

# **Ecole des Hautes Etudes Commerciales d'Alger**

# **HEC**

**Mémoire de fin de cycle pour l'obtention d'un diplôme de Master  
en sciences commerciales**

**Option : Affaires Internationales**

## **Thème**

Les Facteurs de Motivation pour les  
Femmes entrepreneures dans  
l'Artisanat en Algérie

**Etude de cas : ANART**

### **Elaboré par :**

Mlle. Mounia Hayet MEHDIOUI

### **Encadreur :**

Mme. Ourdia LAOUDJ

Maitre de conférences «A» à HEC

**3ième promotion**

**Juin 2016**



# **Ecole des Hautes Etudes Commerciales d'Alger**

# **HEC**

**Mémoire de fin de cycle pour l'obtention d'un diplôme de Master  
en sciences commerciales**

**Option : Affaires Internationales**

## **Thème**

Les Facteurs de Motivation pour les  
Femmes entrepreneures dans  
l'Artisanat en Algérie

**Etude de cas : ANART**

### **Elaboré par :**

Mlle. Mounia Hayet MEHDIOUI

### **Encadreur :**

Mme. Ourdia LAOUDJ

Maitre de conférences «A» à HEC

**3ième promotion**

**Juin 2016**

## ***Dédicace***

*C'est avec profonde gratitude et sincères mots, que je dédie cet événement  
marquent de ma vie :*

*A Allah le tout miséricordieux, a notre prophète Mohamed, trésor de la  
sagesse et de la science,*

*A la princesse qui m'a mis au monde BENDERADJI Hassina a cette  
source de tendresse, de patience et de générosité a cette véritable mère  
qui a su prendre soin de moi.*

*A mon père abdelhak, pour les sacrifices consentie pour ma scolarisation  
et son cœur ardent de me voir réussir dans la vie.*

*A ma rose de cœur ma chère sœur : Meriem*

*A mes deux petits frères Achraf et Amir*

*A la mémoire de ma chère grand-mère*

*A mes copines Hanane, mouna, sihem, choubela et bouchra.*

*Et à tous ceux qui mon aidé à réaliser ce travail  
De près ou de loin.*

***Mounia***

## ***Remercîment***

*Nous tenons à remercier en premier lieu « Allah » le tout puissant de nous avoir donné le courage et la volante d'accomplir ce modeste travail*

*On remercie Mme Ourdia LAOUDJ, notre encadreur, pour son appui, son aide et sa patience, son esprit critique et son soutien tout au long de la réalisation de cette recherche.*

*On tient à remercier aussi tous les responsables de l'ANART,  
Spécialement ceux de la direction de la promotion Mr Ben merabet pour sa prise de charge et les nombreux entretiens accordés.*

*Nos vifs remerciements à tous les enseignements de l'HEC*

***Mounia***

## Résumé :

De nombreuses études indiquent que les individus en général considèrent l'entrepreneuriat comme une activité masculine et le perçoivent comme un domaine réservé aux hommes. Jusqu'à les années 80, l'entrepreneuriat était réservé généralement aux hommes. Des contraintes culturelles, sociales, juridiques, politiques et économiques empêchaient les femmes d'investir des activités entrepreneuriales.

Tant l'entrepreneuriat lui-même que sa description (qualités managériales, fort engagement, prise de risque, orientation sur les performances et les résultats, indépendance, flexibilité) ne définissent pas cette activité comme « masculine »

Il existe bien des femmes Algériennes qui ont réussi à créer leurs entreprises, nous nous interrogerons sur les caractéristiques de ces femmes : leurs profils, les entraves qu'ils lui ont empêché à entreprendre et en fin les facteurs de motivation permettant la création de leur micro-entreprise.

Nous avons limité notre recherche sur les créatrices d'entreprise à l'aide de l'Agence Nationale de l'artisanat traditionnel ANART. C'est pour cela nous avons présenté la structure de cette dernière.

Cette étude est soutenue par un questionnaire administré auprès de trente (30) femmes artisanes créatrices de leur propre micro-entreprise.

Nos principaux résultats indiquent que la femme entrepreneure s'investit énormément dans les secteurs de : «l'artisanat », son niveau le plus marqué est le niveau «moyen et expérience professionnelle ». Les entraves à l'entrepreneuriat féminin dans le secteur de l'artisanat renvoient, au poids des charges fiscales, à la difficulté d'accès à la formation et au financement ainsi qu'à l'intégration de réseaux entrepreneuriaux, et notamment la conciliation vie privée-vie familiale qui semble être au cœur de ces entraves. Elles sont motivées par la volonté d'Indépendance et l'autonomie pour la création d'entreprise. Elles sont se d'érigées vers l'ANART cette dernière bénéficie d'un rôle consultatif et fédérateur de l'ensemble des artisans.

## **Abstract:**

Many studies indicate that people generally consider entrepreneurship as a male activity and perceive it as a male domain.

Until the 80s, entrepreneurship was generally reserved for men. Cultural constraints, social, legal, political and economic prevented women to invest in entrepreneurial activities

As entrepreneurship itself and its description (management skills, strong commitment, risk-taking, focus on performance and results, independence, flexibility) do not define this activity as "masculine"

There are many Algerian women who have successfully established their businesses; we will examine the characteristics of these women: their profiles, barriers that have prevented them to begin and end the motivations for creating their micro -business.

We limited our research on corporate creative with the National Agency of traditional crafts ANART. That is why we presented the structure of the latter.

This study is supported by a questionnaire administered to thirty (30) creative craftswomen of their own micro- enterprise.

Our main results indicate that the woman entrepreneur is investing heavily in the areas of «craft», its most pronounced level is "medium and professional experience." Barriers to female entrepreneurship in the craft sector refers to the weight of the tax burden, the difficulty of access to training and funding and the integration of business networks, including life balance private family life seems to be at the heart of these barriers. They are motivated by the desire to Independence and autonomy for entrepreneurship. They are built to the ANART of this last benefit of an advisory and coordinating role of all craftsmen.

### **Liste des tableaux :**

| <b>Numéro</b> | <b>Titre</b>                                                                                           | <b>Page</b> |
|---------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|
| <b>I-1</b>    | Synthèse des différentes approches descriptives de l'entrepreneur                                      | <b>10</b>   |
| <b>I-2</b>    | les comportements de l'entrepreneur et l'administrateur                                                | <b>13</b>   |
| <b>I-3</b>    | Les différentes formes de l'entrepreneuriat                                                            | <b>17</b>   |
| <b>I-4</b>    | nombres d'immatriculations                                                                             | <b>20</b>   |
| <b>I-5</b>    | Le Taux d'activité au Maroc                                                                            | <b>20</b>   |
| <b>I-6</b>    | Le Taux d'emploi au Maroc                                                                              | <b>20</b>   |
| <b>I-7</b>    | Type de formation                                                                                      | <b>21</b>   |
| <b>I-8</b>    | Principales difficultés rencontrées par les femmes chefs d'entreprises au démarrage de leurs activités | <b>23</b>   |
| <b>I-9</b>    | % des femmes dans la population « en milliers »                                                        | <b>25</b>   |
| <b>I-10</b>   | % de taux d'activité des femmes tunisiennes                                                            | <b>25</b>   |
| <b>I-11</b>   | Taux d'emploi en Tunisie                                                                               | <b>25</b>   |
| <b>I-12</b>   | % du Chômage en Tunisie                                                                                | <b>25</b>   |
| <b>II-1</b>   | le nombre des femmes entrepreneures par dispositif (2011)                                              | <b>35</b>   |
| <b>II-2</b>   | le triple rôle de chacun de genre                                                                      | <b>37</b>   |
| <b>II-3</b>   | Synthèse des principales études sur les motivations propre aux femmes :                                | <b>47</b>   |
| <b>III-1</b>  | Tableau récapitulatif de l'enquête                                                                     | <b>60</b>   |
| <b>III-2</b>  | l'âge des femmes artisanes                                                                             | <b>65</b>   |
| <b>III-3</b>  | Le niveau d'étude des femmes artisanes.                                                                | <b>66</b>   |
| <b>III-4</b>  | Définition du métier entrepreneur selon les femmes artisanes questionnées                              | <b>69</b>   |
| <b>III-5</b>  | Les problèmes rencontrés lors et après la création de l'entreprise                                     | <b>71</b>   |

### **Liste des figures :**

| <b>Numéro</b> | <b>Titre</b>                                                                                                                           | <b>Page</b> |
|---------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|
| <b>I-1</b>    | L'évolution de l'emploi féminin en Algérie                                                                                             |             |
| <b>III-1</b>  | la répartition des femmes artisanes selon la variable d'âge.                                                                           | <b>65</b>   |
| <b>III-2</b>  | la répartition de l'échantillon selon le niveau d'instruction.                                                                         | <b>66</b>   |
| <b>III-3</b>  | répartition des artisanes selon la situation patrimoniale.                                                                             | <b>67</b>   |
| <b>III-4</b>  | La répartition de la source de la capitale au départ par les femmes artisanes.                                                         | <b>67</b>   |
| <b>III-5</b>  | Répartition des femmes selon l'aide de l'Etat dans leur domaine d'artisanat.                                                           | <b>68</b>   |
| <b>III-6</b>  | Répartition des femmes artisanes formés et non formés.                                                                                 | <b>68</b>   |
| <b>III-7</b>  | Répartition selon la définition du mot entrepreneur                                                                                    | <b>69</b>   |
| <b>III-8</b>  | les renseignements concernant les produits de t'artisanat traditionnel                                                                 | <b>70</b>   |
| <b>III-9</b>  | la nature des produits exposés                                                                                                         | <b>70</b>   |
| <b>III-10</b> | l'idée de création                                                                                                                     | <b>71</b>   |
| <b>III-11</b> | Le degré d'influence leurs entourage                                                                                                   | <b>72</b>   |
| <b>III-12</b> | la répartition des facteurs de motivation permettant la création des entreprises artisanales par des femmes entrepreneures en Algérie. | <b>73</b>   |

### **Liste des abréviations :**

| <b>Abréviations</b> | <b>Significations</b>                                               |
|---------------------|---------------------------------------------------------------------|
| <b>A.N.A.R.T</b>    | Agence Nationale de l'Artisanat Traditionnel                        |
| <b>A.N.E.M</b>      | Agence Nationale de l'Emploi                                        |
| <b>A.N.S.E.J</b>    | Agence Nationale de Soutien à l'Emploi des Jeunes                   |
| <b>A.N.G.E.M</b>    | Agence Nationale de Gestion des Microcrédits                        |
| <b>B.I.T</b>        | Bureau International du Travail                                     |
| <b>C.N.A.C</b>      | Caisse Nationale d'Allocation au Chômage                            |
| <b>F.A.O</b>        | Organisation des nations unies pour l'alimentation et l'agriculture |
| <b>N.T.I.C</b>      | Les notions de technologies de l'information et de la communication |

# Sommaire

|                                                                                                                                                           |           |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>Introduction générale :</b> .....                                                                                                                      | <b>1</b>  |
| <br><b><u>Chapitre premier</u> : Généralités sur le champ de l’entrepreneuriat.....</b>                                                                   | <b>7</b>  |
| <b>Section 1</b> : Le concept de l’entrepreneuriat.....                                                                                                   | <b>8</b>  |
| <b>Section 2</b> : l’entrepreneuriat féminin dans le contexte mondial.....                                                                                | <b>19</b> |
| <br><b><u>Chapitre deuxième</u> : l’entrepreneuriat féminin dans le secteur de l’artisanat en Algérie.....</b>                                            | <b>30</b> |
| <b>Section 1</b> : Elément de définition de « l’entrepreneuriat féminin ».....                                                                            | <b>31</b> |
| <b>Section 2</b> : Les femmes entrepreneures algériennes dans le secteur de l’artisanat .....                                                             | <b>39</b> |
| <br><b><u>Chapitre troisième</u> : Les facteurs de motivation permettant la création des entreprises artisanales par le genre féminin en Algérie.....</b> | <b>53</b> |
| <b>Section 1</b> : présentation de l’organisme d’accueil « Agence Nationale de l’Artisanat Traditionnel ».....                                            | <b>54</b> |
| <b>Section 2</b> : la méthodologie de l’enquête qualitative.....                                                                                          | <b>58</b> |
| <b>Section 3</b> : la méthodologie de l’enquête par sondage auprès des femmes artisanes.....                                                              | <b>64</b> |
| <br><b>Conclusion générale .....</b>                                                                                                                      | <b>79</b> |
| <b>Bibliographie.</b>                                                                                                                                     |           |
| <b>Annexes.</b>                                                                                                                                           |           |

# **Introduction générale**

**Introduction générale :**

De puis les années 80, le taux de participation des femmes entrepreneures dans le secteur de l'artisanat ont une tendance à la hausse partout dans le monde notamment aux Maroc, Tunisie et d'autre pays asiatiques tels que la chine l'inde et la Malaisie.

