

Les déterminants de la décision entrepreneuriale des femmes en Algérie : cas des secteurs de l'artisanat et des services

The determinants of female entrepreneurial decision-making in Algeria: case study of the artisanal and service sectors

KHAZNADJI Mohammed*

UMM-Tizi-Ouzou, Algérie
mohammed.khaznadj@ummtto.dz

ALOUACHE Ouarda

UMB-Boumerdès, Algérie
o.alouache@univ-boumerdes.dz

AIT TALEB Abdelhamid

UMM-Tizi-Ouzou, Algérie
abdelhamid.ait-taleb@ummtto.dz

Date de réception : 09/04/2024 ;

Date d'acceptation : 09/05/2024

Résumé :

À travers ce papier, nous avons tenté de répondre à la problématique de l'entrepreneuriat féminin en Algérie en s'intéressant exclusivement aux contraintes et motivations des femmes activant dans deux secteurs d'activité : Artisanat et Services. Afin de repérer les motivations et les raisons du choix de secteur par les entrepreneures, une enquête a été réalisée en juin 2022 sur un échantillon de femmes activant toutes dans les deux secteurs d'activité cités précédemment. Les résultats de cette enquête révèlent que la femme entrepreneure algérienne est principalement motivée dans le choix de son activité par : l'amour du métier, le sentiment d'échapper à la dépendance hiérarchique du chef et le fait d'avoir une certaine autonomie financière vis-à-vis de sa famille.

Mots clés : Entrepreneuriat féminin ; Décision entrepreneuriale ; Artisanat.

Classification JEL: J23; J24; L26

Abstract :

Through this paper, we attempted to respond to the problem of female entrepreneurship in Algeria by focusing exclusively on the constraints and motivations of women operating in two sectors of activity: Crafts and Services. In order to identify the motivations and reasons for the choice of

* L'auteur correspondant : KHAZNADJI Mohammed

Les déterminants de la décision entrepreneuriale des femmes en Algérie : cas des secteurs de l'artisanat et des services.

/ KHAZNADJI Mohammed & ALOUACHE Ouarda & AIT TALEB Abdelhamid

sector by female entrepreneurs, a survey was carried out in June 2022 on a sample of women all working in the two sectors of activity mentioned above. The results of this survey reveal that the Algerian female entrepreneur is mainly motivated in the choice of her activity by: the love of the profession, the feeling of escaping the hierarchical dependence of the boss and the fact of having a certain financial autonomy vis-à-vis -towards his family.

Keywords: women entrepreneurship; entrepreneurial decision; crafts.

JEL Classification Codes: J23; J24; L26

Introduction

L'entreprise est considérée par les chercheurs comme le principal levier de développement économique d'un pays. La fonction principale de celle-ci consiste à créer des biens et services afin de satisfaire les besoins des ménages à travers le marché. Cependant, en plus de son rôle de créateur de biens et de services, l'entreprise crée également des emplois, ce qui en fait un environnement favorable aux personnes en quête d'un emploi stable. ou ceux qui ont l'intention de créer leur propre emploi.

Durkheim (1883) avait mis l'accent sur les fonctions occupées par les femmes au fil des temps. Selon lui, elles ne se distinguent pas des fonctions occupées par les hommes, même dans les sociétés primitives ; les deux sexes menaient donc pratiquement la même existence. En effet, la femme a toujours à toujours intégré le milieu de travail en sa qualité d'employée. Cependant, son intégration en tant qu'entrepreneure ou chef d'entreprise, remonte seulement à quelques décennies seulement.

Aujourd'hui l'apport de l'entrepreneuriat féminin à l'échelle mondiale est de plus en plus valorisé, car il contribue à résoudre beaucoup de problèmes dans leurs sociétés. Elles contribuent à la lutte contre le chômage et à la sauvegarde du patrimoine et au développement de certaines activités menacées de disparaître.

En Algérie, dans le cadre du processus de développement économique et social initié par les pouvoirs publics, beaucoup d'efforts ont été consenti dans le domaine de la création d'emploi, notamment dans l'entrepreneuriat durant les deux dernières décennies. En effet, pour lutter contre le chômage par la création d'activités, tout un arsenal de dispositifs a été mis en place depuis

l'avènement de la libéralisation des prix et le passage de l'économie dirigée vers l'économie de marché en 1989, qui est en réalité imposés par deux organismes internationaux : la Banque Mondiale et le Fonds Monétaire International, suite aux difficultés financière rencontrées à cette époque par notre économie.

Ces dernières années, même si l'entrepreneuriat en Algérie a connu un essor non négligeable, grâce aux efforts consentis par les différents acteurs intervenant dans le domaine, l'entrepreneuriat féminin reste à la traîne. Selon l'Indice « Mastercard » de 2019, il y a seulement 7,3% du total des entreprises algériennes dont la propriété revient à la femme et d'après l'Office National des Statistiques (ONS), 50% des femmes entrepreneures sont des artisanes.

C'est dans ce contexte que nous envisageons de traiter la question relative au choix des secteurs par les femmes entrepreneures algériennes, à savoir. C'est pourquoi nous avons émis une hypothèse stipulant que, même si actuellement en Algérie aucun dispositif d'aides à la création d'entreprise n'est dédié exclusivement aux femmes, ces dernières ne rencontrent aucune difficulté d'ordre institutionnelle, qui pourrait les influencer quant au choix de leur secteur d'activité. Ces dernières sont donc considérées au même titre que les hommes.

