

Un état des lieux des femmes entrepreneurs du Maghreb

Dr. Mohamed Himrane
Université de Jijel

Résumé:

L'intérêt croissant pour l'entrepreneuriat féminin est lié à son rôle et à sa place capitale dans le développement économique et social. Force est de constater que ce type d'entrepreneuriat est bien développé dans les pays développés, contrairement aux pays en voie de développement, à l'instar des pays du Maghreb.

Cet article a pour but de combler un vide dans la littérature se rapportant à la réalité des entreprises appartenant à des femmes au niveau de trois pays du Maghreb, à savoir, l'Algérie, le Maroc et la Tunisie. Les données de l'étude sont collectées auprès de multiples organismes maghrébins: l'OMPIC (Maroc), Ministère de la Justice (Tunisie), CNRC et ANSEJ (Algérie).

Les résultats de l'étude font ressortir qu'en dépit de l'engouement croissant à l'entrepreneuriat, l'évolution de l'entrepreneuriat féminin au niveau des trois pays du Maghreb est très en retard par rapport au reste du monde.

Mots clés: L'entrepreneuriat féminin, création d'entreprise, investissement, Maghreb.

Abstract:

The growing interest in female entrepreneurship is linked to its role and central place in economic and social development. It is clear that this kind of entrepreneurship is well developed in developed countries, unlike the developing countries, such as the Maghreb countries.

The aim of this paper is to fill a gap in the literature on the reality of women-owned enterprises in three Maghreb countries, namely, Algeria, Morocco and Tunisia. The data of the study is collected from multiple Maghreb structures: OMPIC (Morocco), Ministry of Justice (Tunisia), CNRC and ANSEJ (Algeria).

The results of the study show that despite the growing interest to entrepreneurship, the evolution of female entrepreneurship in the three Maghreb countries is far behind the rest of the world.

Keywords: Women entrepreneurship, venture creation, investment, Maghreb

Introduction

Le rôle crucial que jouent les femmes dans le développement socioéconomique a été mis en évidence par la littérature. Par exemple, Brush et al, (2006) soulignent que les femmes entrepreneurs créent de l'emploi et contribuent à la création de la richesse dans toutes les économies. En Espagne, l'évolution de l'activité entrepreneuriale féminine dans la dernière décennie a été un élément important pour le développement économique et social du pays. De même, Yunus, (2007) montre que la contribution des entreprises dirigées par les femmes au Bangladesh était très remarquable dans la lutte contre le chômage.

Les inégalités de genre dans certains pays en développement sont le résultat de l'absence de politique efficace et de réformes sociales, ainsi que de normes et de valeurs traditionnelles qui ont relégué les femmes au second rang (Kitching et Wolfe, 2004). Néanmoins, la situation des femmes au Maghreb¹ a évolué depuis quelques années, une nouvelle génération est née, plus diplômée et moins complexée. Dans les entreprises, les femmes ont prouvé, dans un monde d'hommes, leur dynamisme et leur régularité.

Cependant, suivant l'enquête GEM 2009, le taux de prévalence TEA² féminin est de 13,4; 11,7; 5,1 pour l'Algérie, le Maroc, et la Tunisie respectivement (GEM, 2010). A noter que le plus bas niveau des TEA féminins peut être vu dans les pays de la région MENA (Kelley, 2013) dont la participation des femmes demeure plus faible que celle des pays à faible revenu de l'Asie, de l'Amérique latine et des Caraïbes (Reynolds 2010).

Le but de cette étude est d'explorer l'état des lieux de l'entrepreneuriat féminin dans les pays du Maghreb. Compte tenu de l'absence de recherche dans cette région, l'objet de cette étude est d'apporter des éléments de réponses à la problématique suivante:

Quel est l'état des lieux de l'entrepreneuriat féminin dans la région du Maghreb?

Pour répondre à notre problématique, six points seront analysés à savoir :1) l'engagement entrepreneurial des femmes à travers le monde, 2) l'intérêt économique de l'entrepreneuriat féminin, 3) l'entrepreneuriat féminin en Algérie, 4) l'entrepreneuriat féminin au Maroc, 5) l'entrepreneuriat féminin en Tunisie et 6) La promotion de l'entrepreneuriat féminin.

1. L'engagement entrepreneurial des femmes à travers le monde

L'entrepreneuriat féminin dispose plusieurs caractéristiques distinctives de l'entrepreneuriat masculin, ce constat peut être aussi observé au sein des femmes entrepreneurs elles-mêmes, il existe des différences. Selon les statistiques de GEM 2012, les femmes représentent entre 1,5% et 45,4% parmi la population adulte exploitant activement une entreprise ou comptent s'engager dans une démarche entrepreneuriale (tableau 1). Le Panama, le Venezuela, la Jamaïque, le Guatemala, le Brésil, la Thaïlande, la Suisse et Singapour, les taux des hommes et des femmes engagés dans la création des entreprises sont égaux (GEM, 2012).

¹ Tout au long de cette étude, le Maghreb désigne l'Algérie, le Maroc et la Tunisie, sans la Libye et la Mauritanie.

² Activité entrepreneuriale à un stade précoce (TEA): Pourcentage de femmes des 18-64 ans qui sont soit entrepreneurs naissants soit propriétaires gérants d'une nouvelle entreprise.

L'enquête GEM 2015 montre que l'activité entrepreneuriale reste encore dominée par les hommes, même si les femmes ont enregistré une progression significative ces dernières années, le taux de TEA féminin moyen est de 11,09, comparativement au TEA masculin qui est de l'ordre de 15,41% à l'échelle mondiale.

La seule économie dans laquelle il y a plus de femmes entrepreneurs que d'hommes entrepreneurs est le Ghana: 55% d'entreprises sont dirigées par des femmes (GEM, 2010). Concernant les pays du Moyen-Orient et de l'Afrique du Nord (MENA), ils ont généralement le plus faible taux de femmes entrepreneurs dans le monde. De même, l'Iran et le Pakistan ont des niveaux des plus bas aussi dans le monde.

