entrepreneure »constitue désormais une réalité professionnelle admise au même titre qu'être « femme et salariée ».L'ampleur du chômage en Algérie, notamment celui des femmes, impose d'accorder un intérêt particulier à l'entrepreneuriat féminin, il pourrait, à l'avenir devenir, la principal explication de la création d'entreprise par de nombres femmes diplômées ou non.

C'est le cas des mamans veuves rencontrées. Le mode de vie de plus en plus individualiste, contraint de plus en plus de femmes dans cette situation à ne compter que sur elles-mêmes.
E3 (gâteaux traditionnels) affirme que sa décision de se lancer dans les affaires a surpris son entourage qui a tenter de l'en dissuader. Faire accepter ce choix par ses frères et sa belle-famille à nécessité « de véritables négociations ». Mais une fois l'entreprise sur pied, le regard des autres a changé. E3 raconte : *« dès que j'ai créé mon entreprise et que je leur ai démontré que j'étais largement capable de la gérer, et surtout lorsqu'ils ont vu que je gagnais bien ma vie, tout le monde m'a dit que j'avais bien fais de m'accrocher à mon idée et qu'ils étaient fier de ce que j'ai réalisé. Tu imagines qu'aujourd'hui j'emploie plus de 20 personnes ! »*
Par contre pour **E1** agence de voyage ou **E2** architecte, devenir entrepreneure c'est fait naturellement. Toutes deux ont été encouragées par la famille et le conjoint.

Pour E1 mère au foyer, crée son entreprise quand les enfants sont devenus de jeunes adolescents était une évidence : « *Etre mère au foyer ou se lancer dans les affaire est mon choix personnel, personne ne m'a pas forcé. J'ai toujours été libre de choisir (…) il ne faut pas créer de problèmes là où ils n'existent pas. Moi personnellement je n'ai jamais rencontré de problèmes* ».

E2, explique que dans son cas « travailler *pour son propre compte est une tradition familiale »*(…) « *les mentalités ont évoluées*. *Dans notre société on ne s'étonne plus de voir une femme créer son entreprise, par contre lorsque l'on est architecte sur un chantier, il faut tout de suite s'imposer par sa compétence ».*

Les avis sont très partagés ; en fait très peu de femmes évoquent des difficultés du fait de leur choix professionnel.

- 35% des entrepreneures affirment se sentir reconnu et respecté en tant qu'entrepreneure que ses soit par la famille, les banques, les fournisseurs ou les clients.
- 15% estiment être « moyennement » reconnues par leur conjoint.

Il semblerait que la reconnaissance au sein de la famille est directement liée à l'aptitude de ces femmes à concilier vie familiale et vie professionnelle. Elles affirment toutes devoir s'organiser en en fonction des enfants et du conjoint. Les stéréotypes persistent et il faut nuancer les jugements, chaque cas est particulier et propre à l'entourage familial.

1.1 L'omniprésence de la famille de l'entrepreneure

La famille est le premier cercle d'influence de la femme entrepreneure. Elle est le cercle dans lequel tout se joue dès l'enfance. L'éducation, le développement de l'esprit d'entreprise, qu'il soit transmis par le biais de la formation, ou inculqué naturellement quand l'enfant est né au sein d'une famille d'entrepreneurs. Rappelons que l'une des caractéristiques principales de PME algériennes est sa nature familiale.

- **L'éducation au sein de la famille**

Les parents reproduisent des schémas reçu et intégrés tout au long de leur vie. Dès le plus jeune âge filles et garçon sont à leur tour façonnés selon les valeurs et les principes de la famille. L'éducation reçue fera en sorte d'encourager ou d'inhiber le désir d'entreprendre.

- **La famille : le principal soutien de l'entrepreneure**

Tout le long du processus de création de l'entreprise la famille soutien moralement et financièrement la future entrepreneure. La femme entrepreneure échange énormément sur son projet avec les membres de sa famille et ses amis. Elles c'est avec ses proches qu'elle discute le plus de la faisabilité de son projet, et de la manière de conduire son projet. Très peu se dirigent vers des structures d'accompagnement, sauf si celles-ci interviennent dans le financement du projet.

Les statistiques indiquent que les parents sont plus sollicités que le conjoint ; le conjoint vient en seconde position. Certaines femmes avouent que sans ce soutien des parents et du conjoint et pour certaine d'amis, elles ne seraient certainement pas arrivées à créer leur entreprise.

- 64 % des entrepreneures interrogées ont reçu le soutien de leur famille,
- 48 % ont reçu le soutien de leur conjoint,
- 26 % de leurs amis,
- Et 10 % des formateurs.

La famille est présente à tous les niveaux : elle participer à la garde des enfants, les récupérer de l'école. La famille dépanne toujours en cas de situation ponctuelle.

E2 :« ma famille m'a beaucoup aidé, par contre être mère peut poser certaines difficultés liées à la garde des enfants. A mes débuts il y avait très peu de crèches ou pouponnières. Mes parents, mes frères et sœurs m'ont beaucoup soulagé, surtout quand il n'y avait personne pour récupérer mes filles de l'école. Et surtout ils ont mis à ma disposition un locale chez eux, j'avais donc aucun soucis quand les enfants étaient tout petits je les emmenais avec moi au travail « chez ma mère ! »

De nombreuses publications présentent le couple comme le pilier de l'entrepreneuriat (le Loarne –Lemaire 2013 ; d'Andria et Richomme-huet, 2011 ; Boutiliers, 2008).

Précisons toutefois que le conjoint s'il n'est pas considéré comme un frein, in n'encourage pas constamment à la création d'entreprise.

E6 n'a trouvé aucun appui auprès de son mari ; ni financièrement ni mentalement. « Il *était sûr que j'allais échouer, il m'a dit : tu ne pourras pas c'est trop difficile ! Moi je lui ai tenu tête et j'ai créé mon entreprise. »*

- **La famille et la transmission de l'esprit d'entreprise**

La famille est un atout certain lorsque celle-ci à capitalisée une longue expérience entrepreneuriale. Elle permet aux porteuses de projet de se lancer en affaire tout ayant la protection des siens. Cette dernière pourra de bénéficier de cette expérience et surtout de profite d'un réseau professionnel très étoffé qui lèvera un grand nombre de contraintes liées au processus de création de l'entreprise, notamment le financement bancaire, l'accès aux fournisseurs et la recherche de clientèle.

Avoir un des deux parents entrepreneur, développe l'esprit d'entreprise et prédispose au choix entrepreneurial. Très tôt les enfants sont responsabilisés et habitués à prendre des décisions. Lorsque la mère est entrepreneure, l'impact est bien plus fort sur les filles de la famille, car non seulement elles baignent dans un environnement entrepreneurial, mais en plus elles n'ont pas à se poser la question, à savoir, si en tant que fille elle pourra assumer le choix de devenir entrepreneure. La réponse est toute prête et évidente.

Une enquête, effectuée par nous-mêmes en 2012[204], auprès d'entrepreneurs (es) de la wilaya d'Oran nous a permis de constater la relation familiale entre membres d'une même famille, notamment la création d'entreprise par chacun des frères et sœur d'un père entrepreneur dans l'industrie (représentés par la famille F4). Notre échantillon illustre tout à fait

[204] H. Sekkal. Force et faiblesses des PME privées algériennes dans le cadre des réformes économiques.

l'importance des liens de parenté dans le financement de nouvelles activités, et la volonté des entrepreneurs à diversifier leurs activités, quand cela est possible. Nous avons retracé les liens de parenté entre plusieurs dirigeants des entreprises étudiées, ne présentons pas l'échantillon, nous ne décrirons que le lien familial entre les différentes entreprises étudiées.

Les entreprises (1, 2) représentent une même famille F1,
Les entreprises (4, 5) représentent une même famille F2,
Les entreprises (6, 15) représentent une même famille F3,
Les entreprises (8, 10, 12) représentent une même famille F4,
Les entreprises (16,21) représentent une même famille F5.

Les entrepreneurs de la famille F4 sont tous dans l'industrie. Précisons, qu'en tenant compte des oncles et tantes et leurs enfants, cette famille compte plus de 10 entreprises.

- **La famille : la principale source de financement**

La famille constitue la principale source de financement pour les jeunes porteuses de projets n'ayant pas pu mettre de côté d'économies personnelles ou celles, pour qui devenir entrepreneure, constitue la première expérience professionnelle et n'ont donc aucune ressource personnelle.

- L'enquête qualitative révèle que 73% des entrepreneures ont financé leur projet à partir de fonds familiaux et des économies personnelles,
- L'enquête quantitative, quant à elle, révèle que 54% des entrepreneures ont financé leur activité grâce aux fonds octroyés par la famille.

Rappelons également que plusieurs entrepreneures questionnées ou interviewées ont bénéficié de locaux commerciaux louées ou prêtes par la famille. Certaines l'ont reçu en héritage.

- **Les décisions sont prises en famille**.

46 % des femmes avouent prendre les décisions concernant leur entreprise avec leur famille, que ce soit le conjoint ou les parents, frères et sœurs y compris.

Ces décisions peuvent porter sur le choix du produit, ou du lieu de l'activité ou même sur la gestion quotidienne de l'entreprise. La famille possède un droit de regard et de décision quand l'investissement est financé par la famille. Mais, les femmes avouent ironiquement que le premier soutien de l'entrepreneure est l'entrepreneure « elle-même ».

- **La famille (conjoint et enfants) : cœur de ses décisions**

Rappelons que la motivation principale de la **« maman entrepreneure** » est la recherche d'un équilibre vie-privée vie-professionnelle tel que développé dans plusieurs travaux académiques. (Laufer, 2005 ; Léger-Jarniou, 2013) précisent que la sphère familiale et professionnelle ne sont pas deux entités indépendantes, mais intégrées (Brush 1992).

En adoptant une perspective intégrative, la femme entrepreneure est considérée comme « un acteur social». Elle voit son entreprise comme un réseau de relation et non une unité économique séparée. Elle est sensible à l'environnement et à son entourage. Elle ne différencie pas entre sphère professionnelle et sphère personnelle

Les femmes se voient comme étant intégrées dans l'environnement qui est conçu comme un réseau de relations dans le travail, la famille et la société (Aldrich, 1989). Les relations familiales, sociales, et d'affaires sont connectées

L'âge des enfants est un facteur important à prendre en compte, car il définit deux périodes bien distinctes dan de la vie de l'entrepreneure. Etre mère et entrepreneures est une décision qui impose à la femme, particulièrement, d'anticiper sur le mode de gestion de la famille avant même de créer son entreprise. Rares sont les entrepreneures qui ont fait une d'étude de marché ou une étude financière, mais toutes savaient à l'avance comment elles allaient gérer leur quotidien et savaient en cas d'extrême urgence qui solliciter pour s'occuper des enfants.

88% des entrepreneures affirment que le fait d'être entrepreneure leur assure un meilleur équilibre entre leur vie familiale et leur vie professionnelle, et 80% des femmes affirment que le fait d'être mère ne représente aucun frein pour l'entrepreneuriat.

1.2 L'environnement de l'entrepreneure ou la nécessité d'un réseau personnel

Observer la manière dont une personne crée son entreprise peu nous placer face à des situations extrêmes. Selon Ostgaard et Birley (1994)[205]« Le réseau personnel des dirigeants est fondamental il est une ressource importante que ce dernier peut mobiliser dès son démarrage, même si sa capacité relationnelle présentée des limite en matière de ressources avec laquelle la petite entreprise doit faire ». Johannisson (1986p 20) met en évidence » la difficulté à obtenir des ressources, compte tenu de l'absence d'expérience et de légitimité de

[205]Johannisson (1986) in Messeghem Et Torrès : les grands auteurs en entrepreneuriat et PME, 2015, p.381.

l'entrepreneures lors de la création .Cela l'incitent à aller chercher de ressources dans son environnement proche parent levée de son réseau personnel ».

L'initiateur du projet peut être, soit isolé et ne comptant que sur lui-même pour la création de son entreprise, soit accompagné et conseillé à chaque étape de la construction du projet. L'entrepreneur au tout début du processus entrepreneurial, et même bien avant a besoins de s'assurer de faire le bon choix ; ce choix concerne aussi bien la décision de se lancer dans les affaires que celui lié à la futur entreprise (le produit, la taille de l'entreprise, le financement, les compétences exigées etc.). Les informations en sa procession sont, dans bien des cas, insuffisantes. Les entrepreneures reconnaissent l'importance d'appartenir à un réseau aussi bien au moment où l'on décide de créer son entreprise, qu'en pleine activité pour la maintenir et la développer.

Toutes les femmes interrogées insistent sur l'importance du soutien de proches ou de personnes expérimentées en entrepreneuriat. En phase de création, les stéréotypes liés aux professions que les femmes sont censés choisir et aux vues des exigences de la profession et des changements que cela induira dans leurs vies, les femmes sont souvent dans une situation de doute et d'hésitation, le soutien et l'encouragement des proches est alors capital.

L'appartenance à un réseau est un atout considérable à plusieurs niveaux :

- **Avoir autour de soi des exemples de réussite de femmes** entrepreneures peut fortement encourager d'autres femmes, notamment celles qui ont des projets concrets et la capacité de le mener à bien et qui simplement hésitent de se lancer en affaire par peur d'échouer. Certaines femmes entrepreneures interviewés (E2, E10, E11, E15) sont, elles-mêmes, devenues des modèles, auprès de jeunes femmes de leur entourage ou auprès de jeunes étudiantes venues en stages dans leurs entreprises.

Ces exemples de femmes avec des parcours ou des situations similaires leurs feront dire : « *si elle l'a fait alors pourquoi pas moi ».* De tels exemples présentés aux jeunes étudiantes dans un cadre universitaire, peuvent amener ces dernières à entrevoir la possibilité de créer leur propre emploi, sachant que trouver un travail à la fin des études n'est pas toujours facile.

Précisons que le terme « réseau » peut prêter à confusion, car il peut à la fois signifier un ensemble de relations personnelles et professionnelles autour de l'entrepreneure, ou décrire une association de chefs d'entreprises. Ces relations peuvent être développées lorsque l'on est salarié (e), que ce soit dans la fonction publique ou en entreprise. Ce réseau de relation, permettant de développer son capital social, est une richesse indispensable pour la réussite

d'une carrière entrepreneuriale, et peut influencer fortement la décision d'entreprendre ou de se développer quand l'activité est déjà créée.

- **Obtenir une aide administrative**

Les femmes sont peu habituées aux démarches administratives. Les relations avec les administrations et la lourdeur des dossiers administratifs liés à la création d'entreprise sont constamment considérés comme une réelle contrainte que doivent gérer les entrepreneures. Le réseau qu'il soit professionnel ou simplement constitué de la famille, d'amis, ou de collègue peut considérablement alléger cette contrainte.

E6 : « c'est très important d'avoir des relations, ça facilite beaucoup les démarches administratives et puis c'est impossible de faire sans… aujourd'hui dans notre pays on ne peut rien faire sans les relations.»

- **Accéder à l'information**

Appartenir à un réseau permet d'accéder à de l'information à laquelle ne peut pas accéder un acteur isolé.

Lors de journées dédiées à l'entrepreneuriat féminin, de nombreuses femmes ont reconnu n'avoir pas eu connaissance des dispositifs d'aide pour la création d'entreprises avant l'invitation de proches ou de collègues à ces journées.

Les femmes, de par leurs obligations familiales ont plus de mal que les hommes à accéder aux réseaux qu'ils soient formels ou informels. Les hommes les intègrent et les développent plus facilement. E1 affirme : « que *les hommes se retrouvent plus facilement entre eux après le travail au sport, au café, au restaurant ou dans le cadre d'associations ou de réseaux professionnels ».*

E15 est directrice d'une agence de communication et de publicité, et fondatrice d'une association de femmes d'affaires dont le siège est à Alger. Cette entrepreneure a tellement souffert au démarrage de son entreprise, qu'une fois son activité développée a décidé de créer une association de femmes entrepreneures (LBC), un réseau essentiellement féminin d'entre aide entre femmes.

E15 raconte son initiative : *« L'idée est partie de mon expérience personnelle. Je me suis rendu compte que le monde des affaires en Algérie fonctionne par réseaux, difficiles d'accès aux non-initiés. C'est en constatant le grand nombre de femmes qui occupent un poste clef dans les*

entreprises nationales que m'est venu l'idée de créer une fédération dans le but de «développer un réseau de contacts et d'échanges dynamiques», et ce, à travers des événements réguliers telles que des interventions Business en présence d'un consultant pour répondre aux questions d'ordre législatif, des expositions ou des ventes privées ».

Une initiative qui permet à de nombreuses femmes de résoudre leurs problèmes, car parmi ces femmes il y a des juristes des comptables, des ingénieures, des médecins, des mères au foyer, des directrices de crèches d'enfants, de sociétés de transport, des restauratrices etc., qui se viennent en aide entre elles, souvent à titre gracieux, via les réseaux sociaux sur internet. Cette association répond aussi bien à des demandes d'ordre professionnelles que personnel ou familial.

Lorsque nous avons demandé aux chefs d'entreprises si elles étaient inscrites auprès de la Chambre Nationale de Commerce (C.N.C) ou une tout autre association, nous avons été surpris d'apprendre que seules 2 entrepreneurs sont affiliés à la fois à la C.N.C. ou à la C.A.P. (Confédération Algérienne du Patronat).Le faible degré d'adhésion, traduit l'insatisfaction des entrepreneurs qui jugent inutile de s'y rapprocher.

La C.N.C est censée les aider à réaliser leurs projets d'investissements, en leur fournissant l'ensemble des informations nécessaires, or selon eux elle n'est pas en mesure de leur fournir l'information demandée. Les producteurs doivent rechercher l'information sur internet ou se rendre à l'étranger pour obtenir des informations quand c'est nécessaire.

Les deux enquêtes que nous avons menées indiquent que peu de femmes se tournent vers les réseaux professionnels soit par méconnaissance soit par manque de temps. Certaines n'y voient aucune nécessité.

- 15 % des entrepreneures interrogées appartiennent à un réseau professionnel,
- 50 % n'appartiennent pas à un réseau professionnel mais reconnaissent son utilité,
- 17 % appartient à un réseau personnel et ne veulent pas intégrer un réseau professionnel d'entrepreneures.

E3 refuse catégoriquement d'adhérer à un réseau d'entrepreneur qu'il soit mixte ou totalement féminin « *Non, non, je n'appartiens à aucun réseau. Je ne veux pas. Ce n'est pas important pour moi et je n'ai pas de temps à leurs consacrer. Je préfère passer ce temps à former mes employées ».* Sa clientèle est assurée, E3 a développé son activité et multiplié ses points de vents.

E4 *« Ni je suis allée vers une association, ni on me l'a demandé. C'est vrai que ça aurait pu être intéressant mais, non* ».

E10 n'en voit pas l'utilité : « *Je n'y crois pas et j'ai besoin de temps à consacrer à mon entreprise ça ne sert à rien, de toutes les façons on ne nous écoute pas !*

Précisions toute fois que la faible implication des femmes à un réseau professionnelle peut être dans certains cas justifiés par la nature familiale de l'entreprise : l'information doit circuler à l'intérieur du cercle familiale et pas au-delà.

Précisons que Mesdames E4 et E10 sont issues de familles d'entrepreneures et bénéficie de réseau déjà développé par l'entreprise familiale.

Toutes les entrepreneures qui ont financé leur activité par le biais de dispositifs CNAC et ANSEJ affirment trouver des difficultés à s'implanter sur le marché.

E6 gérante d'une jeune entreprise de production dans l'alimentaire manque d'expérience dans la distribution ne sais pas comment intégrer un réseau, mais le ferait volontiers et précise « *j'ai beaucoup de mal à faire accepter mes produits aux grossistes, ils protègent leur client des nouveaux concurrents. On s'est renseigné autour de nous et tout le monde nous a dit qu'il faut compter 2 ou 3 ans pour bien commencer à travailler* ».

