

ENTREPRENEURIAT FEMININ ET FEMME ACTIVE EN ALGERIE

***Abir Riane CHERIET:**

*Ecole Nationale Supérieure en statistique et en Economie Appliquée, Kolea, Algérie,
Laboratoire LASAP
Email : abircheriet@yahoo.fr,*

Pr. Assia CHERIF :

*Ecole Nationale Supérieure en statistique et en Economie Appliquée, Kolea, Algérie,
Laboratoire LASAP
Email : cherif.assia@enssea.edu.dz*

Reçu le: 04/11/2024 Accepté le :27/11/2024 Publication en ligne le: 05/12/2024

RESUME :

L'entrepreneuriat féminin en Algérie est en développement, mais reste confronté à plusieurs obstacles structurels et sociaux. Cette étude, fondée sur des analyses statistiques et un questionnaire auprès de femmes entrepreneures, met en lumière les tendances actuelles. Les résultats montrent que, bien que l'indépendance financière et la flexibilité soient des motivations principales, beaucoup de femmes se lancent dans l'entrepreneuriat par nécessité. La technologie joue un rôle croissant dans leur réussite, bien que des barrières persistent, notamment pour les femmes plus âgées (45 ans et plus) et celles en zones rurales. Un soutien accru en matière de financement, de simplification administrative et de formation technologique est essentiel pour renforcer leur contribution au développement économique du pays.

Mots clés : Entrepreneuriat féminin, développement économique, motivations, technologie, barrières.

ABSTRACT:

Women's entrepreneurship in Algeria is growing, yet it continues to face significant structural and social challenges. This study, based on statistical analysis and a survey of women entrepreneurs, highlights current trends in this field. The findings show that while financial independence and flexibility are key motivations, many women pursue entrepreneurship out of necessity. Technology plays an increasingly vital role in their success, although barriers remain, especially for older women (45 and over) and those in rural areas. Enhanced support in terms of financing, administrative simplification, and technological training is essential to strengthen their contribution to the country's economic development.

Key words: Women's entrepreneurship, economic development, motivations, technology, barriers.

*Abir Riane CHERIET

I INTRODUCTION

L'entrepreneuriat féminin occupe aujourd'hui une place croissante dans le développement économique et social en Algérie. Considéré comme un vecteur essentiel pour stimuler l'emploi, renforcer l'inclusion économique et soutenir la diversification sectorielle, l'entrepreneuriat des femmes se heurte néanmoins à de nombreuses contraintes. Bien que des initiatives et dispositifs de soutien aient été instaurés pour encourager leur implication, les statistiques révèlent une participation encore limitée des femmes dans l'univers entrepreneurial. Ce paradoxe met en lumière des défis persistants, liés à des facteurs structurels, culturels et économiques, qui freinent le plein potentiel des femmes entrepreneures dans le tissu économique algérien.

Cette étude a pour objectif de dresser un état des lieux des tendances actuelles et de proposer des pistes de réflexion sur l'évolution de la place des femmes dans le secteur entrepreneurial algérien. Ce qui nous conduit à poser différentes questions liées principalement aux enjeux et aux dynamiques qui influencent l'entrepreneuriat féminin. Ainsi, cette recherche examine:

- Dans quelle mesure le niveau d'instruction influence-t-il le parcours entrepreneurial des femmes en Algérie ?
- Dans quels secteurs d'activité les femmes entrepreneures algériennes sont-elles le plus présentes, et quels obstacles ou opportunités y rencontrent-elles ?
- Quels sont les facteurs principaux qui motivent les femmes à entreprendre, notamment dans un environnement marqué par des contraintes économiques et sociales spécifiques?
- Enfin, comment la technologie est-elle perçue et intégrée par les femmes entrepreneures pour surmonter les défis de la gestion et accéder à de nouveaux marchés ?

Ces interrogations permettent d'approfondir la compréhension de l'impact de l'éducation, de l'accès au financement, et du rôle des technologies sur le parcours entrepreneurial féminin en Algérie, en vue de proposer des perspectives de soutien et d'intégration pour encourager et renforcer leur participation dans tous les secteurs de l'économie.

Afin de guider l'analyse des données recueillies dans le cadre de cette étude sur l'entrepreneuriat féminin en Algérie, nous avons formulé les hypothèses suivantes :

H1 : Un niveau d'instruction plus élevé augmente la confiance des femmes entrepreneures et leur capacité à gérer efficacement leur entreprise et à prendre des décisions stratégiques.

H2 : Les femmes entrepreneures se concentrent principalement dans les secteurs du commerce, des services (santé, éducation) et de l'artisanat.

H3 : L'indépendance financière et la flexibilité des horaires de travail représentent les motivations principales qui incitent les femmes à entreprendre.

H4 : La technologie est perçue positivement par les femmes entrepreneures, elle facilite la gestion de leurs entreprises et leur permet d'atteindre de nouveaux marchés, notamment via des outils numériques et le commerce en ligne.

II REVUE DE LITTERATURE

L'entrepreneuriat féminin est un champ de recherche en pleine expansion qui met en lumière les spécificités et défis uniques auxquels font face les femmes dans le monde des affaires.

Les études montrent que les femmes sont motivées par un désir d'indépendance et de flexibilité, souvent pour concilier vie professionnelle et personnelle (Brush et al, 2006) mais elles rencontrent des difficultés pour accéder aux ressources nécessaires au développement de leurs entreprises (Robb A. M & Watson J, 2012).

Les performances des entreprises dirigées par des femmes sont similaires à celles des hommes lorsque des ajustements de taille et de risque sont appliqués (Robb A. M & Watson J, 2012), réfutant l'idée que les entreprises féminines sont intrinsèquement moins performantes.

Les réseaux de soutien et le mentorat jouent également un rôle essentiel dans le succès entrepreneurial des femmes, en leur offrant conseils et résilience face aux obstacles socioculturels (Marlow & McAdam, 2012).