Quant à la méthodologie adoptée, elle est basée sur une démarche quantitative. Pour ce faire, une enquête par questionnaire a été menée auprès d'un échantillon composé de femmes entrepreneures activant toutes dans les deux principaux secteurs fortement investis par les femmes en Algérie, à savoir les services et l'artisanat.

1- Revue de littérature

Dans la littérature économique existante, la thématique relative à l'entrepreneuriat féminin a fait l'objet de plusieurs études. Les thèmes abordés portent souvent sur : le financement ; l'accompagnement ; les contraintes et difficultés ; l'intention entrepreneuriale ; les facteurs de réussite ; la typologie des femmes entrepreneures.

La thématique de l'entrepreneuriat féminin peut-être structurée autour de trois thèmes : la première porte sur le profil de la femme entrepreneure le second aborde les caractéristiques des entreprises dirigées par les femmes et le troisième thème traite des attitudes et vécus des femmes entrepreneures. (Cornet et Constantinidis, 2004)

En outre, certains travaux ont mis l'accent sur le rôle économique et social de l'entrepreneuriat féminin (Sarr, 1999) d'autres se sont focalisés sur les

contraintes et les motivations des femmes entrepreneures dans certains pays (Hassine, 2016 ; Ramboarison-Lalao, 2015 ; Touissate et Azdimousa, 2021), d'autre encore se sont intéressés aux intentions et prédispositions des femmes à entreprendre (D'andria et Gabarret, 2016)

Quant au cas de l'Algérie, beaucoup de travaux portant sur l'entrepreneuriat féminin ont été réalisés durant ces deux dernières décennies. La revue de littérature fait état de diverses problématiques mais la plupart des travaux publiés traitent des obstacles vécus par les femmes entrepreneures.

Avant tout, il convient de souligner ici que l'Algérie est le 21ème pays au monde à faire une évaluation sur le développement de l'entrepreneuriat féminin selon la méthodologie de l'Organisation Internationale du Travail (OIT). Ce travail d'évaluation a été réalisé par le Centre de Recherche en Économie Appliquée et Développement (CREAD) sous l'égide de l'OIT en 2017. Selon les résultats de cette étude, l'entrepreneuriat féminin a connu une évolution globalement positive, même si sur certains aspects beaucoup d'insuffisances ont été constatées. C'est pourquoi, des recommandations ont été formulées pour en remédier et encourager davantage ce créneau tant considéré comme un des piliers de l'économie nationale.

Les autres travaux antérieurs sont majoritairement orientés vers le profil de la femme entrepreneure, les difficultés d'ordre sociodémographiques et économiques rencontrées par les entrepreneures (soit à la création de l'activité ou après), l'intention entrepreneuriale chez les femmes et enfin la relation entre les aides de l'État à la création d'entreprises et la dynamique de l'entrepreneuriat féminin (Bouhara & Bouzadi, 2021 ; Tahir Metaiche et Bendiabdellah, 2016).

2- Les principaux déterminants de l'entrepreneuriat féminin

Même si sur le plan démographique les femmes sont plus nombreuses que les hommes sur la planète, le pourcentage de femmes qui possèdent des entreprises reste toujours inférieur à celui des hommes. Aussi, les types d'entreprises et les modes de gestion des femmes sont souvent différents de ceux des hommes, sachant que le niveau de ces différences varie d'une région à une autre (Minniti, 2009).

L'entrepreneuriat féminin présente donc plusieurs caractéristiques distinctives et ses déterminants peuvent être regrouper en trois catégories : Dans la première catégorie, figure tous les facteurs démographiques et

subjectifs. Dans deuxième, on trouve tous les facteurs socioéconomiques. Enfin, la troisième catégorie regroupe tous les facteurs institutionnels (Hirmane, 2018).

Les facteurs démographiques portent sur toutes les caractéristiques individuelles relatives aux femmes entrepreneures : l'âge, la situation matrimoniale, le niveau d'étude, le diplôme obtenu, etc. Il convient de noter ici que les facteurs subjectifs, comme la perception de l'entrepreneuriat, peuvent être également intégrés dans cette catégorie. En ce qui concerne les facteurs socioéconomiques, ils portent sur la situation sociale et financière, l'entourage familial de la femme entrepreneure. Quant aux facteurs institutionnels, ils renvoient à l'ensemble des dispositifs d'aide à la création d'activités et à l'ensemble des textes et lois régissant l'activité entrepreneuriale.