Nous ne citons que ces cas de figures, car ils décrivent l'ensemble des situations rencontrées. Les entrepreneures membres du réseau « LBC » ont une attitude différente, et jugent toutes indispensable d'appartenir à un réseau qu'il soit professionnel ou personnel. Cette attitude est liée à la nature même du réseau et à la nature des relations que ces entrepreneures entretiennent entre elles. Résidentes pour la plupart dans l'algérois, ce réseau est à la fois un réseau de relations professionnel et personnelles. Les entrepreneures conscientes des difficultés qu'elles rencontrent au quotidien dans leur travail, affirment que les relations qu'elles peuvent tisser entre elles peuvent les aider à progresser « ensemble ».
Plusieurs femmes désireraient être formées en communication afin de développer et améliorer leurs relations avec les clients et l'ensemble des parties prenantes.

« *Apprendre à développer mon réseau si c'est possible* » me dit Mme E6 (feuilles de brique). « *Lorsque mon activité se faisait à domicile j'avais mon petit réseau, je connaissais tous mes clients, maintenant c'est différent, il faut tout reconstruire ».*

- 72% des entrepreneures questionnées reconnaissent la nécessité d'intégrer un réseau professionnel. Cela leur permettra de sortir de leur isolement. Elles ont conscience que cela devient une nécessité pour elle-même et pour leur entreprise.
- 74% des entrepreneures affirment que cela leur permettra d'échanger sur leurs expériences
- 68% précisent que le réseau permet un échange important d'informations,
- 56% en profitent pour développer leurs relations aussi bien personnelles que professionnelles,
- 52% pour échanger des conseils,
- Et pour 30% des femmes, cela leur permettra également d'améliorer leur renommée.

En phase de démarrage, intégrer un réseau permet de rompre l'isolement de l'entrepreneures et lui permet de trouver de l'aide et un soutien dans la phase amont et aval de son projet de création que ce soit pour trouver des fournisseurs, échanger des conseils et recevoir de l'aide pour la location et/ou l'aménagement des locaux professionnels, identifier des clients et des partenaires etc.

- **Peu de femmes connaissent les journées dédiées à l'entrepreneuriat féminin**, seules les femmes déjà membres d'associations et des universitaires y participent. L'information n'est pas accessible aux autres entrepreneures ou aux porteurs de projets qui gagneraient à y assister. Ces journées permettent de prendre conscience de la réalité de l'entrepreneuriat féminin et peuvent atteindre différents publics puisqu'elles peuvent être aussi bien organisées par le ministère de l'industrie que par des associations telle que l'association de la jeunesse et des sports. Cette dernière a permis en mars 2018 (durant trois jours au niveau d'une maison de jeunes) à plusieurs créatrices d'entreprises d'exposer leur produit et de se faire connaitre. Ce lieu est d'un grand intérêt, puisqu'il a permis à de jeunes lycéens et universitaires d'être à la fois en contacte aves de jeunes entrepreneures qui ont créés leur entreprise depuis moins de trois ans et des représentant des dispositifs publics notamment l'ANSEJ et la CNAC.

Notre enquête fait apparaitre une faible utilisation des réseaux par les femmes entrepreneures, nous avons vu que les entrepreneures n'en mesure pas toujours l'intérêt.

2. Les déterminants de l'entrepreneuriat féminin selon les motivations, la perception de la faisabilité et le mode de financement du projet

Etudier le milieu de l'entrepreneure nous a permis de mieux comprendre sa personnalité et les raisons de son choix pour l'entrepreneuriat. Certaines quittent le salariat pour l'entrepreneuriat comme l'ont fait plus de la moitié des femmes interrogées. D'autres étaient mères au foyer ou avaient déjà tenté l'aventure entrepreneuriale. L'histoire de ces femmes, leurs motivations, leurs contraintes, le choix du secteur d'activité et la manière dont elles ont mené la création de leur entreprise sont multiples et expliquent la particularité de chacune de ces femmes.

Dans cette section sur la base de l'interprétation des résultats des deux enquêtes nous présenterons et analyserons les principaux déterminants de l'entrepreneuriat féminin et lorsque c'est possible nous tenterons d'en tracer une typologie. Nous agirons ainsi de manière successive pour les trois axes préalablement définis pour notre raisonnement que sont :

- Les motivations,
- La perception de la faisabilité du projet,
- Et le mode de financement.

2.1 Déterminants et typologies selon les motivations

Dans cette section nous étudierons les raisons qui ont conduit ces femmes entrepreneures à créer leur entreprise et tenter de définir leur profil en fonction de leurs motivations.

a) les déterminants à la création d'entreprise selon les motivations

Le tableau suivant présente par ordre d'portance les motivations des femmes à l'entrepreneuriat

Tableau 38: principales motivations pour la création d'entreprises.

Motivations	Observations qualitatives	Observations quantitatives
La volonté d'indépendance et d'autonomie financière	90%	70%
La volonté d'être son propre patron	75%	74.5%
Créer une activité qui nous passionne, s'épanouir	75%	47%
Avoir la liberté d'agir et de prendre librement ses décisions	**75%**	**70%**
Concilier vie familiale-vie professionnelle	71.4%	61%
Développer sa créativité	51%	32%
Gagner de l'argent	47%	34%
Avoir un esprit d'entreprise	50%	32%
Saisir une opportunité	41.6%	34%
Sortir de l'informel	14%	8%

Source : établie par l'auteure

- **La volonté d'indépendance et d'autonomie financière**

C'est la motivation la plus fréquemment cité par les entrepreneures comme facteur justifiant la décision de créé leur entreprise. En effet la majorité des femmes quel que soit leur âge, leur situation familial ou leur diplôme insistent sur la volonté d'indépendance et d'autonomie financière qu'assure l'entrepreneuriat et qui induira de réels changement dans leur vie et dans celle de leur famille. En dehors du confort de vie que permet l'autonomie financière, la réussite professionnelle amène une fierté et une confiance en soi, ainsi que la reconnaissance des autres, notamment la famille et/ou les amis qui les ont encouragé et soutenu, ou dans le cas contraire de ceux qui ont sous estimaient les capacités de ces femmes à mener à bien une activité entrepreneuriale.

- 90 % des femmes interviewées déclarent la volonté d'indépendance comme facteur prédominant.

L'enquête quantitative confirme ce résultat puisque plus de :

-70% des femmes questionnées assurent que c'est un facteur fondamental dans l'explication du choix pour l'entrepreneuriat.

- **La volonté d'être son propre patron et Créer une activité qui les passionne**

75% des femmes des femmes insistent sur le fait de ne plus, ou de ne pas vouloir dépendre d'un employeur. Elles affirment vouloir diriger leur propre entreprise et ne plus être salariée. Les explications évoquées sont similaires dans les deux enquêtes. Nous constatons que lorsqu'elles en ont les capacités ces femmes affirment préférer être indépendantes et travailler pour leur propre compte. Cela assure une tranquillité d'esprit que ne permet pas toujours le salariat et leur permet de choisir leur entourage professionnel.

Ce sont là les principales motivations **d'E13 et E14**, qui toute deux, en plus des raisons que nous venons d'énoncer, ont créées leurs écoles de formations par passion.

Pour d'autres c'est aussi refuser un travail qui ne leur convient plus et faire le choix d'une activité souhaité et valorisante. Etre son propre patron, signifie pour de nombreuses femmes, se dégager des contraintes du salariat et ne plus craindre la perte de son emploi.

C'est le cas notamment **de Mme E9 (**administratrice de biens) qui a travaillé dans trois sociétés successives et recherche de la stabilité en créant sa propre entreprise. L'avant dernière, une entreprise étrangère dans laquelle elle est restée 7ans en poste avant que celle-ci ne ferme définitivement. Créer son entreprise lui permet de retrouver une certaine sérénité. E9 travaille comme gérante de copropriétés depuis 2013, d'abord comme salariée puis depuis 2015 comme indépendante. Un secteur nouveau qui se développe avec la construction de promotions immobilières de plus en plus nombreuses.

Mme E3 (production de gâteaux traditionnels) crée son entreprise pour elle-même et pour son fils qui, grâce à cela a il a pu quitter son emploi où il était salarié pour rejoindre l'entreprise familiale où son épouse-y travail également. Etant issue d'une famille de commerçant, E3 n'accepte pas que son fils soit salarié, et qui plus est, chez un membre de la famille.

Etre son propre patron c'est aussi pouvoir créer l'activité qui leur permet un épanouissement et dans laquelle « **elles peuvent agir et prendre des décisions librement »** ce que précisent 75% des entrepreneures**.** La notion de liberté n'est pas seulement liée à la gestion du temps, mais correspond également à la liberté d'entreprendre l'activité de leur choix, qui correspond d'avantage à leur personnalité et dans laquelle elles peuvent, « **exprimer leur créativité et innover »**. Cette motivation a été citée par 51% des femmes interviewées et 32% des entrepreneures questionnées.

C'est ce qu'a réalisé **E10** en créant sa propre marque en cosmétique. C'est également le cas de Mme **E2** (architecte), **de E11** (gestion de projets en BTP), **et E12** (restauratrice) ainsi que

E13 et E14, qui, après avoir été salariées se sont orientées par vocation vers l'entrepreneuriat et dans des activités qui leurs permettent de se réaliser pleinement. Rappelons que 43% des entrepreneures interviewées étaient auparavant salariées.

Mme E8, également pharmacienne, qui en plus de son activité primaire, crée sa nouvelle entreprise. Devenir apicultrice en créant sa deuxième activité, lui permet de réaliser une passion.E8 crée toute une gamme de miel et dérivés, des savonnettes et des bougies de décoration. Elle produit également des crèmes « bio ».

Il est important de préciser que près de 55.3 **% des femmes étaient salariées** avant la création de leur entreprise c'est dire l'importance de ce choix. Et près de **45% ont fait ce choix volontairement et par passion ;**

Les résultats de l'enquête permettent aussi de constater que 25% de ces femmes ont créées leur entreprise après **avoir saisi une opportunité**. Ces femmes étaient en formation, indépendantes ou **mères au foyer**.

Rappelons que :

- 32% sont des femmes, sont issues d'une famille d'entrepreneure elles ont donc, très tôt, été forgées à l'entrepreneuriat.
- 42% des femmes affirment avoir une véritable passion pour l'entrepreneuriat.
- En effet, nous constatons que 32% des femmes ont étés sensibilisées à l'entrepreneuriat durant leur formation.

- **Assurer un meilleur équilibre entre vie familiale et vie professionnelle** ».

71.4% des femmes interviewées et 61% des questionnées (en moyenne 63.4%) affirment avoir également choisi l'entrepreneuriat afin de pouvoir s'organiser et de gérer au mieux leur vie familiale et leur vie professionnelle.

C'est ce que précise **Mme E1** : « *Ce travail ne permet d'être flexibles, et de gérer au mieux mon temps entre ma famille et mon travail. J'ai commencé à travailler lorsque le cadet était au primaires et, mon fils ainé était au CEM, donc ça demandait quand même un peu ma présence, il était en pleine adolescence, je ne pouvais pas m'absenter du matin au soir, ce n'est pas possible».*

E3 précise que : « *Travailler à mon compte m'a permis de gérer mes horaires et d'être à la maison aux heures de repas par exemple ou quand les enfants étaient malades (…) Les écoles*

ne libèrent pas les mères. Il n'y a pas de demi-pension. D'où l'avantage de travailler à son compte et chez soi ».

Pour E10 *: « L'avantage c'est que l'on n'est pas astreint à des horaires, on peut travailler vendredi on peut travailler la nuit »*.

Le temps est une variable à laquelle il faut accorder une réelle importance en entrepreneuriat. La volonté de ces femmes de gérer librement leur temps, que celui-ci soit destiné à la gestion de l'entreprise ou réservé à la famille, essentiellement quand les enfants sont en bas âge.

- **Avoir un esprit d'entreprise**

Avoir un esprit d'entreprise est ce qui justifie la création d'entreprise de 36.15% des femmes interrogées.

Devenir entrepreneure lorsque l'on est enfant d'entrepreneure semble couler de source pour les femmes de notre échantillon issues de ce milieu. Qu'elles soient diplômées ou non, elles n'ont à aucun moment envisagé devenir salariée. Elles sont soutenues moralement et financièrement par leur famille. Un quart des femmes investiguées se sentent « entrepreneures dans l'âme », l'enquête révèle que près de **35% de ces entrepreneures sont diplômées et sont enfants d'entrepreneurs.**

Les diplômées de l'université et qui n'ont pas de modèles d'entrepreneurs autours d'elles, ont forgé leur esprit d'entreprise, leur caractère et leur personnalité au cours de leur formation et lors d'expériences professionnelles en tant que salariée.

- **Gagner de l'argent**

37 % des entrepreneures affirment avoir créé leur entreprise pour s'assurer un revenu qui leur permet de gagner de l'argent et s'assurer une meilleure qualité de vie, que celui-ci soit un complément de revenu ou le revenu principal.

Si gagner de l'argent est un objectif certain lorsque l'on crée son entreprise, il n'est pas, comme nous le voyons, la motivation centrale de ces entrepreneures puisque moins de la moitié des femmes le cite comme facteur justifiant la création de leur entreprise.

Le désir « d'enrichissement » n'est pas exprimé par les entrepreneures comme étant la raison essentielle de la création de leur entreprise. Les entrepreneures préfèrent d'avantage parler d'autonomie financière, ce qui correspond plus à leurs objectifs. Lors des interviews, rares sont celles qui ont parlé d'argent. Si nous leur demandons si elles veulent gagner de l'argent,

très peu répondent franchement « oui ». Dégager un revenu, se prendre en charge, travailler pour soi, assurer un complément de revenu ou prendre en charge sa famille, c'est beaucoup plus ce genre de réponses que nous obtenons.

Notons que l'entrepreneuriat reste bien souvent la seule alternative de retrouver un travail décent, après un licenciement, une période de chômage ou pour des femmes d'âge mûr, n'ayant jamais travaillé pour cause de maternité et désireuses à un moment donné réintégrer la vie active.

De même, autour de nous nous entendons souvent cela : «je travaillais avant d'avoir mes enfants ; j'ai dû m'arrêter pour m'occuper d'eux, à mon âge je ne pense pas retrouver un emploi » ou « je n'ai pas de diplômes, mais j'aimerai travailler, je sais faire plein de choses, j'aimerai créer ma petite affaire… » . « J'ai un diplôme universitaire, je me suis marié jeune et je n'ai jamais travaillé ». Ces femmes ne veulent pas gagner de l'argent dans le sens « s'enrichir » ou « faire fortune », mais simplement retrouver une autonomie financière ou une indépendance. Avoir une activité qui redonne du sens à leur vie et leur permette, à leur âge, d'avoir ou de retrouver une autonomie financière.

- **Avoir un esprit d'entreprise**

Avoir un esprit d'entreprise est ce qui justifie la création d'entreprise de 50% des femmes interviewées et près de 40% des femmes questionnées. Certaines mères au foyer travaillaient à domicile ; elles étaient déjà actives professionnellement mais refusaient de s'inscrire en tant qu'entrepreneure. Deux d'entre elles ne sont toujours pas enregistrées.

Devenir entrepreneure lorsque l'on est enfant d'entrepreneure semble couler de source pour les femmes de notre échantillon issues de ce milieu. Qu'elles soient diplômées ou non, elles n'ont à aucun moment envisagé devenir salariée. Elles sont soutenues moralement et financièrement par leur famille.

Les diplômées de l'université et qui n'ont pas d'entrepreneurs autours d'elles, ont forgé leur esprit d'entreprise, leur caractère et leur personnalité au cours de leur formation et lors d'expériences professionnelles en tant que salariée.

- **Saisir une opportunité et/ou ne plus travailler de manière informelle**

C'est le cas des 43% de femmes qui ont créé leur entreprise grâce aux opportunités de financement offertes par les dispositifs d'aide, et qui permettra à deux d'entre elles**,** E3 ET E5, (14%), de cesser travailler de manière **informelle et de développer leurs activités.**

Sans cette possibilité, elles ne seraient pas entrepreneures aujourd'hui et continueraient aujourd'hui à travailler à domicile.

- **Entreprendre par nécessité** : **E3, E5 et E9.**

Ces trois femmes (21% des entrepreneures), bien qu'elles aient un esprit d'entreprise, s'engagent avant tout, dans une activité entrepreneuriale par nécessité. Étant veuves, E3 et E9, sont responsables de leurs familles. E5 crée son activité pour compléter un revenu familial insuffisant.

Ces trois dernières motivations sont présentées séparément, mais pour E3, E5 et E9 elles sont en réalité indissociables ; saisir l'opportunité du financement de leur projet par le biais de la CNAC, pour créer leur entreprise, c'est aussi l'opportunité de quitter le secteur informel, gagner de l'argent, créer de l'emploi pour leurs enfants et leurs laisser une entreprise en héritage. C'est aussi, pour E3 et E5 ressentir une fierté dans l'accomplissement d'une activité qu'elles avaient depuis plus de 15 ans mais dans laquelle elles ne se sentaient pas valorisées.

Typologie des entrepreneures selon les motivations

Goffee et Scase (1985) présentés par Duchénaut et Ohrant (2001, p141) proposent de définir une typologie des femmes entrepreneures en juxtaposant des éléments spécifique de motivations et des éléments d'identité ou traits de caractères de l'entrepreneure. Partant de cela, il est possible de distinguer quatre catégories d'entrepreneures.

Tableau 39: typologie des femmes entrepreneures selon leurs motivations

		Attachement au rôle traditionnel des femmes	
Attachement		**Fort**	**Faible**
Aux idées	**Fort**	Les « conventionnelles »	Les « innovatrices »
Entrepreneuriales	**Faible**	Les « domestiques »	Les « radicales »

Source : Goffee et Scase (1985)

En se référant à cette typologie, nous pouvons, sur la base de l'interprétation des résultats des deux enquêtes, conclure que les femmes que nous avons questionnées correspondent essentiellement à trois types d'entrepreneures :

La repartions des deux enquêtes entre les trois catégories d'entrepreneures est la suivante :

Tableau 40 : typologie des entrepreneures selon la nature des motivations

	Enquête qualitative		**Enquête quantitative**	
Catégorie d'entrepreneures	**nombre**	**%**	**nombre**	**%**
Les innovatrices	5	33%	16	32%
les conventionnelles	4	27%	10	20%
Les domestiques	6	40%	24	48%
TOTAL	15	100%	50	100%

Source : tableau établie par l'auteure

- **Les «domestiques »**

Les domestiques créent une entreprise dans le but de compléter un revenu familial insuffisant. Elle choisit souvent des secteurs dans le prolongement de leur rôle traditionnel dans le contexte familial. Elles créent des hôtels, des restaurants, des merceries, ou des sociétés de nettoyage, ou produisent gâteaux traditionnels etc.

- Quatre femmes, soit 27% de l'échantillon qualitatif répondent à cette catégorie : **E3** (gâteux traditionnels), **E5** (production de feuilles de briques), **E9** (administratrice de biens) et **E12** (restauratrice). Elles ont créé leur entreprise pour subvenir aux besoins de la famille, tout en choisissant des secteurs dans le prolongement de leur rôle traditionnel familial.
- Dix femmes, soit 20% des femmes de l'échantillon quantitatif répondent à cette catégorie. Elles sont dans le domaine de l'esthétique et la coiffure, la restauration et le commerce de détail (parfumerie et habillement), dans la confection et la fabrication de gâteaux traditionnels et feuilles de briques.

Les facteurs déterminant la création d'entreprise de ces femmes peuvent être qualifiés de **« Push** » puisque c'est par nécessité qu'elles ont créé leur entreprise, qu'elles aient été femme au foyer auparavant ou suite à une cessation d'activité.

- **Les « conventionnelles** »

Les « conventionnelles » sont des femmes dont la motivation principale est le besoin de flexibilité dans le travail, en cohérence avec l'exercice des responsabilités domestiques.

- 40% des entrepreneures interviewées lors de l'enquête qualitative peuvent être qualifiées de domestiques. Elles correspondent à 10 des quinze entrepreneures rencontrées.

- L'enquête quantitative quant à elle, fait apparaitre que 48% des entrepreneures questionnées appartiennent à cette catégorie, soit 20 femmes. Ce sont essentiellement les femmes qui ont une profession libérale, des gérantes de bureaux d'étude et d'expertise en bâtiment, des directrices d'écoles de formation, ou qui activent dans l'évènementiel. Elles sont majoritairement des universitaires et leur profession est directement liée à leur formation.