Selon le rapport Gendre Gap (2012), la question d'égalité des sexes au Pakistan est très critique et les femmes pakistanaïses profitent très peu de la formation. Ainsi, elles se retrouvent politiquement sous-représentées et disposent d'un pouvoir décisionnel très faible dans tous les niveaux administratifs.

En France, dans une thèse de doctorat, Léna Saleh (2011) explique que le pays figure parmi les pays du monde où la création d'entreprises est très souvent envisagée comme un choix professionnel moyennement faible. Un résultat confirmé par des enquêtes comme le GEM (Global Entrepreneurship Monitor, 2005), réalisée au sein de 35 pays : devenir créateur d'entreprise reste en France un parcours atypique. Les femmes représentent 30% des créateurs et 27% des dirigeants de TPE /PME, ce qui place la France dans la catégorie moyenne par rapport aux pays occidentaux (Léna Saleh, 2011).

	2012	2013	2014
LATIN AMERICA & CARRIBEAN (la moyenne)	15	15	16,11
Argentine	14	13	11,22
Brésil	15	17	17,45
Moyen orient et l'Afrique du Nord (la moyenne)	4	6	-
Algérie	3	3	-
Tunis	5	-	-
Egypte	2	-	-
Iran	6	6	10,47
SUB-SAHARAN AFRICA (la moyenne)	27	26	24,59
Afrique du Sud	6	9	6,29
Angola	31	20	20,37
Uganda	36	25	37,15
ASIE PACIFIQUE ET DU SUD (la moyenne)	7	11	11,35
Chine	11	12	14,18
Japon	2	3	1,5
Malaysia	6	5	6,78
Union Européenne (la moyenne)	5	6	5,45
France	4	3	4,3
Allemagne	4	4	3,97
USA	10	10	11,2

Tableau (1): Part des femmes entrepreneurs dans la force de travail au monde (TEA femmes).

Source: Global Entrepreneurship Monitor GEM (2012)

Léna Saleh reporte également qu'en Turquie 13% de la population féminine ont l'intention de créer des entreprises (1,83 million), mais 64% ont seulement vu leurs entreprises créées. La première raison de création est le désir de réalisation et de succès. La même étude montre aussi que 47% de ces entreprises emploient un seul travailleur, 40% emploient entre deux et cinq employés, et 13% emploient plus de cinq personnes (Çakir, 2008).

En Afrique, plus précisément au Cameroun, des données issues d'une enquête effectuée auprès de 117 femmes entrepreneures ont montré que l'altruisme communautaire est la principale motivation des femmes entrepreneures de l'échantillon (Onana, 2006). Il est à noter que l'objet de telle enquête était de caractériser les motivations des femmes entrepreneurs camerounaises. Autrement dit, l'auteur souligne que la création d'entreprise est d'abord une réponse à leur désir de contribuer au bien être de la communauté, notamment à la famille.

2. L'intérêt économique de l'entrepreneuriat féminin

L'un des aspects pertinents de l'entrepreneuriat féminin est le fait qu'il est une importante source de croissance. La femme entrepreneur crée de nouveaux emplois pour elle-même et pour les autres, et surtout fournit des biens et services pour satisfaire des besoins multiples.

En réalité, la littérature met en évidence l'impact positif de l'entrepreneuriat féminin sur le développement socioéconomique. Cet impact comprend la création d'emplois, la croissance économique, l'innovation et la diversité en entrepreneuriat (Verheul et al, 2006). Selon Brush et al,(2006), la population des femmes chefs d'entreprises est l'une des populations entrepreneuriales les plus croissantes au monde. Le nombre de femmes entrepreneurs se multiplie de façon rapide particulièrement dans les dernières années, alors que la croissance des hommes entrepreneurs est beaucoup plus modeste (Evans and Leighton, 1989).

L'entrepreneuriat féminin a pris une évolution croissante dans la plupart des pays industrialisés depuis une dizaine d'années, mais aussi dans les pays en voie de développement, avec souvent des caractéristiques spécifiques (des microentreprises). Les États-Unis par des actions volontaristes engagées depuis plus de trente ans ont montré la voie à suivre aux autres nations en matière de programmes et d'accompagnement des femmes entrepreneurs dont ils recueillent aujourd'hui les fruits. Un taux de 48 % des femmes entrepreneures a été enregistré.

Au Canada, une étude de Robichaud et McGraw (2003) fondée sur des statistiques canadiennes a montré qu'entre 1991 et 1994, les entreprises dirigées par des femmes ont créé quatre fois plus d'emplois que la moyenne canadienne (Carrier et al, 2006).

Par ailleurs, les études empiriques démontrent que le rôle de l'entrepreneuriat féminin dans la réduction de la pauvreté est fondamental, à ce titre: l'expérience de la Banque Gramen en Bangladesh est exemplaire.

Cette banque a principalement focalisé sur les femmes, car elle avait découvert que l'octroi des crédits à cette catégorie produisait des profits aussi bien pour les familles que pour la communauté. Son fondateur, prix noble Yunus (2007), montre que la contribution des entreprises féminines est un instrument efficace pour la lutte contre le chômage. Alors l'émergence de ce type d'entreprises au Bangladesh a contribué d'une façon remarquable à la diminution de la pauvreté dans les zones rurales.

En effet, beaucoup de femmes se lancent en premier lieu dans des activités entrepreneuriales pour créer leur propre emploi. On parle alors "d'entrepreneuriat de nécessité", par opposition à l'entrepreneuriat de croissance" qui est plus répandu chez les hommes (GEM 2010).