La femme a toujours participé à la création de la richesse : elle a cultivé de blé, fabriqué les produits traditionnels (poterie, bois, etc.), les vêtements et d'autre produits pour les vendre sur le marché. Sa participation dans la création de la richesse ne se limite pas à la contribution physique. Ses qualifications et compétences lui ont permis de travailler au sein des entreprises, d'occuper des postes de responsabilité hiérarchique et de diriger des entreprises.

L'entrepreneuriat féminin définit comme la création et le développement d'entreprises par les femmes, la capacité de la femme entrepreneure dépend de sa personnalité de ses ambitions, motivations, formations, compétences, profil psychologique et enfin de son environnement socioculturel.

L'Algérie apparait riche d'une tradition multiséculaire et toujours vivace dans les domaines de l'artisanat et d'art. Enracinés dans des pratiques transmises de génération en génération, sous la férule de maitres d'art au sein de petits ateliers, ces métiers sont au cœur de toutes les cultures d'hier comme d'aujourd'hui.

Ces dernières années, l'Algérie a bien compris ce concept, Les efforts consentis pour développer le secteur de l'artisanat sont prouvés par la mis en place d'un ministère délégué chargé de l'artisanat et des métiers. La participation à l'écoulement de la production artisanale et à sa promotion tant au niveau national qu'international, s'est concrétisé à traves la mis en œuvre de toute mesure de nature à promouvoir et développer les activités de l'artisanat traditionnel et d'art d'une part et la promotion socioprofessionnelle des artisans d'autre part.

Le secteur de l'artisanat en Algérie, demeure aujourd'hui un moteur de développement socioéconomique et culturel, Comptant plus de 1 million d'emploi et des milliers d'ateliers créés dans le secteur de l'artisanat jusqu'à l'année 2015, aujourd'hui l'artisanat offre des solutions à la crise sociale pour faire face à la crise énergétique en Algérie. Les actions de réhabilitation des centaines de métiers existants dans le domaine de l'artisanat, et de revalorisation du patrimoine algérien, conduisent à des emplois.

De ce fait l'agence nationale de l'artisanat traditionnel, en tant que structure d'encadrement et d'organisation des actions promotionnelles au niveau local et international, a pour but de promouvoir, d'animer, d'orienter et de développer l'artisanat traditionnel et d'art à travers l'écoute des artisans pour recenser les préoccupations, les contraintes et les difficultés du secteur de l'artisanat et les soumettre aux instances concernées.

Notre recherche s'inscrit dans le cadre de développer la connaissance sur les aspirations des femmes entrepreneures dans le secteur de l'artisanat qui cherchent bravement la croissance.

Plusieurs raisons ont été derrière notre volonté de choisir ce thème :

- ✓ L'entrepreneuriat féminin en Algérie est un sujet d'actualité d'une importance capitale car de nos jours la création d'entreprise est abordée comme un moyen de renforcement de la concurrence à l'échelle nationale qu'internationale et elle représente un moyen de lutte contre le chômage et un moyen de création d'emplois.
- ✓ Les études au sein de notre école HEC ont permis de cimenter dans nos esprits en tant qu'étudiantes cette culture d'entreprendre.
- ✓ Le peu d'études dédiées au champ entrepreneurial en Algérie de façon général, et les micro-entreprises créées par les femmes algériennes dans le secteur de l'artisanat en particulier, vue la richesse dégagée par cette pratique qui représente un mécanisme de lutte contre le chômage et un moyen d'affronter la concurrence et le développement économique.
- ✓ Nous avons étudié « l'entrepreneuriat » en deuxième année master comme un module, et l'entrepreneuriat féminin en tant qu'une forme d'entrepreneuriat nous a attiré.
- ✓ Comprendre et détecter les principales difficultés qui se cachent derrière l'acte entrepreneurial des femmes ainsi que les motivations perçues lors et après la création de leurs entreprises s'avère importante à fin d'avoir une image plus claire pour les futures créatrices d'entreprise.

C'est pour cette raison, qu'il nous a paru intéressant dans le cadre de notre mémoire de fin de cycle d'étudier les facteurs de motivation pour les femmes entrepreneures dans l'artisanat en Algérie.

A cet égard, la problématique de notre recherche s'articule autour de la question principale suivante : **Quels sont les facteurs de motivation permettant la création des entreprises artisanales par les femmes Algériennes en Algérie ?**

De cette problématique découle les questions secondaires suivantes :

- Question 1 : quel est le profil des entreprises créées par les femmes entrepreneurs Algériennes ?
- Question 2 : existe-il une discrimination socioculturelle qui freine le développement de l'entrepreneuriat féminin ?
- Question 3 : quelles sont ses contraintes et ses motivations qu'elle rencontre la femme artisanne lors et après la création de son entreprise ?

Pour répondre à ces questions nous avons jugé utile de proposer les hypothèses suivantes :

H1 : Le profil des entreprises créées par les femmes entrepreneurs algérienne comprend : artisanat.

H2 : La discrimination socioculturelle ne freine pas le développement de l'entrepreneuriat féminin.

H3 : Les obstacles rencontrés par la femme artisanne en tant qu'entrepreneur Algérienne sont :

Niveau d'instruction, religion, sa vie privée ...

Notre travail de recherche apportera des réponses aux questions posées, des données statistiques chiffrées actuelles sur le phénomène de l'entrepreneuriat féminin dans le domaine de l'artisanat en Algérie.

Dans notre recherche, nous avons opté une démarche méthodologique qui se résume comme suit :

- Une recherche documentaire pour comprendre et décrire l'aspect théorique relatif au terme « entrepreneuriat », « entrepreneuriat féminin » et « artisanat en Algérie ».
- Une enquête sur terrain auprès des cinq (5) femmes artisanes qui ont réussi à créer leur micro-entreprise.

Les moyens utilisés pour l'élaboration de ce travail sont multiples et variés. Il s'agit d'ouvrages se rapportant à tout ce qu'il touche de près ou de loin l'entrepreneuriat, les rapports et travaux universitaires, différents sites web, document interne de l'entreprise, ainsi que les différents documents rapportant à notre sujet tels que articles, archives, conférence.

Pour explicité le sujet de notre travail, nous avons structuré notre mémoire de fin de cycle autour de trois chapitre «théorique et pratique»

- Le premier chapitre sera consacré à l'approche théorique du terme «entrepreneuriat» en générale et « l'entrepreneuriat féminin dans le contexte mondial ».
- Le deuxième chapitre concernera les concepts de définition de « l'entrepreneuriat féminin » et «Les femmes entrepreneures algériennes dans le secteur de l'artisanat».
- Le troisième et le dernier chapitre comprendra la présentation de l'Agence Nationale de l'Artisanat Traditionnel, son statut et sa mission ainsi la présentation de notre enquête, ses résultats et leurs interprétations et enfin les éléments de vérification de nos hypothèses.

# Chapitre : I

### **Introduction du chapitre :**

Avant de traiter de l'entrepreneuriat féminin, on doit tout d'abord connaître l'entrepreneuriat en générale et de l'entrepreneur comme acteur principal.

Le premier chapitre de notre travail a pour objet de préciser dans sa première section le positionnement théorique de notre recherche dans le plan entrepreneurial, de donner un éclairage à travers les définitions des concepts de l'entrepreneuriat, les écoles entrepreneuriales, les pratiques entrepreneuriales, et les formes de l'entrepreneuriat. Ces points sont abordés à la première section. Notre préparation répond de l'approche et de définition de concept d'entrepreneuriat afin de le situer dans la construction théorique. Concernant la seconde section nous abordons l'entrepreneuriat dans le contexte mondial, on a pris l'exemple du Maroc, Tunisie et Québec. Ainsi que les raisons poussant les femmes à entreprendre.

## Section1 : Le concept de l'entrepreneuriat :

Dans cette section, nous exposons une revue concernant certains éléments pour comprendre le phénomène entrepreneurial en générale.

### Sous-section 1 : Définition de l'entrepreneuriat :

Nombreux sont les chercheurs ayant défini ce concept, chacun à sa manière et chacun le renvoyait à plusieurs autres termes. Les concepts les plus souvent évoqués sont le concept d'entrepreneur et le concept de création d'entreprise, donc l'acteur et l'action.

Partant du fait que nombreux sont les chercheurs ayant mis l'accent sur la description de l'entrepreneur soit à travers ses caractéristiques, soit à travers ses comportements comme le souligne **L.J.Fillion** qui définit « *l'entrepreneuriat comme état le champ qui étudie la pratique des entrepreneurs : les activités, leurs caractéristiques, les effets économiques et sociaux de leur comportements ainsi que les modes de soutien qui leur sont apportés pour faciliter l'expression d'activités entrepreneuriales* »<sup>1</sup>.

Pour sa part, **Hemandez** souligne que « *l'entrepreneur est le sujet, l'acteur, et la création d'entreprise, le résultat de son action. Ainsi, l'entrepreneuriat ne peut-il être défini qu'en faisant référence à l'entrepreneur* »<sup>2</sup>.

Donc l'entrepreneuriat = entrepreneur (sujet) + acte entrepreneurial (souvent création d'entreprise).

Jusqu'ici, nous comprenons que le phénomène entrepreneurial comporte un individu appelé entrepreneur part d'une idée qu'il développera en une opportunité d'affaire et qui se transformera au fil du temps en une organisation. Donc, ce phénomène représente un processus soit un ensemble d'étapes qui s'enchainent afin d'aboutir à un résultat.

Durant ce processus, nous y trouvons un important nombre d'intervenants et surtout plusieurs tâches à accomplir de la part de l'entrepreneur. Ce dernier aura à développer son esprit d'entreprise qui par définition veut dire selon **Schaan** : « *L'esprit d'entreprise c'est*

---

<sup>1</sup> FILION (Louis Jack) : « *le champ de l'entrepreneuriat : historique, évolution, tendances* », revue internationale PME, vol 10 n°02,1997, p.129.