Enfin, la digitalisation constitue un levier stratégique pour surmonter les barrières géographiques et financières, en particulier dans les domaines du commerce en ligne et des services digitaux bien que des défis technologiques subsistent quant aux compétences technologiques et aux coûts d'accès (Poggesi, S & Mari, M, 2022).

III STATISTIQUES SUR L'ENTREPRENEURIAT FEMININ

En 2022, le taux de création d'entreprises par des femmes dans le monde était de 10,1 %, contre 12,7 % pour les hommes, ce qui représente environ quatre femmes pour neuf entrepreneurs en phase de démarrage (ratio femmes/hommes de 0,80) (Global Entrepreneurship Monitor, 2022/2023).

Les femmes sont particulièrement actives dans les secteurs de la finance, des services professionnels, administratifs et aux consommateurs, où elles représentent 16,4 % de la participation mondiale. Dans les secteurs de la fabrication et du transport, environ une femme sur dix est active, avec des ratios proches de la parité (0,83 et 0,90 respectivement).

En revanche, leur présence dans les startups TIC est plus limitée, avec seulement 2,3 % de participation féminine contre 5,3 % pour les hommes (ratio Femmes/Hommes de 0,43). De même, l'agriculture demeure un secteur dominé par les hommes : seules 4,3 % des femmes y travaillent, contre 11,8 % des hommes, soit un ratio de 0,36.

Enfin, selon le rapport Global Entrepreneurship Monitor (GEM) 2020/2021, l'indépendance financière est une motivation clé pour 40 % des entrepreneurs, tous genres confondus, reflétant une quête universelle d'autonomie économique

En Algérie, l'entrepreneuriat féminin est de plus en plus perçu comme un levier de progrès économique et social, et contribue, au même titre que celui des hommes, à des objectifs de développement tels que l'augmentation de l'emploi et la stimulation des investissements. Bien que des initiatives aient été mises en place pour encourager les femmes à s'impliquer davantage dans le secteur entrepreneurial, leur participation reste encore limitée, entravée par divers obstacles structurels et sociaux.

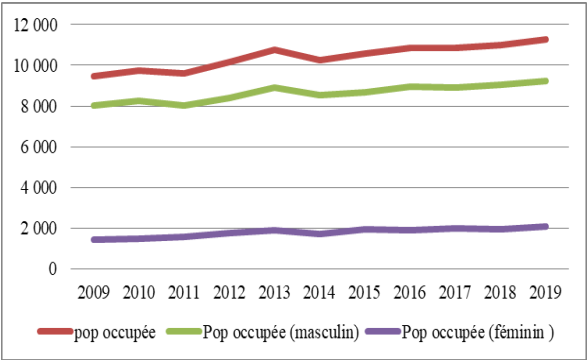
Les statistiques de l'ONS (Office National des Statistiques, Activité, emploi et chômage en mai 2019 n°879, 2019) révèlent que seulement 17,3 % des femmes participent activement au marché du travail, représentant 20,4 % de la population active totale. Ces chiffres mettent en évidence les difficultés persistantes qui freinent l'accès des femmes aux opportunités économiques et entrepreneuriales, malgré les progrès et le potentiel de croissance observés dans certains secteurs.

Entre 2009 et 2019 (figure n°1), le taux de croissance annuel de l'emploi féminin a progressé plus rapidement que celui des hommes. La population active féminine affiche un taux de croissance annuel moyen estimé à 3,82 %, contre 2,42 % pour la population masculine, montrant une évolution plus marquée dans l'intégration des femmes sur le marché du travail durant cette période.

La hausse de l'emploi féminin en Algérie entre 2009 et 2019 peut s'expliquer par divers facteurs : un meilleur accès des femmes à l'éducation et à la formation, des politiques publiques favorisant leur insertion professionnelle, ainsi qu'une évolution des mentalités, particulièrement en milieu urbain. De plus, l'apparition de secteurs plus flexibles, comme le numérique et le commerce en ligne, a ouvert de nouvelles possibilités d'emploi mieux adaptées aux contraintes des femmes.

Cependant, malgré cette progression, des défis persistent. Le marché du travail algérien peine à absorber la main-d'œuvre féminine croissante, ce qui se reflète dans l'augmentation du taux de chômage des femmes, qui est passé de 18,1 % en 2004 à 20,4 % en 2019. Par ailleurs, l'emploi féminin se concentre encore largement dans quelques domaines comme la santé et l'action sociale (45,1 %), l'industrie manufacturière (18,9 %) et l'administration publique (13,9 %), avec une prédominance d'emplois en milieu urbain, souvent dans le secteur public (Office National des Statistiques, Activité, emploi et chômage en mai 2019 n°879, 2019).

Fig.1 Évolution de la population occupée selon le genre (2009-2019)

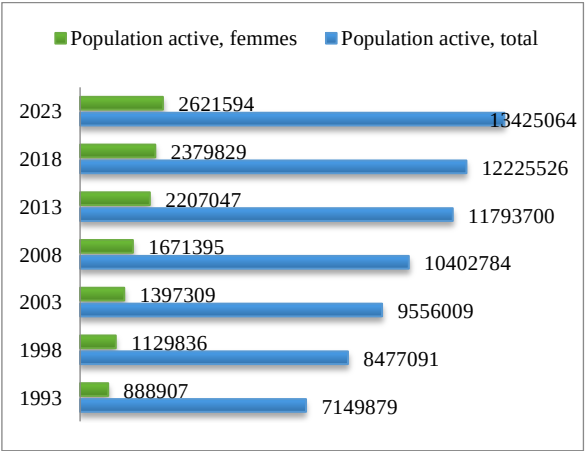


Source : élaboré par l’auteur à partir des données de l’ONS (rapport 2019)

La figure n°2 illustre la tendance positive de la participation des femmes au marché du travail en Algérie, bien que leur part reste inférieure à celle des hommes. Cette évolution s'explique par plusieurs facteurs : l'augmentation de la pauvreté, qui pousse davantage de femmes à travailler, l’existence de dispositifs d’aide à l’emploi et le renforcement de la formation, qui ouvre de nouvelles perspectives professionnelles.

