

Entreprenariat féminin entre réalité et défis

Women's entrepreneurship between reality and challenges

BENMESSAOUK KHADIDJA¹

MCA- chef d'équipe/ REFEIRI W110 2400

Université Mohamed Ben Ahmed Oran2. Algérie

kh.benmessaoud@gmail.com

Date de soumission :22.08.2022, Date d'acceptation : 26.10.2022, Date de publication :15.12.2022

Résumé :

Longtemps, il a été associé qu'aux hommes, les femmes se sont imposées ces dernières années dans ce domaine. La contribution de l'entreprenariat féminin au développement économique et social de la société ne fait plus de doute. Pourvoyeuses d'emplois directs, de croissances économiques et d'innovation, les femmes restent cependant moins nombreuses à entreprendre que les hommes dans la majorité des pays (les rapports de GEM). L'entreprenariat construit pour les femmes algériennes une opportunité d'accéder des activités génératrices de revenus. L'objectif de cet article s'inscrit dans un segment de l'entreprenariat en général, il traite uniquement de l'entreprenariat féminin en Algérie en tentons d'identifier les déterminants de succès ou d'échec, et les mesures d'accompagnement destiné à ce genre.

Mots-clés : Entreprenariat, Entreprenariat féminin, Algérie, Genre.

Code JEL : L26, J16.

Abstract :

For a long time, it was associated to men only , women imposed themselves these last years in this field . The contribution of women's entrepreneurship to the economic and social development of society is no longer in doubt . As providers of direct employment , economic growth and innovation , women are still less likely to undertake than men in the majority of countries (GEM reports).

Entrepreneurship builds for Algerian women an opportunity to access income-generating activities .The objective of this article is part of a segment of entrepreneurship in general , it deals only with women's entrepreneurship in Algeria by trying to identify the determinants of success or failure , and the accompanying measures intended for this genre .

Keywords: entrepreneurship , women's entrepreneurship , Algeria , gender

Jel Classification Codes: L26, J16.

¹ Auteur Correspondant

Introduction :

Notre article se penche d'une manière particulière, sur l'analyse de l'entrepreneur individuel femme en Algérie. Il s'agit de la même chose qu'une personne masculine, la femme entrepreneur est cette personne physique exerçant une activité d'entreprise pour son propre compte, en comptabilité nationale, l'activité de l'entrepreneur individuel est traitée au titre du secteur institutionnel « ménages ».

Notre analyse porte sur l'entrepreneuriat en général et sur l'entrepreneuriat féminin en Algérie d'une manière particulière. C'est un phénomène nouveau, son étude est large, de ce fait, nous nous contentons du repérage et de l'analyse, d'entreprises s'identifiant à leurs fondatrices dans la mesure où se sont bien fondatrices d'entreprises qui nous intéressent, qu'est-ce qu'un entrepreneur femme en Algérie ?

L'approche de l'entrepreneur en théorie économique est comme c'est la pratique qui semble compliquée. L'analyse économique a spécifié les caractéristiques de l'entreprise en général voire de l'entrepreneur en particulier. Dans notre analyse on tentera de déterminer de façon plus détaillées le profil de l'entrepreneur femme en Algérie. Que peut-on retenir comme caractéristiques à cet égard ? pouvons-nous l'identifier dans l'objectif de saisir son rôle en son poids dans l'action entrepreneuriale en Algérie ?

Les nomenclatures produites par chaque pays ne semblent pas être homogènes et inversables chaque pays se distingue de l'autre en matière de définition de l'entrepreneur femme ou les facteurs socio-économiques sont déterminants en Algérie. Le code des catégories socio-professionnelles qui constitue une classification des individus en vue de les compter, de les regrouper, selon leurs apparences sociales, de façon à constituer des groupes présentant une certaine « homogénéité » de comportement s'avère très insuffisant. En Algérie, nous soulignons qu'il est très loin de la réalité car il l'approche est beaucoup plus quantitative que qualitative.

L'idée de création d'une entreprise en Algérie trouve souvent sa source, notamment pour les femmes, dans l'absence dans le marché des biens et services que peuvent offrir les petites entreprises dont les besoins de financement de l'investissement ne sont pas importants. Les études montrent que sont les femmes comptent beaucoup plus sur leurs fonds propres pour créer leurs entreprises et si elles font recours aux crédits bancaires elles se distinguent par leur engagement à rembourser les crédits dont elles ont bénéficié dans les délais.

L'observation de la réalité en Algérie, traduit bien la diversité des femmes créatrices d'entreprises les femmes tiennent comme les hommes, en matière de création des entreprises, à la valorisation de leur idée, cette idée peut être originale donc du fond de sa créatrice ou d'un manque sur le marché, donc dicté par l'environnement dans lequel est domicilié la femme. Celles qui sont sûres sont beaucoup plus versées dans l'offre des biens et services dont leur environnement a

besoin et celles qui sont au nord s'investissent dans la satisfaction des besoins exprimés par les populations du nord. Les usages et coutumes sont aussi déterminantes pour la création des entreprises, les femmes kabyles tiennent beaucoup à la présentation de leur identité culturelle, habillement, nourriture, joaillerie (bijoux).... C'est comme ça que naissent les idées.

Concernant les principales voies d'accès à la création, les acteurs les regroupent autour de trois axes.