<sup>2</sup> HEMANDEZ, *Le processus entrepreneurial*, vers un modèle stratégique d'entrepreneuriat, édition L'Harmattan, 1999, p.17.

*générer les innovations a avoir la volonté de les voir aboutir »*<sup>3</sup> ainsi, en exerçant cette activité, l'individu aura à innover, à créer une activité nouvelle, un produit ou un service nouveau ou différent mais l'innovation peut être une simple modification de l'existant, c'est aussi pour nous la manière d'aborder notre activité, la manière de concevoir ou de présenter notre produit ou service.

**Béranger, Chabbal et D'ambrine** proposent une définition de l'entrepreneuriat centrés sur la création et le développement d'activités : « *Entrepreneuriat : comme beaucoup de disciplines qui forment une activité professionnelle clairement identifiée (médecine, chimie, etc.), l'entrepreneuriat se définit de deux manières :*

- *En tant qu'activité : ensemble des activités et démarches qu'implique la création et le développement d'une entreprise, en plus généralement la création d'activité*
- *En tant que discipline universitaire : discipline qui décrit l'environnement et le processus de création de la richesse et de construction sociale, à partir d'une prise de risque individuelle.»*<sup>4</sup>.

**A.FAOLLE** dans une étude qu'il a réalisé en 1991, il tente de donner une définition plus complète en termes de situations : « *L'entrepreneuriat peut être définie, simplement, par des situations particulière, créatrices de richesses économiques et sociales, caractérisées par un degré élevé d'incertitude, donc l'existence de risques, dans lesquelles des individus sont impliqués très fortement et doivent développer des comportement basés notamment sur l'acceptation du changement et des risques associés, la prise d'initiative et le fonctionnement autonome».*<sup>5</sup>

En effet, l'entrepreneuriat est cette capacité de valoriser une idée et la rendre créatrice de richesses au sein d'un environnement réceptif et qui est habilité à se développer tout en prenant des risques. Ainsi, la notion de risque est fortement engagée dans l'activité entrepreneuriale. Pour Knight et Drucker « *l'entrepreneuriat consiste à prendre des risques »*<sup>6</sup>.

---

<sup>3</sup> SCHAAN. (Jean-Louis) : «*l'esprit d'entreprise*», édition Johnlibbeyeurotext collerions actualité scientifique, paris, 1993, p.112.

<sup>4</sup> FAYOLLE, (Alain) : le métier de créateur d'entreprise, éditions d'Organisations, 2003, p.14.

<sup>5</sup> Ibid., p.15.

<sup>6</sup> Drucker (Peter) : les entrepreneurs, éditions lattés, paris, 1985, p.244.

L'entrepreneuriat est une action qui tourne autour de l'organisation pas seulement le concept de création d'entreprise mais aussi franchise, essaimage et reprise d'entreprise.

**Sous-section 2 : Les écoles entrepreneuriales :**

Le tableau ci-dessous, inspiré d'Ouédraogo (1999), nous dresse la synthèse des différentes approches descriptives de l'entrepreneur.

**Tableau N°I-1: Synthèse des différentes approches descriptives de l'entrepreneur**

| Ecoles de pensée                                   | Objet                                                                                                                                   | Postulat                                                                                                              | Comportements et compétences                                               | Phase ou étape concernée           |
|----------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------|------------------------------------|
| <b>L'école du "grand personnage"</b>               | L'entrepreneur a une aptitude intuitive (un sixième sens. Ses qualités sont innées (il est né avec)                                     | Sans cette intuition innée, l'entrepreneur ressemblerait au commun des mortels                                        | Intuition, vigueur, persévérance, et estime de soi.                        | Phase de création.                 |
| <b>L'école des caractéristiques psychologiques</b> | Les entrepreneurs ont des valeurs, des attitudes et des besoins singuliers qui guident leurs comportements                              | Les gens se comportent conformément à leurs valeurs. Le comportement résulte des tentatives de satisfaire les besoins | Valeurs personnelles, prise de risques, besoin d'accomplissement et autres | Phase de création.                 |
| <b>L'école classique</b>                           | La caractéristique principale du comportement entrepreneurial est l'innovation.                                                         | Le processus est l'aspect le plus important. La propriété de l'entreprise est moins importante.                       | Innovation, créativité et invention                                        | Phase de création et de décollage. |
| <b>L'école du Management</b>                       | Les entrepreneurs sont des organisateurs d'entités économiques. Ce sont des gens qui gèrent, organisent et qui en assument les risques. | Les entrepreneurs peuvent être formés aux fonctions techniques du management.                                         | Planification, gestion des hommes, budgétisation, etc.                     | Phase de décollage et maturité.    |
| <b>L'école du Leadership</b>                       | Les entrepreneurs ne sont que des leaders. Ils ont une aptitude à adapter leur style aux besoins des gens qu'ils dirigent.              | Un entrepreneur ne peut réaliser ses objectifs tout seul ; il dépend des autres.                                      | Motivation, conduite et gestion des hommes.                                | Phase de décollage et maturité.    |
| <b>L'école de l'intrapreneurship</b>               | Les compétences entrepreneuriales peuvent être utiles dans des grandes organisations complexes.                                         | L'activité entrepreneuriale contribue à la construction de l'organisation.                                            | Aptitude à exploiter les opportunités, prise de décision                   | Phase de maturité.                 |

**Source :** DIALLA, (Basga Emile) : « *les fondements de l'entrepreneuriat en Burkina Faso* », Document de Travail du Centre d'Analyse des Politiques Economiques et Sociales, DT-CAPES N° 16, 2004.

**§1:L'école du «Grand personnage» :**

Selon A. Marshall : « *des fréquences biographiques d'entrepreneurs soulignent la capacité instinctive de ces hommes, hors du commun à reconnaître des opportunités inaccessibles à la majorité d'entre nous et à prendre les bonnes décisions* »<sup>7</sup>

Pour cette école, la réussite des entrepreneurs est décrite par :

- Leur degré d'indépendance ;
- Le niveau élevé de leur vigueur, leur persistance, leur « self esteem » et la confiance en soi-même ;
- Aussi elle revient à leur faculté intuitive à détecter les opportunités d'affaires qu'on ne peut pas voir.

Dans l'école du « *grand personnage* », l'entrepreneur est vu comme « *l'élite des affaires* », qui peut grâce à ses capacités particulières et son sixième sens, réaliser des actions particulières innovantes et créatrices de richesse.

**§2:L'école des caractéristiques psychologiques (traits de personnalité) :**

Elle décrit les caractéristiques uniques de l'entrepreneur, ses études, ses besoins, ses valeurs individuelles et personnelles qui sont les pionniers de sa réussite : « *l'optimisme, l'atypisme, la flexibilité, la persévérance, la tolérance, l'ambiguïté, la confiance en soi, l'implication à long terme, le lieu de contrôle interne, l'auto-efficacité et la prise de risque* »<sup>8</sup>

D'après J.Barton Cunningham et Joe Lischeron en 1991, y a trois caractéristiques principales<sup>9</sup> :

- Les valeurs personnelles telles que l'honnêteté, le devoir et la responsabilité ;
- La propension à prendre des risques ;
- La nécessité de réalisation

---

<sup>7</sup> BOUDRAA (Hayat) : *Entrepreneuriat féminin*, Mémoire de master en management, Ecole Supérieure de Commerce ESC Alger, 2014, P.7.

<sup>8</sup> FAYOLLE, (A) et DEGEORGE, (J.M) : *dynamique entrepreneuriale : le comportement de l'entrepreneur*, édition Boeck, mai 2012, paris, p.26.

<sup>9</sup> CUNNINGHAM, (Barton) and LISCHERON, (Joe) : *Defining entrepreneurship*, Journal of small Business management, Vol 29, n°1, January 1991.

Les investigations de ce courant théorique ont consisté à approfondir la connaissance de « *l'entrepreneur* », en cherchant s'il se différencie, et si oui, en quoi, des autres acteurs de la vie économique..... Ont été ainsi testés les pistes des « *traits* » suivants :

- **Le besoin d'accomplissement** : les entrepreneurs étant supposés faire preuve de plus de constance et de persévérance dans leur efforts que la moyenne ;
- **La confiance en soi et le « locus of control »** : qui, formulé de façon paradoxale, réfère à la tendance d'un individu à vouloir être maître de son destin en attribuant les événements soit aux fruits de forces plutôt intérieures telles que le travail, la compétence,..., soit aux aléas de l'environnement dans une attitude plus fataliste ;
- **L'aversion pour le risque** : les entrepreneurs étant censés être moins marqués que la moyenne par ce trait ;
- **Le goût pour l'indépendance et l'autonomie** : à l'origine de bien de décisions de devenir entrepreneur<sup>10</sup>.

### **§3:L'école classique :**

Au même titre que ses qualités particulières, des compétences sont aussi reconnues à l'entrepreneur dans l'école classique qui est principalement : l'innovation et l'identification des opportunités d'affaires.

### **§4:L'école du management :**

Cette école met l'accent sur la différence entre l'entrepreneur et l'administrateur : « *l'entrepreneur est vu comme un agent qui est à la poursuite et concrétisation d'opportunité d'affaire et qui a un comportement qui s'oppose à celui d'un simple administrateur* »<sup>11</sup>.

---

<sup>10</sup> VERSTRAETE, (Thierry) et SAPORTA, (Bentrand) : Création d'entreprise et entrepreneuriat, édition d'ADREG, collection « De la Recherche à la Pédagogie », janvier 2006, p.91.

<sup>11</sup> BERRZZIGA, (Amina) : l'entrepreneuriat en Algérie : réalités et perspectives, thèse de doctorat en sciences de gestion, ESC, Alger, 2014, p.45.

Cette différence est montrée par les cinq dimensions clés suivantes :

**Tableau N°I-2 : les comportements de l'entrepreneur et l'administrateur**

|                                                        | <b>L'entrepreneur</b>                                                                                                                                    | <b>L'administrateur</b>                                                                                                                        |
|--------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>L'orientation stratégique</b>                       | Stimulé par toute opportunité d'affaires                                                                                                                 | Guidé principalement par le contrôle des ressources                                                                                            |
| <b>Le délai de réaction vis-à-vis des opportunités</b> | Extrêmement court → l'entrepreneurs très orienté vers l'action                                                                                           | Très important → la recherche permanente d'une réduction des risques                                                                           |
| <b>L'investissement en ressources</b>                  | Utilise d'une façon optimale les ressources qu'il a pu réunir, dans un processus comprenant de nombreuses étapes avec des risques minimaux à chaque fois | Utilise une seule étape, un investissement global correspondant à l'ensemble des ressources nécessaires à la transformation de l'opportunité   |
| <b>Le contrôle des ressources</b>                      | Utilise ponctuellement avec beaucoup de flexibilité des ressources, qui en règle générale ne lui appartiennent pas                                       | Pour des raisons de coordination des activités et d'efficacité, est propriétaire des ressources utiles (humaines, matérielles, financière,...) |
| <b>La structure de l'entreprise</b>                    | Met en place des structures horizontales avec de nombreux réseaux informels                                                                              | S'appuie sur une structure très hiérarchisé et beaucoup plus bureaucratique                                                                    |

**Source :** BERRZZIGA, (Amina) : l'entrepreneuriat, module, ESC Alger, 2015, p.12.

⇒ Ainsi, la différence s'articule autour de la poursuite de nouvelles opportunités d'affaires et de la manière de la poursuivre en matière de temps et de ressources et qui va se matérialiser en une forme d'organisation soit de structure d'entreprise.