Ces femmes on fait le choix de se lancer en affaire à la fin de leurs études ou après avoir travaillé quelques années en tant que salariée. **Les motivations répondent sont souvent à des aspirations personnelles** : le souci d'une liberté professionnelle, la recherche de l'épanouissent, exprimer sa créativité, vivre sa passion à travers le travail etc. Ce sont des facteurs d'avantage liés à l'individu qu'à son entreprise. Elles ont conscience que le fait d'être « femme et entrepreneure » implique une rigoureuse organisation de leur vie au quotidien. La maternité jouant un rôle prépondérant dans la carrière de ces femmes. Ce concept de « maternité » est une métaphore pour insister sur la « féminité » de l'entrepreneure et de son impact sur la vie professionnelle des femmes. Les motivations citées décrivent la personnalité de ces entrepreneures et peuvent être qualifiées de **« Pull ».** Dans cette catégorie, les femmes ont un haut niveau de formation (bac +5 pour la plus part), des ressources financières et un esprit d'entreprise que cela soit due à leur formation ou à leur expérience professionnelle ou familiale.

- **Les innovatrices**

Sont des femmes ambitieuses qui saisissent des opportunités en dehors de leur domaine d'expérience, en considérant que l'entrepreneuriat est une voie pour atteindre des succès économiques et personnels face à des carrières classiques dans les grandes entreprises qu'elles ne peuvent supporter. Pour elles, le travail est un thème central, plus important que le fait d'assumer le rôle traditionnel des femmes. Elles correspondent à :

- 33% des entrepreneures directement interviewées,
- et 32% des entrepreneures questionnées par voie électronique.

Ces femmes sont dans l'industrie, produisent et distribuent du consommable médical, des crèmes de soin esthétiques etc.

Les femmes classées dans la catégorie des domestiques et des innovatrices pourraient être également qualifiées de femmes « modernes », contrairement aux conventionnelles qui pourraient être qualifiées de « traditionnelles ».

Elles sont modernes mais non féministes et accordent la priorité à l'équilibre des enfants et de la vie familiale.

➢ **Les « radicales »** ont pour motivation principale de développer le rôle des femmes dans les sociétés plutôt que de gagner de l'argent. Elles sont qualifiées de féministes. Aucune des femmes de notre échantillon ne se reconnait dans cette catégorie, mais cela n'implique pas qu'en Algérie aucune entrepreneure n'appartient à cette catégorie. Il faut préciser que de nombreuses entrepreneures se battent pour améliorer la cause des femmes et œuvrent pour assurer sa protection et améliorer son insertion dans la vie active

Il est intéressant de relier cette typologie à l'éducation et la formation des entrepreneures, car ces deux éléments sont des facteurs clés dans l'évolution et le choix de carrière de ces femmes. La plus part d'entre elles mentionnent la nécessité d'avoir une famille et notamment un conjoint qui accepte ce choix. Cela leur assure un véritable soutien. Dans le cas contraire l'entrepreneuriat des femmes, peut être une réelle source de conflits au sein de la famille avec des conséquences négative sur le bon fonctionnement de l'entreprise. La redistribution des tâches domestiques au sein de la famille n'est pas systématique.

L'éducation et la formation sont également les éléments de la reproduction et de l'évolution du modèle social et des valeurs familiales. L'accès à la formation pour la majorité des filles,

sachant qu'elles représentent en Algérie bien plus de la moitié de l'effectif des étudiants universitaires, permet à ces femmes d'accéder à des professions longtemps réservés aux hommes et de transmettre aux générations futures l'esprit d'entreprise qui fait largement défaut dans notre société.

Il est clair que le système de formation ne prédestine pas forcement ces étudiantes à des carrières entrepreneuriales. Développer l'esprit d'entreprise, plus généralement transmis par la famille ou et l'entourage familiale, est l'objectif du gouvernement par le biais des institutions académiques et des organismes destinés au développement de l'entrepreneuriat. Des formations en entrepreneuriat sont intégrées dans la majorité des programmes universitaires.

Cette typologie, sans que cela soit mentionné, correspond à notre réalité socioculturelle, où cohabitent différents modèles familiaux du plus conservateurs au plus modernes. Bien que les rôles des hommes et des femmes soient nettement différenciés dans notre société, une évolution des comportements des uns et des autres permet une plus grande participation des femmes à la vie économique. Cependant des tendances subsistent, les femmes demeurent les principales responsables des tâches domestiques impactant lourdement leur activité entrepreneuriale, notamment pour celles qui ne sont pas secondées à la maison.

70% des entrepreneures pensent que les infrastructures (crèches, écoles et aident ménagères) ne répondent pas à leur besoin. Les femmes consacrent au minimum quatre heures aux tâches domestiques quand elles ne sont pas aidées.

Apres avoir défini différentes catégories de femmes en s'interrogeant sur leurs motivation à entreprendre, nous entreprenons la même démarche en nous référant à la perception de la faisabilité puis au mode de financent mobilisé pour la création de leur entreprise.

2.2 Typologie des entrepreneures selon leur perception de la faisabilité du projet

Les résultats de l'enquête laissent apparaitre que pour les entrepreneures rencontrés la faisabilité perçue de l'acte d'entreprendre est directement liée aux ressources mobilisées pour la création d'entreprise et à la compétence du porteur de projet. Compétence acquises lors de leur formation académique, ou de leur expérience professionnelle. La présence de la

famille est une force sur laquelle reposent également ces entrepreneures. Celle-ci soutien moralement et financièrement l'entrepreneure.

Aux vues des différents entretiens nous constatons que les femmes, une fois leur décision prise de se lancer en affaire, se fient à leur intuition. Les femmes se lancent dans des projets qui correspondent à leurs formations et à leurs qualifications. Pour certaines ce sont des activités qui sont dans le prolongement d'une activité domestique qu'elles réalisent a une plus grande échelle.

Lorsque l'on étudie la façon dont ces entrepreneures abordent la création de leur entrepris, nous constatons que seules**E10 et E12**ont effectué une étude financière ; elles ne représentent 16,6% des entrepreneures interviewées.

a) De la nécessité perçue d'une étude préalable à la création d'entreprise

- **<u>E10 (conditionnement produits cosmétiques), Alger</u>**

E10 a effectué une étude financière mais n'a pas effectué d'étude de marché. E10 a effectué une étude financière élaborée.

En tant importatrice d'un produit fini qu'elle conditionne, elle se doit d'avoir une gestion rigoureuse de son activité.

Rappelons qu'E10 appartient à un milieu d'entrepreneur ou chaque membre de la famille du conjoint possède sa propre entreprise dans différents secteurs d'activité. C'est aussi la seule entreprise ayant une activité industrielle et un mode de gestion plus formalisé. Son projet a connu une évolution progressive, puisqu'elle a débuté la production de ses crèmes en officine pour ensuite créer son entreprise de conditionnement.

En ce qui concerne l'évaluation de la faisabilité du projet, cette entrepreneure assure que l'expérience en officine lui a permis de prendre conscience des exigences de ce travail, et que la production artisanale de crème était un premier pas vers une production à plus grande échelle. Une évolution qui lui a permis d'évaluer progressivement les besoin liés au développement de son activité et donc du marché. Le moment était propice pour le développent de son activité. Le projet était concret et bien maitrisé, le réseau relationnel tissé par elle-même et par les autres membres de la famille lui a permis de concrétiser sans trop de contraintes son projet.

- **E12 : restauration**

L'étude financière liée à la réalisation et au fonctionnement du projet a été faite par l'époux de l'associée d'E12, un gestionnaire retraité du secteur public. L'estimation du volume de l'investissement nécessaire pour mener à bien le projet a été correctement évalué. L'étude de faisabilité n'a pas été ressentie comme une nécessité : puisque de toutes les façons selon les dires de E12 : « *L'expérience des autres ne te donne aucune visibilité. On n'a pas cherché à faire d'études ou autre chose »*. Par contre leur réussite les a motivées.

L'expérience en gestion de l'époux de l'associée constitue un avantage certain pour E12 et son associée. Ces deux femmes prennent en charge la préparation des menus et des plats et l'organisation de la salle. L'expérience et les conseils d'amis restaurateurs leur permettent de cerner des aspects importants du domaine de la restauration.

Pour la plus part des autres entrepreneures, l'étude financière se limite à réunir des factures pro-forma de l'équipement et à évaluer. Les quantités de matières premières sont généralement mentionnées sur la fiche technique de l'équipement utilisé. L'étude de marché, quant à elle, est quasi inexistante. Elles se fient d'avantage à leur intuition.

Les autres entrepreneures n'ont fait ni étude de marché ni étude de faisabilité, mais leur formation ou leur association avec une personne compétente en la matière justifie, selon elle, la décision de créer leur propre entreprise. Ce sont les explications données par Mme E1 (agence de voyage), E2 (architecte), E4 : (distribution mobilier métallique), Mme E9 (administration de bien) et E11 (gestion de projets en BTP) que nous présentons dans la section suivante.

a) Quand intuition rime avec décision

- **E1 : agence de voyage**

Mme E1 n'a entreprit ni étude financière ni étude de marché ; E1 precise qu'en 1995, la concurrence était très faible. En ce qui concerne le financement, l'étude n'était pas indispensable car l'équipement pour le fonctionnement de l'agence n'était pas important. Le projet lui paraissait également largement réalisable. Elle se sent tout à fait capable de mener ce projet : « *Cette activité correspond tout à fait mon tempérament, je suis très active et j'ai l'habitude des voyages. »*

- **E2 : architecte**

E2, architecte, ouvre son agence en 1992. Après 5 ans de travail dans un cabinet d'architecte réputé, Mme E2 a développé une bonne expérience dans son domaine. « *Créer son entreprise était prévu dès le début de ses étude ».* E2 a toujours eu cette ambition et a tout fait pour y arriver à partir du moment où elle s'est inscrite en architecture. L'entreprise de Mme E2 c'est développé. Elle ne travaille plus uniquement dans sa région et son effectif est passé de 1 personne à 10 employés actuellement. Mme E2 precise qu'elle n'entrepris ni étude de marché ni étude financière : *« J'ai juste évalué le cout de l'équipement nécessaire pour mon fonctionnement : une table d'architecte, un ordinateur, deux bureaux, 1 pour moi, l'autre pour ma secrétaire. L'étude de marché ne m'apprendra rien, c'est à moi de développer ma clientèle en m'imposant sur le marché par la qualité de mon travail. »*

Nous retrouvons ce même raisonnement chez de nombreuses entrepreneures.

- **E3 : gâteaux traditionnels**

Mme E3 a travaillé 20 ans dans le secteur informel. Elle a d'abord été couturière puis change d'activité et opte pour la production de gâteaux traditionnels. Activité qu'elle faisait en même temps que la couture, avec sa mère, avant son mariage. C'est une tradition dans la plus part des familles de Tlemcen à cette époque.

E3 precise : *« Apres la couture j'ai produit et vendu des gâteau chez moi pendant plus de 5ans ». C'est la raison que donne* Mme E3 pour expliquer sa confiance sur la faisabilité de son projet, qu'elle jugeait tout à fait à sa portée. **E3**continuent à travailler à son domicile en réaménageant son espace personnel et en intégrant la sphère professionnelle à la sphère familiale. L'expérience démontre qu'elle ne c'était pas trompé puisqu'elle a énormément développé son activité et qu'elle emploie plus de 20 personne actuellement.

- **E5 : feuilles de briques**

E5 a financé son activité par le biais de crédits accordés par la CNAC, et à une activité artisanale. Cette femme estimait avoir suffisamment d'expérience dans leur domaine pour pouvoir envisager de transformer l'activité qu'elles pratiquaient à domicile en en petite entreprise, ou la production se ferait mécaniquement et non plus manuellement. Le projet lui semble tout à fait réalisable. Consciemment ou non, cette femme crée son entreprise en

s'imposant certaines limites : celle de la taille de l'entreprise créée et du domaine d'activité vers lequel elle s'oriente. Elle crée donc une entreprise de très petite dimension, dans le secteur artisanal, et maintien un mode d'organisation non formalisé. Mais E5 a sous-estimé l'exigence et les contraintes liées à cette activité. Elle pensait que la CNAC allait l'accompagner dans le lancement du projet et notamment pour la distribution du produit, la recherche des clients et le financement des frais de fonctionnement de la première année.

En réalité, cette entrepreneure n'avait pas une juste vision des exigences de son activité future, elle ne se rendait pas vraiment compte que gérer un travailler à domicile avec une clientèle de proximité est bien de loin de la réalité et des exigences de la gestion d'une activité entrepreneuriale. Dans le processus de création de son entreprise, la prise en considération du marché et de ses contraintes sont occultées ou sous-estimés. Elle ne se doutait pas que la vente de son produit allait être sa principale difficulté.

Précisons que ces femmes sont accompagnées dans leur projet par leur famille. C'est un soutient considérable sachant de quelle manières elles fonctionnaient lorsqu'elles travaillaient de façon informelle à leur domicile.

E3 et E5, sont deux cas très intéressants puisque toutes deux travaillaient de façon informelle et ont décidé de régulariser leur situation en s'inscrivant à la chambre de métiers. L'opportunité financière saisie leur a permis de transformer une activité à domicile en petite entreprise familiale. Elles emploient respectivement 25 et 4 salariées.

E3 conçoit ce projet seule, mais sa fille et son fils l'accompagne dans sa réalisation. Ce dernier va rapidement quitter son emploi et travailler avec sa mère. Il s'occupera des achats et de la distribution.

E5 réalise également ce projet en son nom, mais en réalité c'est un projet familial qui réunit le conjoint et un des fils.

E6 : conditionnement huile d'olive

E6 est l'épouse d'entrepreneure, et travaillait avec lui avant la création de sa propre entreprise. Elle avait également ouvert une supérette mais sans succès.

« *On était dans la distribution, mon mari récupère des marchandises dans des sociétés étrangères et les distribue. Il fait la distribution et moi je l'aidais.*

Pour lancer son entreprise, elle se fie à son expérience et à son intuition, et produit en fonction de ses moyens financiers. E6 gère son activité à la manière dont elle gère ses dépenses domestiques, en fonction de ce qu'il y a dans son « porte-monnaie ». Elle ne fait ni étude financière ni étude de marché et crée son entreprise avec ce qu'elle a. Elle est volontairement dans une logique «effectuale" de prise de décision au sens de D. Sarasvathy (2001). En effet, la logique effectuale s'appuie sur le postulat suivant : « dans la mesure où nous pouvons contrôler le futur, nous n'avons pas besoin de le prédire ; on fait avec ce que l'on a ! ».
E6 commence avec 20 litres qu'elle conditionne. Elle ne désir prendre aucun risque qu'il soit financier ou autre. E6 avait 2ans plutôt ouvert une supérette. Cette première expérience fut un échec. La dissolution de cette entreprise n'est pas achevée. Cette première expérience n'a pas dissuadé E6 qui tente à nouveau l'aventure entrepreneuriale mais en la gérant différemment.

- **E8 (pharmacienne et apicultrice)**

E8 est dans une tout autre logique, pharmacienne depuis 20ans, sa situation financière est satisfaisante. Elle crée une deuxième entreprise pour s'épanouir et pour rompre avec un travail qui devient de plus en plus routinier et stressant. Mme E8 se lance dans l'apiculture ; elle crée cette seconde activité, en conservant la première, dans laquelle elle pourra développer créativité. « *En 2010* j'ai décidé de faire autre chose.
Elle n'est pas inquiétée par la réussite de celle-ci. Elle commence petit, pour se familiariser avec l'activité puis se développe. En trois mois, elle se forme à ce métier auprès de la chambre des métiers qui lui délivre une carte d'artisane. La nécessité d'une étude financière ou de marché ne l'effleure même pas. Elle se sent largement capable de s'orienter dans cette voie. En tant que pharmacienne, elle a l'habitude de gérer une activité et de manipuler des préparations.

- **E9 administratrice de biens)**

E9 est comptable. A travaillé douze ans en tant que salariée dans trois entreprises différentes puis quatre ans chez un promoteur avec qui elle a appris le métier d'administrateur de bien. Elle créé sa société en 2015, et travaille désormais en sous traitance pour le compte de ce même promoteur. Son expérience professionnelle lui a suffi pour décider de se lancer dans cette voie. Cette profession est nouvelle, les premiers promoteurs ne déléguaient pas la gestion des parties communes des résidences qu'ils construisaient. E4 c'est lancée dans cette

voie tout en ayant conscience de la difficulté à obtenir des marchés dans ce secteur. « *Si l'on ne prend pas de risque à un moment donné, on ne crée pas son entreprise »* me dit-elle. » *Il faut se donner les moyens de réussir en prouvant aux autres, par la qualité de son travail, que l'on a les compétences requises »*.

- **E11 (gestion de projets en BTP)**

E11 la même attitude. Ingénieure, avec une longue expérience dans son domaine en tant que salariée. Elle n'hésite pas créer son entreprise en s'associant avec un collègue. Elle avait déjà prouvé ses compétences lorsqu'elle était salariée ; elle disposait donc d'un carnet d'adresse et connaissait l'état du marché. « *Etre une femme et s'imposé sur un marché ou peu de femmes s'aventurent, m'interdisait la moindre petite erreur* ». Lorsque je lui ai demandé si au moment de la création elle doutait de la réussite de son entreprise elle répondit : « *j'avais décidé de travailler à mon compte et je l'ai fait sans trop me poser de question. Comment évaluer des risques quand on s'engage dans un projet. Quand je me suis inscrite dans cette spécialité je savais bien à quoi m'attendre, je savais que ce n n'était pas un métier facile, mais c'était mon choix. Les risques sont permanents quel que soit nos choix ou les projets entrepris. Il faut oser se lancer si on maitrise son métier sinon vaut mieux rester salariée ! ».*

E13 et E14, toutes deux directrices de crèches et d'écoles de formations, créées au début des années 1990 ont commencé avec de petites structures puis se sont développée progressivement.

E13 a débuté par l'ouverture d'une crèche puis progressivement en fonction de la demande étend son activité.

E14 crée une école de gestion Elles n'ont pas fait d'études préalables. La demande c'est très vite exprimée, l'offre a suivi. Rappelons qu'en cette période la concurrence était quasi inexistante.

Pour ces quatre entrepreneures, leur formation et leur expérience étaient le gage de leur réussite.

E15 travaillait dans le même domaine avant la création de son entreprise, c'est parce qu'elle en maitrisait les rouges qu'elle a décidé de se mettre à son compte. L'expérience en tant que salariée est un réel atout pour E15. De plus être entrepreneure était un projet latent et qui lui

tenait à cœur. Etre salarié n'était pour elle qu'une étape transitoire en attendant de saisir l'opportunité de créer son entreprise.

La perception que ces femmes ont de la faisabilité de leur projet est justifiée par une expérience antérieur pour certaine, et le sentiment qu'elles ont de pouvoir mener à bien cette nouvelle activité. La plupart d'entre elles n'ont fait ni étude de marché ni une sérieuse étude financière. La perception que ces femmes ont de la faisabilité de leur projet se base essentiellement sur leur intuition aux vue de cas similaires et du contexte dans lequel elles activent.

L'enquête quantitative quant à elle, nous a permis de constater :

- 52% des entrepreneures n'ont fait ni une étude de marché ni une étude financière,
- 32 % ont effectué une étude de marché,
- 30% ont effectué une étude financière.
- 31 % des entrepreneures ne se sont même pas posé la question de la faisabilité de leur projet. Ces femmes ont décidé de créer leur entreprise et l'ont fait.

A la question posée : **Comment perceviez-vous la faisabilité de votre projet ? Nous** nous sommes rendu compte que près du tiers des entrepreneures ne se sont pas posé la question. 40% des entrepreneures ont jugé le projet aisément réalisable. Par contre 30% l'on jugé difficile. Ces dernières ont des projets de plus grande envergure, industrie, construction de clinique médicale, écoles privées, hôtellerie.

A la question : comment métrisiez-vous la tendance du marché, les besoins en main d'œuvre, les principaux fournisseurs, l'estimation des ventes, la somme de travail qu'exige le projet ; sur une échelle de 1 à 5 les entrepreneures cochent la valeur « 3 » ce qui signifie une maitrise moyenne.

Moins de 20% des entrepreneures (ont coché la valeur « 4 ») connaissaient le volume du financement nécessaire pour la réalisation du projet et les principaux concurrents ; et environ 15% étaient conscientes du volume de travail qu'exigeait la gestion de l'entreprise.