Il est maintenant plus visible que l'entrepreneuriat féminin crée de l'emploi et contribue à la création de la richesse dans toutes les économies (Brush et al, 2006). Les femmes entrepreneurs contribuent au développement économique en créant non seulement des emplois mais aussi des richesses. Aux USA par exemple, entre 1980 et 1988, le nombre d'entrepreneurs avait augmenté de 56 % alors que le nombre de femmes avait augmenté de 82 %.

En effet, l'entrepreneuriat est largement considéré comme un important mécanisme de développement économique, et ce pour son impact sur l'emploi, l'innovation et le bien-être. En effet, l'intérêt de l'entrepreneuriat féminin dans les pays en voie de développement est plus visible, en raison de l'évolution du rôle de l'entrepreneuriat dans le développement économique, et pour aussi l'augmentation du nombre de femmes chefs d'entreprises à cause du phénomène du «plafond de verre» en partie qui empêche les femmes à s'épanouir au-dessus d'un certain niveau dans l'organisation (Daily et al., 1999).

3. L'entrepreneuriat féminin en Algérie

Pour un pays comme l'Algérie qui a un taux de chômage élevé et un taux d'entrepreneuriat très faible, la stimulation de l'entrepreneuriat est un choix incontournable. L'entrepreneuriat en général est très faible dans le pays, il devient plus critique quand il s'agit de l'entrepreneuriat féminin.

3.1. Les études de Global Entrepreneurship Monitor (GEM)

Le projet du Global Entrepreneurship Monitor (GEM)³ est une évaluation annuelle des attitudes, aspirations et activités entrepreneuriales dans plusieurs pays. Le projet a initialement démarré en 1999 sous l'impulsion de la London Business School et de Babson College. Jusqu'à aujourd'hui, près d'une centaine d'équipes nationales se sont investies à mesurer l'activité entrepreneuriale aux quatre coins du globe, ce qui fait du GEM la plus grande étude qui porte sur le dynamisme entrepreneurial dans le monde.

Les premières données GEM en Algérie ont été recueillies au cours des mois de juin et de juillet 2009. Les entretiens en face-à-face ont été menés auprès de 2 000 adultes sélectionnés à partir d'un échantillon national représentatif de la population en utilisant une méthode de mouvement Brownien. Dans l'enquête GEM 2009, plus de 60 % des entrepreneurs algériens à un stade précoce ont perçu que les opportunités entrepreneuriales étaient à peu près les mêmes que l'année précédente.

D'autre part, 60 % ont estimé qu'il était plus difficile de démarrer une entreprise, et selon plus d'un tiers, il était plus difficile de développer une entreprise. Quoique que les femmes aient enregistré une progression significative ces dernières années, les données de l'enquête GEM 2011 montrent que l'activité entrepreneuriale reste encore dominée par les hommes. Le taux de TEA féminin moyen national est 5,7 comparativement au TEA masculin 12,3. Le rapport TEA masculin/féminin révèle un écart favorable aux hommes, deux fois supérieurs à celui des femmes. Les TEA féminin les plus faibles sont enregistrés au niveau des régions de Blida, Bordj Bou Arreridj et Tizi Ouzou.

L'évolution des différents taux d'activité entrepreneuriale montre que les hommes sont beaucoup plus susceptibles de participer à une activité entrepreneuriale nouvelle que les femmes. Le taux TEA moyen durant les années 2009/2012 est de 14,5% pour les hommes contre seulement 8% pour les femmes.

L'écart saxo-spécifique relevé indique que les hommes sont deux fois plus nombreux à s'impliquer dans le démarrage d'une nouvelle entreprise. Ce constat confirme les études du GEM qui sont menées à l'échelle internationale mais aussi dans des régions spécifiques telles que la zone MENA. Les données de l'étude GEM Algérie montrent que le rapport hommes/ femmes a tendance à augmenter selon les données des enquêtes GEM 2011 et 2012. En effet, la participation

³ La première participation de ces trois pays à l'enquête GEM remonte à l'année 2009. L'Algérie et la Tunisie ont participé 4 fois chacune, et le Maroc 2 fois.

entrepreneuriale des femmes est en train de gagner du recul en faveur des hommes. Toutefois, les taux de TEA féminins suivent la même tendance générale observée chez les hommes. Elles sont plus concentrées dans les catégories d'âges de 24-34 ans et de 35-44 ans.

3.2. Les parties prenantes de l'entrepreneuriat féminin

Plusieurs acteurs contribuent à la promotion de l'entrepreneuriat féminin, certains sont des organismes publics et d'autres sont des associations de femmes entrepreneurs.

3.2.1 Dispositifs d'aide à la création d'entreprises

Dans les faits, la croissance du nombre de femmes entrepreneurs tend à être plus élevée dans les pays où des politiques de soutien sont mises en place. Ainsi, dans les pays où des approches ciblées en faveur des femmes entrepreneurs sont faibles, le taux de croissance est moins élevé (Stevenson, et Lundström, 2002).

En théorie, les structures publiques sont des agences chargées de l'exécution des politiques publiques de soutien à la création d'entreprises. Ces agences sont sensées apporter un appui important en matière d'accompagnement des promoteurs et de formalisation de leurs activités. En pratique, il existe de nombreux programmes de soutien à l'entrepreneuriat en Algérie. Parmi les plus importants sont les suivants: l'ANGEM, l'ANDI, l'ANSEJ, et la CNAC.

L'Agence Nationale de Gestion du Micro- Crédit (ANGEM) : Est un dispositif (microcrédit) visant le développement des capacités individuelles des personnes à s'auto prendre en charge en créant leur propre activité.