- L'idée originale ou l'innovation pure, fruit de recherches personnelles ou de la prise de conscience d'un besoin peu ou mal satisfait.
- La valorisation originale d'une idée existante : application à d'autres domaines d'une technologie comme (nouveau monde d'utilisation, nouveau canal de distribution, identification de nouveaux consommateurs, utilisation de nouvelles techniques de production)
- L'achat ou la location de l'idée originale d'un autre : franchise, achat de brevet, bourse d'échanges

Dans notre cas, l'entrepreneure femme est beaucoup plus classée dans l'idée originale ou innovation pure. C'est la distinction de la plupart des start-up des femmes entrepreneurs en Algérie, qui se trouvent aussi dans la valorisation originale d'une idée existante. Pour ce qui est de l'achat ou la location de l'idée originale d'un autre entrepreneur, la femme entrepreneure algérienne ne s'est pas encore adapté avec ce mode de création d'entreprise.

L'idée est la naissance des situations divers. Elle peut naître de la lecture de la presse spécialisée, technique ou professionnelle. Comme elle peut provenir de la consultation des revues spécialisées divers (CNAC, ANDE (ex ENSEJ) ...), chambres de commerce ou publics (ONS)... ou par l'utilisation des banques de données (ONS), ou à travers la participation à des voyages d'études ou par les observations personnelles, enquêtes ou expérimentations dans des domaines liés à la vie quotidienne ou l'univers de travail.

Cette forme est la plus répandue dans l'espace entrepreneurial en Algérie, cela est dû essentiellement à l'absence d'études et de données quantitatives, dans les autres domaines d'observation.

La deuxième observation d'idée est souvent le résultat d'une conversation, d'un voyage d'agrément... ou d'un problème rencontré dans la vie quotidienne ou professionnelle et qui n'est pas résolu de façon satisfaisante actuellement ou d'activités purement de loisirs.

L'entrepreneuriat féminin se structure généralement autour de trois thèmes :

- Le profil de la femme entrepreneure,
- Le profil des entreprises dirigées par des femmes et leur secteur d'activité, et,
- Enfin, leurs attitudes et vécus au regard de diverses problématiques, tels la croissance et la stratégie, le financement, les

réseaux, les formations, le style de gestion et de leadership, le développement...

Cette présentation vise à déterminer si les femmes entrepreneures en Algérie ont des caractéristiques et comportements spécifiques, et si, ces spécificités nécessitent la mise en place de dispositifs spécifiques d'aide à l'entrepreneuriat.

1. Les caractéristiques des femmes entrepreneures

1. Les caractéristiques des femmes entrepreneures

1.1. L'âge :

Relation entre l'âge de la femme créatrice d'entreprise et sa carrière entrepreneuriale. L'âge de la femme entrepreneure a fait l'objet de plusieurs recherches : la plupart des études témoignent que les femmes entrepreneures sont plus jeunes par rapport aux hommes entrepreneurs au moment du lancement dans un projet entrepreneurial. Welsch et Young (1984) et Birley ont montré qu'aux Etats-Unis, les femmes entrepreneures sont plus jeunes que les hommes entrepreneurs et indiquent que l'âge moyen pour les femmes se situe entre 25 et 40 ans, alors que pour les hommes, c'est plus que 43 ans. Une autre étude menée par Lacasse (1990) montre que l'âge moyen des femmes entrepreneures se situe entre 35 et 44 ans.

Hisrich et Peters (1991)² viennent de prouver le contraire des études précédentes. Elles indiquent qu'il y a une tendance des hommes de se lancer dans une expérience entrepreneuriale est significativement à partir de leurs trentaines et que les femmes plutôt autour de 35 ans. Selon des études issues du portrait statistique des femmes entrepreneures au Canada (2002), Legaré et St-Syr ont également montré à partir d'une enquête menée en 2002 au Canada, que les femmes entrepreneures appartiennent à une catégorie d'âge relativement plus jeune que celle des hommes.

Hernandez, après avoir mené une enquête en Afrique, il aboutit à des conclusions reflétant que les femmes entrepreneures en Afrique sont plus âgées par rapport à leurs correspondantes de l'Europe. Il attribue ce retard à la valorisation tardive de l'entrepreneuriat féminin dans le continent africain.

1.2. La formation :

La formation des femmes entrepreneures a fait l'objet d'abondantes recherches que leurs résultats confirment bien les contradictions au sein même d'un pays. En 1996, la proportion de travailleurs autonomes québécois à détenir un diplôme universitaire est légèrement plus élevée chez les hommes que chez les femmes. Aux Etats-Unis, Belkour et Watkins a remarqué que les femmes entrepreneures ont un niveau éducatif moins important que celui des hommes.

² Hisrich et Peters M. (1991), « Entrepreneurship : Lancer, élaborer et gérer une entreprise », Economica, Paris.

Hisrich et Brush (1992) ont affirmé dans une étude que le niveau de formation des femmes entrepreneures est comparable à celui des hommes donc pas de différence significatives entre les deux genres.

Selon une étude menée par Lavoie et Yudkin (2000), les femmes européennes ont un niveau d'instruction plus élevé que la moyenne de la population. Ainsi, des statistiques prises du rapport de Line Robert à l'aide du réseau des femmes entrepreneures sur les caractéristiques des femmes francophones, confirme que les femmes entrepreneures françaises sont parfaitement instruites : plus de la moitié des femmes interrogées ont fait des études universitaires (56%).

Ainsi, dans les économies en sous-développées, l'analphabétisme est souvent considérablement plus élevé chez les femmes que chez les hommes. Cette situation a des conséquences importantes sur les possibilités qu'ont les femmes de se lancer dans l'entrepreneuriat et les exclut presque totalement du champ de l'entrepreneuriat et les oblige à devoir travailler dans le secteur informel.