#### **§5: L'école du leadership :**

L'école admet qu'un entrepreneur est un « *leader of people* » qui a comme mission la motivation, la direction et la gestion d'un groupe. il doit être capable de définir une vision, attirer les gens à se tenir autour de cette vision et de la transformer en réalité.<sup>12</sup>

#### **§6: L'école du leadership :**

Elle encourage le développement des comportements entrepreneuriaux, qui peuvent être individuels ou collectifs, au sein des entreprises existantes<sup>13</sup>. Tout comme l'entrepreneur, le but de l'intrapreneur est de saisir une opportunité d'affaires, élaborer et implanter une innovation : la conception d'un nouveau produit/service, conquête de nouveaux marchés ou la

<sup>12</sup> BOUDRAA (Hayat) : Entrepreneuriat féminin, Op.cit., p.8.

<sup>13</sup> Ibid., p.8.

mise au point de nouvelle pratique, créer de nouvelles activités ou unités (services, départements, filiales,...). Ces nouvelles activités sont décidées par un processus émergent et non pas de manière hiérarchique et descendante.

### **Sous-section 3 : Les pratiques entrepreneuriales :**

Contrairement à un bon nombre de chercheurs limitant l'idée de l'entrepreneuriat à la création d'entreprises (Gartner, 1989; 1990)<sup>14</sup>.

Et en essayant de donner une liste assez complète des situations entrepreneuriales, **A. Fayolle** révèle les pratiques suivantes :

#### **§1: Création d'entreprise ex nihilo (en reproduisant, imitant ou en innovant) :**

*Ex nihilo* est une expression latine signifiant « à partir de rien ». Créer une entreprise quand rien n'existe n'est pas une situation facile. Il faudra du temps pour arriver à implanter son produit dans un marché. Par voie de conséquence, il faudra soigneusement dimensionner les besoins financiers et obtenir les ressources suffisantes. La création ex-nihilo exige beaucoup de travail, de rigueur et de ténacité. Par ailleurs les risques doivent être particulièrement bien évalués.<sup>15</sup>

La création d'une nouvelle entreprise peut concerner les petites et micro-entreprises, le travail indépendant, les PME, les grandes entreprises...<sup>16</sup>

#### **§2: Création d'entreprise par essaimage ou Spin-off:**

Créer une entreprise quand on est encore salarié et avec l'aide de son entreprise est certainement une démarche plus facile. Les grandes entreprises proposent des mesures et des dispositifs destinés à inciter et à accompagner leurs salariés dans des créations d'entreprise. Les projets peuvent être variés et concerner la création d'un commerce ou d'une entreprise industrielle, mais l'accompagnement (matériel, intellectuel, commercial et financier) d'une entreprise peut être de nature de réduire le niveau de risque de l'entrepreneur.<sup>17</sup>

---

<sup>14</sup> Institut de la Statistique du Québec : *La mesure de l'entrepreneuriat*, rapport 2010, p.25.

<sup>15</sup> [http://www.foad-mooc.auf.org/IMG/Chapitre\\_1\\_module\\_1.pdf](http://www.foad-mooc.auf.org/IMG/Chapitre_1_module_1.pdf) (consulté le 28 mars 2016)

<sup>16</sup> Support pédagogique du module culture Entrepreneurial, Université de Sfax, Version 1.2 – Septembre 2008, p.13.

<sup>17</sup> Ibid., p.13.

### §3 : Création d'entreprise en franchise :

Elle met en relation un *franchiseur*, entreprise qui souhaite se développer en utilisant cette modalité, et un *franchisé*, individu qui veut créer une entreprise en appliquant une formule. Ce type de création consiste à imiter un fonctionnement qui existe dans un contexte géographique donné. La création en franchise bénéficie également d'un accompagnement important, mais payant, de la part du franchiseur. Elle peut permettre à celui qui n'a pas d'idées propres ou qui n'a pas une capacité à innover de réaliser son objectif de création d'entreprise.

### §4: Reprise d'entreprise :

La reprise d'entreprise est définie par Fayolle (2004) comme étant « une situation qui relève de l'esprit d'entreprendre et qui appartient au champ de l'entrepreneuriat...un processus par lequel une personne physique ou morale, le repreneur, acquiert la propriété d'une entreprise ou d'une activité existante et occupe les fonctions de direction générale »<sup>18</sup>. Le repreneur s'appuie sur des données qui la décrit dans son présent, son histoire, sa structure et son fonctionnement, donc dans ces conditions l'incertitude est généralement moindre et les niveaux de risque beaucoup plus faibles.

Nous avons deux cas :

- a. **La reprise d'entreprise ou d'activité en bonne santé** : le prix de marché de ce type d'entreprise est élevé, il faut disposer de ressources financières importantes et avoir de bonnes compétences et de l'expérience en management.
- b. **La reprise d'entreprise ou d'activité en difficulté** : le prix d'acquisition de ces entreprises est sans commune mesure avec celui des précédentes, elles nécessitent une très forte recapitalisation financière. Reprendre une entreprise en crise nécessite une bonne connaissance de situations de crise.

### §5: Entrepreneuriat :

« L'intrapreneuriat est le processus par lequel un individu (ou un groupe d'individus), en association avec une organisation existante, crée une nouvelle organisation ou génère le renouvellement ou l'innovation au sein de cette organisation. » (P. Sharma et J.-J. Chrisman,

---

<sup>18</sup> Support pédagogique du module culture Entrepreneurial, Op.cit., p.14.

1999)<sup>19</sup>. Tout simplement c'est la création d'activités, le développement de produits nouveaux, la direction de centres de profit, dans des entreprises existantes :

C'est Pinchot (1985) qui est le premier qui a introduit le mot « *intrapreneuriat* » Pour lui, l'intrapreneuriat revient à entreprendre dans une structure existante en développant des pratiques et comportements entrepreneuriaux à l'intérieur d'une grande entreprise.

Le personnage-clé de ce phénomène est l'Intrapreneur. Drucker (1985) est l'une des premiers à observer cette tendance: « *Today's businesses, especially the large ones, simply will not survive in this period of rapid change and innovation unless they acquire entrepreneurial competence* ». <sup>20</sup>

### §6: Externalisation:

Consiste à sortir une ou des activités hors de l'organisation qui les gèrent auparavant, ce sont des activités connexes à son métier de base. La firme doit se focaliser sur ce qu'elle sait faire le mieux et sortir des activités non stratégiques et/ou proposées dans des meilleures conditions à l'extérieur où peut disposer d'un réseau de structures autonomes qu'elle fidélise soit en tant que client, soit en tant que fournisseurs, et en prenant éventuellement une part dans leur capital fondé sur la recherche d'une réduction de coûts, d'une meilleure maîtrise des budgets des fonctions externalisées<sup>21</sup>.

**Tableau N° I-3 : Les différentes formes de l'entrepreneuriat**

| Formes entrepreneuriales          | Définitions                                                                                                                                                                 | Sources                                        |
|-----------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------|
| <b>Création pure d'entreprise</b> | Une création est dite pure si l'activité exercée ne constitue pas la poursuite d'une activité de même type exercée antérieurement au même endroit par une autre entreprise. | Counot et Mulic (2004)                         |
| <b>Essaimage</b>                  | Pratique par laquelle une entreprise favorise le départ de certains de ses salariés et les aide à créer leur propre entreprise.                                             | Office québécois de la langue française (2007) |
| <b>Reprise d'entreprise</b>       | Achat, donation ou héritage d'une entreprise déjà existante.                                                                                                                | Counot et Mulic (2004)                         |
| <b>Développement</b>              | Nouveaux débouchés commerciaux (produits, services,                                                                                                                         | OCDE (1998)                                    |

<sup>19</sup> Ibid., p.14.

<sup>20</sup> Support pédagogique du module culture Entrepreneurial, Op.cit., p.14.

<sup>21</sup> VERSTRAETE, (Thierry) : histoire d'entreprendre, les réalités de l'entrepreneuriat, édition management et société, Op.cit., p.173.

|                                       |                                                                                                                                                                                    |                                          |
|---------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------|
| <b>et croissance d'une entreprise</b> | procédés) ou mise en application de meilleurs moyens de répondre à la demande du moment.                                                                                           |                                          |
| <b>Intrapreneuriat</b>                | Conception de nouveaux projets ou de nouvelles activités ou développement des activités actuelles, à partir d'une entreprise existante, quelle que soit la taille de l'entreprise. | Carrier (2008)<br>Dumais et coll. (2005) |

**Source :** Institut de la Statistique du Québec : *La mesure de l'entrepreneuriat*, Op.cit.

#### **Sous-section 4 : Les formes de l'entrepreneuriat :**

Différentes formes d'entrepreneuriat peuvent être observées au sein d'une société, cela dépend de plusieurs facteurs : degré du développement du pays, culture, tradition, religions...néanmoins, ils existent des formes connues qu'on revoit souvent comme l'entrepreneuriat collectif, l'entrepreneuriat solidaire, l'entrepreneuriat féminin et l'entrepreneuriat immigré.

##### **§1: L'entrepreneuriat individuel :**

L'entrepreneuriat individuel prend la forme individuelle, c'est lancer seule sa propre entreprise.

##### **§2 :L'entrepreneuriat collectif :**

Plusieurs auteurs affirment que l'acte d'entreprendre est un acte collectif. L'entrepreneuriat collectif c'est une activité réalisée par une équipe dans un projet entrepreneurial.

##### **§3 : L'entrepreneuriat social ou solidaire :**

De nombreuses initiatives locales dont le but est de contribuer au renforcement de la cohésion sociale à travers l'entrepreneuriat solidaire qui vont actuellement le jouer en plaçant toute leur solidarité au sein de leurs actions. Elles constituent la nouvelle économie sociale ou économie solidaire.

L'économie solidaire, dont les statuts de ses acteurs sont véritables, correspond à des entreprises qui associent la viabilité économique et l'utilité sociale dans leurs activités.

L'entrepreneuriat en économie solidaire se caractérise par la primauté de la dimension sociale. L'entrepreneuriat en ce genre agit la plupart du temps dans l'intérêt de la collectivité.

Elle a un esprit d'initiative remarquable le conduit à jouer un rôle de citoyen actif dans la société.

#### **§4 : L'entrepreneuriat immigré :**

L'immigration peut être définie comme le mouvement d'individus comptabilisés à l'entrée d'un lieu, d'un pays. Elle s'applique surtout aux étrangers entrant pour une longue durée dans un pays qui n'est pas le leur ; éventuellement en accord avec ce pays d'entrée. Ce concept ne doit pas être confondu avec l'émigration qui elle, comptabilise le mouvement d'individus à la sortie d'un lieu, d'un pays<sup>22</sup>.

L'entrepreneuriat immigré est l'exploitation des opportunités par des individus dans un pays qui n'est pas le leurs.

#### **§5 : L'entrepreneuriat féminin :**

Dans nos jours, on observe un nombre important de femmes qui entreprennent. Ce constat n'est pas le même que par le passé. Plusieurs études ont été menées pour comprendre la particularité de l'entrepreneuriat féminin dans des contextes différents.