D'autres facteurs sociodémographiques, tels que l'augmentation de l'âge moyen au mariage et la diminution du nombre d'enfants par femme, offrent aux femmes plus de flexibilité pour s'engager dans une carrière. Ces progrès soulignent l’importance de renforcer l'inclusion féminine dans tous les secteurs économiques.

Fig.2 Évolution de la population féminine active en Algérie



Source : élaboré par l’auteur à partir des données de la Banque Mondiale (octobre 2024)

La répartition de l'emploi féminin par secteur en Algérie révèle une forte concentration dans certains domaines spécifiques (**figure n°3**). Le secteur de la santé et de l'action sociale arrive en tête avec 931 000 femmes employées, suivi de l'industrie manufacturière en deuxième

position avec 389 000 employées. Ces chiffres montrent une prédominance de l'emploi féminin dans les secteurs des services sociaux et de l'industrie manufacturière.

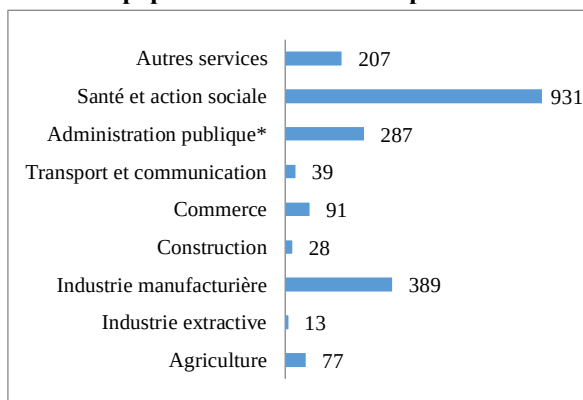
En revanche, les femmes sont presque absentes dans des secteurs comme l'industrie extractive (13 000 emplois) et la construction (28 000 emplois), des domaines encore largement dominés par les hommes. Cette distribution indique des barrières à l'accès des femmes à une plus grande diversité de secteurs dans l'économie algérienne.

Tab.1 Population occupée selon le secteur d'activité de l'établissement, et le sexe

Secteur	Effectif Masculin (en milliers)	% Masculin	Effectif Féminin (en milliers)	% Féminin	Effectif Total (en milliers)	% Total
Agriculture	1006	10.9	77	3.7	1083	9.6
Industrie extractive	141	1.5	13	0.6	153	1.4
Industrie manufacturière	908	9.9	389	18.9	1297	11.5
Construction	1862	20.2	28	1.4	1890	16.8
Commerce	1684	18.3	91	4.4	1775	15.7
Transport et communication	690	7.5	39	1.9	729	6.5
Administration publique*	1525	16.5	287	13.9	1812	16.1
Santé et action sociale	746	8.1	931	45.1	1676	14.9
Autres services	658	7.1	207	10.0	865	7.7
Total	9219	100.0	2062	100.0	11281	100.0

*Non compris la santé publique

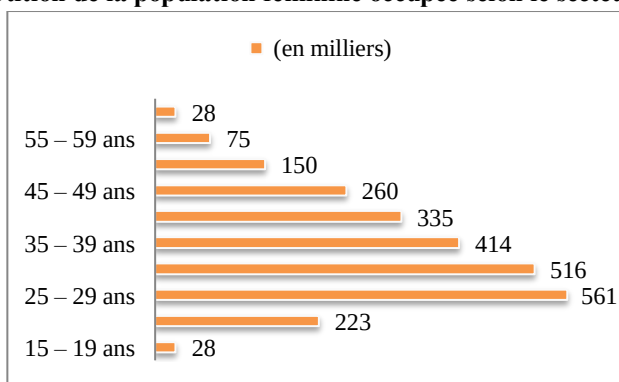
Source : (Office National des Statistiques, 2019)

Fig.3 Répartition de la population féminine occupée selon le secteur d'activité

En milliers

Source : élaboré par l'auteur à partir des données de l'ONS (rapport 2019)

La répartition de la population active féminine en Algérie (**figure n°4**) montre une forte concentration chez les jeunes adultes. La tranche des 25-29 ans est la plus représentée avec 561 000 femmes, suivie des 30-34 ans (516 000). Cette tendance s'explique par un meilleur accès à l'éducation, des politiques publiques encourageant l'emploi des jeunes et une évolution des mentalités qui valorise davantage l'indépendance financière des jeunes femmes. En revanche, les tranches d'âge plus élevées, comme les 55-59 ans et 60 ans et plus, enregistrent des effectifs bien plus faibles (75 000 et 28 000 respectivement). Cette baisse peut s'expliquer par des départs à la retraite, des responsabilités familiales accrues, ou encore des contraintes de santé qui limitent la participation des femmes âgées dans le monde du travail.

Fig.4 Répartition de la population féminine occupée selon le secteur d'activité

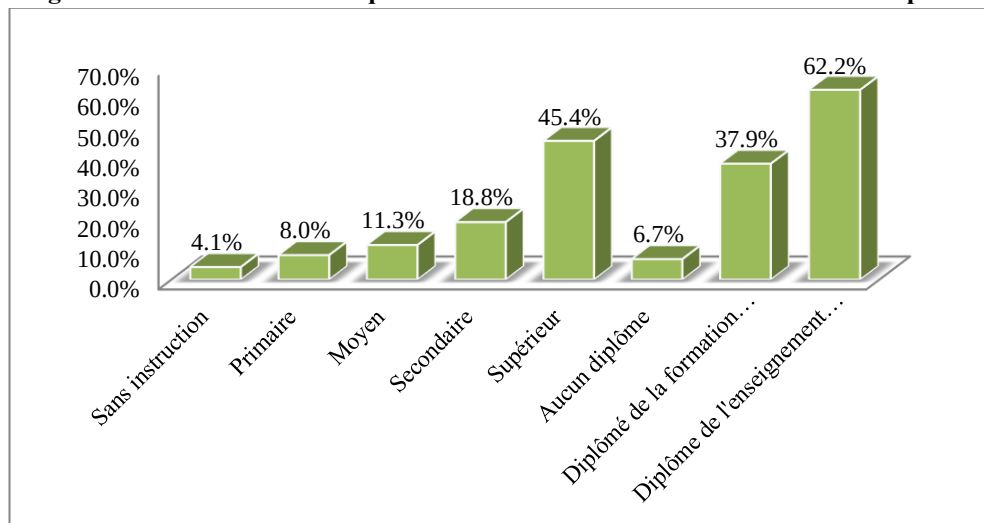
Source : élaboré par l'auteur à partir des données de l'ONS (rapport 2019)