Le microcrédit est un prêt permettant l'achat d'un petit équipement et des matières premières de démarrage pour exercer une activité ou un métier. Ce dispositif est destiné à tout citoyen de plus de 18 ans sans revenus ou disposant de revenus instables et irréguliers ainsi que les femmes au foyer. Il vise l'intégration économique et sociale à travers la création d'activités de production de biens et services. Il y a deux types de crédits:

- Le crédit « achat de matière première » prévoit un financement à 100% (aucun apport du postulant au microcrédit) du montant d'achat de la matière première à travers un prêt non rémunéré (PNR), pour un coût global ne dépassant pas 100 000 DA.
- Le crédit « acquisition de petits matériels et équipements » : le coût maximal de l'investissement est fixé à 1 million de dinars.

L'Agence National de Soutien à l'Emploi des Jeunes (ANSEJ) : est une institution publique créée en 1996, chargée de l'encouragement, du soutien et de l'accompagnement à la création d'entreprises. Le dispositif ANSEJ est réservé aux jeunes chômeurs (19-35ans) porteurs d'idée de projet de création d'entreprises. Le processus d'accompagnement assuré par ce dispositif couvre les étapes de création et d'extension de l'entreprise. Il concerne des projets de création dont le coût global ne dépasse pas les 10 millions de dinars.

La Caisse Nationale d'Allocation Chômage (CNAC) : à partir de 2004 et dans le cadre de la politique nationale de lutte contre le chômage et la précarité, la CNAC a mis en œuvre un dispositif de soutien à la création de l'activité économique, par un appui financier aux chômeurs entre 30 à 50 ans, en offrant plusieurs avantages, pour un montant d'investissement pouvant atteindre 10 millions de DA, et la possibilité d'extension de la capacité de production des biens et des services pour les entrepreneurs déjà en activité.

L'Agence Nationale de Développement de l'Investissements (ANDI) est créée en 2001. Elle est chargée de promotion et de développement des investissements en Algérie ; accueillir, conseiller et accompagner les investisseurs nationaux et étrangers. À travers ses guichets uniques décentralisés qui sont des antennes de proximité et des interlocuteurs privilégiés auprès des porteurs de projets, l'ANDI facilite les procédures et simplifie les formalités de création d'entreprises et de développement des investissements.

3.2.2. Associations des femmes entrepreneurs

Ces associations encouragent et appuient la création des entreprises des femmes, les informer, les encadrer et les assister dans la gestion et la pérennisation de leurs entreprises. Ces associations professionnelles et sectorielles jouent de nombreux rôles essentiels dans l'économie. En organisant les entreprises en réseau, les associations (notamment les chambres de commerce et d'industrie, les organisations d'employeurs, les associations du secteur, les associations d'entrepreneurs) facilitent l'échange d'informations entre les membres, promeuvent les relations d'affaires et renforcent leur capital social.

L'Association des Algériennes Managers et chefs d'Entreprises

L'association compte quelque cinq cents membres (500) sur l'ensemble du territoire national, qui compte quelque 9 000 femmes d'affaires. Dans le cas de cette association, ce sont soit des femmes entrepreneurs qui possèdent leurs propres affaires, soit des femmes qui évoluent à des niveaux de responsabilité dans l'administration, les institutions et diverses organisations économiques et financières, ou bien des femmes porteuses de projets à titre privé ou dans le cadre de coopératives.

La SEVE

Créée en 1993, cette association apolitique vise la facilitation de l'émergence des entreprises créées par les femmes à travers l'organisation des journées de formation et d'information au profit des femmes en se fixant comme objectif principal l'intégration des femmes dans l'économie nationale. Elle comporte actuellement plus de 200 membres.

3.3 Statistiques sur les femmes entrepreneurs:

En Algérie, les femmes représentent 15% de la population active et le taux de chômage est de 16.8% (Banque Mondiale,2014) , leur part n'excède pas 16% des assujettis au champ salarié, toutefois, contrairement à ce que l'on se laisse croire, les hommes ne sont pas mieux payés que les femmes en Algérie, ce sont plutôt les femmes qui sont beaucoup mieux payées que les hommes en Algérie. Une enquête de l'Office National des Statistiques (ONS) en 2014 révèle que le salaire moyen des femmes, estimé à 33 900 DA, est beaucoup plus élevé que celui des hommes, estimé à 28 700 Da (ONS, 2014).

Sur un total de 157 122 personnes morales inscrites au CNRC à la fin de l'année 2014, 8 163 sociétés sont gérées par des femmes, soit 5,2%. Elles sont concentrées essentiellement dans les métropoles à savoir: Alger, Oran, et Sétif avec des taux respectivement de 32,6%, 7,7% et 5,1%. Quant aux personnes physiques, sur un total de 1 484 625 activités, 122 253 appartiennent aux femmes, soit 7,6%. S'agissant de la tranche d'âge des femmes les plus entreprenantes, celle ci se situe entre 39-48 ans, suivie de la tranche d'âge de 29-38 ans.

Les femmes entrepreneurs sont concentrées essentiellement dans la wilaya d'Alger avec un taux de 8,2 % du nombre global, suivie de la wilaya d'Oran avec un taux de 6,2%, et la wilaya de Tlemcen avec un taux de 4,2%.

Si l'on compare avec les statistiques de l'année 2012, on observe que l'activité entrepreneuriale des femmes a augmenté de 12% entre les années 2012 et 2014. En effet, en 2012, il y a 116 474 femmes commerçantes réparties comme suit : 109 771 personnes physiques et 6 703 personnes morales (dirigeantes d'entreprises). Pour ce dernier chiffre (6 703), on trouve 38% de ses entreprises évoluent dans le domaine des services, 24,8% dans le domaine de l'industrie et de la construction et des travaux publics, et 19,7% dans le domaine de l'import-export. Toutefois, il est utile de signaler que ces statistiques n'englobent pas les activités de professions libérales, artisanales et agricoles, puisqu'elles sont régies par des dispositifs légaux et par des réglementations spécifiques.