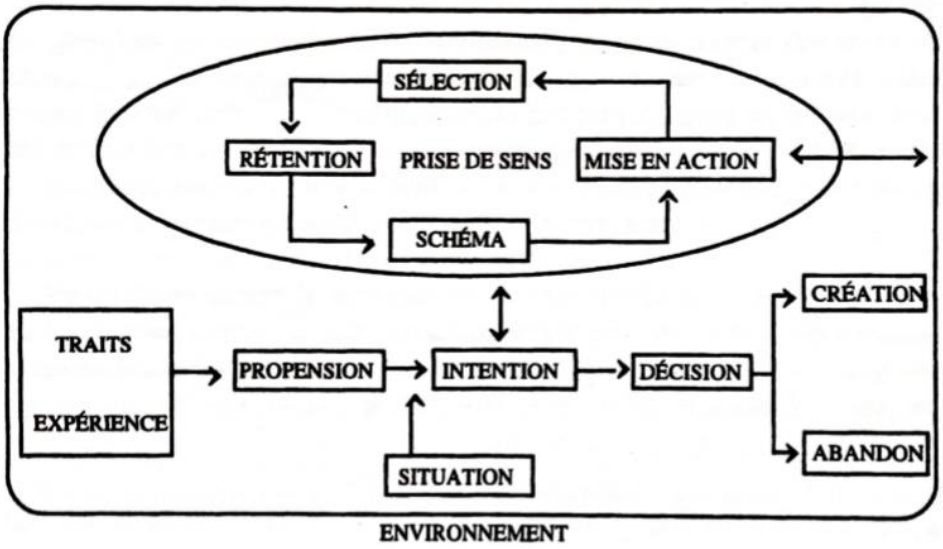
Les entrepreneures diplômées de l'université (Bac+4 : ingénieures, pharmaciennes ou gestion d'entreprises) sont présentes dans de nombreux secteurs d'activités, mêmes ceux traditionnellement réservés aux hommes se sont à des secteurs d'activités en pleine expansion tels que, la formation, le tourisme, le bâtiment les cliniques médicales.

Ces femmes, comme nous le verrons, financeront leur entreprise à partir d'économies personnelles et familiales. Certaines bénéficieront de crédits d'investissement.

Ces entrepreneures considèrent que leur expérience professionnelle antérieure, leur a permis d'acquérir les compétences indispensables pour créer et gérer leur entreprise. Elles se sentent largement capables de travailler et d'assumer les responsabilités d'une entreprise.

Kevin E. Learned (1992, p 40)[206] propose un modèle de processus de formation d'organisation. Il comporte trois dimensions du processus de création qui aboutissent *in fine* à la décision de créer ou non une organisation :

Graphe 27 : un modèle de formation d'organisation (Learned 1992)



- **1) La propension :** certains individus ont une combinaison de caractéristiques psychologiques et passé professionnel qui les rendent plus susceptibles d'essayer de créer une affaire que d'autres.
- **2) L'intention de créer :** parmi ceux-ci certains rencontrent des situations qui déclenchent l'intention de créer.
- **3) La structuration des informations :** cette étape consiste à rechercher et à trouver dans l'environnement les informations significatives, et à en déduire les tâches à exécuter pour créer l'organisation.

[206]Kevin E. Learned (1992), in Emil M. Hernandez, l'entrepreneuriat, approche théorique. L'Harmattan, 2001.p.85.

La décision : l'individu qui a l'intention de créer va, en fin de compte, en fonction de ces information, se décider à agir.

A travers les deux enquêtes nous nous sommes rendu compte que les entrepreneures n'ont fait aucune étude pour juger de la faisabilité de leur projet. Elles se sont informées sur les concurrents et se sont comparées à des entreprises d'activités similaires. Ces entrepreneures se sont d'avantage **fiées à leur expérience professionnelle et à leur intuition. Ces femmes avaient confiance en leur projet en en elles-mêmes.**

Leurs recherches sont essentiellement portées sur les équipements nécessaires au fonctionnement de leur entreprise, les demandes de prêts auprès des organismes publics tel que l'ANDI, l'ANSEJ, ou la CNAC ou l'ANGEM. Et les procédures administratives d'enregistrement de leur entreprise

Lorsque nous interrogeons les entrepreneures sur la manière dont elles ont choisi l'activité de leur entreprise et jugé de la faisabilité de leur projet, voici quelques réponses obtenues :

- Mon diplôme,
- l'expérience des autres,
- intuition,
- par envie,
- mon expérience professionnelle antérieure,
- expérience de l'entreprise familiale,
- conseils de collègues,
- j'avais une idée des concurrents,
- Il n'y a pas de concurrents,
- Les clients étaient satisfaction du produit quand jetais en officine.

La comparaison des deux enquêtes nous donne des résultats similaires :

La majorité de ces femmes étaient salariées avant la création de leur entreprise ; elles ont quitté leur emploi pour les mêmes causes : insatisfaction dans le travail, mauvaise rémunération, perte de l'emploi après la fermeture de la société.

Elles avaient en moyenne 33 ans et deux enfants quand elles ont créé leur entreprise. Elles se sont lancé dans l'aventure entrepreneuriale, sans trop savoir comment allait évoluer leur entreprise. Leur diplôme et leur expérience professionnelle ont lourdement pesé au moment de la décision.

Cette façon d'agir est également liée à la taille de leur entreprise. Rappelons que ce sont essentiellement de très petites entreprises et que ces femmes ne disposent pas de ressources importantes à la création de leur entreprise. Elles choisissent une activité qu'elles jugent réalisable et maitrisable et en prenant le moins de risque possible.

Ces entrepreneures ont conscience que le marché algérien est loin d'être saturé, elles visent au départ un marché local, voir même de proximité pour certaines. Ces entreprises étant majoritairement du secteur tertiaire, sont confrontées à une concurrence nationale et très peu internationale. Les concurrentes se démarquent par la qualité des services qu'elles offrent.

En se basant sur la façon dont ces femmes jugent de la faisabilité de leur projet deux catégories principales d'entrepreneures se dessinent :

- Des femmes « déterminées », diplômées et dotés d'une bonne expériences professionnelle » qui se projetaient dans leur activité future en estimant avoir les compétences nécessaires et les fonds pour la créer et la gérer.
- Des femmes encouragées par leur famille et qui n'avaient aucune économie personnelle, et dont la faisabilité dépend en dernier ressort des ressources qu'elles pourront mobiliser. Ces femmes solliciteront les dispositifs d'aide pour financer leur activité.

L'analyse des motivations des femmes à se lancer en affaire, et celle de la perception qu'elles ont de la faisabilité de leurs projets, nous a permis de relever des caractéristiques propres à chacune des entrepreneures interviewées et d'affiner notre compréhension de l'entrepreneuriat féminin. En nous référant au mode de financement de leurs activités nous tenterons également de faire émerger des particularités qui permettront de préciser une typologie des entrepreneures observées.

2.3 Typologie des entrepreneures selon le mode de financement

Les résultats de l'enquête décrivent une grande diversité des femmes entrepreneures investiguées. Néanmoins nous choisissons de classer ces entrepreneures en deux grandes catégories en tenants compte du mode de financements de leur projet :

- Le financement à partir d'économies personnelles et/ou des fonds familiaux,
- Le financement par le biais de dispositifs publics.

L'origine du financement est un précieux indicateur ; il permet de situer l'entrepreneure tant financièrement que socialement. Il permet également d'identifier les femmes qui avaient un emploi avant la création de leur entreprise de celles qui étaient inactives.

Analyser les motivations puis la manière dont les femmes perçoivent et mènent la création de leur projet et en tenant compte de la nature du financement qu'elles mobilisent, nous permettra d'affiner notre analyse et définir une typologie des femmes entrepreneures enquêtées. Il est vrai que notre échantillon n'est pas très important (65 entrepreneures entre les deux enquêtes) mais il regroupe une variété de situation et un éventail d'activité intéressant puisqu'il est constitué d'entrepreneures activant dans des secteurs ou les femmes sont très présentes.

Dans le tableau suivant nous regroupons les résultats des deux enquêtes qualitatives et quantitatives. La complémentarité des deux enquêtes est un atout puisque l'enquête qualitative nous permet d'échanger longuement avec le locuteur, de poser des questions et de demander des précisions si nous désirons plus d'informations. La proximité permet de juger de la sincérité des réponses. L'enquête quantitative, du fait de la forme du questionnaire (80 questions regroupées par thèmes) et du nombre plus importants de personnes interrogées, permet de tester les réponses obtenues lors de la première enquête.

Tableau 41 : mode de financement du projet

Mode de financement du projet			
Fonds personnels et familiaux		**Crédits CNAC - ANSEJ**	
quantitatifs	**qualitatifs**	**quantitatif**	**qualitatif**
74%	78%	22%	22%

Source : établie par l'auteure

76% des entrepreneures ne se sont pas dirigées vers les banques et ont financées la création de leur entreprise à partir d'économies personnelles et/ou de fonds prêtés ou donnés par la famille.

- 22% des entrepreneures interviewés (enquête qualitative) ont sollicité des crédits auprès du dispositif public CNAC
- 22% des entrepreneures questionnées (enquête quantitative) ont sollicitées l'ANSEJ.

- 10% ont bénéficié de crédits fournisseurs.

Les entrepreneures qui sollicitent l'ANSEJ optent pour un financement mixte (économies personnelles et crédits accordés par cet organisme), ou un financement triangulaire (économie personnelles, financement accordé par l'ANSEJ et un crédit bancaire). Les réponses obtenues ne permettent pas de définir la part de chacune des sources.

Toutefois nous distinguons la CNAC et L'ANSEJ car ils ne s'adressent pas à la même catégorie d'entrepreneures.

Les entrepreneures qui ont sollicité la CNAC sont des femmes entre 45 et 50 ans, non bachelières et sans emploi. Ces femmes s'orientent vers l'entrepreneuriat par nécessité avec comme objectif non avoué de céder l'entreprise aux enfants. Dès la création de l'entreprise ces enfants gèrent l'affaire avec leur mère.

Ce dispositif a pour principale fonction la réinsertion des chômeurs hommes et femmes aussi bien en tant que salarié ou indépendant (es).

Les entrepreneures qui sollicitent l'ANSEJ optent pour un financement mixte (économies personnelles et crédits accordés par cet organisme), ou un financement triangulaire (économie personnelles, financement accordé par l'ANSEJ et un crédit bancaire). Les réponses obtenues ne permettent pas de définir la part de chacune des sources. Toutefois, nous distinguons la CNAC et L'ANSEJ car ils ne s'adressent pas à la même catégorie d'entrepreneures.

Ces jeunes femmes (8 femmes) avaient en moyenne 25 ans quand elles ont créé leur entreprise. Elles sont pour six d'entre elles diplômées de l'université. Elles ont créé seules (1 seule en en association) leur entreprise, adoptant un financement mixte (économie personnelles, prêt ANSEJ). Une entrepreneure a reçu son entreprise en héritage. Comme le décrivent les résultats de l'enquête, elles ne sont pas indépendantes mais employeurs ayant en moyenne 5 employés.

Elles sont médecins, directrices d'agence de voyage, de société de recrutement, d'hôtel. Deux femmes sont exportatrice ; Une produit et exporte «du miel bio » l'autre est dans l'industrie, produit et exporte des dispositifs médicaux. Ces femmes sont entrepreneures par vocation. Elles font partie du groupe des « innovatrices » et des « conventionnelles ».

Les économies personnelles et les fonds prêtés ou donnés par la famille, demeurent la source principale du financement de l'activité entrepreneuriale. Cela démontre l'importance du rôle des parents et parfois du conjoint dans la réalisation du projet.

Cependant il est clair que l'avantage de solliciter ces institutions que ce soit l'ANSEJ, la CNAC, permet non seulement de bénéficier d'une aide financière au départ de l'investissement, mais surtout de profiter des avantages considérables qu'ils octroient, les trois premières années, à savoir un taux bonifié et un remboursement différé de prêts avantageux et une exonération fiscale.

Cette enquête nous a permis de distinguer trois groupes d'entrepreneures :

- **les héritières** : elles gèrent des entreprises bien établies, elles n'ont donc pas de difficulté à obtenir de crédits pour le développement ou la modernisation de l'entreprise, l'une d'entre elle a, après plus de quinze ans, a changé de secteur d'activité et exporte une partie de sa production.

- **Les diplômées** : créatrice d'entreprises dans des domaines d'activité correspondant à la nature de leur formation et qui financent leur entreprise à partir de ressources essentiellement personnelles ou familiales ou sollicitent l'aide des dispositifs public, et dans le cadre de cette enquête c'est surtout vers l'ANSEJ que les jeunes diplômées (moins de 40 ans) se sont tournées.

- **Les non diplômés** quant à elles se sont orientées vers la CNAC pour créer leur entreprise. Leur projet a été en totalité financé par la CNAC car elles ne disposent pas de fonds personnels.

Les contraintes liées au financement nous permet de les regrouper en deux catégories d'entrepreneures que nous définissons cette fois à partie de deux éléments : le niveau de formation et la nature du financement et en répondant à la question suivante : **sont-elles entrepreneures par volonté (ou vocation) ou par nécessité ?**

L'interprétation des résultats de nos deux enquêtes nous permet de préciser la proportion de ces deux catégories que nous décrivons dans le tableau suivant :

Tableau 42 : Typologie selon le mode de financement

Typologie des entrepreneures selon le mode de financement			
Entrepreneure par volonté			**Entrepreneure par nécessité**
Fonds personnels /familiaux	**Fonds personnels + ANSEJ**		**CNAC+ANSEJ (sans apport personnel)**
		Total	
78%	12%	90%	10%

Source : établie par l'auteure

Les entrepreneures par nécessité sont les femmes qui ne disposent d'aucune économie personnelle. Le financement de leur entreprise par les prêts accordés par les dispositifs d'aide était l'unique opportunité d'intégrer le monde de l'entrepreneuriat et de se sortir d'une situation précaire.

Ces aides de l'Etat, ne sont pas spécifiques aux femmes et sont encore sous utilisées puisque seules 10% des entrepreneures enquêtés en ont bénéficiés. Rappelons qu'au niveau national 11% des projets financés par l'ANSEJ appartiennent à des femmes ; ce qui est très insuffisant.

Les entrepreneures par vocation sont les femmes qui ont financé leur projet à partir de fonds personnels et/ou familiaux et celles qui, en complément de fonds personnels ont sollicité des crédits auprès de l'ANSEJ. Cela leur permet de bénéficier, en plus du prêt, d'avantages octroyés par cet organisme. Deux des entrepreneures questionnées ont précisé avoir regretté de s'être adressées à l'ANSEJ vue la lenteur de la procédure et la lourdeur de la procédure elle-même. Une troisième a carrément annulé sa demande préférant consacrer son temps et son énergie à son entreprise plutôt que de le perdre entre les différentes administrations. Précisons que ces aides ne sont pas spécifiques aux femmes.

L'enquête qualitative, en procédant par entretiens semis directifs, nous a permis d'échanger directement avec les entrepreneures sélectionnées. Chacune à son tour nous a raconter son histoire, un parcours de toute une vie qui au final, les a conduite à créer leur entreprises. Toutes les informations concernant leur famille, puis leur formation, leur expérience professionnelle nous a permis de revivre, à travers ces récits, tout le processus de création de leur entreprise. Nous avons écouté ces femmes nous raconter la naissance du projet, sa réalisation, et sa gestion au quotidien.

Nous nous sommes rendu compte que ses femmes sont devenues entrepreneur « très simplement ». Elles sont dans une situation donnée, à un moment donné, elles veulent

entreprendre quelque chose de nouveau, elles décident, sans beaucoup de préparation, et surtout sans trop savoir comment évoluera leur entreprise.

Ces entrepreneures **sont dans une logique effectuale** au sens de Sarasvathy (2001-2008). Elles créent leur entreprise à partir de fonds personnels, « avec ceux qu'elles ont » et n'extrapolent pas sur le futur. Elles n'ont donc pas d'objectifs biens définis sinon de réussir dans la voie entreprise. La manière dont elles abordent la création de leur entreprise suit une **logique contraire à celle décrite dans la théorie** (une de prise de décision selon une logique causale). En effet ces femmes n'ont pas de stratégie à long termes, **elles se fient à leur intuition**, elles sont conscientes de leurs aptitudes et de leurs limites et prennent un minimum de risque. Elles ont pour objectif principal de créer une activité qui leur permette d'acquérir une autonomie et une indépendance sans perdre de vue un élément essentiel : elles sont avant tout « maman et entrepreneure » avec cet ordre de priorité pour la plupart d'entre elles, et à la recherche d'un constant équilibre entre ces deux « mondes ».

Cette logique d'action, du fait de sa "simplicité" a permis à de nombreuses femmes de se lancer en affaires. L'apprentissage de la gestion se fait de façon progressive. Cette logique d'action est bien différente de la logique causale et du mythe de l'entrepreneur rationnel, inspiré par sa grande idée novatrice, planifiée selon un plan qu'il exécute (Sarasvathy 2011).

L'entrepreneure ne s'impose pas le stress d'un résultat précis à atteindre. Elle construit son futur en fonction des moyens dont elle dispose et des opportunités qui se présentent, elle adopte une démarche incrémentale qui consiste à faire évoluer l'affaire par des petites transformations successives. Lorsque l'entreprise se développe, l'entrepreneure peut alors, si elle le désir, modifier ce comportement et suivre une logique causale.

La difficulté d'accès au financement comme nous l'avons vu du fait des garanties exigées, du cout des commissions et du taux d'intérêt conduit la plupart des entrepreneures à recourir à l'autofinancement. Précisons qu'il n'y a pas en matière d'accompagnement et de financement de mesures spécifiques en faveur de l'entrepreneuriat féminin, ce qui ne favorise pas son développement.

La majorité de ces femmes affirment ne pas vouloir prendre le risque d'hypothéquer un bien, par exemple, en vue d'obtenir un crédit, alors qu'elles ne sont pas en mesure d'estimer, avant de démarrer l'activité, les résultats futurs de leur entreprise. C'est un risque supplémentaire et inutile qu'elles refusent de prendre sachant qu'elles peuvent financer leur projet en

utilisant leurs économies personnelles et/ou des fonds familiaux. En plus des garanties exigées, les taux d'intérêt et les commissions élevées imposées par les banques les dissuadent à recourir à ce mode de financement. Par contre, une fois que l'entreprise fait ses preuves elles n'hésitent pas à s'orienter vers les banques pour développer leur activité. Et obtiennent pour la plupart un avis favorable pour leur demande. 26% des femmes questionnées ont obtenues, après la création de leur entreprise un crédit d'investissement supérieur à six mois. Le fait que ces 26% de femmes entrepreneures réussissent aisément à obtenir un crédit nous amène à nous poser la question suivante : **est ce que les banque sont frileuses pour financer les entreprises au moment de leur création du fait que ces entrepreneures sont des femmes, ou est-ce à cause de la très petite taille de l'entreprise créée ?**

Cette frilosité vis-à-vis des institutions bancaires ne concerne pas les dispositifs d'aide à la création d'entreprise qui sont une réelle opportunité de financement pour les femmes ne disposant pas de fonds personnels et qui ne peuvent pas compter sur l'aide de leur famille.

En réalité la censure se situe aux deux niveaux, d'une part les banques se méfient des entreprises du fait de leur très petite taille, et de l'autre, il y a l'autocensure des entrepreneures qui ne s'orientent pas vers les banques et optent pour un autofinancement. Celui-ci leur permet de gérer leur entreprise à leur rythme sans stress ni contrainte de résultats dans l'optique de remboursement d'un crédit. Cela peut être également considéré comme une réponse à leur souci d'autonomie et d'indépendance largement manifesté par ces femmes.

3. Les contraintes liées à l'activité entrepreneuriale

La création d'une entreprise impose des procédures et des démarches administratives auxquelles les porteuses de projets ne sont pas préparées.

Les difficultés auxquelles sont confrontées les créatrices d'entreprises sont diffèrent selon que les femmes s'orientent vers le secteur de l'industrie ou les services. Certaines contraintes seront liées à l'acte de création de l'entreprise d'autres à sa gestion courante.