Le taux d'activité économique des femmes en Algérie (**figure n°5**) augmente avec le niveau d'instruction et les diplômes obtenus. Plus le niveau d'instruction est élevé, plus les femmes

sont actives : celles ayant un niveau d'instruction supérieur atteignent un taux d'activité de 45,4 %.

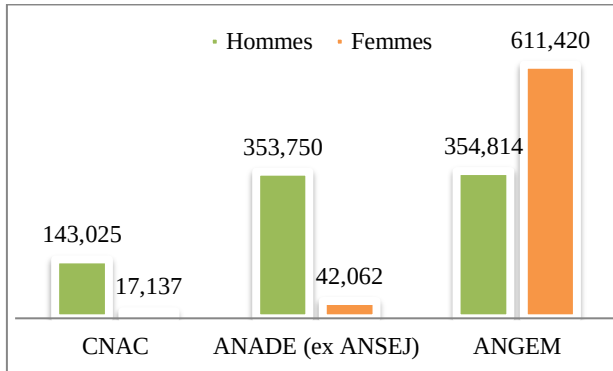
En termes de diplômes, les femmes ayant un diplôme de l'enseignement supérieur affichent le taux d'activité le plus élevé (62,2 %), tandis que celles sans diplôme présentent un taux faible (6,7 %). Ces données soulignent le rôle crucial de l'instruction et des qualifications dans l'intégration des femmes sur le marché du travail.

Fig.5 Taux d'activité économique féminin selon le niveau d'instruction et le diplôme



Source : élaboré par l'auteur à partir des données de l'ONS (rapport 2019)

La répartition des femmes entrepreneures selon les dispositifs d'aide à la création d'entreprises (**figure n°6**) montre que l'ANGEM est le dispositif le plus sollicité par les femmes. Ce succès est probablement dû à sa formule de prêts non rémunérés, qui convient davantage aux femmes. Les statistiques indiquent que l'ANGEM finance principalement de petites activités concentrées dans trois secteurs : la très petite industrie, les services et l'artisanat. À l'inverse, les dispositifs ex-ANSEJ et CNAC attirent moins de femmes, ce qui pourrait être lié à des critères de financement ou des types de projets plus adaptés aux hommes.

Fig.6 Répartition des projets financés selon les dispositifs et par genre

Source : élaboré par l'auteur à partir des données de l'ANGEM et du Ministère de l'Industrie (2023)

IV METHODOLOGIE DE RECHERCHE

La méthodologie de cette étude repose sur une enquête quantitative, menée via un questionnaire élaboré sur Google Forms, afin de recueillir des données sur l'entrepreneuriat féminin en Algérie. Ce questionnaire structuré explore différents aspects de l'expérience des femmes entrepreneures, incluant leurs informations générales, les motivations, le type de soutien reçu, les défis rencontrés, ainsi que leur perception de la technologie et des perspectives d'avenir. Diffusé pendant 12 jours, le questionnaire a permis de recueillir 50 réponses. L'utilisation de Google Forms a facilité la collecte rapide et l'organisation des données, permettant une analyse efficace des tendances actuelles de l'entrepreneuriat féminin en Algérie, et aidant à identifier les principaux obstacles et opportunités auxquels les femmes font face dans ce domaine.

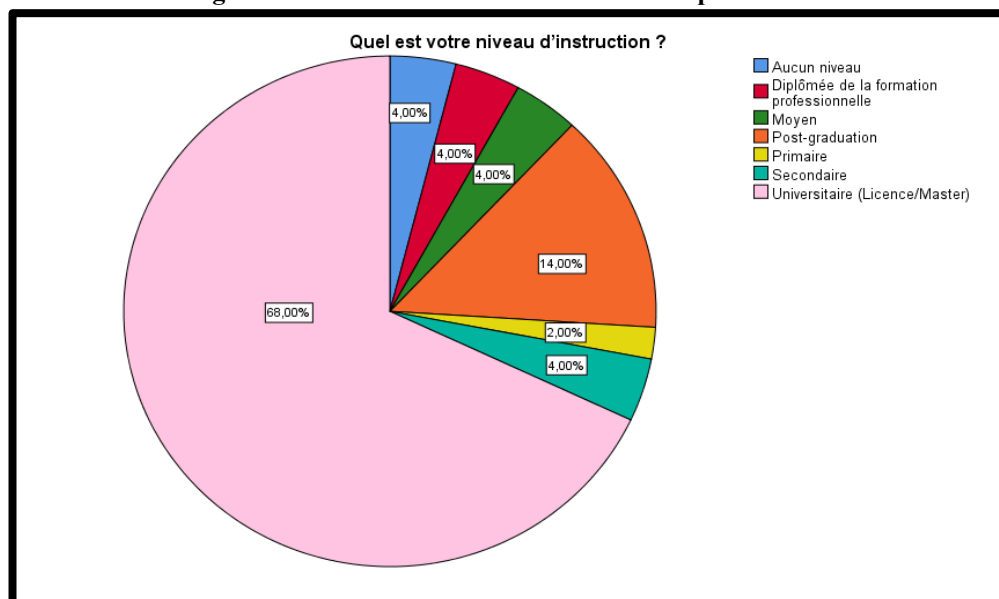
Pour l'analyse et le traitement des données recueillies, nous avons utilisé le logiciel « SPSS ».