Du côté de l'ANDI, sur la période 2002-2015, il y a 60 239 projets qui sont financés et nous constatons un nombre de 3 510 projets qui sont créés par des femmes, soit 5,83%. Pour la même période, le taux le plus faible de participation des femmes est enregistré à Naama (0.37%) et le taux le plus élevé est enregistré à Alger (10.74%). Le transport représente la part de lion avec un taux de 55.57% parmi l'ensemble des activités créées par les femmes. Pour l'ANSEJ, le nombre de projets financés au profit des femmes depuis la création de l'agence en 1997 s'élève à 35 939, soit 10%. Le taux le plus élevé (18%) est atteint, en 2004, et 2005.

	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Projets féminins	2 211	2 951	4 477	3 526	3 665	2 645
Projets Totaux	22 641	42 832	65 812	43 039	40 856	23 676
Taux	10%	7%	7%	8%	9%	11%

Tableau 2: projets financés pour les femmes dans le cadre de l'ANSEJ

Source: ANSEJ 2016.

4. L'entrepreneuriat féminin au Maroc

Les dernières années connaissent une évolution du nombre des entreprises appartenant aux femmes dans le monde. Au Maroc, l'évolution économique du pays a poussé les femmes marocaines à devenir un acteur actif, et non pas passif, de la société.

4.1. Les études de Global Entrepreneurship Monitor (GEM)

Selon les résultats GEM 2015, le Maroc enregistre un TEA de (4,4%), ce qui signifie que 4 adultes seulement sur 100 sont impliqués dans la création ou la gestion d'une entreprise (depuis moins de trois ans et demi), et un taux d'entreprises établies de (5,2%), qui est perçu comme l'un des plus faibles parmi les pays enquêtés (62 pays). À titre comparatif, la moyenne de TEA dans la zone MENA est plus importante (12,81%). Selon les résultats de la même étude, il y a un grand problème au Maroc, ce problème réside dans l'écart entre l'intention entrepreneuriale et la création réelle d'entreprise. Les individus ne sont pas en mesure de traduire leurs intentions en créations.

Un autre constat signale que le manque de financement au Maroc est la cause de cessation d'un quart des entreprises, et ce pays se classe parmi les pays ayant le plus bas taux de TEA féminin dans l'enquête GEM 2015, où un peu moins de 3% de la population féminine en âge de travailler sont des entrepreneurs. En plus, le taux TEA femme/ homme égale 0.5 ce qui signifie que les hommes sont deux fois plus entrepreneurs que les femmes.

La seconde participation marocaine à l'enquête GEM était en 2009. Les résultats de cette édition montrent que la population adulte a une attitude relativement favorable envers l'entrepreneuriat. En effet, compte tenu du choix de l'environnement professionnel, 70 % des Marocains préfèrent posséder une entreprise. D'autre part, trois quarts des entrepreneurs estiment posséder des connaissances, des compétences et de l'expérience requise pour démarrer une entreprise. Par ailleurs, près de 27 % des interrogés prévoient de lancer une entreprise au cours des trois prochaines années. Ces taux d'intention sont particulièrement élevés dans les groupes d'âge de 18–24 et de 25–34 ans.

4.2. Les parties prenantes de l'entrepreneuriat féminin

Un certain nombre de mesures gouvernementales ont été prises pour améliorer l'environnement réglementaire en faveur des nouvelles entreprises en démarrage et encourager l'entrepreneuriat en particulier parmi les jeunes Marocains. Aussi, le secteur de la microfinance est bien développé, et le marché du capital risque est plus prospère au Maroc que dans les autres pays de la région MENA. Mais, malgré l'existence de plusieurs organismes de soutien et de promotion de l'entreprise féminine au Maroc, on décèle que peu ou prou de femmes marocaines adhèrent à ces groupements.

À titre d'exemple, l'expérience des Centres Régionaux d'Investissement (CRI), entamée en 2002, ont certainement amélioré l'environnement de création des entreprises au Maroc par rapport aux pratiques anciennes dans ce domaine. Comme principal interlocuteur de création d'entreprises au Maroc, les CRI ont pour mission la centralisation de toutes les formalités administratives via un formulaire unique et la constitution d'interface avec les institutions publiques .

En outre, les prestations spécifiques dans le domaine du financement ont été mises en place pour faciliter l'accès aux PME et TPE. Les lignes de financement garanties par l'État sont le crédit dédié aux jeunes entreprises et le crédit Moukawalati. Pour ce dernier, il peut être considéré comme le premier dispositif intégré d'appui à la création des petites entreprises au Maroc qui permet de lutter contre le chômage. Son principe est d'aider toute personne désirant se lancer avec des prêts allant de 50 000 à 250 000DH.

Concernant les actions de formation et de sensibilisation destinées aux écoliers, lycéens, étudiants, et créateurs potentiels, elles sont la mission des universités et des écoles supérieures ainsi que des opérateurs nationaux de formation professionnelle (l'OFPPPT) et du Centre des Jeunes Dirigeants (CJD).

Le CJD Maroc est un mouvement créé en 2001 et rassemble aujourd'hui plus de 200 dirigeants chefs d'entreprises et cadres. Il se subdivise en 7 sections : Agadir, Casablanca, Fès, Marrakech, Mohammedia, Rabat et Tang. Il effectue des actions de sensibilisation à l'entrepreneuriat dans les lycées et les écoles de formation. Nous citons à titre d'exemple « les journées internationales de l'entrepreneuriat » qui ont permis de toucher par des actions de sensibilisation et de formation à l'entrepreneuriat environ 2000 écoliers et lycéens (CJD et PAAP, 2009).

Une autre institution qui est très active est *l'Association des femmes chefs d'entreprises au Maroc (AFEM)*. Elle est une association indépendante créée le 28 septembre 2000, et dispose aujourd'hui d'un solide réseau regroupant plus de 500 femmes.