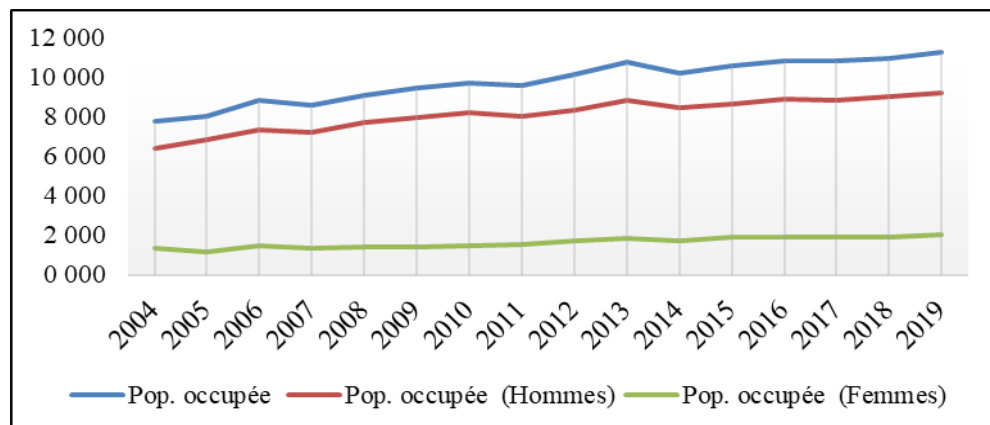
Il est important de mentionner ici que l'objet de notre étude ne consiste pas à établir une comparaison entre des espaces différents, mais plutôt de faire ressortir les facteurs qui déterminent l'entrepreneuriat féminin en Algérie.

3- Données sur l'entrepreneuriat féminin en Algérie

La problématique de l'entrepreneuriat des femmes en Algérie n'est pas considérée comme une activité spécifique, différente de celle des hommes. Au contraire, elle s'inscrit dans une logique globale portant sur l'amélioration du taux d'emploi et d'accroissement de l'investissement. Malgré cela, la présence de la femme sur le marché du travail et sa place dans le monde des affaires demeurent encore marginale. Les données statistiques de l'ONS de 2019 montrent que le taux d'activité des femmes correspond de 17,3%. A la même période, la population active féminine est estimée à 2 591 000 personnes, soit 20,4% de la population active totale.

En revanche, durant la période allant de 2004 à 2019, le rythme de l'évolution annuelle de l'emploi des femmes est plus nettement supérieur à celui des hommes. Le TCAM « Taux de Croissance Annuel Moyen » de la population occupée est estimé à 3,82% pour les femmes, contre 2,42% pour les hommes. Selon Tahir Metaiche et Bendiabdellah (2016), les femmes sont plus nombreuses à se lancer dans l'entrepreneuriat par nécessité par rapport aux hommes.

Figure numéro (01) : Évolution de la population occupée selon le sexe (2004-2019)



Source : Élaboré sur la base des données d'ONS (2019)

Les principaux facteurs explicatifs de cette évolution croissante de l'emploi féminin sont liés principalement aux mutations démographiques et socioculturels, notamment depuis les années 1990 comme déjà mentionnés par Benhabib et Adair (2017).

En parallèle à cette progression, le chômage des femmes ne cesse de s'aggraver au fil du temps. Durant la période considérée, le taux de chômage des femmes est passé de 18,1% en 2004 à 19,1% en 2010 pour s'établir à 20,4% en 2019. Cela montre à quel point le marché de l'emploi en Algérie ne réagit pas efficacement à la progression croissante de la demande féminine. L'emploi féminin en Algérie est concentré principalement dans quelques secteurs, tels que la santé et l'action sociale avec 45,1%, l'industrie manufacturière avec 18,9% et l'administration publique avec 13,9%. Il est fondamentalement urbain, diplômé et salarié, avec comme principal employeur l'État (ONS, 2019).

Les données de l'ONS et celles du CNRC « Centre National de Registre de Commerce » révèlent que la part de l'entrepreneuriat féminin en Algérie est nettement faible par rapport à celui des hommes, comme le montre le tableau ci-après.

Tableau numéro (01) : Répartition de la population occupée par sexe et par type d'emploi (en milliers)

Population occupée	Masculin	Féminin	Total	% femmes
Employeurs & indépendants	3 085	388	3 473	11,17 %
Salariés permanents	3 313	1 141	4 454	25,62 %
Salariés non permanents	2 694	480	3 174	15,12 %
Aides familiales	0 127	53	180	29,44 %
Total	9 219	2 062	11 281	18,28 %

Source : Établi sur la base des données de l'ONS (2019)

D'après le tableau ci-dessus, sur un total de 3473000 employeurs et indépendants estimés au niveau national, la part qui revient aux femmes est seulement de l'ordre de 11,17%.

En outre, selon le CNRC (2021), la part des femmes commerçantes en Algérie est inférieure à 10% sur un total de 2183389 de personnes commerçantes recensées au niveau national.

Tableau numéro (02) : Répartition des commerçants inscrits au RC à la fin de l'année 2021.

	Hommes	Femmes	Total	% femmes
Personnes Physiques	1 805 367	158 790	1 964 157	8,08 %
Personnes Morales	196 554	22 678	219 232	10,34%
Total	2 001 921	181 468	2 183 389	8,31 %

Source : : Établi sur la base des données du CNRC (2021)

L'entrepreneuriat féminin en Algérie a évolué dans un contexte économique, social et institutionnel défavorable. Les femmes sont souvent confrontées à des difficultés socioculturelles et financières les empêchant de créer leurs propres activités. C'est la raison pour laquelle elles préfèrent les emplois salariés, notamment dans le secteur public, que de s'engager dans l'activité entrepreneuriale.