V RESULTATS DE L'ENQUETE

A Le niveau d'instruction des femmes entrepreneures

Les résultats de la **figure n°7** montrent que 68 % des répondantes ont un niveau universitaire (Licence/Master), ce qui suggère que la majorité des femmes entrepreneures en Algérie possèdent un niveau d'éducation élevé. **Cela confirme l'hypothèse** que des niveaux d'instruction plus élevés renforcent la confiance des femmes et leur capacité à gérer efficacement leur entreprise. Comme le démontre la littérature, le niveau d'instruction joue un rôle crucial dans la capacité des femmes à comprendre les rouages de l'insertion professionnelle et de la création d'entreprise. Un haut niveau d'éducation permet également de rechercher des informations et des conseils auprès des interlocuteurs pertinents, ainsi que de surmonter certaines difficultés inhérentes à l'entrepreneuriat, qui pourraient autrement ralentir un projet ou même le mener à son abandon.

Fig.7 Niveau d'instruction des femmes entrepreneurs



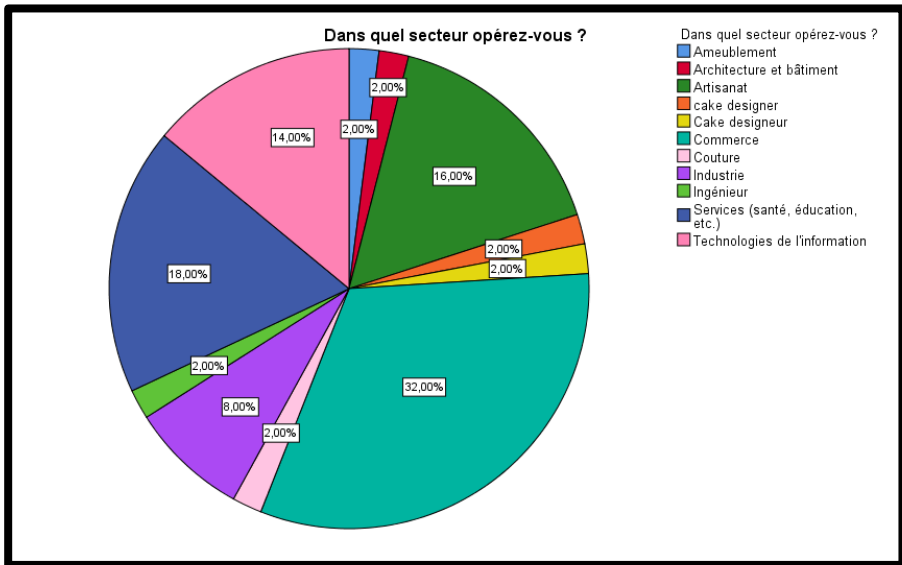
Source : élaboré par l'auteur à l'aide du logiciel SPSS

B Les secteurs d'activité des femmes entrepreneurs

Les résultats de la **figure n°8** montrent que la majorité des femmes entrepreneurs interrogées investissent principalement dans le commerce (32 %) et les services (18 %), **confirmant l'hypothèse** selon laquelle les femmes algériennes privilégient des secteurs perçus comme plus accessibles et compatibles avec leurs compétences. L'artisanat arrive juste derrière avec 16 %, montrant un attrait pour des activités créatives et gérables à petite échelle.

Des secteurs comme l'industrie et les technologies de l'information enregistrent des participations plus faibles (2 % à 8 %), mais cela ne signifie pas qu'ils ne suscitent pas d'intérêt. Ces secteurs peuvent nécessiter des ressources et des compétences spécifiques, ce qui peut limiter l'accès à certaines entrepreneures.

Les femmes entrepreneures en Algérie privilégient des secteurs accessibles et alignés avec leurs compétences, validant ainsi l'idée de leur choix sectoriel dans l'entrepreneuriat.

Fig.8 Secteurs d'activité des femmes entrepreneures

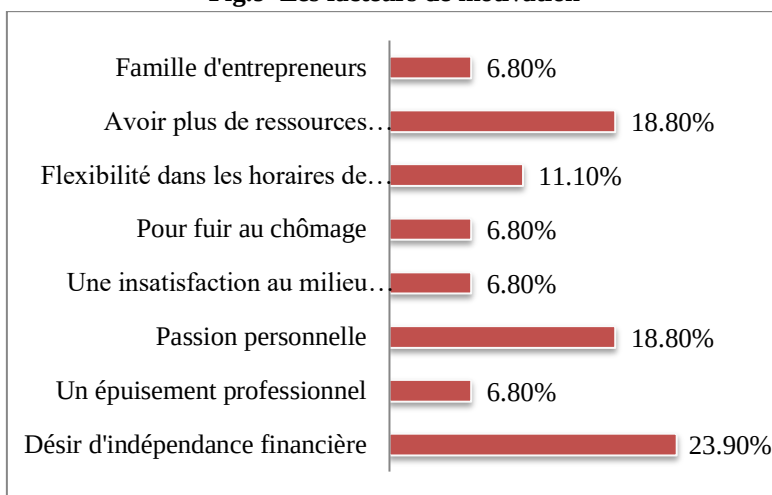
Source : élaboré par l'auteur à l'aide du logiciel SPSS

C Les facteurs de motivation pour créer sa propre entreprise

La **figure n°9 confirme en partie l'hypothèse** selon laquelle le désir d'indépendance financière et la flexibilité des horaires de travail figurent parmi les principales motivations des femmes entrepreneures en Algérie. La majorité des répondantes cite en effet l'indépendance financière (23,9%) comme une motivation dominante, soulignant l'importance de l'autonomie économique dans leur décision de se lancer en affaires. Vient ensuite la passion personnelle (18,8%), particulièrement marquée dans des secteurs comme l'artisanat, où de nombreuses femmes perçoivent leur activité non seulement comme un moyen de subsistance, mais aussi comme un domaine d'expression personnelle et de satisfaction intrinsèque. Ce résultat révèle que pour ces entrepreneures, l'activité professionnelle transcende la simple quête de revenus pour devenir une vocation alignée avec leurs intérêts profonds.