3.1. <u>Contraintes rencontrées lors de la réalisation du projet</u>

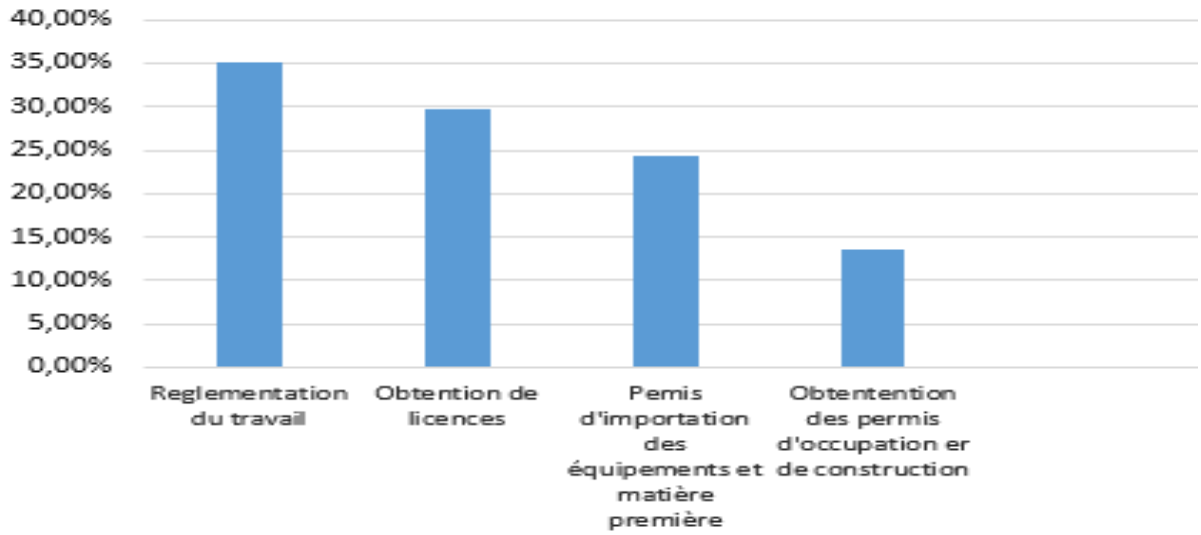
Selon les différents chefs d'entreprises interrogées et bien entendu selon la nature de leur activité, les difficultés rencontrées au moment de la création de leur entreprise, outre le

financement, portent essentiellement sur les démarches administratives et se situent à différents niveaux de décisions :

- La Wilaya, autorité régionale : et concerne l'acquisition et utilisation du terrain industriel.
- Le Ministère délégué au commerce : pour l'obtention de l'inscription au registre du commerce.

Nous les résumons dans e graphe suivant par ordre d'importance :

Graphe 28: contrainte liées à l'activité entrepreneuriale



Source : établie par l'auteure

Les contraintes ne s'appliquant pas de la même manière pour l'ensemble des entrepreneures, nous les distinguons par la nature de leur activité.

- **Les créations d'entreprises dans le secteur de l'industrie**

La première contrainte rencontrée lorsque l'entrepreneure s'oriente vers l'industrie est liée à l'acquisition de terrains industriels. Selon les entrepreneures les critères d'attribution ne sont pas clairs et il est encore plus difficile d'acquérir un terrain quand on est une femme affirment elles. Ce flou engendrera les effets suivants :

- clientélisme
- forte spéculation foncière

- mauvaise mise en valeur des terrains

Les délais d'obtention de permis de construire et les retards de viabilisation des parcelles vendues seront quant à eux à l'origine de retard ou d'annulation de nombreux investissements.

- D'autre part, la constitution du dossier nécessaire à l'inscription au registre du commerce est rallongée part les délais excessifs d'obtention de l'actes de propriété auprès de l'agence foncière, ou d'attribution de locaux par les mairies.

L'investissement effectif est retardé car les garanties à produire auprès des établissements de crédit sont extrêmement difficiles à réunir. Les entrepreneures estiment que le contrôle à priori effectué par l'administration durant la phase de création d'entreprise est excessif et engendre des retards et des couts supplémentaires dans la réalisation des investissements.

- **Les créations d'entreprises dans le secteur artisanal ou tertiaire**

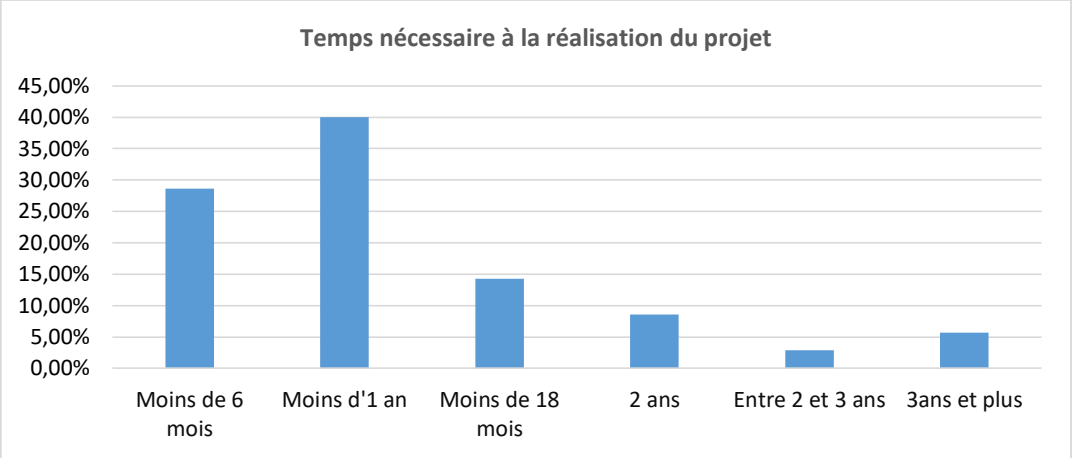
Lorsque les entrepreneures ne sont pas concernées par l'acquisition de terrains ou de locaux accordés par l'Etat, c'est à la lourdeur et à la lenteur de la démarche administrative que les entrepreneures se heurtent. L'ensemble des entrepreneures enquêtées signalent les difficultés rencontres avec les différentes administrations.

Les entrepreneures insistent sur le nombre de documents à fournir pour l'obtention des différentes autorisations que ce soit pour la création juridique de l'entreprise ou celles liées à l'importation de biens d'équipements, de matière première ou de produits finis, quand l'entreprise les réalisent elles même.

Le temps nécessaire aux entrepreneures pour concrétiser leur projet peut être pris comme indicateur pour juger de la qualité des administrations. Les deux enquêtes effectuées dans le cadre de cette recherche nous amène à la même constatation : les entreprises mettent au minimum 6 mois pour créer un entreprise et ce délai peut atteindre 3 ans et plus.

Le graphe suivant renseigne sur le temps mis par les entrepreneures pour la réalisation de leur projet :

Graphe 29 : temps nécessaire à la réalisation des projets



Source : Etabli par l'auteure.

- 28 % des entrepreneures ont mis moins de six mois pour démarrer leur entreprise et 40% ont mis d'un près d'un an.
- Les 9% entrepreneures qui ont sollicité l'aide de la CNAC ont mis 3 ans minimum pour démarrer leur activité, la procédure la plus logue selon l'expérience relaté par les entrepreneures interrogés. Nous renvoyons à la section mode de financement de l'enquête qualitative pour rappel de la procédure.

Il arrive que certains entrepreneurs, hommes ou femmes payent plus de 6mois de loyer pour un local destiné à l'activité en attendant l'autorisation d'exercer. Ce délai dépendra également de la nature de l'investissement et bien entendu des aptitudes et des aides dont peuvent bénéficier chacune de ces femmes tout au long de la procédure.

3.2. Contraintes liées à la gestion de l'activité

Les contraintes les plus importantes que rencontrent les entrepreneures interrogées sont résumées dans le tableau suivant :

Tableau 43 : contraintes liées à la gestion de l'activité

CONTRAINTES	OBSERVATIONS %
Traiter avec différentes administrations	56%
Réglementation des importations	36%
Réglementation de nature fiscale	32%
Salaire minimum	28%
Réglementation des conditions de travail de (horaires, congé de maternité, prestations malade, congés, normes de sécurité professionnelle)	24%
Etre en concurrence avec des entreprises du secteur public	14%
La ressource humaine	14%
Restrictions imposées à l'emploi d'étranger	8%

Les chefs d'entreprises estiment que les réformes en cours n'ont apporté que peu d'amélioration ou de modification quant à l'organisation de l'administration qui connaît aujourd'hui une insuffisance des moyens humains et matériels.

De nombreuses femmes, découragées par l'ensemble de démarches administratives qu'impose la création d'entreprise, et par le manque d'information disponible sur le processus de création d'entreprise pour les orienter, préféreront investir en dehors du cadre légal.

Rappelons que l'administration Algérienne a eu pour mission de gérer totalement l'activité économique dès la fin des années 60, selon les principes de l'économie centralement planifiée. Cela s'est traduit par l'élaboration d'un dispositif législatif et réglementaire lourd et complexe dont la finalité était de régir et de contrôler tous les aspects de l'activité économique, en conformité avec les orientations gouvernementales. La simplification des lois n'a pas toujours été accompagnée d'une révision des procédures et des modalités d'application. Les effets positifs sont souvent annulés par la persistance d'une réglementation complexe de la bureaucratie. L'administration algérienne continue généralement de fonctionner sur injonctions administratives sous formes de décrets, arrêtés, circulaires. L'organisation dirigiste et centralisée de l'administration, conduit à l'absence de responsabilisation de la majorité des fonctionnaires qui font preuve d'un faible esprit d'initiative.

La persistance des **lourdeurs bureaucratiques** contrastent donc avec les objectifs des réformes visant à créer les conditions d'une meilleure productivité et rentabilité des entreprises. Cette situation crée une opposition entre :

- D'une part, l'administration dont le fonctionnement repose sur le « strict respect et l'application de procédure imposées par les textes »,
- Et d'autre part les gestionnaires dont les impératifs sont d'ordre économique et exprimés en termes de coûts, de productivité et de rentabilité.

Toutes les remarques faites par les dirigeantes d'entreprises, nous ont permis de constater qu'il y a un déphasage entre l'attitude de l'administration par rapport à l'esprit d'ouverture du marché et aux exigences du monde des affaires.

Il est important de préciser que 74% des entrepreneures affirmant que les difficultés rencontrées avec l'administration n'ont rien avoir avec le fait d'être femme.

- **La réglementation**

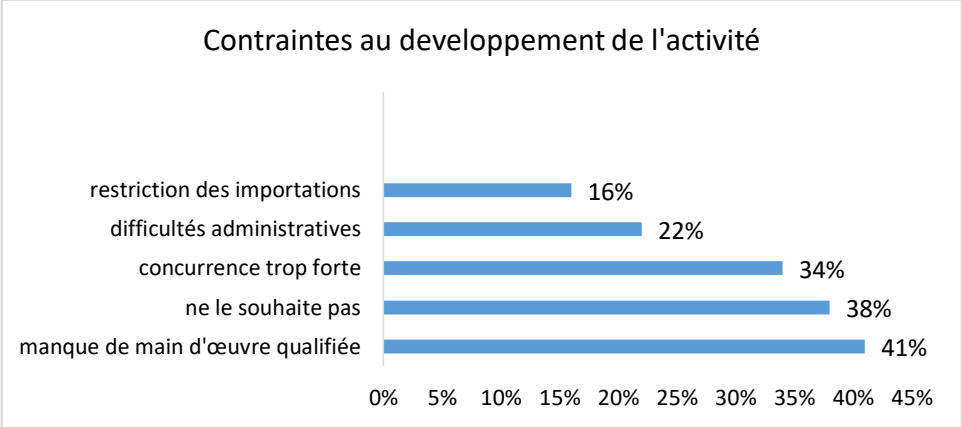
Les entrepreneures trouvent difficile de gérer leur entreprise du fait des changements fréquents de la réglementation, notamment celle liées concernant les importations

E10 « *Il y a des entraves partout, il y a des règles, il y a des lois qui n'ont pas de sens. On n'a pas de visibilité je travaille et voilà… j'ai une commande en court… où nous sort une loi hier hein… on nous l'annonce et elle entre en vigueur aujourd'hui ! Ce n'est pas normal ! Je veux bien qu'on mette de l'ordre dans tout ça et c'est normal, et c'est très bien. Ça m'arrange moi qu'on mette de l'ordre dans tout ça, parce que c'est cet informel qui est en train de casser l'économie algérienne »*

A la question posée : **« S'il vous est possible de produire davantage, avec l'équipement dont vous disposez, pourquoi ne le faites-vous pas ?**

Nous résumons les réponses dans le graphe suivant :

Graphe 30 : Contraintes au développement de l'activité



Source : établie par l'auteure

41% des entrepreneures affirment ne pas vouloir développer leur activité à cause de la difficulté à trouver du personnel qualifié. C'est la première contrainte évoquée

- **La ressource humaine** est une contrainte également abordée par la quasi-totalité des femmes interrogées lors de l'enquête qualitative. Le manque de personnel qualifié ne facilite pas la gestion au quotidien, la difficulté à recruter du personnel stable et compétant est l'une des raisons qui explique le refus de certaines entrepreneures à développer leur activité. Se développer implique déléguer des responsabilités sans devoir à chaque fois contrôler la qualité du travail exigé, ce qui ne semble pas toujours possible.

La règlementation liée à l'emploi est évoqué par plus de la moitié des entrepreneures d'autant que le personnel est instable. La fréquente rotation du personnel entrave la bonne marche de l'entreprise sachant le temps et l'énergie nécessaire pour assurer leur formation selon les dires des entrepreneures.

- **La concurrence est jugée trop forte** par 22% des entrepreneures et constitue la seconde contrainte cité par les jeunes entrepreneures. Les deux enquêtes indiquent qu'au tout début de la création de leur entreprise, les entrepreneures ont du mal à imposer leurs produits, ce qui est normal, mais en fait la difficulté réside dans la façon d'approcher le marché, de prospecter la clientèle. Les entrepreneures avouent vouloir se former dans ce domaine.

Intégrer un réseau permet de lever cette contrainte en permettant aux femmes de se réunir et de présenter leur entreprise et leur produit. Dans ce cadre en dehors de la carte d'abonnement, la publicité est gratuite ce qui facilite la promotion de l'entreprise. Notons que le cout de la publicité est une charge que les très jeunes entreprises ont du mal à assumer.
A la question : **quels sont, selon vous, les domaines de formation dont vous auriez le plus besoin ?**

Ces réponses expriment les difficultés auxquelles sont le plus confrontées les entrepreneures dans la gestion de leur activité et pour lesquelles elles nécessiteraient une formation ou un accompagnement.

- 53,5 % des femmes affirment avoir besoin de formation dans le domaine du financement de l'entreprise
- 49% aimeraient apprendre à mieux s'imposer sur le marché et à cibler leur clientèle,
- 39% souhaitent apprendre à mieux gérer leur entreprise (30.2% avouent ne pas savoir faire un business plan),
- 39% mentionnent la communication, que ce soit par la diversification de canaux ou tout simplement pour apprendre à mieux communiquer avec l'ensemble des parties prenantes.
- 14% avouent manquer d'assurance dans leur travail.

La moitié des entrepreneures interrogées estiment avoir besoin de formation pour améliorer la gestion de leur entreprise. Pour ces femmes les lacunes sont particulièrement ressenties dans le financement de l'activité et la recherche de la clientèle. Les insuffisances dans ce domaine peuvent à la longue mettre en péril l'entreprise.
L'autre moitié des entrepreneures se sentent largement capable de gérer leur entreprise. Les avis sont partagés ce qui nous impose de revenir sur les caractéristiques de ces entrepreneures et de leur entreprise pour mieux les étudier.
Plus de la moitié des entrepreneures affirment refuser de se développer. La taille de l'entreprise leur convient. Elles ne cherchent pas à gagner plus d'argent, et ne veulent pas passer plus de temps à gérer leur entreprise. La taille actuelle «me *convient tout à fait* ». La petite dimension répond à leurs exigence : elle leur assure une autonomie financière et une

indépendance et surtout elle leur permet d'assumer « *leur double emploi* : *la maison et le travail »* comme l'expriment la plus part des femmes : « *au-delà je n'aurais plus de vie* » ou « *je dois absolument faire attention, ne pas me laisser absorber par mon travail, ni par la maison … et penser un peu à moi. »*

Les femmes sont mois que les hommes dans une perspective de croissance, l'approche de l'entrepreneuriat en terme de compétition n'apparait chez ces entrepreneures.

Tout au long de ce travail c'est au processus entrepreneurial des femmes que nous nous sommes intéressées ; l'interprétation des deux enquêtes nous ont permis de situer l'entrepreneure, sa famille, son entreprise que ce soit le secteur d'activité vers lequel elle s'est orientée la taille de son entreprise ou sont mode de financement. Cela nous éclairé sur les causes de ce choix ainsi que les raisons qui l'ont déterminé.

Avant de conclure, nous proposons une synthèse des principaux déterminants pouvant encourager ou inhiber l'entrepreneuriat féminin recensés lors de la présente étude. Nous choisissons de mettre en parallèle dans un tableau les freins et leviers l'entrepreneuriat (tels que mentionnées par les femmes entrepreneures interviewés et celles s questionnées par voie électronique) pour plus de clarté et que nous résumons dans le tableau suivant :

Tableau 44 : Présentation des principaux déterminants au projet entrepreneurial des entrepreneures observées

Leviers à l'entrepreneuriat	Freins à l'entrepreneuriat
L'ENTREPRENEURE	
- l'âge favorable entre 28 et 37ans, - Le niveau de formation -Motivations à et socialisation entrepreneuriales (modèles à suivre) agissent fortement sur l'attrait à la création d'entreprise.- Expérience professionnelle (60% étaient salariées). -Propension au risque - capacité à gérer son temps - la confiance en soi - la féminité n'est pas perçue comme un frein par l'entrepreneure.	-Sous-estimation des capacités avérées ou non conduit à l'autocensure de nombreuses femmes vis-à-vis de l'entrepreneuriat. -Aversion au risque, Norme sociale : Refus de l'option entrepreneuriale par l'entourage familiale. -Responsabilités familiales, absence d'aide. - équilibre difficile entre la sphère familiale et la sphère professionnelle. Etre mère.

LA FAMILLE ET L'ENTOURAGE	
- Le soutien moral et financier de la famille (exprimé dans plus de 70% des cas), - Source principale de financement du projet - existence de modèles dans la famille développe l'esprit d'entreprise, (surtout la mère) - Le conjoint - Les amies (soutien moral et parfois financier)	Refus de la famille pour le choix entrepreneurial (ne correspond pas à la culture familiale) - conjoint (<10% des cas) - manque d'information sur la réussite de femmes entrepreneures.
LE RESEAU PERSONNEL	
- Les enfants d'entrepreneurs (es) bénéficient du réseau développé par les parents (banques-fournisseurs-clients), - Réseau informel (famille- amis, relations), - Entrepreneurs proches de la famille	-Au démarrage très peu de femmes sont intégrés dans un réseau, -Faible intégration aux réseaux formels (CNC-associations professionnelles) jugées inefficaces et/ ou sans intérêt.
LE FINANCEMENT,	
- Le financement n'est pas toujours considéré comme un frein. (dépend de l'activité, du niveau social de la famille ou de l'activité antérieure de l'entrepreneure). - Les créations sont majoritairement financées par des économies personnelles et/ou des fonds familiaux du fait de la petite ou très petite taille des entreprises. Une fois l'entreprise créée : - 58% affirment pouvoir obtenir des prêts, - 62% ont la possibilité d'obtenir des crédits à moyen et long terme. - Les femmes ne ressentent pas forcement de discrimination. -Opportunité liés au financement accordés par les dispositifs d'aide à la création d'entreprise (CNAC – ANSEJ- ENJEM) sans discrimination liée au genre.	- Manque de capital initial - Difficulté à obtenir des prêts bancaires, - Cout excessif du crédit, - Garanties impossibles à fournir par les jeunes porteurs de projets - Très peu de femmes ont bénéficié du financement CNAC- ANSEJ (11%) - asymétrie de l'information : faible accessibilité de l'information concernant les mesures des différents dispositifs d'aide. - qualité des prestations - absence de dispositif spécifique aux femmes entrepreneures.