1.3. Influence Familiale :

Des études ont démontré qu'un pourcentage élevé des femmes entrepreneures sont celles qui ont déjà un parent qui lui-même entrepreneur. Une étude américaine réalisée auprès de 58 entrepreneures révèle que la femme entrepreneure est quatre fois plus sujette à une influence parentale (père ou mère) que la population en général (Hien.F., 2002).

D'autres recherches ont montré que la profession des parents des entrepreneurs marque fortement la personnalité de l'entrepreneur. Cela est également vrai pour les femmes que pour les hommes. Hisrich et Peters (1991)³ indiquent également que la présence d'une mère entrepreneure renforce plus le sentiment d'indépendance chez sa fille et aura une influence sur son désir l'entreprendre par la suite (Bouzekraoui. H et Ferhane. D, 2006).⁴

Kirkwood (2009) affirme pour sa part que la femme consulte son conjoint avant toute décision de nature entrepreneuriale alors que Werbel et Danes (2010) rappellent que le conjoint est une partie prenante indéniable puisqu'il possède un véritable droit de décision sur l'engagement du capital initial issu des fonds de la famille.

1.4. L'expérience :

Certains chercheurs témoignent que c'est la richesse de l'expérience acquise de toute sorte (expérience du marché de travail, gestion de la famille, activités bénévoles, etc.) qui poussent les femmes à se lancer dans les affaires.

En effet, plusieurs recherches confirment que les femmes entrepreneures semblent souvent moins qualifiées que les hommes, possèdent moins d'expérience professionnelle en gestion d'entreprise et/ou dans le secteur d'activité dans lequel elles se lancent, et manquent de compétences au niveau financier, managérial et/ou

³ Hisrich Ret Peters M. (1991), « Entrepreneurship : Lancer, élaborer et gérer une entreprise », Economica, Paris.

entrepreneurial (Ratté 1999 et al). S'agissant d'un tel point de vue, les résultats de recherches existantes sont contradictoires.

La plupart des auteurs montrent que pour une grande majorité d'entrepreneurs, aussi bien hommes que femmes, ils ont eu une expérience professionnelle avant leur projet de création de leur propre entreprise. La différence résiderait plutôt au niveau du type d'expérience. Les recherches indiquent avec quasi-certitude que la plupart des créateurs d'entreprise optent pour un secteur dans lequel ils ont déjà travaillé. D'autres chercheurs comme Burke (1991) affirment que nombreuses sont les femmes qui se lancent dans des secteurs où elles n'ont aucune expérience.

2. Caractéristiques des entreprises privilégiées par les femmes en affaires

2.1. Secteur d'activité :

Les récentes recherches menées sur l'entrepreneuriat féminin se sont intéressées à dresser l'état d'évolution des secteurs choisis par les femmes. Les femmes ont tendance à exercer des activités dans un nombre restreint d'industries de services. Pour Dina Lavoie, ce sont les secteurs de services et de la vente ou détail qui sont les secteurs les plus préférés par les femmes entrepreneures (Legare M H. et Louise S, 2000)⁵. L'immense majorité des entreprises créées le sont dans les services (commerces de détail, coiffure, soins esthétiques, immobilier, toilettage des animaux domestiques, etc.) (Boutillier S., 2008).

Bien que les femmes aient gagné du terrain dans le secteur des services : elles ont gardé leur place principale dans le secteur du textile, habillement, secteur qui est largement été féminisé. Les autres secteurs industriels sont quasiment été fermés aux femmes : elles n'y ont profité que 6 à 8% de création d'emploi (Statistique Canada).

2.2. Taille de l'entreprise :

La grande majorité des entreprises détenues par des femmes appartiennent aux catégories des micros, des petites et des moyennes entreprises. En Corée du Sud, par exemple, plus de 95 % des sociétés sont détenues par des femmes (Koreen.M, 2000)⁶. Les récentes recherches de D. Lavoie et Yudkin et J. Star sur les femmes entrepreneures confirment que les femmes exploitent en exclusivité des micros entreprises qui sont des petites entreprises, avec un importants nombre d'employeurs. Ces femmes entrepreneures emploient un travailleur sur quatre et 5% de ces entreprises possèdent moins de 20 employés.

2.3. Financement de l'entreprise :

Plusieurs études sur des femmes entrepreneurs montrent les difficultés qu'elles rencontrent en cherchant à obtenir un financement. Elles font rarement appel aux prêts. Elles font très peu appel aux programmes gouvernementaux le plus souvent par manque d'informations à leur sujet. Les femmes ont principalement recours aux économies et aux biens personnels et leur capital de démarrage est beaucoup plus petit que celui des hommes. Comme le confirme D. Lavoie : « Bon nombre d'entrepreneures ont dû largement puiser dans leurs épargnes personnelles ».

⁵ Legare M H., Louise S. (2000), « Portrait statistique des femmes entrepreneurs », HEC, Canada

⁶ Koreen.M, (2000), « Les femmes entrepreneurs à la tête de pme : Pour une participation dynamique à la mondialisation et à l'économie fondée sur le savoir », Document de référence, Atelier N°3, Le financement des entreprises dirigées par les femmes »

M. Yudkin et J. Starr : « La source initiale de capital chez les entreprises dirigées par les femmes est généralement les épargnes personnelles, ou la contribution de la famille et des amis. » (Legare M-H, Louise S, 2000)⁷.