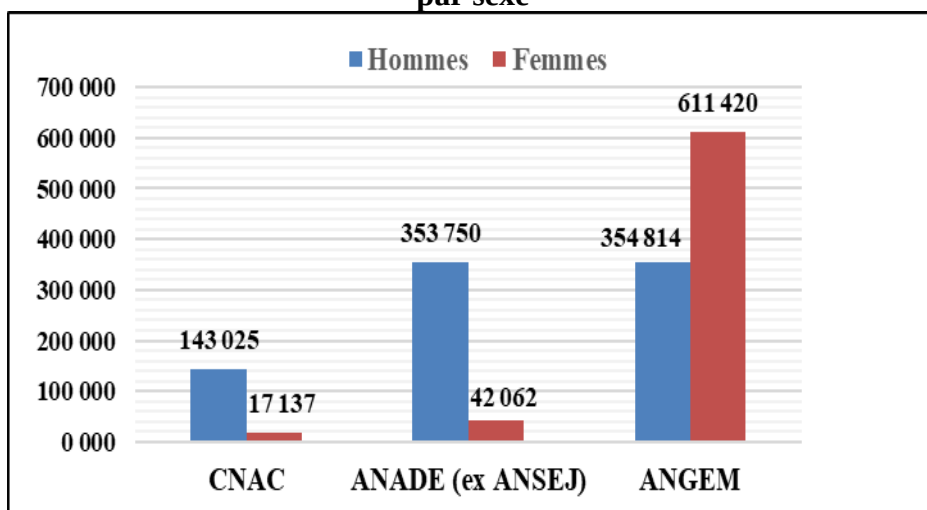
S'agissant de la répartition des femmes entrepreneures selon les dispositifs d'aide à la création d'entreprises, la figure n°2, montre que le l'ANGEM est dispositif le plus sollicité par la gent féminine. En effet, plus de 63% aides attribuées pas ce dispositif depuis sa création jusqu'au mois d'octobre 2022 sont destinés aux femmes, contre seulement 10,63% pour l'ex ANSEJ et 10,7% pour la CNAC. L'ANGEM est considéré donc, à travers sa formule

Les déterminants de la décision entrepreneuriale des femmes en Algérie : cas des secteurs de l'artisanat et des services.

/ KHAZNADJI Mohammed & ALOUACHE Ouarda & AIT TALEB Abdelhamid

de prêts non rémunérés (PNR), comme moyen de financement qui convient le plus aux femmes. Il y a de remarquer que les statistiques de cet organisme avancent l'écrasante majorité des petites activités financées sont concentrées dans trois secteurs d'activité (Très Petite Industrie, services et artisanat). Pour Abderrahmane et Imekhelaf, (2020), la réussite de ce dispositif est liée à la possibilité de concilier entre la vie professionnelle et la vie familiale.

Figure numéro (02) : Répartition des projets financés par dispositifs et par sexe



Source : Consolidée à partir des données du Ministère de l'Industrie (2022) et de l' ANGEM (2023)

En outre, comme l'indique le tableau 03 ci-après, aussi bien les données de l'ex ANSEJ que celles de la CNAC montrent que l'entrepreneuriat féminin en Algérie est concentré essentiellement dans quelques secteurs uniquement. En effet, sur le total des aides octroyées aux femmes par ces deux dispositifs, plus de 72% sont concentrées dans trois secteurs d'activités à savoir : les services, l'artisanat et l'industrie.

Cette concentration sectorielle de l'activité féminine est valable aussi pour les projets financés dans le cadre du dispositif ANGEM. Ainsi, selon les statistiques de cet organisme, 63,43% des prêts octroyés reviennent exclusivement aux femmes, dont 39,58% sont des très petites industrie, 19,78% relèvent des services et 17,62% de l'artisanat.

Tableau numéro (03) : Répartition des projets détenus par les femmes par dispositif et par secteur d'activités

Secteur d'activité	ANSEJ	CNAC	TOTAL	%
Agriculture	2781	2966	5747	9,71
Artisanat	7438	3748	11186	18,90
BTP	866	233	1099	1,86
Hydraulique	27	21	48	0,08
Industrie	4569	2860	7429	12,55
Maintenance	182	21	203	0,34
Pêche	17	3	20	0,03
Profession libérale	6097	875	6972	11,78
Services	18503	5602	24105	40,72
Transports	1581	702	2283	3,86
Total	42062	17137	59199	100,00

Source : Établi sur la base des données du Ministère de l'Industrie 2022

4- Enquête et méthodologie

Afin de collecter les données relatives à l'entrepreneuriat féminin en Algérie, une enquête par questionnaire a été réalisée auprès de 30 femmes entrepreneures activant dans deux principaux secteurs investis par les femmes à savoir : les services et l'artisanat. Le choix de l'échantillon est fait par la méthode non probabiliste dite au jugé. Comme la plupart des femmes interrogées ont certaines difficultés à renseigner seules le questionnaire remis au mains propres, nous étions dans l'obligation de les assister, ce qui nous a permis de collecter certaines informations intéressantes sur des éléments non intégrés initialement dans le questionnaire. Ces éléments portent surtout sur les difficultés rencontrées.