LA TECHNOLOGIE	
-Utilisation des technologies de l'information (TIC) : internet, -Facilite l'accès à l'information -Améliore la communication entre les différents acteurs économiques.	
LE CONTEXTE NATIONAL	
- Egalité des droits au travail et en entrepreneuriat, - malgré la forte concurrence des produits importés, la taille du marché national est un atout. -Volonté des pouvoirs publics de développer l'entrepreneuriat féminin. -Développement de la formation en entrepreneuriat au sein des universités toutes spécialités confondues.	-Inefficacité des associations de femmes entrepreneures - inflation :(hausse du cout des matières premières et des équipements), - Baisse du pouvoir d'achat, - Ralentissement de l'activité économique, - Forte concurrence du secteur informel, - Faible développement du secteur industriel ce qui se traduit par un faibles effet d'entrainement en entrepreneuriat. - La norme entrepreneuriale nationale est masculine. - Culture nationale : société à tradition salariale et non entrepreneuriale : faible développement de l'esprit d'entreprise.

Conclusion

Ce chapitre a été consacré à la compréhension des causes et des raisons qui ont conduit les femmes observées à opter pour l'entrepreneuriat. Les deux enquêtes nous ont permis de relever l'ensemble de freins et leviers qu'elles ont rencontré tout au long du processus de création de leur entreprise.

Cette recherche nous a permis de mieux prendre conscience de la diversité de ces femmes et des situations dans lesquelles elles évoluent. Cela nous a appris également à être prudent et à relativiser chaque interprétation qu'elle vienne de nous ou des autres et d'éviter de se laisser

influencer par certains stéréotypes qui sont parfois le résultat de conclusions hâtives d'interprétations de cas isolés.

Une certitude face à cette observation est que le monde entrepreneurial est complexe, chaque cas étant particulier. Pour tenter de le comprendre il faut le situer l'entrepreneure dans le cadre qui lui est propre, délimité par deux variables fondamentales que sont l'espace et temps et dans lequel on se doit d'étudier les facteurs qui impact sa situation et ses décisions.

CONCLUSION GENERALE

L'entreprise algérienne a d'abord évolué dans un environnement fortement protégé de la concurrence étrangère. A l'ouverture des frontières économiques, les entreprises *publiques* touchées par le réajustement de la parité de la monnaie ou qui ont eu à participer aux efforts de l'Etat dans sa politique de soutien direct au pouvoir d'achat des ménages (soutien direct aux prix de plusieurs dizaines de produits courants), ont bénéficié de «dispositifs banques-entreprises», qui ont permis de corriger — momentanément — les dysfonctionnements et les déficits lourds de leur exploitation. L'entreprise privée n'a pas, quant à elle, bénéficié de dispositifs semblables bien qu'elle évoluait dans le même cadre macroéconomique et dans le même système de prix administré.

Cette absence de soutien au cours d'une période de grande instabilité macroéconomique couplée à une réglementation et un environnement institutionnel défavorables va naturellement affecter la capacité du secteur privé à se constituer comme nouveau moteur de la croissance et à prendre le relais du secteur public. Malgré une histoire marquée par une suspicion déclarée à l'égard de son développement et un environnement défavorable, le secteur privé voit sa part dans la valeur ajoutée globale, à la faveur d'une stabilisation macroéconomique et d'une première génération de réformes structurelles, s'améliorer passant de 67% en 1995 à 80% de la valeur ajouté hors hydrocarbures cette dernière décennie. Le diagnostic du secteur privé fait apparaître aujourd'hui une concentration de son activité dans le secteur tertiaire.

Le Ministère de l'Industrie chargé de la PME indique qu'en 2017, le tissu industriel algérien, hors grandes entreprises, qui se comptent en une petite dizaine avec leurs filiales, est composé à 97% de Très Petites Entreprises (TPE). 3% sont des PME et 0,4% sont des moyennes entreprises.

Parmi les autres caractéristiques du secteur privé, on relève :

- Un secteur informel très important peu propice au développement,
- Un mode de gestion familial qui, généralement, limite le développement de l'entreprise,
- Un faible taux d'encadrement en personnels qualifiés notamment dans le management qui freine l'amélioration de la productivité des facteurs.

C'est dans ce contexte difficile que l'entrepreneuriat féminin tente de s'imposer timidement. La dynamique des créations d'entreprises indique une très faible évolution des entreprises créées par des femmes.

En 2017, **représentant 15 % du taux des activités économiques, les femmes ne représentent que 6% de l'entrepreneuriat en Algérie.** Leur nombre a augmenté de près de 23% sur les quatre dernières années, une évolution qui indique que de plus en plus de femmes sont attirées par l'entrepreneuriat. Ce taux a doublé par rapport à 2005, mais reste encore insuffisant compte tenu des mécanismes lancés par le gouvernement pour soutenir les investissements féminins et du nombre important de femmes diplômées, soit 75% de l'ensemble des diplômés. Jusqu'à fin février 2017[207], l'Algérie comptait 143.010 femmes d'affaires contre 116.474 à fin 2012, selon les données du Centre national du registre du commerce (CNRC).

Objectif de la recherche

Dans le cadre de cette recherche c'est aux femmes que nous nous intéressons, une catégorie de femmes devenues entrepreneures. Avant ce choix, ces femmes étaient mères au foyer, salariées, "entrepreneures" dans l'informel ou de jeunes diplômées sans emploi.

Tout au long de cette recherche nous nous sommes efforcé de comprendre " pourquoi'' et "comment" à un moment de leur vie, ces femmes décident de devenir "entrepreneures". Pour ce faire, nous nous sommes interrogées sur leur milieu familial, et professionnel ainsi que sur leur réseau relationnel au moment de la création de leur activité et au contexte de leur action. Cette recherche nous a permis, à travers l'analyse du processus entrepreneurial des femmes investiguées, une meilleure compréhension des principaux déterminants de l'entrepreneuriat féminin.

Les principaux apports de la recherche

1) **La contribution méthodologique et théorique**

La majorité des travaux de doctorats adoptent une approche quantitative, or dans le cadre de notre travail nous avons opté pour **une approche qualitative par entretiens semis directifs** associée à une étude quantitative. Nous avons également recueillis de nombreuses données

[207] Revue el Djazair. Chiffres et statistiques. Quelle place pour la femme algérienne dans l'entrepreneuriat. Mars 2017

au cours de journées dédiées à l'entrepreneuriat féminin. Le traitement des données a nécessité l'utilisation du logiciel NVivo 10. Il nous a permis d'effectuer une analyse thématique sur la base de thèmes que nous avons préalablement définis.

Sur le plan théorique, du fait de la spécificité de cette catégorie d'entrepreneures, leur féminité, c'est au modèle des « 5Ms » de Brush et al, (2009) que nous nous sommes constamment référées. Ce choix nous a permis de définir trois axes liés à ce modèle au centre duquel est positionnée la caractéristique principale de cette entrepreneure (la féminité et la maternité) et qui influencera toutes ces décisions :

- Ses motivations
- sa façon d'appréhender le projet
- le financement projet

Ces éléments décrivent la façon dont elles perçoivent et gèrent leur projet et permettent de définir leur contexte familiale et le contexte national dans lequel elles évoluent.

L'intérêt de ce modèle, est qu'il intègre à l'approche processuelle, la caractéristique « genre », définie par le « M » de Matherhood- Maternité » qui nous permet en tant que chercheure de justifier de la particularité de notre démarche en ajoutant au qualificatif « entrepreneur le (e) qui renvoi à : « maman et entrepreneure » avec tout ce que cela induit.

Etre « maman et entrepreneure conduit de nombreuse femmes à intégrer leur vie professionnelle à leur vie familiale, car en devenant entrepreneure elles ne se libèrent pas de leur obligations familiales, bien au contraire. L'enquête nous indique que s'il leurs arrivent souvent de créer leurs entreprises sans étudier de manière détaillée la faisabilité de leur projet (elles ne font ni études financière ni études de faisabilité) la gestion quotidienne de la famille est prévue bien à l'avance, souvent bien avant que l'entreprise soit créée, essentiellement quand les enfants sont en bas âge.

Précisons que sur le plan théorique notre approche n'est pas dogmatique, nous n'avons pas d'idées préconçues. Nous sommes dans une approche paradigmatique, à l'écoute de ces femmes décrivant leur histoire et leur parcours. Nous recherchons la compréhension d'un processus de création d'entreprise conduit par des femmes toutes très différentes. La catégorie des femmes diplômées (majoritaires dans le cadre de notre enquête) et qui ont créé leur entreprises, bien que très différentes les unes des autre, agissent, pour la plupart, selon une logique commune : elles financent leur activité à partir d'économies personnelles ou de

fonds accordés par la famille et évoluent progressivement en fonction des moyens financiers quelles ont en leur procession et n'extrapolent pas sur le futur.

Très peu s'orientent vers les banques pour financer leur activité. L'opportunité de créer leur entreprise tient d'avantage à la perception qu'elles ont de leurs compétences du fait de leur expérience professionnelle et de leur formation.

Le second apport tient essentiellement à cette observation, en effet, cela nous fait dire que face à la décision de se lancer en affaires, ces femmes ne suivent pas une logique causale telle que développée dans la théorie mais fonctionnent selon une logique effectuale au sens de Sarasvathy (2001-2009).

Ces femmes ne cherchent pas à se développer mais à se maintenir à un rythme, qui répond à leurs attentes et leur assurer une autonomie et un meilleur équilibre de leur temps entre vie familiale et vie professionnelle. Ceci nous conduit donc à un changement de paradigme lorsque nous appréhendons l'entrepreneuriat féminin. Cette observation nous encourage à d'avantage de réflexion à ce sujet.

La contribution pratique

Les raisons pour lesquelles les femmes optent pour l'entrepreneuriat sont multiples. Les résultats de l'enquête nous ont permis de distinguer deux catégories principales d'entrepreneures : les femmes qui s'engagent par leur propre volonté à l'entrepreneuriat et celles, pour qui créer son entreprise est la seule alternative et n'ont pas d'autres possibilités d'emploi. Leur entreprise sera donc l'unique source de revenu possible.

Comme nous l'avons décrit dans le dernier chapitre, cette distinction entre entrepreneure par volonté ou par nécessité renvoi au mode de financement de leur activité.

Les premières, entrepreneures par volonté, sont des femmes diplômées de l'université et ayant eu, pour la plupart, une expérience professionnelle en tant que salariées, certaines sont également enfants d'entrepreneurs. Elles financent leurs entreprises à partir d'économies personnelles ou des fonds familiaux qu'elles complètent parfois en sollicitant les dispositifs d'aide (plus fréquemment l'ANSEJ du fait de leur âge). Ce mode de financement mixte leur permet de bénéficier des avantages que ces organismes accordent aux bénéficiaires (exonérations fiscales, prêts à taux bonifiés, remboursement différés). Précisons que ces entrepreneures ont entre 27 et 35 ans au moment de la création de leur entreprise. Leur formation et leur expérience professionnelle les prédisposent à l'entrepreneuriat.

Les secondes, entrepreneures par nécessité, n'ont pas de ressources personnelles et sollicitent obligatoirement l'aide du dispositif public pour créer leur entreprise, notamment la CNAC (dans le cas des entrepreneures que nous avons observées). Ces femmes sont moins jeunes que les premières et ont entre 45 et 50 ans quand elles créent leur entreprise.

Ce dispositif est un atout certain pour le développement de l'entrepreneuriat. En effet il permet à de nombreux porteurs de projets, sans discrimination de genre, qu'ils soient diplômés ou non de bénéficier d'un capital de départ qu'aucune autre institution financière n'aurait accepté d'avancer. Accéder à ce mode de financement est la seule opportunité pour ces femmes qui n'ont, comme garantie de remboursement de leur crédit, que la réussite futur de leur entreprise. De ce prêt dépendra la réalisation de leur projet et l'amélioration de leur condition financière et y compris celle de leur famille.

Leurs expériences nous a permis d'étudier la façon dont se déroule la procédure d'octroi de crédits par la CNAC et l'ENSEJ d'observer, dans le même temps, la manière dont ces femmes gèrent le processus de création de leur entreprise.

Sans reprendre l'ensemble de la description des deux procédures nous précisons qu'elles se sont déroulées, en moyenne, en trois ans pour chacune des bénéficiaires observées (la même procédure hors dispositif nécessite 30 jours au maximum). Une année pour l'acceptation du dossier, une année pour l'accord du financement après dépôt des factures *pro-forma,* une année pour disposer des fonds et enfin acheter les équipements prévus.

En trois ans le marché évolue, les contraintes se modifient, les lois régulant les importations changent la donne pour l'entrepreneure, la règlementation du dispositif a également changé. L'entrepreneure se trouve à gérer des imprévus avant même de commencer son activité. Si l'on considère le cas de E5 (feuilles de briques), sans l'aide de sa famille, vue son manque d'expérience et l'absence d'accompagnement de la CNAC, cette entrepreneure précise qu'elle n'aurait jamais pu gérer, seule, son entreprise.

Notre enquête nous a mis face à des situations similaires décrites par des entrepreneures ayant sollicité la CNAC ou l'ANSEJ.

Précisons que notre analyse ne repose pas uniquement sur les cas étudiés dans le cadre de notre enquête, des rencontres avec d'autres entrepreneures lors de journées dédiées à l'entrepreneuriat féminin nous a permis de recueillir les témoignages d'autres expériences. La dernière en mars 2018, nous a permis d'être auprès de ces femmes pendant 03 jours et d'assister à une séance de clôture réunissant les entrepreneures et des représentants de ces

organismes. Ces derniers justifient ces délais par le nombre de dossiers à étudier et affirment que certains dossiers remis par les porteurs de projets sont incomplets ou incorrectement remplis et ce qui retarde leur traitement.

Deux contraintes principales liées à cette procédure sont mentionnées par ces entrepreneures :

- Les délais de traitement des dossiers sont longs et la procédure fastidieuse,
- La sensation « d'isolement » au démarrage de l'activité. Cela traduit une absence d'accompagnement et de réseau propre pour l'entrepreneure.

Ces dernières ont du mal à s'imposer sur le marché, elles savent que la demande existe, mais elles "ne sont pas recommandées" affirment-elles pour la plupart. L'ensemble des entrepreneures reprochent l'absence d'un accompagnement par l'ANSEJ et par la CNAC au démarrage de l'activité. Elles n'ont pas "de relations" précisent- elles, et n'ont tissé pour le moment aucun réseau personnel.

Cette enquête nous a amené à nous interroger sur la situation de ces femmes et sur leurs limites face à la gestion de leur activité ainsi que sur le mode de fonctionnement de ces dispositifs d'aide.

Pour ces entrepreneures le marché n'est pas une contrainte en soi, il est ouvert et, de par sa taille, peut absorber sans difficulté de nouveaux produits. Ces entreprises sont de très petites dimensions, elles s'adressent à un marché local et de proximité, elles se positionnent ou créent leurs niches et profitent d'interstices que seules les petites entreprises peuvent satisfaire à l'abri de la concurrence de firmes plus importantes qu'elles soient nationales ou étrangères. La seule réelle contrainte pour ces entrepreneures se situerait au niveau de la qualité de produits et de services qu'elles offrent

Les organismes CNAC et ANSEJ, accordent les prêts à un taux bonifié avec un remboursement différé et n'exigent aucune garantie.

Les échanges avec les entrepreneures sur leur propre expérience nous ont amené à relever trois contraintes les plus fréquemment citées :

- **FI :** le financement : le dispositif lève cette contrainte, mais les délais d'attribution sont excessivement longs
- **AC** : l'accompagnement : technique uniquement est prévu par le dispositif mais est inefficace. Une formation sensée durer une semaine ne dure que 02 jours.

- **RE :** <u>un réseau personnel inexistant</u> : en dehors de la famille, l'entrepreneure, au démarrage de l'activité, se sent isolée (elle n'appartient à aucun réseau) et a du mal à affronter le marché. Le dispositif ne prévoit rien à ce sujet.

Disposer de ces trois facteurs permettrait à l'entrepreneure de lever plusieurs contraintes tout au long du processus entrepreneurial.

La réunion des trois premières syllabes donne le mot : le **FI-AC-RE**

Le **FI AC RE**, peut servir à décrire les trois actions que pourrait entreprendre le dispositif d'aide pour conduire les bénéficiaires vers une plus grande efficacité dans la réalisation et la gestion du projet. Le dispositif qui assure déjà le financement des projets, devrait accompagner durant un temps précis la future entrepreneure et l'aider à mieux gérer la création de l'entreprise et la conseiller dans sa stratégie notamment dans la recherche de la clientèle ou d'éventuels partenaires. Les bénéficiaires devraient être suivis par un accompagnateur afin de juger, sur la période du prêt, des résultats de l'entreprise. Ce concept pourrait permettre des réflexions sur les dispositifs afin d'être plus efficaces et plus efficients. Il pourrait également servir d'indicateur des résultats et des impacts sur cette population d'entreprise concerné et sur le dispositif lui-même. Un concept qui pourrait être pensé pour être décliné en forme organisationnelle permettant de lever le plus d'obstacle et de contrainte liées à ce dispositif.

Ce concept propose de réfléchir sur un accompagnement plus efficace de ces femmes en tenant compte des trois dimensions constituant le FI AC RE.

Cela nous situe à la jonction de l'interaction public- privé à qui s'exprime non pas uniquement à partir d'une distribution de capital, mais plutôt par une interaction en vue d'une action qui met en œuvre le concept proposé.

Accompagner ces femmes tout au long de leur projet, en leur proposant des formations ciblées, portant tant sur la création d'entreprise que sur sa gestion réduira leurs appréhensions vis-à-vis de cette profession.

Intégrer ces femmes dans un réseau professionnel et leur apprendre à le développer, sortirait ces entrepreneures de leur isolement et améliorerait leur performance.

La création d'entreprise par les femmes constitue un réservoir de croissance considérable. L'impact économique et social de leur participation à l'activité économique, largement reconnue, devrait inciter à une plus grande sensibilisation vis-à-vis de l'entrepreneuriat

féminin et à une réflexion de la part des universitaires et des institutions concernées sur les actions à mener afin d'inciter de plus en plus de femmes à opter pour l'entrepreneuriat.

Les premières enquêtes sur les femmes entrepreneures en Algérie notamment celle effectuée par Tahir-Metaiche f. (2008) ont relevé les caractéristiques suivantes à ce moment :

- Des femmes âgées entre 45 et 50ans, en précisant que 89% d'entre elles avaient plus de 40ans et seulement 17 % avaient entre 27 et 39 ans.
- 80.6 % de ces femmes sont mariées, 8.3% sont divorcées et 5,6% sont veuves.
- 78.1% (pour la plupart diplômées) étaient inactives avant la création de leur entreprise.

En 2018, soit une décennie après, en comparant les résultats de notre enquête à ceux que nous venons de présenter, nous observons une évolution des caractéristiques sociodémographiques de la population observés.

Les femmes que nous avons investiguées ont entre 27 et 68 ans. Lorsque nous comparons les deux enquêtes, deux variables importantes sont à considérer : leur situation familiale et leur activité avant la création de leur entreprise.

Nous constatons que la moyenne d'âge des entrepreneures en date de la création de leur entreprise est de 34 ans et qu'elles avaient en moyenne 2 enfants.

Précisons que 78% de ces femmes ont créé leur entreprise avant d'avoir 40 ans :

67.3% de femmes sont mariées, 16.2% sont célibataires, 10.2% sont veuves et 6.1% sont divorcées.

Lorsqu'elles ont créé leur entreprise 60% étaient salariées et non pas inactives comme l'avait constaté Tahir-Metaiche en 2008.

Rappelons que :

- 88% affirment que l'entrepreneuriat leur assure un meilleur équilibre entre leur vie familiale et leur vie professionnelle,
- 80 % affirment qu'être mère n'est pas un frein à l'entrepreneuriat.

Cette observation est importante, car constater une modification des caractéristiques sociodémographiques, indique une évolution du comportement de ces femmes ; évolution qui nous fait dire que désormais de nombreuses femmes, et essentiellement les diplômées, ont confiance en leurs capacité à entreprendre, et considèrent l'entrepreneuriat comme un choix de carrière possible et ne l'entrevoient pas comme la dernière alternative face à la difficulté à trouver un emploi.

Notons que celles qui avaient moins de 40 ans à la date de la création de leur entreprise, sont diplômées de l'université (minimum BAC+4) et ont, majoritairement, créé, sans association, leur entreprise.