2.4. Motivations des entrepreneures :

La question du « pourquoi des femmes deviennent-elles entrepreneures ? » a fait l'objet de plusieurs recherches en comparant les entrepreneurs féminins aux entrepreneurs masculins. La principale motivation des femmes à vouloir entreprendre est le désir d'indépendance contrairement aux hommes à vouloir entreprendre pour désir de détenir plus d'argent.

Des études de (Cadieux, 2002 ; Holmquist, 1990 ; Kaplan, 1988) confirment également que les femmes entrepreneures gèrent des petites entreprises pour des objectifs sociaux, alors que leurs homologues masculins entrepreneurs ont tendance à accorder une importance aux objectifs économiques (Kent, 1982).

D'autres femmes décident d'entreprendre afin de concilier entre la vie familiale et la vie professionnelle. Pour d'autres observateurs (Edwards, 2005 ; Moore, 1997), devenir une femme entrepreneure est une question d'identité et d'estime de soi. D'autres femmes décident d'entreprendre afin de concilier entre la vie familiale et la vie professionnelle.

Pour Shaperro(1975), les motivations entrepreneuriales sont regroupées en deux grandes catégories : les motivations de type push ou motivations de nécessité et les motivations de type pull ou motivations de volonté. Les facteurs push représentent selon Cornet et Costantidinis (2004) les modes de création relevant de la nécessité, alors que les facteurs pull relèvent du désir ou de l'opportunité de créer une entreprise.

Parmi les facteurs pull, l'étude de Carter et Cannon (1992) fait apparaître que le besoin d'indépendance et la satisfaction de posséder son entreprise représente un facteur de motivation fort, pour les femmes entrepreneures, tout comme pour les hommes créateurs d'entreprise. Pour les facteurs Push, on trouve le besoin d'argent, l'absence de structure de prise en charge des enfants en bas âge, des conditions de travail inacceptables.

La rigidité des horaires de travail, une différence de rémunération importante entre hommes et femmes, une ségrégation dans l'attribution des postes, les frustrations d'un avancement bloqué, la désillusion quant aux relations traditionnelles des employés et des employeurs, l'articulation vie familiale-vie professionnelle est considérée comme un facteur de motivation à créer son entreprise pour le sexe féminin.

3. Difficultés des femmes entrepreneures

L'accès au financement reste sans doute le plus grand obstacle pour les femmes entrepreneures. Cet obstacle est récurrent à cause de leur manque d'expérience (Hirsich et Brush 1986) ce qui les obligent à emprunter des sommes moindres que leurs confrères masculins (Richer, 2007) (Forget, 1997) elles devraient donc être considérées comme un « très bon risque » par les organisations prêteuses.

Selon des études (Aldrich, 1989 ; Hurley, 1991 ; Scott, 1986 ; Forget, 1997), certains auteurs ont tenté de découvrir les différences entre les relations respectives

⁷ Legare M H., Louise S. (2000), « Portrait statistique des femmes entrepreneurs », HEC, Canada

des entrepreneurs hommes et femmes et leur institution bancaire en termes de discrimination en termes d'octrois de crédit.

Selon certaines études (Riding et Swift, 1990 ; Coleman, 2000), les institutions financières offriraient des conditions de prêt défavorables aux femmes entrepreneures par rapport aux hommes. Par contre, d'autres études infirment la discrimination comme cause principale des conditions de prêt désavantageuses (Buttner et Rosen, 1992; Haines et al. 1999; Coleman, 2000; Orser, Riding et Manley, 2006).

D'autres recherches précisent que les femmes entrepreneures préfèrent de faire recours dans un premier lieu à leur propre argent ou à des prêts informels auprès de leur entourage, plutôt qu'à des prêts bancaires dans leur propre projet.

En plus de ces problèmes de financement, les femmes doivent aussi faire face à des barrières personnelles pour devenir entrepreneures. Étant la responsable principale des enfants, de la maison et d'autres membres de la famille, peu d'entre elles peuvent consacrer tout leur temps, leur volonté et leur énergie à leurs affaires.

Un autre problème personnel qui empêche la femme entrepreneure à s'entreprendre est la difficile conciliation entre sa vie privée et sa vie professionnelle. Des études ont mis en exergue les difficultés que peuvent éprouver les femmes entrepreneures en tant que mères de famille. D'après des résultats de Fouquet (2005) affirment que les femmes dirigeantes célibataires (ou veuves ou divorcées) créent plus car elles auraient moins de charges familles.

Une autre enquête menée en France par l'agence pour la création d'entreprise sur « L'entrepreneuriat féminin dans les PME et TPE françaises » montre que 70 % des femmes chefs d'entreprises questionnées placent en tête parmi les difficultés liées l'arrangement entre leur vie professionnelle et leur vie familiale.