En outre, l'entrepreneuriat féminin en Algérie apparaît comme un choix souvent motivé par la nécessité. Face aux difficultés d'insertion dans le marché du travail formel et aux taux élevés de chômage touchant particulièrement les femmes, certaines considèrent la création d'entreprise comme la seule alternative pour surmonter l'exclusion économique et acquérir une forme d'indépendance vis-à-vis de leur famille. Cette tendance est particulièrement marquée chez les femmes diplômées de l'enseignement supérieur, qui, faute d'opportunités d'emploi correspondant à leurs qualifications, choisissent l'entrepreneuriat pour valoriser leurs compétences et leurs aspirations professionnelles.

Fig.9 Les facteurs de motivation



Source : élaboré par l'auteur à l'aide du logiciel SPSS et Excel

Tab.2 Analyse des motivations des femmes entrepreneures

Les facteurs	N (Réponses)	Pourcentage (%)	Pourcentage d'observations (%)
Désir d'indépendance financière	28	23,9	57,1
Un épuisement professionnel	8	6,8	16,3
Passion personnelle	22	18,8	44,9
Une insatisfaction au milieu du travail	8	6,8	16,3
Pour fuir au chômage	8	6,8	16,3
Flexibilité dans les horaires de travail	13	11,1	26,5
Avoir plus de ressources financières	22	18,8	44,9
Famille d'entrepreneurs	8	6,8	16,3

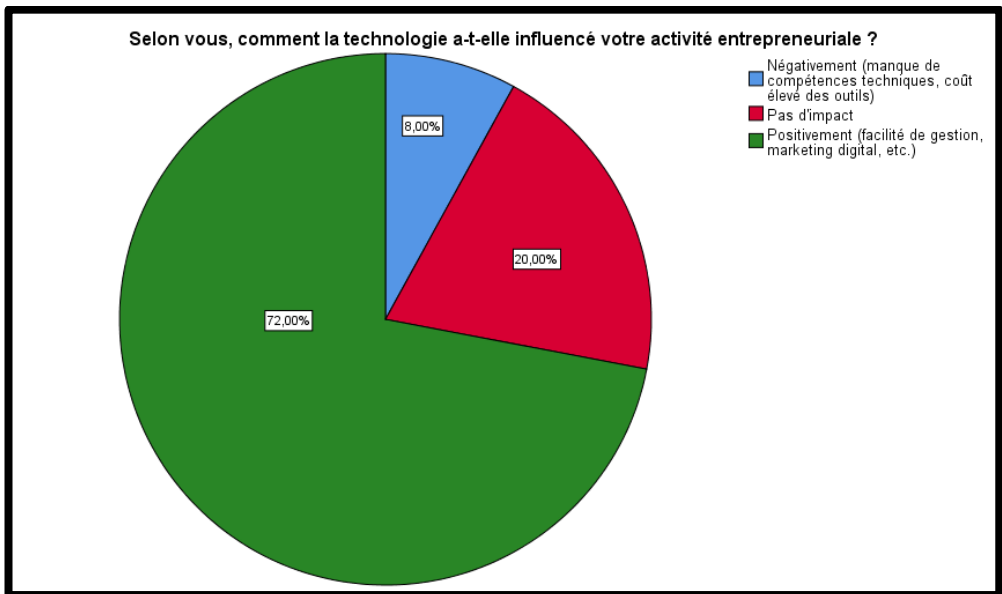
Source : élaboré par l'auteur à l'aide du logiciel SPSS

D Perception de la technologie

Les résultats que montrent **les deux figures (n° 10 et 11) confirment l'hypothèse** selon laquelle la technologie est perçue positivement par les femmes entrepreneures, car elle facilite la gestion de leurs entreprises et leur permet d'atteindre de nouveaux marchés, notamment via des outils numériques et le commerce en ligne. Le premier graphique montre que 72% des répondantes voient la technologie comme un levier pour simplifier la gestion et améliorer leur visibilité en ligne. Cependant, 8% des entrepreneures expriment une perception négative de la technologie, citant des difficultés comme le manque de compétences techniques et le coût élevé des outils, tandis que 20% estiment que la

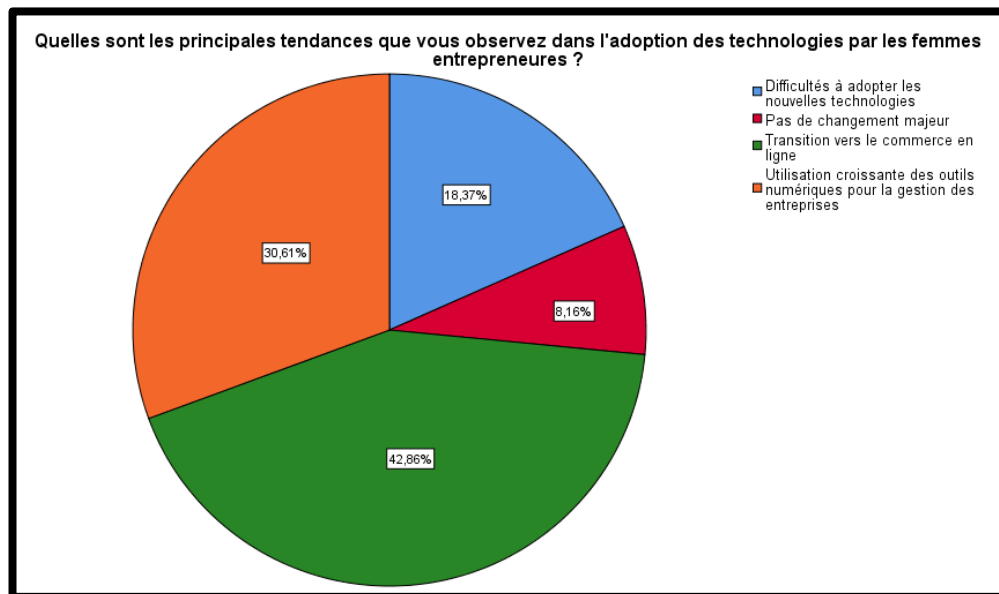
technologie n'a eu aucun impact sur leur activité. Le deuxième graphique renforce ces observations en indiquant que 42,86% des entrepreneures utilisent de plus en plus les outils numériques et que 30,61% se tournent vers le commerce en ligne. Cependant, 18,37% éprouvent des difficultés à adopter les nouvelles technologies, montrant qu'il existe des freins techniques et financiers. Ces éléments soulignent le besoin de soutien en formation et d'un accès plus abordable aux technologies pour maximiser l'impact de la digitalisation dans l'entrepreneuriat féminin.