Le questionnaire est structuré selon la typologie relative aux déterminants de l'entrepreneuriat précédemment présentée. Pour faciliter le renseignement du questionnaire et le traitement statistique des données, nous avons opter dans la plupart des cas pour des questions fermées. Une fois les questionnaires renseignés sont récupérés et numérotés de 1 à 30, nous avons utilisé le logiciel « SPSS » pour l'opération de dépouillement ainsi que le traitement des données.

5- Résultats de l'enquête

Les deux approches d'analyse (unidimensionnelle et bidimensionnelle) des données, recueillies auprès des femmes sondées, ont abouti aux différents résultats suivants :

5-1- Principales caractéristiques des femmes interrogées

Comme le montrent les figures 3 et 4 ci-après, la majorité des femmes enquêtées ont un statut de mariées et sont âgées de 35 ans et plus. Ce résultat montre que les contraintes sociales pèsent encore sur la condition féminine en Algérie. Les perceptions sociales relatives au rôle de la femme dans la société ne sont pas toujours favorables, elles n'encouragent pas à son autonomisation.

Figure numéro (03) : Distribution des enquêtées selon l'âge

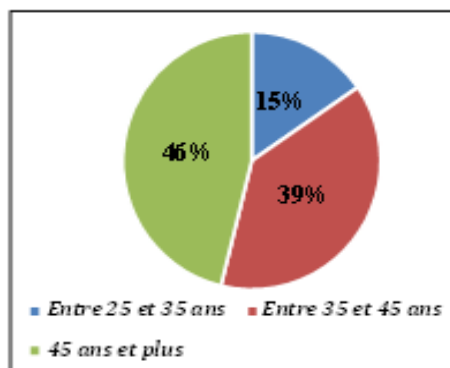
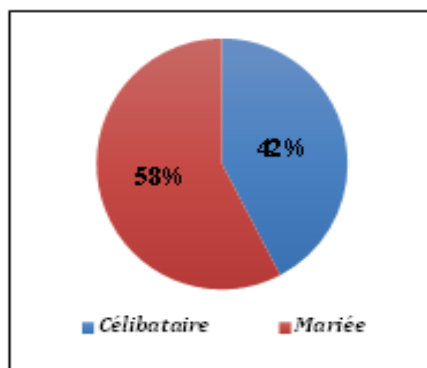


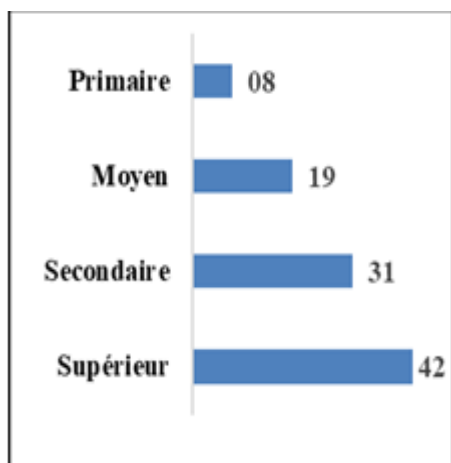
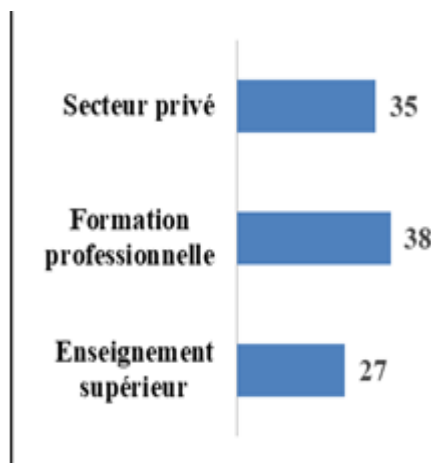
Figure numéro (04) : Distribution des enquêtées selon la situation matrimoniale



Source : réalisées à partir des résultats de notre enquête

Néanmoins, le diplôme le plus utilisé par ces femmes dans l'activité entrepreneuriale relève du secteur de la formation professionnelle, contrairement aux diplômes du secteur de l'enseignement supérieur qui occupe la part la plus faible.

En outre, d'après les deux figures ci-dessous, il ressort également que la majorité de ces femmes ont un niveau d'étude secondaire et plus.

Figure numéro (05) : Distribution des enquêtées selon le niveau d'études (en %)**Figure numéro (06) : Distribution des enquêtées selon le secteur du diplôme (en %)**

Source : Réalisées à partir des résultats de notre enquête

Les résultats de notre enquête montrent que l'artisanat est le secteur le plus investi par les femmes enquêtées avec un taux de 83,7%. Ce résultat ne reflète pas la réalité de l'entrepreneuriat féminin en Algérie, car l'échantillonnage utilisé ici est basé sur la méthode dite « au jugé ». Toutefois, le principal objet de notre étude est de déterminer les motivations du choix du secteur de l'artisanat et les contraintes rencontrées.

D'après nos entretiens avec les femmes durant l'enquête, l'activité artisanale risque de disparaître si les choses restent en l'état actuel, sans prendre des mesures appropriées. Il s'agit donc de mettre en place une stratégie pour garantir la pérennité du secteur, en investissant dans la formation pour assurer la relève dans les métiers de l'artisanat.