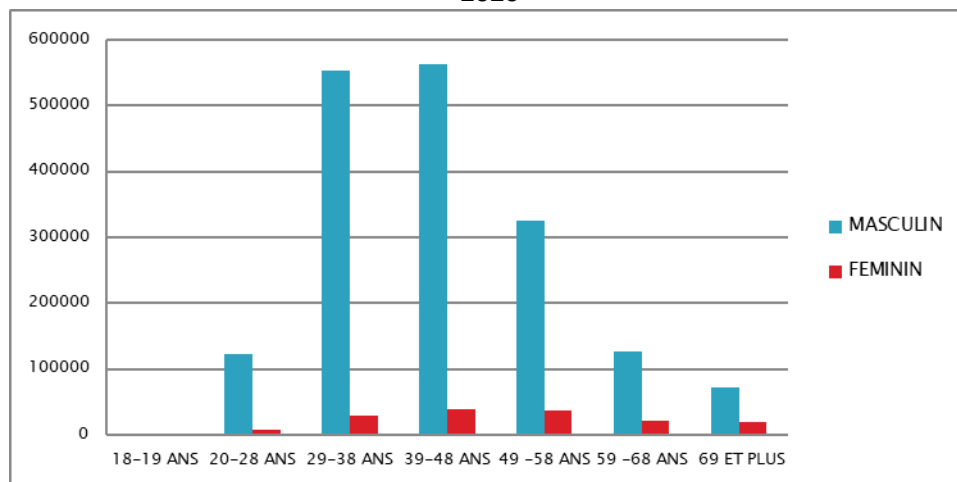
Selon Remaoun-Benghabrit et Y. Rahou, dans une enquête menée auprès des femmes entrepreneures en Algérie, les principales difficultés que rencontrent ces femmes sont :

- L'accès difficile aux marchés : Le marché des appels d'offres insuffisamment structuré.
- L'environnement à risque : Les femmes entrepreneures considèrent que l'environnement dont elles exercent leurs activités est un environnement hostile (vol, kidnapping, harcèlement, etc.).
- La difficile conciliation entre la vie familiale et la vie professionnelle : Trouver un équilibre entre le travail et la famille est un sérieux problème pour les femmes. Il est plus prononcé dans notre société où les femmes sont censées prendre soin de leur ménage, de leurs maris et de leurs enfants.
- Les charges professionnelles et fiscales : toutes les femmes entrepreneures déclarent que parmi les grands problèmes auxquels les femmes sont confrontées sont ceux liés à la difficulté du paiement des charges professionnelles et fiscales.
- Valeurs socioculturelles négative : La femme entrepreneure subit des contraintes liées aux mentalités conservatrices de la société.
- Le problème d'accès au financement : la difficulté d'obtenir des crédits bancaires et les taux d'intérêts élevés constituent les principaux obstacles à l'investissement féminin, en termes de garantie, d'exigences administratives et des procédures demeurant trop longues et compliquées.

4. Analyse des données : Algérie

A la fin 2020 les femmes commerçantes représentaient 165926, dont 152392 personnes physiques soit 7,96% du total national des personnes physiques et 13534 gérantes de sociétés soit 6,4% du total national. Ce qui représente au taux faible (personne physique ou morale) par rapport au genre masculin. Pour le genre féminin les tranches d'âge les plus concernées par la création (personnes physiques) sont successivement 39-48 ans avec 25,59% et 49-58 ans avec 24,63%.

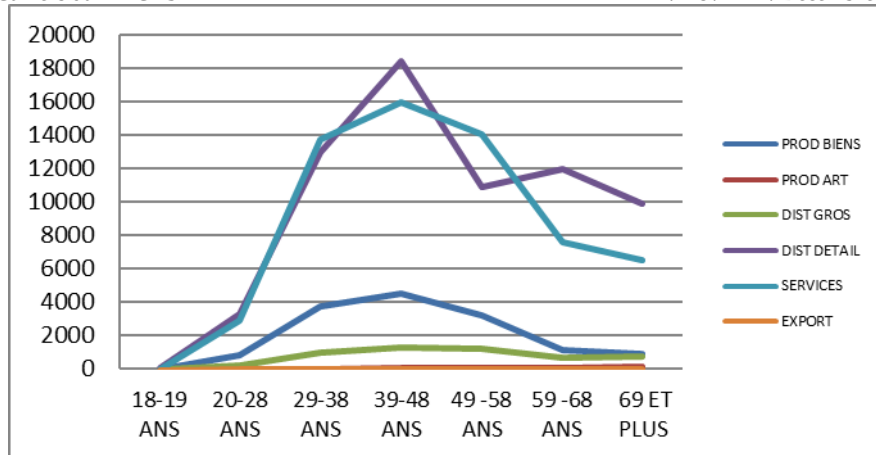
Figure 1. Répartitions des commerçants (personnes physiques) par classe d'âge à la fin 2020



Source: (Bulletins des statistiques O.N.S,2020)

Essentiellement, elles sont concentrées dans les métropoles : Alger, Oran, Sétif avec 31,3% à Alger. Elles activent essentiellement dans la distribution du détail ou encore les services.

Figure 2. Répartitions des commerçants (personnes physiques) par classe d'âge à la fin 2020



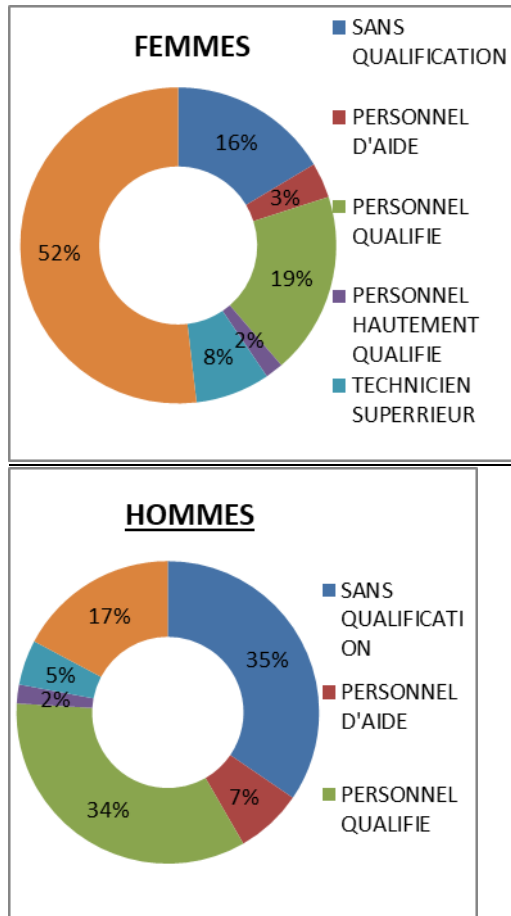
Source: (Bulletins des statistiques O.N.S,2020)

Selon les caractéristiques des femmes entrepreneures : On a retenu 4 caractéristiques à savoir l'âge, la formation, l'influence familiale ou encore l'expérience.