L'entrepreneuriat féminin se caractérise comme l'entrepreneuriat masculin, collectif ou immigré par sa finalité : création d'une entreprise qui génère des profits, des emplois, des richesses et profite des opportunités d'affaires. Mais elle se caractérise par des spécificités particulières, il existe aussi certaines différences entre l'entrepreneur et son homologue masculin.<sup>23</sup>

---

<sup>22</sup> AMARA, (Siham) et BARA (Manel) : L'entrepreneuriat Féminin en Algérie, Etude de cas : la dispersion de la femme entrepreneure Algérienne, mémoire de Master en Economie Appliquée et Prospective, ECOLE NATIONALE SUPERIEURE DE STATISTIQUE ET D'ECONOMIE APPLIQUEE. (E.N.S.S.E.A), 2015, p.10.

<sup>23</sup> Ibid., p.10.

**Section 2 : l'entrepreneuriat féminin dans le contexte mondial :**

Notre recherche est effectuée sur des pays voisins et développés afin de mieux saisir le phénomène entrepreneuriale féminin.

**Sous-section 1 :L'entrepreneuriat féminin au Maroc :**

D'après l'article de : Revisita International de Cultures&Literatures « *L'entrepreneuriat féminin au Maroc* » il apparaît que :

Au cours de ces dernières années, nous assistons à un développement du nombre des entreprises créées par les 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. Le nombre de femmes entrepreneurs marocaines, qui possèdent ou dirigent une société, dépasse les 6.000 femmes, représentant environ 11% du total des entreprises marocaines.

La présente intervention vise à dresser un état des lieux de l'entrepreneuriat au féminin au Maroc ainsi que ses réalités, à travers la description des caractéristiques des femmes propriétaires dirigeantes ainsi que de leurs entreprises. Un tel constat soulève des questions intéressantes au regard des politiques d'accompagnements et de soutien proposées par l'Etat et par le tissu associatif.

Les femmes chefs d'entreprises jouent un rôle primordial dans l'économie marocaine mais souffrent d'un nombre important d'obstacles dont elles doivent faire face avec courage, tout au long de leur parcours. Parmi lesquels, nous citons les difficultés d'accès au marché, au financement, le manque des compétences techniques, contraintes culturelles....qui freinent le succès des femmes dans la conduite de leurs affaires.

## §1 : Secteurs d'activité des entreprises féminines immatriculées :

Tableau N° I-4: nombres d'immatriculations :

| Nombres d'immatriculations                                                                                                                        | 2005  | 2006  | 2007  | 2008   | 2009  | Total  |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|-------|-------|--------|-------|--------|
| Nombre de personnes morales immatriculées au cours de l'année                                                                                     | 13445 | 18742 | 25380 | 271755 | 27021 | 111763 |
| Nombre de personnes morales immatriculées au cours de l'année et dont au moins l'un des associés est une femme                                    | 2717  | 4117  | 4116  | 4908   | 4408  | 20266  |
| Nombre de personnes morales immatriculées au cours de l'année et dont au moins l'un des représentants (gérant, administrateur, ...) est une femme | 1953  | 3008  | 3778  | 4128   | 3970  | 16837  |
| % d'entreprises féminines immatriculées                                                                                                           | 35%   | 38%   | 31%   | 33%    | 31%   | 33%    |

**Source :** Guide d'appui au développement de l'entrepreneuriat féminin au Maghreb, étude N° 23, Association des Femmes Cheffes d'Entreprise du Maroc AFEM, septembre 2010.

⇒ Selon le tableau, le taux des entreprises féminines immatriculées est constant. Il est environ de 33% du total des entreprises immatriculées au cours des années 2005 jusqu'à 2009.

Tableau N° I-5 : Le Taux d'activité au Maroc:

| Taux d'activité | 2005  | 2006  | 2007  | 2008  | 2009  |
|-----------------|-------|-------|-------|-------|-------|
| Maroc           | 52,1% | 51,3% | 51%   | 50,6% | 49,9% |
| Féminin         | 27,9% | 27,1% | 27,1% | 26,6% | 25,8% |

**Source :** Office Marocain pour la Protection Industrielle et Commerciale (OMPIC)

Tableau N° I-6 : Le Taux d'emploi au Maroc :

| Pays  | sexe     | 2004  | 2005  | 2006  | 2007  |
|-------|----------|-------|-------|-------|-------|
| Maroc | masculin | 72,2% | 72,6% | 72,9% | 72,8% |
| Maroc | Féminin  | 27,7% | 27,4% | 27,1% | 27,2% |

**Source :** Haut commissariat au plan

En tenant compte l'étude de Rachdi FatimaZahra<sup>24</sup>. Le Maroc est le pays Africain subsaharien dont les femmes entrepreneurs sont peu nombreuses. A cause du poids de l'informel, la réalité de la dynamique entrepreneuriale féminine est masquée derrière la

<sup>24</sup> Rachdi (F) : *L'entrepreneuriat féminin au Maroc* : une étude exploratoire, l'internationalisation des PME et ses conséquences sur les stratégies entrepreneuriales, Haute école de gestion fribourg, Suisse. Octobre page .13.

proportion de 10%. La définition de l'entrepreneuriat féminin dépend grandement de la reconnaissance des secteurs et activités économiques dans lesquels les femmes s'investissent, Certains ne considèrent que les entreprises du secteur formel, ce qui limite considérablement le nombre des femmes qui peuvent être considérées comme entrepreneurs.

La femme entrepreneur marocaine est soit un travailleur indépendant ou un employeur <sup>25</sup>:

- **L'employeur** : il dispose d'au moins un salarié, le taux de la féminisation de cette catégorie n'est que de 4,2% du total des employeurs dans le milieu urbain.
- **Le travailleur indépendant** : il travaille au sein de sa propre entreprise sans salarié, le taux de féminisation de cette catégorie atteint 15,3% de la population féminine active .La grande majorité de cette catégorie exerce dans le secteur artisanal, suivi de l'industrie et de l'agriculture.

Une enquête quantitative a été administré au près de 579 femmes propriétaires dirigeantes, cette études a permis d'avoir une description de l'entrepreneuriat féminin au Maroc, l'étude a assuré une couverture sectorielle « *industrie, commerce et distribution, finances* » et géographique « *Casablanca, Rabat, Fés/Meknès, Agadir/Laayoune, Tanger/Tétouan, Oujda et Marrakech* »

D'après les résultats de l'enquête le profile de la femme Marocaine a été déterminé comme suit :

- **L'Age** : la tendance d'âge des femmes entrepreneurs au Maroc est entre 35 et 44 ans, une tendance qui est presque similaire à celle des femmes dirigeantes des entreprises.
- **La formation** : les créatrices étaient titulaires d'un diplôme de niveau Bac + 2, Un diplôme Bac+4 ou au moins une formation universitaire.

**Tableau N° I-7: Type de formation.**

| Effectif                       | 2003-04 | 2004-05 | 2005-06 | 2006-07 |
|--------------------------------|---------|---------|---------|---------|
| Professionnelle                | 15068   | 14230   | 13544   | 14316   |
| Spécialisation (public)        | 5788    | 2887    | 2696    | 2677    |
| Qualification (public)         | 4529    | 4187    | 3461    | 3572    |
| Technicien (public)            | 3314    | 4589    | 4505    | 4590    |
| Technicien spécialisé (public) | 1437    | 2567    | 2882    | 3277    |

**Source** : Ministère de l'emploi et de la formation professionnelle- Département de la formation professionnelle

<sup>25</sup><http://www.amappe.ma/padef/entrepreneuriat.htm> (Consulté le 30/03/2016 à 23 : 30)

- **Situation familiale :** au Maroc généralement les femmes sont mariées (71%), les femmes créatrices et chefs d'entreprises ont dans leur très grande majorité des enfants à charge (77%), les plus souvent 1 à 2 enfants (51%).
- **L'expérience :** Au Maroc, les femmes créatrices et chefs d'entreprises ont dans leur très large majorité une expérience professionnelle antérieure.
- Le plus souvent dans l'entreprise privée (plus que 50%), où elles occupaient des postes d'encadrement ou de direction,
- Une proportion non négligeable de femmes chefs d'entreprises ont créé leurs entreprises, juste après la fin de leurs études.

Ainsi le profil des entreprises créées ou dirigées par les femmes au Maroc est comme suit :

- ✓ **La taille :** Plus que les deux tiers des entreprises créées et gérées par des femmes marocaines emploient moins de 20 salariés, avec un peu moins de la moitié des effectifs employés de sexe féminin. Ainsi on est majoritairement devant le cas de la TPE et PME, ce qui correspond à la réalité économique marocaine touchée de plus de 90% de PME.
- ✓ **L'âge :** plus 60% des entreprises créées par des femmes ont moins de 10 ans et près de 40% d'entre elles ont moins de 5 ans.
- ✓ **Les formes juridiques :** 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 secteur d'activité :** l'enquête a résolu que 70,3% dans les services personnels à 60% dans la santé et l'action sociale, à 41,7% dans le commerce de détail, à 38,7% dans l'industrie de l'habillement, à 37,7% dans les hôtels-restaurants et à 35,6% dans l'éducation.
- ✓ **L'étendue de l'activité :** une activité locale 31%, une activité nationale 47%, une activité internationale non négligeable 22%.

## §2 : Les freins auxquels font face les femmes entrepreneurs au Maroc :

Les femmes rencontrent des obstacles qu'elles doivent dépasser pour mener à bien leurs entreprises, parmi lesquels on peut citer d'après l'étude exploratoire de Fatima Rachdi:

- La discrimination systémique inhérente à leur condition de femme
- Un difficile accès au financement et des conditions de crédits très peu avantageuses.

- la crédibilité de ces femmes est souvent mise à l'épreuve à l'extérieur de leur entreprise lors des relations avec les institutions ou certains partenaires.
- Le problème de la formation.

Le tableau qui suit résume d'une manière générale les obstacles rencontrés par les femmes entrepreneurs Marocaines<sup>26</sup> :

**Tableau N° I-8: Principales difficultés rencontrées par les femmes chefs d'entreprises au démarrage de leurs activités**

| <b>Principales difficultés</b>                                                | <b>pourcentage</b> |
|-------------------------------------------------------------------------------|--------------------|
| Problèmes administratifs (autorisation, lenteur des procédures etc.)          | 37%                |
| Problèmes d'accès au financement des projets                                  | 28%                |
| Problèmes liés à la disponibilité des ressources humaines qualifiées          | 17%                |
| Problèmes liés à des contraintes d'ordre social et à la condition de la femme | 9%                 |
| Problèmes liés au manque d'orientation et de conseil pour les entrepreneurs   | 7%                 |
| Problèmes liés au foncier                                                     | 7%                 |
| Problèmes de disponibilité de l'information                                   | 5%                 |
| Problèmes avec les fournisseurs                                               | 4%                 |
| Problèmes d'évaluation de la faisabilité du projet                            | 4%                 |

**Source** : L'entrepreneuriat féminin au Maroc : une étude exploratoire

En conclusion il a apparait claire que les femmes chefs d'entreprise au Maroc souffrent souvent d'un manque de compétences techniques et de connaissances en matière de gestion, d'où la faiblesse de leur productivité et de leur compétitivité. Les contraintes culturelles constituent aussi un obstacle supplémentaire qui freine le succès des femmes dans la conduite de leurs affaires.

<sup>26</sup> Rachdi (F) : l'entrepreneuriat féminin au Maroc, Op.cit. p.15.