Elle a beaucoup fait pour hisser le profit de la femme entrepreneur au travers des conférences, de promotion et des soutiens. Elle met les femmes chefs d'entreprises en réseau, les informer, les former, les accompagner dans leurs projets de développement mais aussi déploie toute une stratégie d'encouragement à l'entrepreneuriat féminin.

4.3 Statistiques sur les entreprises des femmes

Au Maroc, les femmes représentent 26,7% de la population active et le taux de chômage est de 10.9% (Banque Mondiale, 2014). Ainsi, la situation économique des femmes au Maroc se révèle être mieux par rapport aux autres pays du Maghreb.

D'après le rapport annuel 2009 de l'office marocain de la propriété industrielle et commerciale (OMPIC), les femmes marocaines ont créé moins de 12 % des entreprises à la fin de l'année 2009. En 2014, sur 35706 entreprises créées, il y a 6 976 entreprises gérées par des femmes, soit 19.54 %.

Les entreprises créées et dirigées par les femmes, quant à leur effectif et à leur chiffre d'affaires, sont généralement de petite taille. Elles sont plus récentes et se situent dans des secteurs d'activité traditionnelle, soit, les services, le commerce de détail, la restauration et l'hôtellerie. Au Maroc, les entreprises dirigées par des femmes sont le plus souvent des SARL (57%) ou des entreprises individuelles (22%). Elles sont plus rarement des sociétés anonymes (16%). Le choix de la SARL est dû à la simplicité de la création mais aussi parce que le capital de départ n'est pas très élevé.

Selon une étude réalisée auprès d'un échantillon de 579 femmes chefs d'entreprises en 2004 par l'AFEM. Il est remarqué que le taux des femmes entrepreneurs est très faible (seulement 10% des créateurs). Ces femmes ont pour la plupart un âge entre 25 et 55 ans, avec une forte concentration dans la tranche d'âge 35-44 ans. Près d'une femme sur trois (36%) exerce dans les services, et 33% dans le commerce et la distribution. Toutefois, ces statistiques ne reflètent pas la réalité en raison de l'absence d'une étude sur l'activité entrepreneuriale informelle des femmes entrepreneurs.

Année	Nombre total d'entreprises créées	Pourcentage d'entreprises où, au moins, l'un des gérants est une femme
2014	35706	19,54%
2013	34117	21,57%
2012	33679	17,90%
2011	30848	19,13%
2010	28575	18,22%
2009	27927	15,67%

Tableau 3 : le nombre d'entreprises créées au Maroc.

Source: Office Marocain de la Propriété Industrielle et Commerciale (Ompic), Maroc, 2016.

5. L'entrepreneuriat féminin en Tunisie

Les femmes tunisiennes ont accédé à de nombreux paliers dans le paysage économique. Avec les évolutions législatives qu'a connues le pays ces dernières années, la femme tunisienne s'est insérée de plain-pied dans le domaine d'entrepreneuriat.

5.1. Les études de Global Entrepreneurship Monitor (GEM)

Selon le rapport GEM Tunisie 2012, la Grande Tunis et les régions du sud-ouest ont les taux TAE régionales les plus bas dans le Pays: 4,1% et 3,6% respectivement. En parallèle, le Sud Est et le

Centre-Est ont les TAE régionales les plus élevées 6,1% et 5,3% respectivement. Sidi Bouzid, un des gouvernorats qui avaient déclenché la révolution tunisienne, se caractérise par un entrepreneuriat de nécessité des plus élevés en Tunisie, tandis que l'entrepreneuriat d'opportunité est plus observé dans le Grand Tunis et la côte Est.

L'activité entrepreneuriale en Tunisie, telle que mesurée par le TEA global, varie dans une large mesure par le genre. Il est constaté une grande disparité entre le TEA hommes et le TEA femmes, 6,75% et 2,87% respectivement. Ainsi, les hommes (entrepreneurs naissants et nouveaux) sont 2,4 fois plus susceptibles de démarrer une entreprise que leurs homologues femmes.

Selon les motivations, l'entrepreneuriat peut être divisé en deux catégories : un entrepreneuriat d'opportunité ou un entrepreneuriat de nécessité. Les résultats montrent que les femmes en Tunisie sont plus susceptibles de poursuivre un entrepreneuriat à base d'opportunité alors que les hommes ont un nombre relativement plus élevé des motivations de nécessité. Cependant, les femmes montrent plus de peur d'échouer dans leurs affaires.

En Tunisie, la majorité des entreprises émergentes, nouvelles ou établies sont de tailles très petites. Le tiers d'entre elles sont des microentreprises familiales qui offrent des possibilités d'emploi aux propriétaires seulement. En effet, elles créent 1,8 emploi en moyenne (soit 1,6 million d'emplois).

De son côté, l'étude GEM Tunisie 2015 témoigne que l'on assiste de plus en plus à un entrepreneuriat innovant et orienté en partie à l'international. Le TEA tunisien est de 10,1.

5.2. Les parties prenantes de l'entrepreneuriat féminin

La Tunisie désireuse de favoriser l'entrepreneuriat est soucieuse de simplifier les démarches liées à la création d'entreprise a décidé d'introduire des programmes et des réformes pour stimuler l'entrepreneuriat aux niveaux national et local. L'accès au financement est amélioré par les nouveaux fonds de capital d'amorçage et les garanties de prêts et les start-up sont soutenues par les nouvelles pépinières d'entreprises.