Les tranches d'âge des femmes algérienne qui entreprend : 39-48 ans et 49-58 ans, ce qui peut expliquer l'expérience de ses femmes sur le marché du travail, vie professionnel, vie privée.

La formation : la figure 3 peut nous expliquer en partie les qualifications des femmes entrepreneures en transposant les qualifications des demandeuses d'emploi qui peuvent avoir des tendances de développé ou mûré leurs intentions entrepreneuriales.

**Figure 3. DEMANDE D'EMPLOI DISPONIBLE PAR NIVEAUX DE QUALIFICATION
NOVEMBRE 2021**



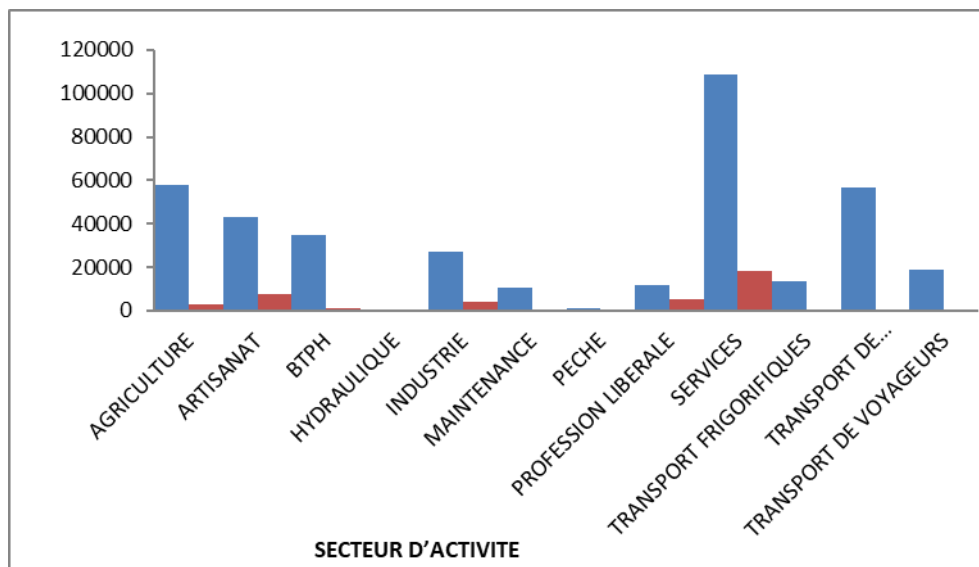
Source: (Bulletins des statistiques O.N.S,2021)

52% des demandeuses d'emploi sont classé dans la catégorie cadre et cadre supérieur contre seulement 17% chez leur homologue hommes. Et seulement 16% des demandeuses d'emploi sont sans qualification contre 35% hommes. Ce qui nous conduit à croire que les femmes sont mieux qualifiées que les hommes et réussissent mieux leurs études.

La faiblesse des capitaux privés et l'inexpérience des porteurs de projets, a orienté les pouvoirs publics vers des modes de soutien et d'accompagnement pour stimuler l'entrepreneuriat. Les trois dispositifs phares sont, l'ANDI, L'ANADE EX l'ANSEJ et la CNAC s'inscrivent dans deux dynamiques, création d'entreprises et création d'emplois. Ces trois dispositifs, se base sur deux types d'encouragement : par l'allègement fiscal et par des financements directs de l'entreprise créée.

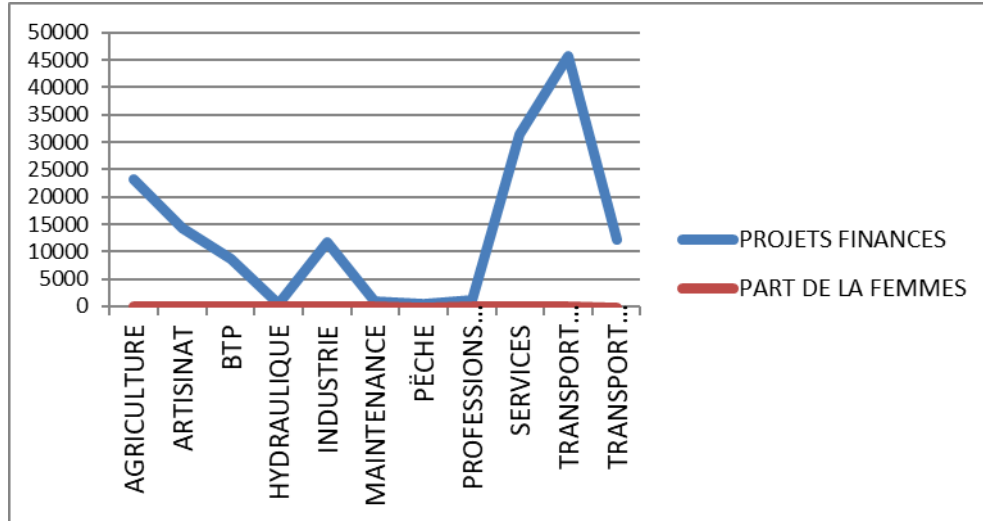
Les secteurs d'activité selon les données de la CNAC et l'ENSEJ actuellement ANADE qui ont attiré les femmes entrepreneures : les femmes sont à hauteur de 40% installée en tant que profession libérale suivi de l'artisanat à 15% et des services. Elles ont développé très peu de projet dans le secteur du bâtiment ou encore de la pêche ou du transport largement développé par les hommes.