**Sous-section 2 : L'entrepreneuriat féminin en Tunisie :**

La participation de la femme tunisienne à la vie économique en Tunisie, a connu un développement rapide au cours des trente dernières années. Ainsi, la chambre des femmes chefs d'entreprises qui comptait au début de sa création moins de 200 adhérentes, en compte aujourd'hui plus de 18 000 femmes. Bien entendu, les femmes gérant d'une part des entreprises employant plus d'une centaine de personnes et d'autre part des femmes ayant des micro-entreprises de deux personnes.

Les résultats d'une étude administrée sur un échantillon de 197 en 2008 par le Centre de la femme Arabe pour la formation et la recherche (CAWTAR) et la société Financière Internationale « SFI » sont menés à :<sup>27</sup>

- Plus de 37,06% des femmes ont créé leurs entreprises depuis environ 5ans, et 63% dont elles sont âgées moins de 44ans.
- secteurs d'activités : 41% dans les services (commerciaux et personnels), 25% dans l'industrie des biens non durables (alimentaire, habillement, textile) et 22% dans le commerce de gros ou de détail, 10.66% opèrent dans le secteur de l'artisanat.
- (73.60%) ont démarré leur activité toutes seules et 55% d'entre elles détiennent 100% du capital de l'entreprise.
- La plus part des femmes entrepreneurs tunisiennes ont une association avec leurs époux (18.78%), leurs parents (14.72%) et avec d'autres membres de leur famille (9.14%).
- Pour les Tunisiennes à travers le commerce international ou l'exploitation de nouvelles niches. qu'il est important d'accéder à de nouveaux marchés,
- Les femmes tunisiennes accordent une importance à la formation et à l'assistance technique, afin d'acquérir des compétences en terme de gestion d'entreprise.

---

<sup>27</sup>AMARA, (Siham) et BARA (Manel) : *L'entrepreneuriat féminin en Algérie*, Etude de cas : La Dispersion De La Femmes Entrepreneure Algérienne, Op.cit., p.21.

### §1 : Les agrégats économiques et socio en Tunisie :

#### ➤ Structure de la population :

**Tableau N I-9: % des femmes dans la population « en milliers »**

| Structure de la population | 2006  | 2007 | 2008 | 2009 |
|----------------------------|-------|------|------|------|
| Féminine pour              | 49,9% | 50%  | 50%  | --   |
| Masculine                  | 50,1% | 50%  | 50%  | --   |

**Source :** Institut National de la statistique-Tunisie-

#### ➤ Taux d'activité :

**Tableau N° I-10 : % de taux d'activité des femmes tunisiennes.**

| Structure de la population | 2006  | 2007  | 2008  | 2009  |
|----------------------------|-------|-------|-------|-------|
| Féminin                    | 24,4% | 24,5% | 24,7% | 24,8% |
| Masculin                   | 67,3% | 67,7% | 68%   | 68,7% |

**Source :** Institut nationale de la statistique -Tunisie- Enquête Nationale sur l'Emploi (1999, 2005, 2006,2007, 2008)

#### ➤ Emploi :

**Tableau N° I- 11 : Taux d'emploi en Tunisie.**

| Pays    | sexe     | 2004  | 2005  | 2006  | 2007  | 2008  |
|---------|----------|-------|-------|-------|-------|-------|
| Tunisie | Masculin | 74,3% | 74,4% | 73,8% | 73,9% | 74,1% |
| Tunisie | Féminin  | 25,7% | 25,6% | 26,2% | 26,1% | 25,9% |

**Source :** Ministère de la Formation Professionnelle et de l'Emploi/ INS (Recensement Général de la Population et de l'Habitat (1984, 1994, 2004) / Enquête Nationale sur l'Emploi (1999, 2005, 2006, 2007,2008)

#### ➤ Taux de chômage :

**Tableau N° I-12:% du Chômage en Tunisie :**

| Taux de chômage | 2005   | 2006  | 2007  | 2008  | 2009 |
|-----------------|--------|-------|-------|-------|------|
| Féminin         | 17, 3% | 17,3% | 17,8% | 18,6% | --   |
| Masculin        | 13,1%  | 13,2% | 12,8% | --    | --   |

**Source :** Institut nationale de la statistique -Tunisie- Enquête Nationale sur l'Emploi (1999,2005, 2006,2007, 2008)

**Sous-section 3 : L'entrepreneuriat féminin au Québec :**

Depuis le début des années 2000, les femmes entrepreneures sont de plus en plus nombreuses au Québec. Les résultats du sondage Indice entrepreneurial québécois 2014, réalisé par la Fondation de l'entrepreneurship en collaboration avec la Caisse de dépôt et placement du Québec, montrent que 10,3 % des étaient propriétaires d'une entreprise en 2014, comparativement à 5,5 % en 2009. De plus, 14,0 % des femmes, qu'elles soient déjà dans les affaires ou non, envisagent de lancer ou de reprendre une entreprise. Plus de la moitié d'entre elles effectuent des démarches concrètes.<sup>28</sup>

Parce que leurs entreprises sont plus jeunes, parce que l'accès au crédit pour les Québécoises est relativement récent et que la culture entrepreneuriale des « *femmes d'affaires* » est en plein essor, parce qu'elles portent des valeurs entrepreneuriales différentes, les entrepreneures font face à plusieurs obstacles : concentration dans des secteurs d'activités traditionnellement féminins, manque d'expérience pertinente, pénurie de réseaux d'entraide, double tâche : travail et responsabilités domestiques et familiales, accès au financement. Sans l'aide des ressources sur le terrain, celles-ci risquent de voir leur projet s'essouffler très rapidement.

**§1 : Quelques faits intéressants :**

Voici d'autres faits intéressants provenant du mémoire de Femmessor :

Au Québec, on remarque que les entreprises dirigées par des entrepreneures créent beaucoup plus d'emplois. De 1986 à 2005, la croissance des entrepreneures-employeuses est de 97 % alors qu'aucune croissance n'a été constatée chez leurs homologues masculins. Aussi, on remarque une croissance de 102 % de femmes entrepreneures sur le marché contre 26 % pour les hommes.

Cet engouement pour l'entrepreneuriat chez les femmes arrive à point puisque celles-ci s'établissent en affaires en moyenne à 34 ans et que leur moyenne d'âge est de 44 ans au Québec et de 48,5 ans au Canada, âge auquel l'homme commence à se retirer du marché. De plus, la scolarisation, toujours plus élevée de ces dernières, représente un atout et un potentiel entrepreneurial à dynamiser, à soutenir et à encourager partout au Québec.

---

<sup>28</sup> AMARA, (Siham) et BARA, (Manel) : l'entrepreneuriat féminin en Algérie, Op.cit., p.24.

Effectivement, malgré le discours de coulisse véhiculant qu'il n'y a pas de différence entre les hommes et les femmes d'affaires en ce qui concerne leurs besoins, expertise terrain et les tendances observées démontrent que les femmes ajoutent un nouveau visage au modèle historique de « l'homme d'affaires ». De plus, notons que différentes recherches, notamment celles de la Banque du Canada, de l'OCDE ou de l'Association des comptables généraux accrédités du Canada, démontrent que les entrepreneures ont des comportements et des traitements différents.

On observe toujours un retard au Québec au niveau de l'entrepreneuriat féminin par rapport à celui du Canada. L'Ontario, la Saskatchewan, l'Alberta et la Colombie-Britannique sont les provinces où l'entrepreneuriat féminin est le plus développé et sont aussi les provinces dites riches ayant des taux de chômage inférieurs à celui du Québec.

Les Québécoises sont à peu près aussi nombreuses que les Canadiennes à souhaiter lancer leur entreprise, si elles le pouvaient. Elles sont cependant beaucoup moins à prévoir faire le saut à moyen terme, selon un sondage effectué pour le compte de BMO :

- ❖ Les Québécoises sont 52% à admettre qu'elles aimeraient démarrer leur entreprise, si l'occasion se présentait, comparativement à 59% des Canadiennes.
- ❖ L'écart se creuse quand on demande aux répondantes si elles songent à le faire d'ici 10 ans. À cela 21% des Québécoises répondent oui, contre 36% des Canadiennes.
- ❖ Les Québécoises ressemblent ainsi à leur père, frères, collègues et amis qui envisagent, eux aussi, moins l'entrepreneuriat que les Canadiens.

Dans un autre sondage récent de BMO, on observait que les Québécois (25%) étaient moins nombreux que les Canadiens (39%) à envisager de devenir entrepreneurs une fois à la retraite.

Excluant, les travailleurs autonomes, le taux d'entrepreneuriat, soit le pourcentage d'entrepreneurs québécois dans la population en général, étaient de 2,9% en 2008, selon Statistique Canada. Au Canada, ce taux avoisine les 3,3%.

**Conclusion du chapitre :**

En guise de conclusion pour ce chapitre, il faut rappeler que l'esprit d'entreprise s'inscrit dans un processus plus large que celui de l'entrepreneuriat, et que l'entrepreneuriat est un concept vaste et riche. De nombreux chercheurs ont apporté leurs études sur la compréhension de l'entrepreneuriat et le rôle de l'entrepreneur dans la dynamique économique. Les sections de ce chapitre nous ont aidés à comprendre ce phénomène

Notons qu'il existe aussi de nos jours d'autres formes telles que l'entrepreneuriat familial ou l'entrepreneur associe des membres de sa famille et la prise de décision est partagée.

L'entrepreneur à plusieurs facettes, il est imprévisible en matière de comportements et de caractéristiques car chaque entrepreneur est unique et préfère faire les choses à sa manière.

# Chapitre : II

### **Introduction du chapitre:**

L'entrepreneuriat féminin est largement reconnu comme le moteur de la croissance économique et du développement, aujourd'hui un tiers des entrepreneurs sont des femmes, contre 5% en 1970. L'entrepreneuriat féminin continue de croître mondialement dans le secteur de la petite entreprise, notamment parce qu'il a cru très fortement ces dernières années.

En tant que tel, le concept de l'entrepreneuriat féminin un terme qui couvre à la fois la situation des femmes dans la société et le rôle de l'entrepreneuriat dans cette même société, est devenu une des préoccupations primordiales des pouvoirs publics et des chercheurs, vu son importance dans la dynamique économique.

Les femmes entrepreneurs exercent dans tous les secteurs de l'économie, y compris la construction, le commerce, le transport, la communication, la fabrication et les services aux entreprises et aussi le secteur de l'artisanat.

Dans le monde et notamment aux Maroc, Tunisie et d'autres pays asiatique. Le secteur de l'artisanat constitue une voie stratégique et un champ privilégié pour la création d'entreprise artisanale.

Ce chapitre est organisé comme suit. La première section donne un aperçu sur la définition de l'entrepreneuriat féminin dans le monde et particulièrement en Algérie ainsi que l'importance économique et sociale de l'entrepreneuriat féminin. Nous réunissons dans la deuxième section la définition de l'artisanat, le profil des femmes entrepreneurs en Algérie ainsi que les facteurs de motivations entrepreneuriales permettant la création de micro-entreprises par le genre féminin en Algérie.

### **Section 1: Élément de définition de « l'entrepreneuriat féminin » :**

« L'entrepreneuriat féminin comme le genre constitue des champs d'enseignement et de recherche émergents »<sup>1</sup> (Renaud REBIEN-COLLOT ; 2006).