5-2- Emplois créés par les femmes sondées selon les dispositifs sollicités

Le tableau numéro 4, ci-après, indique que 63,33% des femmes enquêtées n'ont bénéficié d'aucun dispositif d'aide à la création d'entreprise. Cependant, pour le reste, l'ANGEM occupe la première position. Aussi, la grande partie des entreprises créées par les femmes sondées sont des TPE.

Tableau numéro (04) : Répartition des entrepreneures selon les emplois créés et le dispositif sollicité.

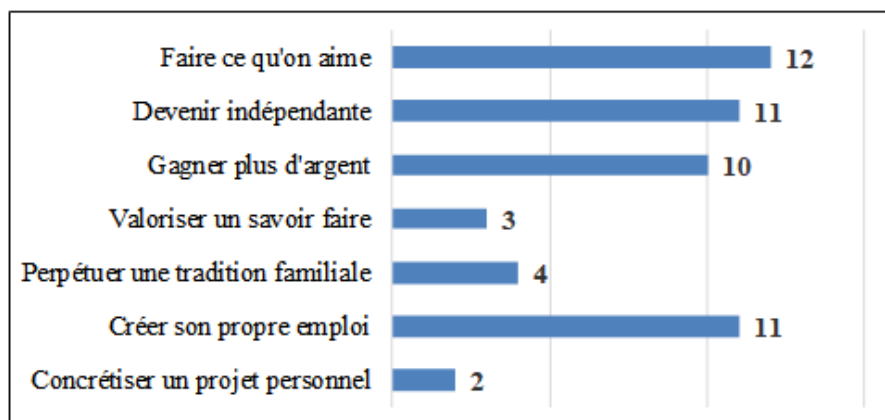
Nombre d'emplois	Dispositif d'aide publique sollicité				Total
	CNAC	ANGEM	ANSEJ	None	
Moins de 10 emplois	2	5	1	16	24
De 10 à 49 emplois	1	1	0	2	4
50 emplois et plus	0	1	0	1	2
Total	3	7	1	19	30

Source : Établi à partir des résultats de notre enquête.

5-3- Décision entrepreneuriale

Les motivations de la décision entrepreneuriale retenues ici sont obtenues en se référant à la littérature portant sur la question (Hirmane, 2018 ; Minniti, 2009).

Figure numéro (07) : Raisons de la décision entrepreneuriale des femmes sondées



Source : Conçue à partir des résultats de notre enquête

Il ressort clairement à travers la figure n°7 que les principales raisons évoquées par les femmes enquêtées, selon le degré d'importance, sont : l'amour du métier, la création de son propre emploi pour échapper au chômage et devenir indépendante, et aux motivations d'ordre financières. Il y a lieu de souligner que beaucoup de femmes, lors de l'enquête, ont déclaré avoir quitter leurs postes d'emplois en tant que salariés pour faire ce qu'elles aiment. À notre avis, ceci est dû généralement à la spécificité du secteur de

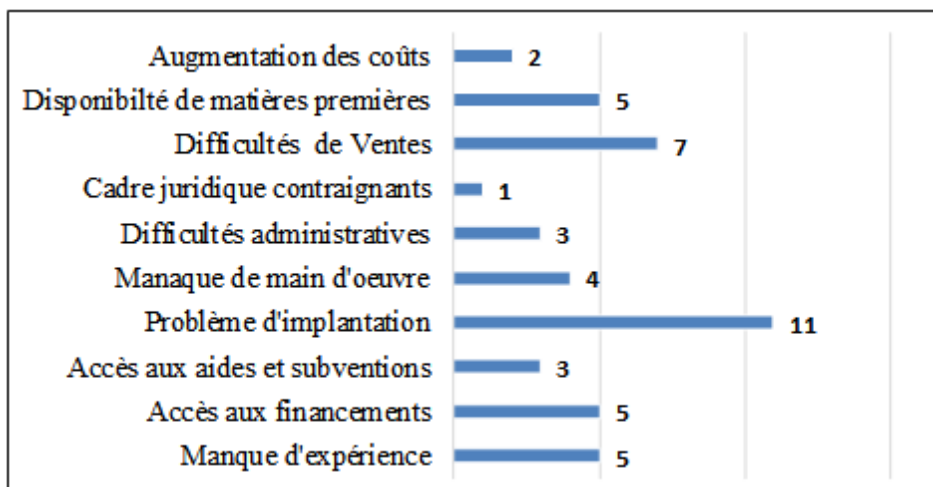
l'artisanat. En effet, pour beaucoup de femmes, l'artisanat est plus une passion qu'un métier. Ce constat est valable également pour les femmes qui cherchent à devenir indépendantes vis-à-vis de la famille.

Par ailleurs, les résultats de l'enquête montrent aussi que l'entrepreneuriat féminin est un entrepreneuriat de nécessité. En effet, étant donné que cette catégorie est très touchée par le chômage, la seule issue pour y échapper, est d'opter pour la création de sa propre activité, notamment pour le cas des femmes ayant un niveau d'étude universitaire.