Figure 4. Répartition des projets financés par genres et par secteur d'activités depuis la création de l'ANSEJ au 31/12/2019



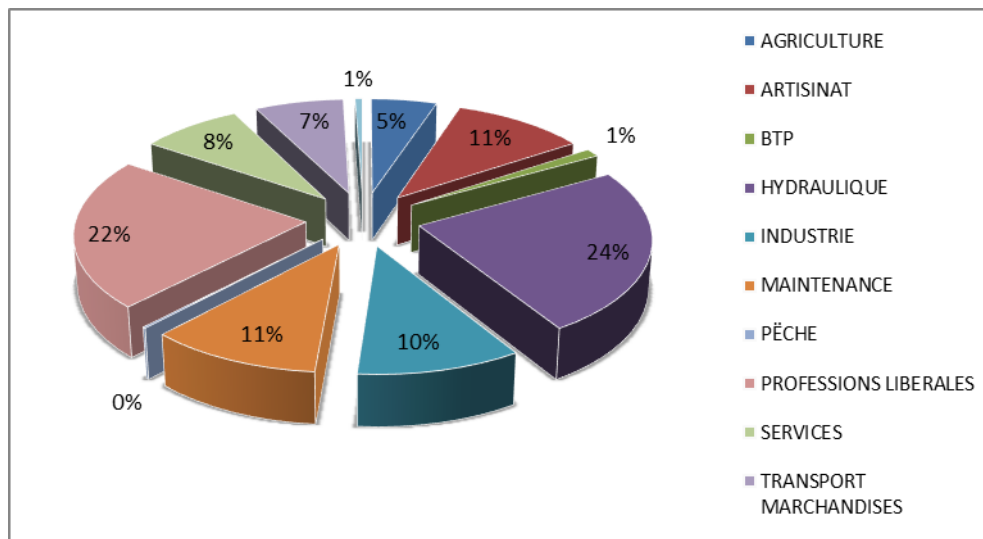
Source: (Bulletins des statistiques O.N.S,2019)

Figure 5. Répartition des projets financés par genres et par secteur d'activités depuis la création du CNAC au 31/12/2019



Source: (Bulletins des statistiques O.N.S,2019)

Figure 6. Part de la femme dans les projets financés par CNAC cumul au 31/12/2019



Source: (Bulletins des statistiques O.N.S,2019)

La taille de l'entreprise créée par les femmes en Algérie, par déduction des tendances de choix du secteur d'activité, elles créent des très petites ou petites entreprises.

Actuellement, à l'ère des technologies et des réseaux sociaux, ce critère ne peut être déterminant.

Une étude sur les motivations des femmes entrepreneurs à Oran, que j'ai menée fin 2019, un questionnaire composé de 15 largement diffusé sur Google form, un retour de plus 100 répondantes,

On a retenu que les femmes sont de plus en plus avenantes envers l'entrepreneuriat, l'environnement familiale ne posait pas de problème même les encouragent à créer leurs propres affaires et les poussent à persévérer pour exceller dans ce qu'elles aiment faire.

Oran est une métropole, chez la femme rurale cette variable peut changer. Facteurs socioculturelles.

Les motivations diffèrent d'une femme à une autre, mais reste l'autonomie et l'indépendance financière la plus grande motivation et surtout qu'elles soient libérées des mythes de la faiblesse et du besoin d'être dirigée pour réussir.

Conclusion:

Je conclus par cette interrogation : Peut-on dire que l'entrepreneuriat féminin en Algérie s'inscrit-il davantage dans un entrepreneuriat de nécessité ?

Cette tâche demeure difficile vu que la société empêche la femme d'avancer par la discrimination en favorisant l'homme tout en mettant en doute la crédibilité de la femme.

Références bibliographiques:

- Bitemo X. (2008), « Déterminants du passage de la micro-entreprise à la PME dans l'ouest de la RDC » dans E.-G. Kintambu (éd.), Facteurs de transition de la micro-entreprise à l'entreprise capitaliste moderne, Codesria, Dakar, pp.49-70.
- Bouzekraoui, H. (2014), Les facteurs enclencheurs de l'entrepreneuriat féminin chez les étudiantes universitaires, thèse de doctorat, Ecole Nationale de Commerce et de Gestion de Tanger, Université Abdelmalek Essaâdi.
- Cantillon, R. (1755). Essai sur la nature du commerce en général. (Français modernisé par S. Couvreur, Paris, décembre 2011, Éd. Institut Coppet, 2011)
- CNUCED (2007), Retrouver une marge d'action : la mobilisation des ressources intérieures et l'Etat développementiste, Série le Développement économique en Afrique, Nations-Unies, New York et Genève, 130p.
- Constitution de la RDC du 18 Février 2006, telle que modifiée et complétée à ce jour
- Danjou. I. (2002), « L'entrepreneuriat : un champ fertile à la recherche de son unité » revue française de gestion, N°138, Revue Française de gestion, PP 108-123.
- Dzaka-Kikouta, T. (2003), Stratégies entrepreneuriales de gestion du risque dans les réseaux du commerce transfrontalier en Afrique centrale : cas des échanges entre Kinshasa et Brazzaville. Cahiers de recherche du Réseau Entrepreneuriat de l'AUF, N°03-72, Novembre. www.entrepreneuriat.auf.org
- Dzaka-Kikouta, T. et BITEMO, X. (2004) (inédit) : Micro crédit et entrepreneuriat féminin en Afrique centrale : l'expérience de la République Démocratique du Congo 7ème congrès internationale Francophone en entrepreneuriat et PME. 27, 28 et 29 oct. Montpellier
- Estay C. (2006), « La motivation entrepreneuriale » Université des sciences technologies de Lille 1 Institut d'Administration des Entreprises
- Faïda B. (2010), Entrepreneuriat féminin, une stratégie alternative de lutte contre la pauvreté, cas des couturières du quartier Lumumba en commune de Bagira, Institut supérieur de management, TFC, Inédit