Fig.10 Perception de l'impact de la technologie sur l'activité entrepreneuriale des femmes



Source : élaboré par l'auteur à l'aide du logiciel SPSS

Fig.11 Principales tendances dans l'adoption des technologies par les femmes entrepreneures



Source : élaboré par l'auteur à l'aide du logiciel SPSS

L'examen des résultats du khi-deux (**tableau n°3**) montre que seule la motivation liée à l'insatisfaction au milieu du travail présente une relation statistiquement significative avec le niveau d'instruction des répondantes ($p\text{-value} = 0,018$, inférieure à 0,05), ce qui indique qu'un certain niveau d'instruction est associé à un désir de changement dans l'environnement professionnel. Cela suggère que les femmes ayant un parcours éducatif spécifique ressentent davantage le besoin de quitter leur situation professionnelle actuelle pour entreprendre. En revanche, les autres motivations, telles que le désir d'indépendance financière, la passion personnelle, la recherche de flexibilité dans les horaires de travail, et l'appartenance à une famille d'entrepreneurs, ne montrent aucune association significative ni avec l'âge ni avec le niveau d'instruction, avec des $p\text{-values}$ toutes supérieures à 0,05. Cela indique que ces motivations sont largement partagées de manière homogène entre les différents groupes d'âge et niveaux d'instruction, sans qu'un profil spécifique se démarque. En conclusion, bien que l'insatisfaction professionnelle motive particulièrement certains groupes selon leur niveau d'instruction, l'âge et le niveau d'instruction n'ont pas d'influence significative sur les autres motivations des femmes entrepreneures.

Tab.3 Relation entre les motivations des femmes entrepreneures , l'âge et le niveau d'instruction

Motivations	Age			Niveau d'instruction		
	Valeur	ddl	Signification asymptotique (bilatérale)	Valeur	ddl	Signification asymptotique (bilatérale)
Désir d'indépendance financière	4,139	4	0,388	2,998	6	0,809
Un épuisement professionnel	0,890	4	0,926	4,426	6	0,619
Passion personnelle	4,148	4	0,386	2,691	6	0,847
Une insatisfaction au milieu du travail	7,517	4	0,111	15,299	6	0,018
Pour fuir au chômage	0,924	4	0,921	3,941	6	0,685
Flexibilité dans les horaires de travail	5,369	4	0,252	4,271	6	0,640
Avoir plus de ressources financières	3,825	4	0,430	5,562	6	0,474
Famille d'entrepreneurs	4,175	4	0,383	5,513	6	0,480

Source : élaboré par l'auteur à l'aide du logiciel SPSS et Excel

L'examen du test du khi-deux (**tableau n°4**) montre qu'il existe une dépendance significative entre la perception de la technologie comme barrière et l'âge des répondantes ($p\text{-value} = 0,001$), ce qui est inférieur au seuil de 0,05. Ce résultat suggère que l'âge influence la manière dont les femmes entrepreneures perçoivent la technologie : les données du tableau croisé montrent que les répondantes de la tranche d'âge 25-34 ans sont majoritairement positives envers la technologie (30 sur 31 la perçoivent positivement), tandis que dans les tranches d'âge plus élevées, comme 45-54 ans et 55 ans et plus, on observe une proportion plus élevée de perception négative. Ce constat laisse supposer que les femmes plus jeunes voient la technologie comme un atout dans leur parcours entrepreneurial, tandis que les femmes plus âgées peuvent percevoir des obstacles ou des défis liés à son utilisation.

En revanche, le niveau d'instruction ne montre pas de relation significative avec la perception de la technologie comme barrière ($p\text{-value} = 0,769$), suggérant que, contrairement aux attentes, cette perception n'est pas influencée par le niveau d'instruction.

Tab.4 Relation entre l'âge, le niveau d'instruction, et la perception de la technologie comme barrière

	Perception de la technologie comme barrière		
	Valeur	ddl	Signification asymptotique (bilatérale)
Niveau d'instruction	3,307	6	0,769
Age	19,537	4	0,001

Source : élaboré par l'auteur à l'aide du logiciel SPSS

Tab.5 Tableau croisé (Perception de la technologie comme barrière en fonction de la tranche d'âge)

Tableau croisé				
Effectif		perception de la technologie comme barrière		Total
		positivement	negativement	
Quelle est votre tranche d'âge ?	25-34 ans	30	1	31
	35-44 ans	4	0	4
	45-54 ans	3	2	5
	55 ans et plus	0	2	2
	Moins de 25 ans	6	2	8
Total		43	7	50

Source : élaboré par l'auteur à l'aide du logiciel SPSS

VI CONCLUSIONS

L'analyse des statistiques et des tendances actuelles de l'entrepreneuriat féminin en Algérie met en lumière diverses dynamiques concernant les facteurs qui influencent la décision des femmes de devenir entrepreneures, leurs motivations, ainsi que les obstacles qu'elles doivent surmonter pour réaliser leurs ambitions. D'une part, l'entrepreneuriat féminin est en progression, motivé principalement par la recherche d'indépendance financière et le besoin de disposer de plus de temps libre pour s'occuper de la famille. Cependant, de nombreuses femmes se voient obligées de se tourner vers l'entrepreneuriat par nécessité, pour compenser le manque de possibilités d'emploi. Cette situation est particulièrement marquée dans les secteurs traditionnellement masculins, où l'accès des femmes reste limité.