Les limites méthodologiques

Les limites de la recherche sont liées à la constitution de l'échantillon quantitatif, en effet nous avons envoyé notre questionnaire à plusieurs associations de chefs d'entreprises ; certaines ne regroupent que des femmes entrepreneures d'autres sont mixtes et que nous avons contacté par e-mail ou par téléphone. Une seule association nous a répondue.

La constitution de notre échantillon a été déterminée par la disponibilité de ces femmes et leur intérêt pour notre sujet. Toutefois, notre échantillon offre un large panel de femmes entrepreneures localisées dans différentes régions et ayant des caractéristiques qui reflètent la diversité des femmes entrepreneures.

Bibliographie

ABDOUNE.R) « Un bilan du programme de stabilisation économique en Algérie », cahiers du CREAD, 1998 n° 46,

AKEEL R, (2005) Genre et développement au Maghreb, Document de base pour la table ronde du Maghreb", 24-25.

AKTOUF O, (2002) La stratégie de l'autruche, Post-mondialisation, management et rationalité économique

AKTOUF O. (1999) Le management entre tradition et renouvellement, 3e éd. mise à jour, Montréal-Paris-Casablanca, Gaëtan Morin éditeur, 710 pp.

AKTOUF, O. (1990) « Le symbolisme et la culture d'entreprise : Des abus conceptuels aux leçons du terrain », in J.-E Chanlat (dir.), L'individu dans l'organisation, les dimensions oubliées, Québec-Paris, PUL-ESKA, p. 553-588

ARASTI Z (2008), « l'entrepreneuriat féminin en Iran : les structures socioculturelles », Revue Libanaise de Gestion et d'Economie, Vol. 1,

AUTISSIER D., WACHEUX.F(2000), « Structuration et management des organisations », L'Harmattan, collection Logiques de Gestion, Paris, p.34,

ARENA R, « Traité d'économie industrielle », 1998, Paris, Economica,

ARREGLE Jean Luc, MARI Isabelle, « Avantage ou désavantage des entreprises familiales ? » in Revue française de gestion n°200, p 87-109, 2010,

BACHELARD G. « La formation de l'esprit scientifique », 1938, Vrin,

BANAON, « Les différents courants de recherche et approches de la figure de l'entrepreneur », Document de travail, CNAM, Paris 2015. Yvon Pesqueux, De l'entrepreneur et de l'entrepreneuriat, p 8-9. 2015,

BAYAD M et BOURGUIBA M, « De l'universalisme à la contingence culturelle : réflexion sur l'intention entrepreneuriale, 8ème congrès international Francophone et PME. "L'internationalisation des PME (s) et ses conséquences sur les stratégies entrepreneuriales", 25, 26,27 octobre 2006, Haute Ecole de Gestion (HEC) Fribourg, Suisse, pp.1-19,

BENABDELLAH.Y « Ajustement structurel et nouveau statut de la rente pétrolière », Les Cahiers du CEAD, n°46,1998.

BENACHENHOU A, « La formation du sous-développement en Algérie », OPU Alger, 1976.

BENACHENHOU A, « Ajustement, restructuration et démocratie en Algérie », article 1994.

BENACHENHOU M, Réforme économique, Dette et démocratie, éd 'ECH'RIFA'.

BENELHADJ Slimane, « Les effets des territoires dans la création des très petites entreprises, acte de la 12ème journée de l'Académie de l'Entrepreneuriat portant sur le thème : « Dynamiser l'émergence entrepreneuriale en Algérie : Réflexions sur les modèles et pratiques d'accompagnement », Ecole supérieure algérienne des affaires ESAA, Alger 15mars, 2009,

BENHASSINE M.L et W.LAGGOUNE « Les rapports PME-secteur public en Algérie : Complémentarité ou substitution ? In les PME dans les systèmes économiques contemporains. De Boeck Université, Bruxelles 1986,

BENISSAD .H (1971), « Economie du développement en Algérie », OPU Alger, (1971),

BENNISSAD H « La réforme économique en Algérie : ou l'indicible ajustement structurel », OPU, 1991,

BASSO O et Fayolle A, « L'entrepreneuriat organisationnel : Enjeux et perspectives », Lavoisier/RFG, 2009/5 n° 195, p 87-91,

BASSO O, « L'orientation entrepreneuriale : Histoire de la formation d'un concept », Lavoisier/RFG n° 195, 2009/5, p 175-192.

BELETLANTE ET DESROCHES, « Atouts et contraintes de la cotation des entreprises moyennes : bilan de 10 ans au second marché, groupe ESC Lyon, 1993,

BELLETANTE B et LEVRATTO.N Finance et PME, Quels champs pour quels enjeux ?, Revue internationale PME, 1995 vol 8, n°34, p 5-42, 1995,

BENGHABRIT-REMAOUN et RAHOU Yamina), « Itinéraires de femmes entrepreneures en Algérie : cas d'Oran » Colloque International : « Création d'entreprises et territoires » Tamanrasset : 03 et 04 Décembre, 2006,

BISAGUET A, « L'impact économique des Petites et Moyennes Entreprises », Revue du Trésor, novembre, 98 n°11-12, 1998,

BOISSIN, J. P., & EMIN, S. « Une moindre fibre entrepreneuriale chez les femmes dès l'université ? » In *Regards sur la recherche en gestion : contributions grenobloises*, L'Harmattan, 83–107, 2007,

BOLTON .J.E, "Report of the committee of inquiry on small firms", Cmmd 48 Londres HMSO, 1971.

BOURDIEU P « Contre-feux », Liber, Raisons d'agir, 125 p, 1998,

BOURGUIBA M, « De l'intention à l'action entrepreneuriale : approche comparative auprès de TPE françaises et tunisiennes, 2007,

BOUTILLIER ET DIMITRI UZUNIDIS, « Schumpeter, Marx et Walras : Entrepreneur et devenir du capitalisme », Revue Interventions économiques, 2012,

BOUTILLIER. S ET UZUNIDIS. D (1999), « La légende de l'entrepreneur. Le capital social, ou comment vient l'esprit d'entreprise », Editions La Découverte et Syros, Paris.

BOUTILIER S. ; UZUNIDIS D (1995). L'entrepreneur : Une analyse socio-économique, Economica.

BOUYACOUB A, Les petites et moyennes entreprises en Algérie : Quelles réalités ? In « Entrepreneurs et PME ; Approche algéro-française », édition : L'harmattan, P 75 à 94

BYGRAVE ET HOFER (1996), « Theorizing about entrepreneurship» entrepreneurship theorie and practice, winter, 1991, p.13-22. Dans J Baronet : L'entrepreneurship, un champ à la recherche d'une définition. Une revue sélective de la littérature sur l'entrepreneurship. Cahier de recherche 96-07-01. 1996.

BRUYAT(1993), création d'entreprise : contributions épistémologiques et modélisation, Gestion et management. Université Pierre Mendes-France - Grenoble II,

CANTILLON R (1975), « essai sur la nature du commerce en général », Londres, Fetcher gyler

CAPIEZ A et HERNANDEZ E.M, (1998), Vers un modèle d'émergence de la petite entreprise, Revue internationale PME, Vol 11, n°4,

CARRIER, C., P.-A. Julien & W. MENVIELLE (2006), « Un regard critique sur l'entrepreneuriat féminin : une synthèse des études des 25 dernières années », Revue Gestion, vol. 31, n°02,

CASSON M, « The entrepreneur, economic theories, Oxford, Martin Robertson, 1982,

CHANTAL Bernard, « Nouvelles logiques marchandes au Maghreb », CNRS Paris 1991, p 105,

CHABAUD D. ET MESSEGHEM, K. (2010), « Le paradigme de l'opportunité », Revue Française de Gestion, 36 (226), 93-112,

CHABAUD, D., GLACHANT, J.M., PARTHENAY, C. ET PEREZ, Y. (2008), « Les grands auteurs en économie des organisations », Éditions EMS, 414 p,

CHARREIRE, S. ET HUAULT, I. (2002), « Les grands auteurs en management », Éditions, EMS, 463 p,

CONSTANTIDIS Christina, « Représentation sur le genre et réseaux d'affaires chez les femmes

entrepreneures ». p 127-144. mars 2010,

CONSTANTIDIS Christina, « Entreprises familiales et genre : les enjeux de la succession pour les filles ». In Revue française de gestion N°200 p143-159. 2010,

CORIAT, Weinstein O, « Les théories de la firme entre « contrats » et « compétences ». 2012/4.n°170.

DESREUMAUX A, « Structure d'entreprise : Analyse et gestion », Paris, Vuibert, 1992,

DONKELS R et AERTS R, « Les entreprises familiales sont-elles vraiment différentes ? », In Fondation Roi Baudouin (1993), Plein Feux sur Les PME, Bruxelles, Roularta Books, 1993,

DUCHENEAUT B (1995), « Enquête sur les PME françaises », PUF.

DUCHENEAUT B, « Les dirigeants de PME », Maxima, Paris, Laurent du Mesnil éd, 1996.

DRUCKER P(1985), « Les entrepreneurs », Expansion, Paris, Hachette.

EMIN S. (2006), « La création d'entreprise : une perspective attractive ? », Revue Finance Contrôle Stratégie, vol. 9, n°3, septembre, 39-65

FAYOLLE. A (2009), «Editorial », in Revue de l'Entrepreneuriat, Vol.8, N°1, pp. I-III.

FAYOLLE, A ET FILION, L.J (2006), « Devenir entrepreneur : Des enjeux aux outils », Paris, Village Mondial,

FAYOLLE, A (2005), "Evaluation of entrepreneurship education: behavioural performing or intention increasing? Int.J. Entrepreneurship and Small Business » 2(1), p 89-98,

FAYOLLE, A (2000), « Processus entrepreneurial et recherche en entrepreneuriat : les apports d'une approche perceptuelle et empirique du domaine », Actes 5ème Congrès International Francophone sur la PME

FAYOLLE, A ET FILION, L.J (2006), Devenir entrepreneur. Des enjeux aux outils. Paris : Village Mondial.

FAYOLLE, A (2005), "Introduction à l'Entrepreneuriat", Dunod, Paris. 128 pages

FILION, L. J (1997), « Le champ de l'entrepreneuriat : historique, évolution, tendances » Cahier de recherché n°1997-01

FILION. J.L (1997), Le champ de l'entreprenariat : histoire, évolution et tendance, Revue international PME Volume 10, n°2 page 138.

FONDATION ROI BAUDOIN (1993), « Pleins feu sur la PME », Bruxelles, Roularta Books,

FORMEZ, C.A.I.M.E.D, (2003) Politiques pour les entreprises dans la région Méditerranéenne : Algérie. Centre for Administrative Innovation in the Euro-Méditerranéen Région, Italie. http://eco4.voila.net/politiquespourlesentreprisesalgeriennes.pdf

GASSE Y (2000), L'entrepreneur : son profil et son développement », Gestion 2000, n°5, p18.

GARTNER, W. B. (1988), « Who is an entrepreneur? Is the wrong question », American Journal of Small Business, 12(4), 11-32.

GAVARD-PERRET, D. Gotteland, C. Haon, A. Jolibert. (2012), Méthodologie de la recherche en sciences de gestion. Pearson.

GERMAIN, O. (2012), Les grands inspirateurs de la théorie des organisations, Tome 1, Éditions EMS, 420 p.

GHERBI Hassiba. (2010) Caractéristiques et déterminants de l'emploi informel féminin en Algérie. Université Paris Est Créteil et Université de Bejaia.

GILLET Anne (2007), Emploi et entrepreneuriat des femmes en Algérie : des dynamiques entre traditions et innovations, PME, EMPLOI ET RELATIONS SOCIALES France –Maghreb.

GILLET Anne(2002), « Les entrepreneurs algériens créateurs de petites entreprises : un groupe hétérogène entre logiques sociales, domestiques et logiques économiques capitalistes », CNAM-GRIOT, Documents de travail, décembre 2002,

GLASER ET A.A.STRAUSS, « La découverte de la théorie encrée : Stratégie pour la recherche qualitative ». Armand Colin. Paris 2012,

GREFE X (1984), Les PME créent-elles des emplois ? Economica, Paris.

GRENIER.C ET JOSSERAND.E (1999), recherche sur le contenu et recherches sur le processus. P.104

G.R.P.M.E. (1994) Les PME, bilan et perspectives, Québec, Paris Presse Internationale, Économisa.

HEMMAM .A, le nouveau secteur privé en Algérie.

HERNANDEZ E-M (1999), Modèles d'entrepreneuriat : vers une approche contingente et processuelle », Revue Sciences de Gestion, n° 26-27, pp 505-526.

HERNANDEZ E-M. (2001), L'entrepreneuriat : approche théorique, L'Harmattan.

HERNANDEZ, E. M ET MARCO. L (2006), Entrepreneur et Décision, de l'intention à l'acte, ESKA, Paris, 189 p.

HERNANDEZ, E.-M (1999), « Le processus entrepreneurial : vers un modèle stratégique d'entrepreneuriat », l'Harmattan, 255 pages.

HIRIGOYEN. G (1984), «Contribution à la connaissance des comportements financiers des moyennes entreprises familiales », thèse de doctorat d'Etat en sciences de gestion, université de Bordeaux.

HUSSER.J (2010), « La théorie de la structuration : Quel éclairage pour le contrôle des organisations ? », Vie & sciences de l'entreprise (N° 183-184), p. 33-55

JULIEN P.A (1984), Qu'est-ce qu'une PME ? Six caractéristiques qui permet enfin de les identifier, Le Devoir, Octobre 1984, page 2

JULIEN P. A et M. MARCHESNAY(1996), L'entreprenariat, Economisa, Paris.

KERZABI A et TABET LACHACHI W(2009), La vulnérabilité des TPE et des PME(s) dans un environnement mondialisé », 11es Journées scientifiques du Réseau Entrepreneuriat, 27, 28 et 29 mai 2009, INRPME, Trois-Rivières, Canada

Kirzner(2005), concurrence et esprit d'entreprise, Economica, édition originale 1973

KUHM T (2012) the structure of scientifique revolution, university of Chicago Press. Dans méthodologie de la recherche en sciences de gestion. Pearson.

LANDSTRÖM, H. et LOHRKE, F. (Eds.), Historical Foundations of Entrepreneurship Research, Edward Elgar, Cheltenham, 46-76.

LAUFER J.C (1975), Comment on devient entrepreneur, revue française de gestion, nov.

LE LOARN-LEMAIRE. S(2013) le couple, le pilier de l'entrepreneuriat au féminin. L'expansion management review, p.109 à 116.

LEPINE I, SIMARD C (1994), Prendre sa place ! Les femmes dans l'univers organisationnel. Revue canadienne de science politique. Vol. 25, No. 3, pp. 611-613

LIABES. D (1984), « capital privé et pouvoir d'industrie en Algérie 1962-1982 », Alger.

LEGER-.JARNIOU C, (2013) Le grand livre de l'entrepreneuriat, Dunod, Paris.

LEVY B, Mondialisation et économie du savoir : Défis et actions pour les femmes gestionnaires, HEC/Montréal/Gestion, 2002/2 Volume 27, p é'631.

MARCHESNAY, L'entreprenariat, Economica, Paris, 1996.

MARSHALL A, (1920), « Principles of Economics », 8ème édition, Londres Macmillan.

Mattias k. L'entrepreneuriat comme science sociale : de la nécessité d'une approche holiste.

MBENGUE.A (2015), Positions épistémologiques et outils de recherche en management stratégique https://f.hypotheses.org/wp-content/blogs.dir/2413/files/2015/02/mbengue.pd

McCLELLAND (1961), La société de réalisation, Princeton NJ Van Nostrand.

MPANDA VAL (2013) « La contribution de la relation d'accompagnement pour l'apprentissage de la convention d'affaires inhérente à l'organisation impulsée : une recherche-action au sein de l'incubateur I & entrepreneuriat en République. Démocratique du Congo », Thèse en Sciences de Gestion, Université Montesquieu de Bordeaux.

MESSEGHEM, K. ET SAMMUT, S (2011), L'entrepreneuriat, Éditions EMS, 243 p.

ESSEGHEM et TORRES (2015), Les grands auteurs en entrepreneuriat, ems, Paris.

METAICHE TAHIR (2014), Le profil de l'entrepreneuriat féminin en Algérie : une étude exploratoire, Université de Ain Temouchent, Algérie.

MINTZBERG H, Structure et dynamique des organisations, Paris, Edition de l'organisation, 1992.

STEPHANE.F(2008), « Le Financement Bancaire Des Créateurs De Très Petites Entreprises », Humanities and Social Sciences. Université Jean Moulin - Lyon III, 2008,

LACHMANE J (1996) Financer l'innovation des PME, Economica, Paris.

LAPEYRE Nathalie (2006), Les professions face aux enjeux de la féminisation, par Nathalie LAPEYRE, Toulouse : Octares Éditions, 218 p., ISBN-10 : 2-9153-4630-5.

LAUFER (1975) Comment on devient entrepreneur, revue française de gestion.

LEVRATO N, (1990), Le financement des PME par les banques : contraintes et limites de la coopération, revue internationale PME vol. 3, n°2, pp 193-213.

LEVRATTO.N, M.CASSON5 (2015), A la recherche des fondements sociaux de l'entrepreneur. Dans les grands auteurs en entrepreneuriat. EMS, p142-156.

DOCKES Pierre (1998), « La nouvelle économie institutionnelle ». Revue Européenne des Sciences Sociales, tome XXVI, N°110, p 77-96.

OURABAH O, « Les transformations économiques de l'Algérie ». ENAP, Alger 1982.

PIAGET (1967), « La logique et la connaissance scientifique », Paris, Gallimard.

PÉNROSE. E. (1972), "The theorie of de growthe of the firm", Oxford, Basil Blackwell.

REZIG A et MUSETTE, Développement et PME en Algérie, cahiers du CREAD,

ROULEAU.L (2007) Théories des organisations. Presse universitaire du Québec.

SADOU Houria (2004), SCOLARISATION – TRAVAIL ET GENRE EN ALGERIE, Algérie.

SAMIR d'après EL WATAN, Travail et femmes en Algérie, mercredi 8 mars 2006, article publié sur : algérie-dz.com, site consulté le 19/06/2006.

SAY J B (1941) Traité d'Economie politique ou simple exposition de la manière dont se forment, se distribuent et se consomment les richesses, Paris, Guillaumin.

SEKKAL HOURIA, (2012). « Forces et Faiblesses de la Petite et Moyenne Entreprise Privée Algérienne dans le Contexte des Réformes Economiques », Mémoire de Magistère en sciences économiques option : Gestion.

SHANE, S. ET VENKATARAMAN, S. (2000), « The Promise of Entrepreneurship as a Field of Research », Academy of Management Review, 25(1), 217-226.

SCHUMACHER, Small is beautiful (1978), Une société à la mesure de l'homme, Contretemps/le Seuil.

SCHUMPETERJ.A (1951) Capitalisme, socialisme et démocratie, 1942, traduit par G Fai, paris, Payot.

SIAGH.A.R (2014), Contribution du Profil et des Compétences Entrepreneuriales à la Réussite des Petites et Moyennes Entreprises en Algérie .Thèse de Doctorat d'Etat en Sciences de Gestion, Option Management, université Kasdi Marbeh, Ouargla.

SOUIDI R, FERFARRA M.Y, AKROUF T(2000) Les entrepreneurs, le territoire et la création d'entreprises : Enquête à Boghni, Cahiers du CREAD, n°5.

SWEENEY G.P, Les Nouveaux Entrepreneurs, petites entreprises novatrices

TABET-LACHACHI.W (2006), l'influence des valeurs et de l'environnement sur l'orientation stratégique de l'entrepreneur privée en Algérie. Université Aboubakr Belkaid Tlemcen.

TABET, et Pr BENDIABDELLAH A (2010), Quelle GRH dans la TPE algérienne ?, Colloque GRH,

PME et Entrepreneuriat : Regards croisés, 1er avril 2010, Montpellier, France.

TAHIR METAICHE F (2014), Le profil de l'entrepreneuriat féminin en Algérie : une étude exploratoire. Version HTML du fichier http://www.observaction.org/wp-content/uploads/2014/12/femmes-entrepreneures-alg%C3%A9rie.pdf.

TORRÈS O (1988) Vingt-cinq ans de recherche en PME, une discipline entre courants et contre

courants.