- Fayolle A. (2002) «du champ de l'entrepreneuriat à l'étude du processus entrepreneuriale: quelque idées et pistes de recherche», CERAG, N°2002 32, Ed: Série de recherche.
- Filion L.J. (1997), « Le champ de l'entrepreneuriat : historique, évolution, tendances », Revue internationale P.M.E : économie et gestion de la petite et moyenne entreprise, vol. 10, n° 2, 1997
- Grawitz M. (1984), Méthodes des recherches en sciences sociales, Dalloz, Paris, 6ème éd.,
- Hernandez E-m. (2001), « L'entrepreneuriat, approche théorique », Paris : L'Harmattan
- Hisrich Ret Peters M. (1991), « Entrepreneurship : Lancer, élaborer et gérer une entreprise », Economica, Paris.
- Kanywenge N. (2008), Analyse socio-économique de l'entrepreneuriat féminin au Sud-Kivu : cas des groupements féminins encadrés par women for women international DRC, Mémoire inédit, UOB.
- Koreen.M, (2000), « Les femmes entrepreneurs à la tête de pme : Pour une participation dynamique à la mondialisation et à l'économie fondée sur le savoir », Document de référence, Atelier N°3, Le financement des entreprises dirigées par les femmes »
- Lavoie D. (1988), « Les entrepreneurs : pour une économie canadienne renouvelée », Conseil consultatif canadien sur la situation de la femme, Ottawa
- Legare M H., Louise S. (2000), « Portrait statistique des femmes entrepreneurs », HEC, Canada
- Manika, J.P. (2005), « L'entreprise et l'entrepreneur en République Démocratique du Congo : typologie et profil », Colloque sur les technologies de l'Information et de la Communication et l'entrepreneur congolais, Grand Hôtel Kinshasa.
- Mayoukou, C. (2003) Innovation financière solidaire application au cas de la micro finance, Actes des VIIIème journées scientifiques du réseau entrepreneuriat de l'AUF, p. 425-436.
- Montalieu, T. (2002) ; les institutions des micro crédit : entre promesse et doute. Quelles pratiques bancaires pour quels effets ? Mondes en développement, Tome 30, n°119, 78 pages
- MUNDEKE A. (2010), Entrepreneuriat féminin en ville de Butembo : cas des femmes vendeuses des souliers usagers, Université libre des pays des grands lacs RDC, mémoire, inédit
- Ngono J., (2005), l'entrepreneuriat féminin et la participation des femmes au développement, Institut de la jeunesse et du sport de Yaoundé, Mémoire, Inédit
- Pellemans (1999), Recherche qualitative en marketing perspective psychologique, De Boeck & Larciens, Paris, Bruxelles
- Ponson, B. (1995), Entrepreneurs africains et asiatiques : quelques comparaisons. In
- Rajhi N. (2011), « Conceptualisation de l'esprit entrepreneurial et identification des facteurs de son développement dans l'enseignement supérieur tunisien », Thèse doctorat en science de gestion, Université de Grenoble recherche en entrepreneuriat », <https://hal.inria.fr/hal-00829206v1/document:Ibid>
- Robert P. et Zahra A (2006) « Les principaux déterminants de l'entrepreneuriat féminin en Iran», L'internationalisation des PME et ses conséquences sur les stratégies entrepreneuriales, 25, 26, 27 octobre 2006, Haute école de gestion (HEG) Fribourg, Suisse
- Robichaud, D. (2002), « La création d'entreprises par les immigrants : le cas des Québécois d'origine portugaise de Montréal ». Actes du 6ème Congrès international francophone sur la PME, Octobre, HEC-Montréal
- Toulouse JM ET Brenner G (1988), Les entrepreneurs immigrants : à la recherche d'un modèle théorique, Montréal, Chaire d'entrepreneurship Maclean Hunter, Cahier de recherche 88-.05, mai, 1988, 85 pages
- Verstraete T. (2000), « Histoire d'entreprise : les réalités de l'entrepreneuriat », Management et Société, Paris, EMS
- Wtterwulge R. (1998), « La P.M.E. une entreprise humaine », Boeck Supérieur
- Zouiten, J. (2009). L'entrepreneuriat féminin en Tunisie, Thèse de Doctorat en Sciences de Gestion Université du Sud
- LE REGISTRE DU COMMERCE Indicateurs & Statistiques.
- Informations & Statistiques pour le site web de l'ANEM sur : <http://www.anem.dz/ressources/pdf/2021>
- Buletin d'Information statistique de l'entreprise N°36, Edition Avril 2020