Les structures d'aide à la création d'entreprises sont nombreuses. Leur mission est de conseiller et d'aider les jeunes promoteurs à valider l'idée de projet. Les principales structures sont : l'Agence de Promotion de l'Industrie (API), l'Agence de Promotion de l'Investissement Extérieur (APIE), l'Agence de Promotion des Investissements Agricoles (APIA), l'Agence Foncière Industrielle (AFI), l'Office National Tunisien du Tourisme (ONTT), le Centre de Promotion des Exportations (CEPEX), l'Agence Nationale de l'Emploi et du Travail Indépendant (ANETI) et l'Union Tunisienne pour l'Industrie, le Commerce et l'Artisanat (UTICA). Toutefois, les structures les plus importantes sont:

L'Agence de Promotion de l'Industrie (API)

L'agence est un réseau de prestations au service de l'entreprise. Elle est organisée en 5 centres d'interventions qui offrent des prestations à partir du siège et de ses 24 directions régionales. Elle a pour mission d'octroyer des avantages financiers et fiscaux, d'identifier les opportunités d'investissement et les idées de projets, d'assister les promoteurs dans la constitution de leurs dossiers d'investissement et leur encadrement, de former les jeunes promoteurs et leur encadrement durant les phases d'identification, d'étude et de réalisation de leurs projets dans le cadre de pépinières d'entreprises.

Le Réseau National des Pépinières d'Entreprises

Lancé en 2005, ce réseau est formé de personnes morales dotées d'une personnalité juridique et d'une autonomie financière. Il propose plusieurs services: il s'agit de l'offre d'informations relatives à l'environnement de la création d'entreprises, de la formation managériale et d'incubation. Il s'agit aussi des séances d'assistance personnalisée avec des experts pour la validation de l'idée de projet, de la réalisation de plan d'affaires ainsi qu'un appui de financement et d'hébergement (installer l'entreprise innovante dans les locaux des pépinières d'entreprises selon des conditions tarifaires avantageuses) (APII, 2016).

La Chambre Nationale des Femmes Chefs d'Entreprises (CNFCE)

Une organisation non gouvernementale à but non lucratif, créée en 1990 sous l'égide de l'union tunisienne de l'industrie, du commerce et de l'artisanat.

La CNFCE regroupe des femmes chefs d'entreprises de différents secteurs d'activité ayant la volonté de rassembler leurs énergies, croiser leurs compétences, briser leur isolement. Elles ont aussi l'ambition de contribuer activement et efficacement à la construction de l'économie tunisienne. La chambre vise essentiellement la promotion de l'entrepreneuriat féminin, la performance des entreprises dirigées par les femmes et l'intégration des jeunes entrepreneuses dans la vie de l'association.

5.3. Statistiques sur les femmes entrepreneurs

En Tunisie, les femmes représentent 25,2% de la population active et le taux de chômage est de 15,8% (Banque Mondiale, 2014). La Tunisie demeure le pays où il y a moins de statistiques sur le nombre de femmes entrepreneurs. Le problème de fond se situe dans le fait que l'immatriculation au registre de commerce ne discrimine pas entre les personnes selon le sexe.

Pour les personnes physiques, les Tunisiennes ont créé 11 807 activités commerciales en 2014, selon l'Institut National de la Statistique. Quant aux personnes morales, parmi 11 970 entreprises créées en 2015, les entreprises dirigées par les femmes représentent 2 353 entreprises, soit un taux de représentativité de 19.5%.

Par ailleurs, dans un travail réalisé par Cawtar (2007) dans la zone MENA, nous observons que la majorité des femmes interviewées en Tunisie sont mariées (72%) et ont en moyenne 1.8 enfant. De plus, elles sont les plus bénéficiaires des crédits bancaires pour leurs créations (47%) par rapport aux autres pays de la zone MENA. Enfin, nous constatons que les caractéristiques d'affaires et le cadre personnel des femmes entrepreneurs tunisiennes sont similaires aux femmes du monde. Elles activent dans les services, le commerce de détail, l'industrie non durable et la majorité sont bien éduquées, mariées, et ont des enfants (AFEM, 2010).

Année	Total entreprises	Entreprises dirigées par des femmes
2015	11970	2353
2014	12520	2319
2013	12473	2016
2012	12405	1793
2011	11651	1673
2010	11704	1564

Tableau (4) : le nombre de nouvelles entreprises enregistrées en Tunisie

Source: Le ministère de la justice Tunis (2016).

6. Promotion de l'entrepreneuriat féminin

Comprendre les différences et les similitudes des femmes entrepreneurs, et entre pays est une étape préalable pour la compréhension de l'entrepreneuriat féminin, ainsi que la compréhension de ses causes, ses effets et ses implications potentielles. À cet effet, il est nécessaire que plus de recherches et de stratégies soient lancées en faveur des femmes entrepreneurs en vue de combiner affaires et famille et investiguer leur rapport avec l'engagement du mari et des autres membres de la famille.

Le nombre d'initiatives visant à promouvoir l'entrepreneuriat féminin dans les pays en voie de développement devrait prendre en compte les différences et les similarités avec les autres femmes entrepreneurs dans les pays industrialisés. Une série de mesures d'encouragement de l'entrepreneuriat féminin a été engagée par des professionnels, des décideurs et des parties prenantes du secteur privé à travers le monde. Ils ont lancé des programmes de soutien pour combler l'écart entre les deux sexes en matière d'activité entrepreneuriale.

Une analyse des programmes actuels nous renseigne sur la catégorie des femmes entrepreneurs comme une ressource manquée et une opportunité inexploitée pour le développement et la croissance économique, l'augmentation des niveaux de revenu des ménages, l'autonomisation économique des femmes, et la contribution à l'égalité des sexes.

De même, les organisations engagées dans la promotion des femmes pour l'entrepreneuriat déploient une variété d'instruments et de méthodes, allant de la formation entrepreneuriale et de soutien technique, au développement d'autonomisation et de financement. Quant à ces organisations, nous pouvons citer: les institutions internationales, les organisations de société civile, les ONG, les organismes de bienfaisance et de religieux, les entreprises privées, les entrepreneurs sociaux et les partenaires public-privé.