TORRÈS O, Pour un approche contingente de la spécificité de la PME, revue internationale PME, vol 10 n°2, 1997, p23.

TORRÈS O, PME, de nouvelles approches, Economica, Paris, 1998.

TORRES, O. La recherche académique française en PME : les thèses, les revues, les réseaux, La Documentation française, coll. « Regards sur les PME », n°14,

TOUNES A ET ASSALA K (2007), « "Influences culturelles sur des comportements managériaux d'entrepreneurs algériens" 5ème congrès international de l'académie de l'entrepreneuriat. http://www.entrepreneuriat.com/fileadmin/ressources/actes07/Tounes_Assala.pdf

TOUNES.A (2007), L'intention entrepreneuriale. Une recherche comparative entre des étudiants suivant des formations en entrepreneuriat. P.35.

TOUNES, A (2002), L'entrepreneur : l'odyssée d'un concept, IAE de Rouen, CREGO, Faculté de Droit, de Sciences Économiques et de Gestion, no.03-73, 1-22.

TREMBLAY M. ET CARRIER, C (2006), « L'identification d'opportunités entrepreneuriales : une perspective collective » XVème Conférence Internationale de Management Stratégique, Annecy / Genève 13-16

WEBER.M (1964), L'éthique protestante et l'esprit du capitalisme, Plon.

VENKATARAMAN S. (1997), the distinctive domain of entrepreneurship research, in Katz J.A. (Ed.), Advances in entrepreneurship, firm emergence, and growth, JAI Press, 3, 119-138

VERIN H (1982), Entrepreneurs, entreprise. Histoire d'une idée, Paris, Puf, 1982. In : Entrepreneuriat et création d'entreprise revue de la littérature et état de la recherche

VERSTRAETE, T. (2000), Histoire d'entreprendre-les réalités de l'entrepreneuriat, Editions Management et société.

VERSTRAETE, T. ET FAYOLLE, A. (2005), « Paradigmes et Entrepreneuriat », Revue de L'entrepreneuriat, volume 4, N°1, p 33-52. 2005.

WYNARCZYK, The managerial labour market in small and medium-sized enterprises, London Routledg, 1993.

ZALC. C (2005), femmes, entreprises et dépendance. Travail, genre et sociétés N°13-avril.

ZUMELLO C, ESPOSITO M.C (2003), l'entrepreneur et la dynamique économique ; l'approche anglo-saxonne, Economica.

ZOUITENE.J, T.EVY-TADJINE (2005), les femmes et les immigrés ont-ils besoin d'un accompagnement entrepreneurial spécifique ? 4ème congrès de l'Académie de l'entrepreneuriat, Paris, 24-25 Novembre, pp.1-33.

THESE :

AKNINER « Les disparités spatiales en matière de création d'entreprises : Application sur quelques territoires en Kabylie. Thèse de doctorat, université de Tizi-Ouzou 2009,

AIT HABOUCHE A (2003), «Investissement privé en Algérie, un essai d'analyse des déterminants des PME à investir, thèse de doctorat d'Etat,

AIT-SIDHOUM H, «Ouverture économique et dynamique entrepreneuriale : essai de modélisation des déterminants territoriaux de la création d'entreprises dans la wilaya de Bejaia. Thèse de doctorat université de Bejaia, 2011,

BELJALIL N (1980) « Contribution à une analyse financière et typologique des P.M.E. industrielles », Thèse soutenue à l'université de Rennes, Faculté des Sciences Economiques et d'Economie Appliquée.

BOUFENIK Fatma, L'intégration du genre dans l'approche de l'économie informelle: Le cas de la production domestique en Algérie. 2010 Université de Tlemcen.

DHAHRI- SELLAMI N (2012), « Thèse : Convergence entre les institutions de gouvernance publique et privée : rôle des Systèmes Nationaux de Gouvernance. Cas des pays du Maghreb : Tunisie – Algérie – Maroc ».

GREFE X, Les PME et la relance de l'emploi : le cas de la France, in colloque sur les petites et moyennes entreprises : un défi à la crise, Bruxelles, Avril 1983.

GIBERT E, « les mobiles de l'entrepreneur », thèse pour le doctorat d'Etat ès sciences de gestion, Université de Rouen, 1980,

LEBEGUE M, « le processus entrepreneurial des femmes en France », thèse de doctorat en sciences de gestion, Université de Bretagne Occidentale », 2011,

MPANDA VAL (2013), « La contribution de la relation d'accompagnement pour l'apprentissage de la convention d'affaires inhérente à l'organisation impulsée : une recherche-action au sein de l'incubateur I & entrepreneuriat en République Démocratique du Congo », Thèse en Sciences de Gestion, Université Montesquieu de Bordeaux.

Congrès et colloques

FAYOLLE, A. (2004), « Entrepreneuriat et processus : faire du processus un objet de recherche et mieux prendre en compte la dimension du processus dans les recherches. 7ème congrès international francophone en entrepreneuriat et PME, Montpellier, 27-29 octobre,

FAYOLLE, A (2000), «Du champ de l'entrepreneuriat à l'étude du processus entrepreneurial : quelques idées et pistes de recherche » 6° Congrès international francophone sur la PME - Octobre 2002 - HEC – Montréal P. 1 et 2,

GASSE, Y (2002), «Les créateurs d'entreprises et les influences de leur environnement ». in Actes du 6ème Congrès International sur les PME, HEC, Montréal

KERZABI, Abdelatif - Université de Tlemcen – Algérie. L'entreprise familiale en Algérie : de l'indépendance au conservatisme. Les 11es journées scientifiques de l'AUF. Octobre 2018.

TAHARI, Khaled - Université d'Oran – Algérie. Essai d'analyse des stratégies des PME face à la globalisation : une approche néo-institutionnelle. Les 11es journées scientifiques de l'AUF. Octobre 2018.

Textes règlementaires

Code des investissements, Loi du 27/06/63, 1963.

Code des investissements, Ordonnance 66/284 du 15/09/66,1966.

Code des investissements privés, Loi 82/11 du 24/08/82, 1982.

Code des investissements privés, Loi 88/25 du 12/07/88 et Loi 88/29 du 19/08/88.

Code des investissements privés, Décret législatif 93/12 du 05/10/93, Journal officiel n°67 du 19/10/94.1993.

Code des investissements privés, Ordonnance N°01-03 du 20/08/2001 sur le développement de l'investissement et de la loi d'orientation sur la promotion des PME, loi N° 01-18 du 12/12/2001.

Rapports, enquêtes et revues statistiques

BOURVEN M, « La place des femmes dans lieux de décision : Promouvoir la mixité », Conseil

Economique et social, janvier 2007.

CNES, rapport, Pour une politique de développement de la PME en Algérie, rapport, www.cnes.dz/cnes.

Journal Officiel de la Communauté Européenne, Recommandation de la commission du 3 avril 1996, J.O.C.E., L 107/4 1996.

Ministère de la PME/PMI.CNAS, 1999, in rapport sur l'état des lieux du secteur de la PME/PMI, juillet 2000.

Ministère de la PME et de l'Artisanat, bulletins d'information statistique, 2005.

Ministère de la PME et de l'Artisanat, bulletins d'information statistique, n°12 2007.

Ministère de la PME et de l'Artisanat, bulletins d'information statistique, 2008.

Ministère de la PME et de l'Artisanat, bulletins d'information statistique, N°16 2009.

Ministère de l'industrie et de la promotion des investissements, Projet de stratégie et politiques de mise à niveau de l'entreprise algérienne, 2008.

Ministère de l'industrie et de la PME et de la promotion de l'investissement, Agence Aniref, 2010, note méthodologique. www.aniref.dz .

Note pour le Forum International(2008) : Maghreb 2030 dans son environnement euro-méditerranéen dans la perspective de l'union pour la méditerranée, 23 et 24 mai 2008 Skhirate, Maroc, CEPS.

Office européen de statistiques, Eurostat : epp.eurostat.ec.europa.eu/cache/ITY_OFFPUB/KS-SF-08-031/FR/KS-SF-08-031-FR.RDF

ONS, Les comptes économiques de 1990-94, Collection statistique, n°232, Alger, 1995.

ONS, Les comptes économiques de1994-1998, Collection statistique, n°293, Alger, 1998.

ONS, comptes de productions et d'exploitation de 2010.

ONS, comptes économiques de 2000 à 2007, No 502.

ONS, comptes économiques de 2008, 2009,2010, http://www.ons.dz

ONS, comptes de productions et d'exploitation de 2010.

Groupe de la banque Africaine de développement, Note de dialogue 2011. Mai 2011.

VERSTRAETE, T. (2000), Entrepreneuriat et Sciences de Gestion, Habilitation à Diriger des Recherches, Lille, http://thierry-verstraete.com/pdf/Hdr_tv.pdf

PESQUEUX, (2015), « De l'entrepreneur et de l'entrepreneuriat, p 8-9. <halshs-01235201>

Rapport du programme du millénaire, Promouvoir l'égalité des sexes et l'Autonomisation des femmes en Algérie » : (n.pub), (n.d.)), p.52.

Liste des tableaux

Tableau 1 : présentation de paradigmes épistémologiques contemporains 21
Tableau 2 : Vue organisée et synthétique des recherches en entrepreneuriat 26
Tableau 3 : les fondements du concept d'entrepreneuriat 53
Tableau 4 : **Diversité des conventions selon les principes**.....64
Tableau 5 : Importance des qualités nécessaires pour réussir dans leur fonction selon les chefs d'entreprises Belges 69
Tableau 6 : hiérarchisation des caractéristiques du comportement de l'entrepreneur 71
Tableau 7 : Typologie de Laufer 73
Tableau 8 : Part des femmes chefs d'entreprise Etats Unis, Canada, Europe 147
Tableau 9 : Part des femmes chefs d'entreprises de la région MENA 148
Tableau 10 : Place du secteur privé dans les valeurs ajoutées de chaque secteur en %.....157
Tableau 11: Evolution des PME (s) de 2003 à 2017.....161
Tableau12: évolution des principaux agrégats et indicateurs lies au marché du travail de 2007 à2017 (en milliers) 164
Tableau 13: taux d'activité féminine par groupe d'âge 165
Tableau 14 : structure de la population occupée selon le lieu de travail, le milieu de résidence et le sexe en 2005 166
Tableau 15 : Taux d'activité économique et Taux d'emploi selon le sexe, le niveau d'instruction et le diplôme (en %).....167
Tableau 16: Tableau synoptique de la population active (en milliers).ONS, 2017, N°785 168
Tableau 17: Répartition de la population occupée selon le secteur juridique et le sexe (en milliers) 169
Tableau 18: Population au chômage selon le niveau d'instruction, le diplôme obtenu et le sexe(En milliers) 171
Tableau 19 : Taux de chômage selon le niveau d'instruction, le diplôme obtenu et le sexe (en %) 172
Tableau 20: Répartition des chômeurs ayant déjà travaillé selon les caractéristiques économiques 173

- **Tableau 21 Financement par genre et par secteur d'activité ANSEJ (cumul au 31 12 2113)** 179

Tableau 22: projets financés par genre et par secteur d'activité (Cumul au 30/06/2016) 179
Tableau 23: Projet financés par La CNAC par secteur d'activité (cumul au 31/ 12/ 2014).....182
Tableau24: bilan cumulé global au niveau national (au 31/ 12/ 2014) 182
Tableau 25: financement CNAC (cumul au 30/ 06/ 2017) 183
Tableau 26: crédits octroyés par genre (cumul au 31/12/2014) 184
Tableau 27: crédits octroyés par l'ANGEM (cumul au 31/ 12 /2014) 185

Tableau 28: crédits ANGEM octroyés par secteurs d'activités 186
Tableau 29: domaine d'activités des entreprises du secteur tertiaire.....200
Tableau30 : Domaine d'activiste des entreprises de production 201
Tableau 31: Caractéristique des entrepreneures et de leurs entreprises 207
Tableau 32: caractéristiques des femmes entrepreneures et de leurs entreprises.....208
Tableau 33: mode de financement du projet.....228
Tableau 34: temps nécessaire pour démarrer une entreprise (en jours) en 2017 231
Tableau 35: activité des femmes dans le secteur tertiaire 239
Tableau 36 : Activité des femmes dans le secteur secondaire 239
Tableau 37: motivation entrepreneuriale 240
Tableau 38: principales motivations pour la création d'entreprises. 264
Tableau 39: typologie des femmes entrepreneures selon leurs motivations.....269
Tableau 40 : typologie des entrepreneures selon la nature des motivations 270
Tableau 41 : mode de financement du projet 284
Tableau 42 : Typologie selon le mode de financement 287
Tableau 43 : contraintes liées à la gestion de l'activité 293
Tableau 44 : Présentation des principaux déterminants au projet entrepreneurial des entrepreneures observées.....297

Liste des graphes

Graphe 1: les trois ères de l'entrepreneuriat.....40
Graphe 2 : différentes phases du processus de décision.....93
Graphe 3: la SCIP comme le fruit d'une histoire et d'un contexte.....96
Graphe 4 : Description de la création d'entreprise.....105
Graphe 5 : L'événement entrepreneurial.....112
Graphe 6 : le processus de création d'entreprise.....120
Graphe 7: Modèle des « 3E», Paturel (1997.p 15) 121
Graphe 8: modèle d'association culture et processus entrepreneurial 123
Graphe 9 : Le cadre des « 5Ms » de l'entrepreneuriat féminin.....140
Graphe 10: le cadre de motivation menant les femmes à l'entrepreneuriat.....141
Graphe 11**: crédits accordés par l'ANGEM par secteurs d'activité (Cumul au 31/ 12/ 2014)**.....185
Graphe 12 : la destruction et la reconstruction du corpus 197
Graphe 13 : Cheminement de l'étude d'un thème à l'aide de NVivo10.....198
Graphe 14 : **Canevas des « 5Ms », (Brush et al, 2009)**.....204
Graphe 15: Organisation des thèmes (nœuds) dans NVivo.....206
Graphe 16 : Attributs démographiques 207
Graphe 17 : motivations des femmes à l'entrepreneuriat 221
Graphe 18 : **Mode de financement du projet** 229
Graphe 19 : **mode de création de l'entreprise** 237
Graphe 20 : **Activité avant la création de l'entreprise**.....237
Graphe 21: Nature de l'acte entrepreneuriale.....241
Graphe 22 : Perception de la faisabilité du projet.....243
Graphe23 : **perception de variables liées à l'activité de l'entreprise** 244
Graphe24 : (suite du graphe 24) 244
Graphe 25 : Mode de financement du projet 246

Graphe 26 : Contraintes liés à l'accès au crédit bancaire 247
Graphe 27 : un modèle de formation d'organisation (Learned 1992) 281
Graphe 28: contrainte liées à l'activité entrepreneuriale.....290
Graphe 29 : temps nécessaire à la réalisation des projets.....292
Graphe 30 : Contraintes au développement de l'activité 295

TABLE DES MATIERES

Introduction générale ***9***

1. Le contexte théorique et pratique de la recherche **13**

2. Les motivations de la recherche **16**

3. Epistémologie et méthodologie de la recherche **18**

4. Positionnement épistémologique de la recherche **19**

5. Positionnement méthodologique de la recherche **25**

6. Objectif et question centrale de la recherche **29**

Partie I ***33***

Les fondements théoriques de l'entrepreneuriat ***33***

Chapitre I : Le concept de l'entrepreneur : une approche multidisciplinaire **38**

1. La fonction de l'entrepreneur : une lecture historique **41**

1.1 DE L'ENTREPRENEUR AU PRODUCTEUR OU L'HOMME AU "SIXIEME SENS INNE" 41

1.2 L'ENTREPRENEUR COORDINATEUR DE L'ECOLE AUTRICHIENNE. 46

1.3 L'ENTREPRENEUR CREATEUR SCHUMPETERIEN 50

2. L'entrepreneur et l'organisation économique **54**

2.1 LES THEORIES DE L'ORGANISATION 55

2.2. LA THEORIE DES CONVENTIONS 61

3. L'entrepreneur et les sciences sociales **65**

3.1. LES BEHAVIORISTES 66

3.2 L'APPROCHE FONCTIONNELLE ET INDICATIVE DE L'ENTREPRENEUR. 69

4. L'entrepreneur un être social et contextualisé **77**

Chapitre II : une approche processuelle de l'entrepreneuriat **84**

1. Présentation de l'approche processuelle **84**

2. Différentes conceptions de l'entrepreneuriat : Présentation des principaux paradigmes **98**

2.1LE PARADIGME DE L'OPPORTUNITE (SHANE ET VENKATARAMAN, 2000) 99

2.2LE PARADIGME D'EMERGENCE ORGANISATIONNELLE 103

2.3 LE PARADIGME DE LA CREATION DE VALEUR : BRUYAT (1993) 109

2.4 Le paradigme de l'innovation (Schumpeter, 1935) 114

3. Une modélisation du processus entrepreneurial 117

3.1 Shapero et Sokol (1975-1982) : le processus de changement de trajectoire individuelle 117

3.2 Bygrave et Hofer (1991) : Les differentes etapes du processus entrepreneurial 118

3.3 A Capiez et ÉM Hernandez (1994b - 1998) : le processus de creation d'entreprise 119

3.4 R. Paturel (1997) : Le Model des « 3E» 121

3.5 Hayton, George et Zahra (2002) : Le modele d'association culture et processus entrepreneurial 123

Chapitre III : l'entrepreneuriat féminin : Définition et cadre conceptuel 125

1. Définition de l'entrepreneuriat féminin 127

1.1 Évolution de le recherche sur l'entrepreneuriat feminin 128

2. Genre et entrepreneuriat 131

3. Une théorie féminine de l'entrepreneuriat : le modèle des « 5M » 139

3.1 L'entrepreneuriat feminin : pourquoi, comment, qui sont-elles (quoi) ? 142

4. Représentation de l'entrepreneuriat féminin dans différents pays 147

4.1 Les femmes entrepreneures dans les pays developpes 147

4.2 L'entrepreneuriat feminin dans la region MENA 148

Partie II : 150

Une analyse empirique de l'entrepreneuriat féminin en Algérie sur la base d'une double enquête qualitative et quantitative auprès de femmes entrepreneures 150

Chapitre I : Contexte macro-économique et évolution de l'emploi féminin en Algérie 154

1. Contexte macro-économique et évolution du secteur privé 154

2. Évolution globale des PME privées depuis le code de 1993 156

2.1Les PME et les politiques de soutien a leur developpement 158

2.2 Caracteristiques actuelles de l'entrepreneuriat 160

3. Une faible participation des femmes à l'activité économique nationale 163

3.1 Evolution de l'emploi feminin de 1987 a 2017 163

4. Évaluation de l'entrepreneuriat féminin en Algérie 174

4.1 L'entrepreneuriat feminin et les dispositifs d'appui aux PME 177

Chapitre II : Une exploration empirique de l'entrepreneuriat féminin en Algérie, méthodologie de la recherche et présentation des résultats 188

1. Positionnement épistémologique et méthodologie de la recherche empirique 189

1.1 Methodologie de la recherche qualitative 190

1.2 L'enquete quantitative 198

2. Présentation successive du résultat des deux enquêtes 201

3. Les femmes entrepreneures au cœur de la recherche qualitative : interprétation des résultats de l'enquête 202

3.1 Presentation des entrepreneures et de leurs entreprises 208
3.2 L'entrepreneuriat feminin : Entre volonte et necessite 211
4. Présentation des résultats de l'enquête quantitative 234
4.1 Motivation des femmes a se lancer en affaire. 240
4.2 La perception des entrepreneures de la faisabilite du projet 242
4.3 Le mode de financement 245
Chapitre III : L'entrepreneuriat féminin en Algérie : typologie et déterminants 249
1. L'entrepreneure, sa famille et son environnement. 251
1.1 L'omnipresence de la famille de l'entrepreneure 254
1.2 L'environnement de l'entrepreneure ou la necessite d'un reseau personnel 257
2. Les déterminants de l'entrepreneuriat féminin selon les motivations, la perception de la faisabilité et le mode de financement du projet 263
2.1 Determinants et typologies selon les motivations 263
2.2 Typologie des entrepreneures selon leur perception de la faisabilite du projet 273
2.3 Typologie des entrepreneures selon le mode de financement 283
3. Les contraintes liées à l'activité entrepreneuriale 289
Conclusion générale 301