#### **Sous-section 1 : Définition de l'entrepreneuriat féminin :**

Trouver une définition d'une femme entrepreneure n'est pas une chose facile étant donné que les définitions recensées provenant de diverses écoles de pensées ainsi que de différents domaines de recherche permettent difficilement un consensus sur une définition distincte de la femme entrepreneure.

Selon Belcourt, Burke et Lee-Goselin, l'entrepreneure est « *cette femme qui recherche l'épanouissement personnel, l'autonomie financière et la maîtrise de son existence grâce au lancement et à la gestion de sa propre entreprise* »<sup>2</sup>.

Nous avons également retenu la définition de l'entrepreneuriat féminin du Groupe Canadien de Travail sur l'Entrepreneuriat Féminin « *une personne qui prend des risques financiers pour créer ou acquérir une entreprise, et qui la dirige de manière innovatrice et créatrice en développement de nouveaux produits et en conséquent de nouveaux marchés* ».<sup>3</sup>

Selon LAVOISE (1988) : « *l'entrepreneure est : la femme qui seule ou avec un ou des partenaires, a fondé, acheté ou accepté en héritage une entreprise, qui en assume les responsabilités financières, administratives et sociales et qui participe activement dans sa gestion courante* »<sup>4</sup>.

---

<sup>1</sup>LADJABI, (Choubeila) : Les Déterminants de l'Entrepreneuriat Féminin en Algérie Etude de cas : l'entrepreneuriat des jeunes femmes promotrices ANSEJ Constantine, école des hautes études commerciales EHEC, 2015, p.42.

<sup>2</sup> AMARA, (Siham) et BARA, (Manel) : l'entrepreneuriat féminin en Algérie, Op.cit., p.32.

<sup>3</sup> Ibid., p.32.

<sup>4</sup> DIF, (Aicha) : l'entrepreneuriat féminin : cas de la wilaya d'Oran, mémoire de Magistère en sciences commerciales, université d'Oran Es-senia, 2010, p.17.

*« des femmes passionnées et déterminées qui ont choisi de créer leur entreprise ou travailler à leur compte pour avoir le contrôle sur les décisions, et gérer leur temps avec un sentiment de flexibilité, exploiter au maximum leurs capacités et leurs compétences avec un objectif personnel de se réaliser à travers ce projet de vie ».*<sup>5</sup>

Selon F.W.BITANGALO, L'entrepreneuriat féminin se définit comme la création et le développement d'entreprises par les femmes, ce concept a pris depuis une dizaine d'année une importance croissante dans la plupart des pays aussi bien industrialisés que ceux en développement.<sup>6</sup>

L'observatoire de l'entrepreneuriat féminin FUDICIAL<sup>7</sup> la définit comme : *« la femme qui possède et dirige une entreprise, est une personne que l'on peut désigner comme femme entrepreneure »*<sup>8</sup>.

En d'autre part la femme entrepreneur est, *« la femme qui seul ou en équipe a créé et gère en dehors de son ménage une entreprise »*<sup>9</sup>

Les femmes entrepreneures sont définies par Heilman et Chen en 2003 comme des *« femmes qui ont créé une entreprise, qui sont activement investies dans son management, et qui possèdent la majorité des parts de celle-ci »*.<sup>10</sup>

Le B.I.T, affirme que les femmes indépendantes qui gèrent de petites entreprises pour leur compte propre sont des entrepreneurs dans le vrai sens du terme, qui prennent des décisions et des risques. Cette définition prend en considération tous les types d'activité mis

---

<sup>5</sup> Ibid., p.17.

<sup>6</sup> BOUDRAA (hayat) : Entrepreneuriat féminin, Op.cit., p.41.

<sup>7</sup> FUDICIAL : Entreprise française qui offre un service pluridisciplinaire aux petites et moyenne entreprise, ses activités se portent sur les métiers de droit, de l'expertise comptable, de l'audit et commissariat aux comptes, du conseil financier et de la gestion du patrimoine. (<http://fr.wikipedia.org>) (Consulté le 6 avril 2016)

<sup>8</sup> LATOUCHE, (Christian) : l'observatoire de l'entrepreneuriat féminin, FUDICIAL, 2006, p.13.

<sup>9</sup> TAHIR METAICHE, (Fatima) : le profil de l'entrepreneuriat féminin en Algérie : une étude exploratoire, Faculté des sciences économiques, commerciales et de gestion Tlemcen, 2010, p.4.

<sup>10</sup> EYQUEM, (A) : le financement bancaire des femmes entrepreneures, Mémoire de fin d'études, Université Catholique de LYON – ESDES, 2012, p.9.

sur pied et géré par les femmes elles-mêmes, indépendamment de la taille de l'entreprise, qu'elle soit individuelle ou sociétaire.<sup>11</sup>

Selon la définition de l'IOT, les femmes qui entreprendre sont « *Les femmes étant souvent des travailleuses indépendantes créant de très petites entreprises non inscrites au registre du commerce, on leur reconnaît rarement le statut d'entrepreneure.* ». <sup>12</sup>

A partir de ces définitions nous ne considérons que les entreprises du secteur formel, ce qui limite énormément le taux des femmes qui peuvent être considérées comme entrepreneurs qu'exercent leurs activités entrepreneuriales dans le secteur informel et réalisent des activités à domicile tel que la couture.

L'entrepreneuriat féminin désigne enfin de combiner les activités des femmes qui se prennent en charge, qui s'organisent pour créer des activités économiques rentables dans les secteurs formel et/ou informel.

La femme est donc entrepreneur dans la mesure où elle change de statut ou de métier ou d'organisation afin de créer une nouvelle richesse.

Donc nous pouvons conclure que l'entrepreneuriat féminin est cet esprit d'initiative des femmes qui se manifeste de manière prépondérante : les femmes ont tendance à s'organiser en compte tenu des ressources disponibles pour satisfaire leurs besoins. Autrement dit *un ensemble d'activités mises sur pieds et gérées par les femmes elles-mêmes indépendamment de la taille de l'entreprise.*

---

<sup>11</sup> BINETOU RASSOUL CORREA, (Fatoumata) : l'entrepreneuriat féminin, mémoire de maîtrise ès-lettres & sciences humaines, sous la direction du professeur GORA MBOJI, université Gaston BERGER de Saint-Louis, 1998, p. 27.

<sup>12</sup> BLATTAN, (Lynn) et SCHMID, (Margaret), Promotion des femmes entrepreneures, rapport préliminaire en réponse au postulat, décembre 2006.

**Sous-section 2 : l'entrepreneuriat féminin en Algérie :**

Comme nous l'avons noté précédemment, la recherche en entrepreneuriat féminin est un sujet récent en particulier en Algérie.

Essayer de définir ce champ dans un contexte algérien s'avère plus difficile pour diverses raisons :

- D'abord, les chiffres officiels relatifs aux effectifs des femmes entrepreneurs sont peu précis.
- Ensuite, la confusion conceptuelle entre l'entrepreneur et les autres acteurs économiques.
- En fin, la littérature académique algérienne afférente au sujet des femmes entrepreneurs est très pauvre<sup>13</sup>.

**§ 1 : L'évolution de l'emploi féminin en Algérie :**

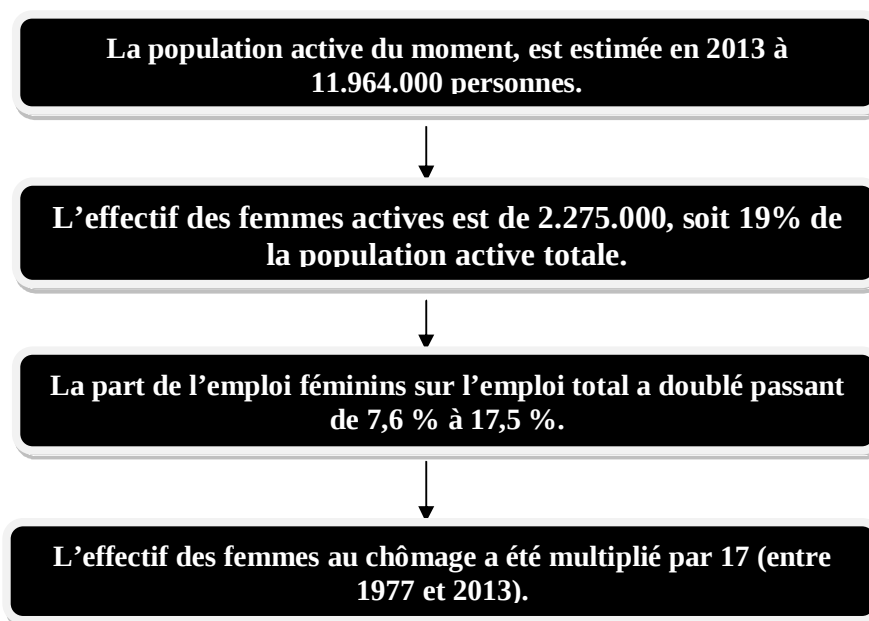
Certaines idées reçues laissent penser que la femme serait incapable de monter et d'assumer un investissement. Le temps a prouvé le contraire et a démontré qu'elle est à même d'accéder même à des postes hautement politiques. Alors comment ne pas être capable de gérer une entreprise lorsqu'on gère une nation ... !

Bien que le nombre de femmes entrepreneurs reste dérisoire dans notre pays, il n'en demeure pas moins qu'il augmente chaque année. Selon les statistiques du centre national du registre de commerce, les femmes chefs d'entreprises ne représentent que 3,2% du total des effectifs. Un nombre appelé à augmenter dans les années à venir, compte tenu des facilitations mises en place par les pouvoirs publics, sans discrimination aucune entre les hommes et les femmes.

---

<sup>13</sup> TAHIR METAICHE, (Fatima) : *le profil de l'entrepreneuriat féminin en Algérie* : une étude exploratoire, Faculté des sciences économiques, commerciales et de gestion, Tlemcen, 2010, p.3.

**Figure N° II-1 : L'évolution de l'emploi féminin en Algérie**



**Source :** Etablie par Pr Chérif Assia (journée scientifique internationale sur l'entrepreneuriat)

Afin de mieux comprendre et avoir une idée plus claire sur le phénomène, nous allons présenter brièvement les statistiques officielles publiées par les dispositifs d'aide à la création des TPE-PME en Algérie. Nous commençons d'abord par un récapitulatif des dispositifs daté de l'an 2011.

## §2 : Un récapitulatif des dispositifs :

**Tableau N° II-1: le nombre des femmes entrepreneures par dispositif (2011)**

| Dispositif            | Nombre de femmes entrepreneures | Part%        |
|-----------------------|---------------------------------|--------------|
| <b>ANDI</b>           | 2517                            | 0.55%        |
| <b>ANSEJ</b>          | 2951                            | 0.65%        |
| <b>ANGEM</b>          | 207 944                         | <b>46%</b>   |
| <b>TUP-HIMO</b>       | 126                             | 0.027%       |
| <b>Blache Algérie</b> | 104                             | 0.023%       |
| <b>CNAC</b>           | 2732                            | 0.6%         |
| <b>Autres</b>         | 235 626                         | <b>52.1%</b> |
| <b>Total</b>          | <b>450 000</b>                  | <b>100%</b>  |

**Source :** CHERIF, (A) : entrepreneur en Algérie entre exigence et réalité : regard sociodémographique, ENSSEA, 28, 29, 30, Avril 2014.

⇒ Se le tableau, L'ANGEM est le dispositif le plus sollicité par les femmes cherchant à créer une entreprise.