Par ailleurs, les données révèlent que la technologie joue un rôle déterminant dans la réussite entrepreneuriale des femmes, avec une adoption grandissante des outils numériques et du commerce en ligne. Toutefois, certaines catégories de femmes, notamment les plus âgées ou celles issues de zones rurales avec un accès restreint aux ressources, considèrent encore la

technologie comme une barrière en raison des coûts élevés et du manque de compétences techniques. À cela s'ajoutent des obstacles tels que la bureaucratie et l'insuffisance de soutien institutionnel, qui freinent l'expansion et la pérennité des entreprises féminines.

Bien que les tendances actuelles témoignent d'un intérêt croissant des femmes pour l'entrepreneuriat et les opportunités qu'offre la digitalisation, des défis structurels et sociaux subsistent. Il est donc essentiel de soutenir ce mouvement par des politiques adaptées et un appui ciblé pour renforcer la présence des femmes dans l'écosystème entrepreneurial algérien.

VII RECOMMANDATIONS

Pour favoriser l'entrepreneuriat féminin en Algérie, il est essentiel de promouvoir une culture entrepreneuriale en créant un environnement favorable aux femmes. Cela inclut la simplification des démarches administratives et un accès facilité au financement, permettant aux entreprises dirigées par des femmes de se développer et de pénétrer de nouveaux marchés. Par ailleurs, des programmes d'accompagnement sont nécessaires pour aider les entrepreneures à surmonter les obstacles et à mieux comprendre les enjeux de la création d'entreprise ; bien que certains programmes existent déjà, ils nécessitent une mise en œuvre et un suivi plus rigoureux pour en maximiser l'impact. L'adoption des technologies numériques doit également être encouragée par des formations et des subventions ciblées, en particulier pour les femmes en zones rurales. En parallèle, la mise en place de réseaux de mentorat, où les entrepreneures expérimentées partagent leur expertise, et la valorisation des réussites féminines inciteront plus de femmes à se lancer. En soutenant ces initiatives, l'Algérie pourrait non seulement stimuler l'entrepreneuriat féminin, mais aussi positionner les femmes comme des acteurs clés de son développement durable et économique.

VIII REFERENCES

- [1] Boudraa, H. (2014). *Entrepreneuriat féminin*, Mémoire de master en management, ESC. Alger.
- [2] Brush et al. (2006). *Growth-Oriented Women Entrepreneurs and Their Businesses: A Global Research Perspective*. Edward Elgar Publishing.
- [3] Cherif, A. (Avril 2014). *Entrepreneuriat en Algérie entre exigence et réalité : Regard sociodémographique*. Biskra.
- [4] Cherif, A., Rabrebe Ouadeh, S., Belaidi, A., Larabi, R., & Ben tloufa, D. (2020-2021). *Femme entrepreneure en Algérie. Entre exigence et réalité*. Ecole Nationale Supérieure de Statistique et de l'Economie Appliquée. Projet PRFU.
- [5] D'andria, A., & Gabarret, I. (2016). Femmes et entrepreneurs : trente ans de recherches en motivation entrepreneuriale féminine. *Revue de l'entrepreneuriat*, 15(3), 87-107.
- [6] Global Entrepreneurship Monitor. (2022/2023). *Women's Entrepreneurship Report: Challenging Bias and Stereotypes*.
- Marlow, S., & McAdam, M. (2012). Analyzing the Influence of Gender Upon High-Technology Venturing Within the Context of Business Incubation. *Entrepreneurship Theory and Practice*(36(4)), 655–676.
- [7] Musette, M. (2013). *Le marché du travail en Algérie: une vision nouvelle*. CREAD, Alger.
- [8] Office National des Statistiques. (2019). *Activité, emploi et chômage en mai 2019* n°879. https://www.ons.dz/IMG/pdf/emploi_chom_mai_2019.pdf.
- [9] Office National des Statistiques. (Septembre 2017). *Activité, emploi et chômage* N° 796.

- [10] Poggesi, S, & Mari, M. (2022). Women Entrepreneurs and Digitalization: Opportunities and Challenges in the Post-Pandemic Era. *Journal of Small Business Management*.
- [11] Rabrebe Ouadeh, S. (2016). L'entrepreneuriat féminin en Algérie: Etude statistique sur la dispersion de l'entrepreneuriat féminin en Algérie. *Revue de l'ENSSEA*, 13(1), 256-266.
- [12] Rajhi, N. (2011). Conceptualisation de l'esprit entrepreneurial et identification des facteurs de son développement dans l'enseignement supérieur tunisien, Thèse de doctorat en science de gestion. Université de Grenoble.
- [13] Robb A. M, & Watson J. (2012). Gender Differences in Firm Performance: Evidence from New Ventures in the United States. *Journal of Business Venturing*, (27(5)), 544–558.
- [14] Tahir Metaiche, F. (2013). Le profil de l'entrepreneuriat féminin en Algérie : une étude exploratoire. 8^{ème} Congrès de l'Académie de l'Entrepreneuriat et de l'Innovation. Fribourg.
- [15] Tahir Metaiche, F., & Bendiabdellah, A. (2016). Les femmes entrepreneures en Algérie : savoir, vouloir et pouvoir. 26(2), 219-240.
- [16] Williams, N, & Williams, C. (2012). Evaluating the socio-spatial contingency of entrepreneurial motivations: A case study of English deprived urban neighbourhoods. *Entrepreneurship & Regional Development*, 24(7-8), 661-684.