Internationalement, le rôle de l'Organisation Internationale de Travail (OIT) est important particulièrement dans le domaine de la promotion de l'entrepreneuriat féminin. Elle a développé un vaste éventail de ressources et d'instruments. L'objectif principal de son programme Women's Entrepreneurship Development (WED) est de créer un environnement propice au développement de l'entrepreneuriat féminin qui génère des emplois de qualité et renforce les capacités institutionnelles et le développement d'outils et de services de soutien pour les femmes entrepreneurs. L'OIT le mentionne explicitement que l'égalité des sexes est au premier plan de ses politiques et programmes de soutien.

D'autre part, tous ces organismes : l'ONU Femme, la Banque Mondiale, le Forum Mondial Économique, l'Agence Allemande pour la Coopération Technique (GTZ), l'OIT, la Banque de Développement Africaine et les ONG telles que l'OXFAM et les partenaires publics et privés, considèrent l'entrepreneuriat féminin comme une priorité et focalisent leurs travaux principalement sur les PVD (Vossenber, 2013).

Un bon exemple de partenariat public et privé est la Third Billion Campaign (2012) qui prépare les femmes à contribuer à la croissance économique dans le monde et vise à unir les efforts des gouvernements, des ONG, et des entreprises autour de l'idée de facilitation de l'accès des femmes aux ressources nécessaires afin d'atteindre leur plein potentiel économique.

À vrai dire, ces organisations qui ont pour but la promotion des femmes entrepreneurs assurent des activités diverses : le soutien technique, l'autonomisation, la fourniture des crédits et le financement des investissements. Les instruments employés sont: la formation, le réseautage, et le financement qui

sont principalement destinés aux micro-entrepreneurs qui sont caractérisés par des motivations de nécessité.

Enfin, il ne faut pas perdre de vue que l'intérêt à l'entrepreneuriat féminin va de pair avec l'intérêt général de l'entrepreneuriat qui s'inscrit dans le cadre de la croissance et du développement économique.

Conclusion

Aujourd'hui, la littérature en entrepreneuriat féminin demeure limitée, et elle est très souvent examinée dans les pays développés. L'entrepreneuriat dans les pays en voie de développement demeure l'un des phénomènes économiques les moins étudiés. Cette lacune de diversité dans les thèmes de recherche résulte souvent de la supposition que l'entrepreneuriat est le même partout dans le monde. Cette généralisation, néanmoins, commence à changer dans les dernières années quand des études révèlent des variations pratiques entre les entrepreneurs masculins et féminins ainsi qu'entre les pays développés et les pays en voie de développement.

Malgré l'engouement croissant à l'entrepreneuriat, l'évolution de l'entrepreneuriat féminin dans les pays du Maghreb est très en retard par rapport au reste du monde. Ce retard se manifeste notamment dans l'activité entrepreneuriale en générale et de l'activité entrepreneuriale féminin en particulier. En effet, selon OCDE (2014), les économies de la région MENA ont la plus faible proportion des femmes employées au monde et un niveau de femmes entrepreneurs tout aussi faible.

Références

1. Brush, C.G. (2006), « **Women entrepreneurs : A research overview** », The Oxford handbook of entrepreneurship, eds., M. Casson, B.Yeung, A. Basu, and N. Wadeson, 611-28. Oxford : Oxford University Press.
2. Carrier, C., Julien, P.A., Menvielle, W. (2006), « **Un regard critique sur l'entrepreneuriat féminin : une synthèse des études des 25 dernières années** », Gestion, Vol. 31, N° 2, p.36-50.
3. Daily, C., Certo, S., and Dalton, D. (1999) ,«**Entrepreneurial ventures as an avenue to the top? Assessing the advancement of female CEOs and directors in the Inc.100**», Journal of Developmental Entrepreneurship, 4(1): 19–34.
4. GEM (2010), « **Rapport régional du Global Entrepreneurship Monitor -GEM MOAN (Moyen Orient et Afrique du Nord)** », Canada, Décembre 2010,www.gemconsortium.org.
5. Kitching, B., and A. Woldie (2004). «**Female Entrepreneurs in Transitional Economies: A Comparative Study of Businesswomen in Nigeria and China**». Paper presented at the Hawaii International Conference on Business, 21-24 June. Honolulu.
6. Léna Saleh (2011) « **l'intention entrepreneuriale des étudiantes : cas du Liban**», thèse de doctorat ès nouveau régime science de gestion de l'université Nancy, pp 30-56.
7. Onana F-X(2006), «**Motivations et modes de gestion des femmes entrepreneurs au Cameroun : une étude exploratoire**». Thèse en cotutelle pour le Doctorat en Sciences de Gestion, Bordeaux 4, novembre 2006.
8. Reynolds, P.D. (2010), « **MENA Region Entrepreneurship** », International Development Research Centre, Cairo, Egypt.
9. Robichaud, Y. & E. McGraw. (2003). «**Analyse comparative entrel'entrepreneurship féminin et l'entrepreneurship masculin: le cas des entreprises de services et de détail chez les francophones duNouveau- Brunswick**», Moncton, NB: Institut Canadien de Recherche sur le DéveloppementRégional : 69 p.
10. Stevenson, L and Lundström, A. (2002). «**Beyond the rhetoric: defining entrepreneurship policy and its best practice components**». Swedish Foundation for Small Business Research.
12. Verheul,I., Van Stel, A.,Thurik, R. (2006), « **Explaining female and male entrepreneurship at the country level** », Entrepreneurship & Regional Development, 18(2) : 151–183.
13. Vossenbergh S (2013)"**Women Entrepreneurship Promotion in Developing Countries: What explains the gender gap in entrepreneurship and how to close it?**" Maastricht School of Management, Working Paper No.2013/08.
14. Yunus, M. (2007), « **The Nobel Peace Prize 2006 Nobel Lecture** », Law and Business Review of the Americas, 13(2) : 267–275.