5-3-Difficultés rencontrées

La promotion de l'entrepreneuriat féminin en Algérie se présente comme une opportunité d'impliquer davantage de femmes dans le développement économique. La faible participation de la femme à la dynamique de création d'entreprises est le résultat de différents obstacles. D'après les résultats de notre enquête sur la question, le problème d'implantation de l'entreprise est le plus avancé par les femmes interrogées. Vu les conditions financières limitées de ces femmes, souvent elles choisissent de s'implanter dans des zones où le loyer est modéré, mais moins fréquentées par les acheteurs. C'est pourquoi, elles sont souvent confrontées au problème de ventes. D'ailleurs, ce problème se situe en deuxième position d'après les déclarations des femmes interrogées. Il faut dire aussi que l'activité artisanale est stimulée par l'activité touristique, et il se trouve que depuis la crise du COVID19, le tourisme en Algérie a connu un recul considérable.

Figure numéro (08) : Difficultés rencontrées par les femmes enquêtées



Source : Conçue à partir des résultats de notre enquête

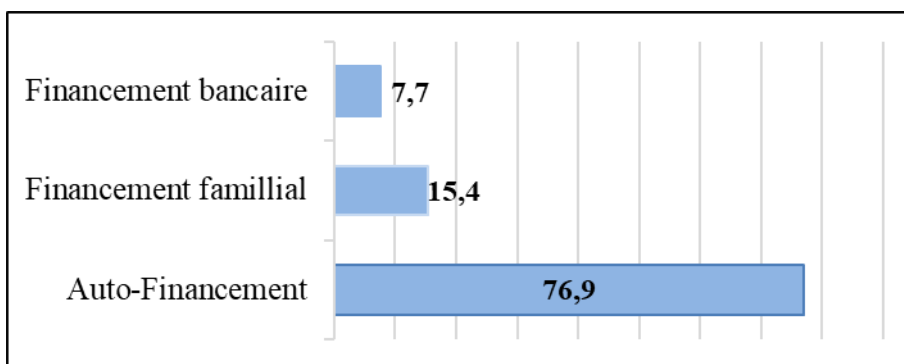
Les déterminants de la décision entrepreneuriale des femmes en Algérie : cas des secteurs de l'artisanat et des services.

/ KHAZNADJI Mohammed & ALOUACHE Ouarda & AIT TALEB Abdelhamid

Notre enquête révèle également que l'accès au financement, l'indisponibilité de matières premières et le manque d'expérience sont des problèmes récurrents auxquels sont confrontées une bonne partie des femmes interrogées. Il est à noter que ces trois problèmes ne sont pas spécifiques aux femmes, mais ils se manifestent davantage chez les femmes que chez les hommes.

En effet, selon nos entretiens avec ces femmes sondées lors de notre passage pour aider certaines parmi elles dans le renseignement du questionnaire, beaucoup d'entre elles ont manifesté leurs refus catégoriques quant au recours au financement bancaire à cause des considérations religieuses ou à cause des taux d'intérêt élevés. Ce qui a fait que seulement 7,7% des femmes enquêtées ont bénéficié d'un financement bancaire et l'écrasante majorité ont préféré l'autofinancement au moment de la création de leurs activités.

Figure numéro (09) : Distribution des femmes sondées selon le type de financement



Source : Conçue à partir des résultats de notre enquête

En outre, l'activité artisanale, notamment celle des femmes, nécessite le développement de plusieurs activités en amont. Toutefois, pour plusieurs métiers telles que la couture, la tapisserie, la vannerie sont peu développées voir même abandonnées, c'est pourquoi le problème de disponibilité de matières premières se pose avec acuité. Ajoutant à cela, problème des restrictions d'importation décidées par les pouvoirs publics qui pèse lourdement sur certaines activités artisanales.

S'agissant du problème d'expérience, il convient de souligner que plusieurs femmes ont déclaré ne pas avoir assez d'expérience en matière de

commercialisation, ce qui explique en partie les difficultés rencontrées pour écouler leurs produits sur le marché.

Conclusion

À l'issue de cette recherche, nous concluons que la place de la femme dans l'entrepreneuriat au niveau national reste très insuffisante. La femme algérienne, très présente dans la fonction publique, pour une multitude de raisons structurelles, évite de s'engager dans le monde des affaires. La plupart des travaux sur la question, évoquent comme principaux déterminants les facteurs d'ordre sociodémographiques, culturelles et institutionnelles.

Toutefois, suite aux différents changements multidimensionnels au niveau de notre société, la dynamique de création d'entreprises par les femmes, enregistre de plus en plus des évolutions remarquables.

Par ailleurs, l'entrepreneuriat féminin en Algérie concerne davantage les femmes mariées, âgées de plus de 35 ans, ayant un niveau d'instruction secondaire ou universitaire et disposant d'un diplôme obtenu principalement dans la formation professionnelle ou dans le secteur privé.

En outre, l'entrepreneuriat féminin s'oriente beaucoup plus vers des petites activités de services et d'artisanat. D'ailleurs, la formule la plus sollicitée par les femmes entrepreneures en Algérie est celle des petits prêts non rémunérés, proposée généralement par l'ANGEM qui limite leur engagement dans le monde des affaires.

S'agissant des motivations de la décision entrepreneuriale, l'amour du métier, la création de son propre emploi pour devenir indépendante d'un chef et avoir une indépendance financière vis-à-vis de sa famille, sont les principales raisons évoquées par les femmes enquêtées. Par contre, en ce qui concerne les difficultés rencontrées, ces femmes affirment que les principaux problèmes les plus récurrents dans l'exercice de leurs activités sont liés à l'implantation de l'activité, à la commercialisation, à l'accès aux financements bancaires et à la rareté de certaines matières premières. Toutefois, il convient de relativiser les résultats obtenus ici par rapport à la taille de l'échantillon utilisé.

À la lumière des constats issus de cette recherche, nous pouvons formuler quelques recommandations qui permettraient de créer un environnement plus favorable à l'entrepreneuriat féminin dans les deux secteurs d'activité en Algérie retenus dans ce travail :

D'abord, il est indispensable d'investir davantage dans l'éducation et la formation professionnelle des femmes, en mettant l'accent sur les compétences entrepreneuriales et de gestion d'entreprise.

Ensuite, il convient d'améliorer davantage l'accès aux financements, en diversifiant les sources et en mettant en place des mécanismes plus flexibles en tenant comptes caractéristiques de la femme algérienne.

Enfin, il convient également de mettre en place des programmes de soutien aux femmes entrepreneures afin qu'elles puissent surmonter les obstacles liés à la localisation de leurs entreprises et aux circuits de distribution de leurs produits. Il est en outre nécessaire de promouvoir une culture entrepreneuriale chez les femmes et œuvrer à changer les perceptions sociales sur le rang de la femme dans la société.

Bibliographie

1. Benhabib, L., & Adair, P. (2017). Inégalités et discrimination à l'embauche sur le marché du travail algérien. *Revue française d'économie*, 32(2), 107-134. <https://www.cairn.info/revue-francaise-d-economie-2017-2-page-107.htm>
2. Bouhara, K., & Bouzadi, S. (2021). Stimuler l'entrepreneuriat féminin en Algérie: Une étude exploratoire de la Caisse Nationale d'Assurance Chômage. 7(3). <https://www.asjp.cerist.dz/en/downArticle/196/7/3/170865>
3. CNRC. (2021). Le registre du commerce. Indicateurs & Statistiques. <https://sidjilcom.cnrc.dz/download#>
4. Cornet, A., & Constantinidis, C. (2004). Entreprendre au féminin. *Revue française de gestion*, 151(4), 191-204. <https://www.cairn.info/revue-francaise-de-gestion-2004-4-page-191.htm>
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. <https://www.cairn.info/revue-de-l-entrepreneuriat-2016-3-page-87.htm>
6. Durkheim, É. (1883). *De la division du travail social* (Vol. Livre 1) http://classiques.uqac.ca/classiques/Durkheim_emile/division_du_travail/division_travail_1.pdf
7. Habib, A. B., Merabet, A., Benachenhou, S. M., Grari, Y., Boudia, F., & Merabet, H. (2014). Les déterminants de l'intention entrepreneuriale

féminine en Algérie, cas des diplômées de l'enseignement supérieur. *les cahiers du cread*, 110, 75-99.

8. <https://www.ajol.info/index.php/cread/article/view/125612>

9. Hassine, A. B. H. (2016). L'entrepreneuriat féminin en Tunisie : indicateurs et déterminants de succès. *Revue Économie, Gestion et Société* (7).

10. Hirmane, M. (2018). L'analyse des déterminants de l'entrepreneuriat féminin au Maroc. *Revue Africaine de Management*, 3(2).

11. <https://revues.imist.ma/index.php/RAM/article/viewFile/11461/6837>

12. Minniti, M. (2009). Gender issues in entrepreneurship. *Foundations and Trends® in Entrepreneurship*, 5(7–8), 497-621.

13. <https://www.nowpublishers.com/article/Details/ENT-021>

14. OIT. (2017). *Évaluation nationale du développement de l'entrepreneuriat féminin en Algérie : situation et recommandations*.

15. https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_emp/---emp_ent/---ifp_seed/documents/instructionalmaterial/wcms_568885.pdf

16. ONS. (2019). Activité, emploi et chômage en mai 2019. 879. https://www.ons.dz/IMG/pdf/emploi_chom_mai_2019.pdf

17. Ramboarison-Lalao, L. (2015). Quels financements pour l'entrepreneuriat féminin à Madagascar? *Entreprendre Innover* (2), 35-48.

18. <https://www.cairn.info/revue-entreprendre-et-innover-2015-2-page-35.htm>

19. Sarr, F. (1999). *L'entrepreneuriat féminin au Sénégal : la transformation des rapports de pouvoirs*. L'Harmattan.

20. <https://www.erudit.org/fr/revues/rf/1999-v12-n2-rf1660/058060ar/>

21. Tahir Metaiche, F., & Bendiabdellah, A. (2016). Les femmes entrepreneures en Algérie : savoir, vouloir et pouvoir ! *Marché et organisations*, 26(2), 219-240. <https://doi.org/10.3917/maorg.026.0219>

22. Touissate, H., & Azdimousa, H. (2021). Les déterminants de l'entrepreneuriat féminin dans la région MENA : un cadre conceptuel. *Revue Internationale du Chercheur*, 2(2).

23.

<https://journals.indexcopernicus.com/api/file/viewByFileId/1237856.pdf>