⇒ Selon la même source, et en 2011 :

- Pour le programme TUP-HIMO, le nombre d'entrepreneures femmes est de 126 (équivalent à 16%) contre un nombre de 784 des hommes entrepreneurs.
- Pour le programme de Blanche Algérie : le nombre de femmes entrepreneures est de 104 (un taux de 5%) contre 1946 d'hommes.

D'après ces données, Mme CHERIF a conclu que :

- La participation de la gent féminine dans l'entrepreneuriat en Algérie se trouve sensiblement améliorée, mais demeure insuffisante
- La promotion de la femme entrepreneur reste une nécessité dans la carte d'un projet de société progressive et égalitaire.
- Ces chiffres sont appelés à augmenter, à la faveur des mesures d'encouragement, et des outils accompagnements mis en place par le gouvernement.

### **Sous-section 3 : l'importance économique et sociale de l'entrepreneuriat féminin :**

#### **§1 :L'importance de l'entrepreneuriat féminin :**

L'entrepreneuriat des femmes constitue une force économique émergente qu'il convient de reconnaître et de soutenir adéquatement.

L'entrepreneuriat féminin participe à ce vaste mouvement de l'innovation et de l'initiative qui permet de diversifier les profits des entrepreneurs et d'inscrire ses créations d'activités dans le cadre de l'ajustement structurel continu des économies.

A ce point Plusieurs pays ont reconnu l'impact de l'entrepreneuriat féminin sur leur croissance économique, pour cela l'entrepreneuriat féminin est un élément très positif pour le développement, ce qui explique l'écart de croissance entre les divers pays.

Pour cela on peut dire que l'implication des femmes dans l'entrepreneuriat est un élément essentiel à la croissance de leurs pays.

### §2 : Le rôle de la femme dans le développement local :

D'après Jean de Dieu AYBEKA KOPIKMA les rôles de la femme sont déterminés comme suit : <sup>14</sup>

#### A. Le rôle productif :

Comprend le travail accompli en contrepartie d'un paiement en nature ou en espèces. Comme la production de marchandises ayant une valeur d'échange.

#### B. Le rôle reproductif :

Qui comprend la responsabilité d'élever les enfants et les tâches domestiques pour que le soin et l'entretien de la force de travail (le mari et les enfants en âge actif) et de la future force de travail (enfants en âge scolaire).

#### C. Le rôle communautaire :

Comprend des activités d'administration de la communauté qui assurent à celle-ci les services et la cohésion.

**Tableau N° II-2: le triple rôle de chacun de genre**

| Rôle / genre         | Féminin                                                                                  | Masculin                                               |
|----------------------|------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------|
| <b>Reproductif</b>   | Reproduction biologique, maintien de la force de travail, reproduction de l'ordre social | Chefs de famille (fournisseurs, protecteurs, autorité) |
| <b>Productif</b>     | Productrices dans le secteur primaire/ travailleuses secondaires                         | Producteurs/ travailleurs                              |
| <b>Communautaire</b> | Maintien du capital social                                                               | Autorité communale                                     |

**Source :** FEAL, (Laura) : Genre et intégration économique des femmes dans les pays du Grand Maghreb, édition CIDEAL, 2011, p.19.

### §3 : Le rôle de la femme dans le développement rural :

Les femmes contribuent généreusement à l'économie et constituent une importante proportion de la main-d'œuvre agricole au niveau mondial. Si on leur donne les mêmes ressources qu'aux hommes, elles peuvent faire bien plus. La FAO estime que si les agricultrices (43 pour cent de la main-d'œuvre agricole dans les pays en voie de développement) bénéficiaient du même accès aux ressources agricoles que les hommes, la production des fermes tenues par des femmes dans les pays en voie de développement

---

<sup>14</sup> BOUDRAA (Hayat) : l'entrepreneuriat féminin, Op.cit., p.43.

pourrait augmenter de 20 à 30 pour cent, ce qui pourrait réduire le nombre de personnes souffrant de la faim dans le monde de 100 à 150 millions de personnes<sup>15</sup>.

**§4 : Le rôle de la femme entrepreneure en tant qu'agent économique :**

*« L'entrepreneuriat des femmes est aujourd'hui reconnu comme l'une des sources de la croissance, de la création d'emplois, d'innovation et de richesses »<sup>16</sup>.*

- **Moteur de croissance économique :** Les femmes chefs d'entreprises jouent un rôle très important dans la croissance économique de la région. Daniela GRESSANI, vice-présidente de la Banque Mondiale pour la région de Moyen Orient et l'Afrique du Nord affirme : *« les entreprises sous le contrôle des femmes sont aussi bien établies et aussi avancées que celles de leurs homologues masculins »<sup>17</sup>*. AHL(2002), ORHAN (2003) et VERHEUL (2005) ont démontré combien l'entrepreneuriat féminin constituait un moteur déterminant pour un pays ou un territoire ;
- **Investissement et diversification :** Dans un climat plus facile à l'investissement, les femmes ont plus de chance de monter une affaire au niveau du secteur formel.
- **Facteur de développement :** la femme entrepreneure peut participer au développement économique et social de son pays.
- **Compétition et concurrence :** Dans plusieurs secteurs d'activité, les femmes relancent une compétition ardue en proposant des produits plus centrés sur les besoins du client.
- **Innovation :** selon VERHEUL (2005) : *« les femmes sont à l'origine de l'émergence de nombreux marchés de niches à haut potentiel »<sup>18</sup>*.
- **Management et organisation :** selon OCDE 2004 : *« l'entrepreneuriat féminin apporte à la société des solutions différentes et souvent innovantes aux problèmes de management et d'organisation, ainsi que l'exploitation d'opportunités nouvelles ».*

---

<sup>15</sup> AMARA, (Siham) et BARA (Manel) : *« L'entrepreneuriat féminin en Algérie »*, Etude de cas : La Dispersion Des Femmes Entrepreneures Algériennes, Op.cit., p. 36.

<sup>16</sup> ARASTI, (Zahra) : *« l'entrepreneuriat en Iran : les structures socioculturelles »*, revue libanaise en gestion et en économie, vol1, 2008, p. 19.

<sup>17</sup> [www.worldbank.org/mena](http://www.worldbank.org/mena) (consulté le 02/04/2016)

<sup>18</sup> DIF, (Aicha) : l'entrepreneuriat féminin : cas de wilaya d'Oran, Op.cit., p.19.

## **Section 2 : L'entrepreneuriat Féminin dans le domaine de l'Artisanat en Algérie :**

### **Sous-section1 : Définition de l'artisanat :**

*«L'artisanat est la production de produits ou services grâce à un savoir-faire particulier et hors contexte industriel : l'artisan assure en général tous les stades de sa production, de transformation, de réparation ou de prestation de services, et leur commercialisation.»<sup>19</sup>*

Donc on peut dire que c'est une personne qui exerce un métier manuel à son propre compte. L'artisanat implique une technique et un savoir faire. La technique, c'est l'ensemble des outils, et des moyens qu'il faut maîtriser pour travailler un matériau. Le savoir faire, c'est tout ce qui s'apprend au fur et à mesure de longues heures de pratique et de réflexions sur son propre travail. C'est une qualité qui prend des années à se bonifier.

### **§1 : L'artisanat en algérien.**

Le ministère du Tourisme et de l'Artisanat s'occupe de gérer le budget lié à la promotion du secteur artisanal.

L'artisanat algérien, à l'instar des artisanats des autres pays, est d'une incontestable richesse et d'une étonnante variété tant dans les formes, que dans les techniques et les décors. Cette richesse est rehaussée par la modestie des matériaux dont sont constituées les œuvres artisanales. Nécessaires à la vie quotidienne, elles sont conçues dans un but utilitaire et souvent comportent des motifs dont la signification, suivant les croyances locales, leur confère des vertus protectrices. La diversité des conditions climatiques, des ressources naturelles et les différentes civilisations de l'Algérie expliquent la présence d'une vaste gamme de spécialités artisanales.<sup>20</sup>

---

<sup>19</sup><http://www.insee.fr/fr/methodes/default.asp?page=definitions/artisanat.htm> (consulté le 30/04/2016 à 19:13 )

<sup>20</sup>[https://fr.wikipedia.org/wiki/Artisanat\\_alg%C3%A9rien](https://fr.wikipedia.org/wiki/Artisanat_alg%C3%A9rien) (consulté le 02/05/2015 à 01 :23 )

**§2 : Domaines d'activités d'artisanat <sup>21</sup> :**

Il est entendu par artisanat toute activité de production, de création, de transformation, de restauration d'art, d'entretien, de réparation ou de prestation de service, à dominante manuelle exercée à titre principal et permanent, sous une forme sédentaire , dans l'un des domaines d'activités ci-dessous :

- Artisanat et artisanat d'art,
- Artisanat de production de biens,
- Artisanat de services.

**- Selon les modalités suivantes :**

- Soit individuellement,
- Soit dans le cadre de coopérative d'artisanat et des métiers,
- Soit dans le cadre d'une entreprise d'artisanat et métiers.

**A. Artisanat et artisanat d'art :**

Toute fabrication, principalement manuelle, parfois assistée de machines, par un artisan, d'objet utilitaires et/ou décoratifs à caractère traditionnel et revêtant un caractère artistique permettant la transmission d'un savoir-faire ancestral.

L'artisanat est considéré comme artisanat d'art lorsqu'il se distingue par son authenticité, son exclusivité.

**B. Artisanat de production de biens :**

Toute fabrication de biens de consommation courante n'ayant pas un caractère artistique particulier, destiné aux ménages, à l'industrie et à l'agriculture.

**C. Artisanat de services :**

L'ensemble des activités exercées par un artisan et fournissant un service un service d'entretien, de réparation et de restauration artistique, à l'exclusion de celles régies par des dispositions législatives spécifiques.

---

<sup>21</sup>Document interne de l'entreprise, «Agence Nationale De L'artisanat Traditionnel ANART».

**§3 : Définition de l'artisan :**

L'artisan, toute personne physique immatriculée au registre de l'artisanat et des métiers, exerçant une activité artisanale, qui justifie d'une qualification, prend part directement et personnellement à l'exécution du travail, à la direction, la gestion et la responsabilité de son activité ;

Le maître artisan en son métier, tout artisan immatriculé au registre de l'artisanat et des métiers, qui possède une habileté technique particulière, une qualification supérieure dans son métier et une culture professionnelle ;

L'ouvrier artisan, tout travailleur salarié possédant une qualification professionnelle attestée.

**❖ Les qualifications professionnelles sont définies par décret exécutif comme suit :**

L'artisan individuel peut recourir, dans l'exercice de ses activités, à :

- une aide familiale (conjoint, ascendants et descendants), devant bénéficier, le cas échéant, et si nécessaire, d'une couverture sociale.
- Un (1) à trois (3) apprentis liés à l'artisan par un contrat d'apprentissage formalisé conformément à la législation et à la réglementation en vigueur.
- Toute modification, transformation ou cessation d'activité, doit être déclarée par l'artisan à la chambre de l'artisanat et des métiers et enregistrée dans les soixante (60) jours au registre de l'artisanat et des métiers.<sup>22</sup>

---

<sup>22</sup>Document interne de l'entreprise.

**§4 : Des obligations et des avantages liés à l'activité artisanale**<sup>23</sup>

**A. Les obligations :**

- L'artisan, la coopérative et l'entreprise d'artisanat et des métiers sont tenus d'exercer l'activité pour la quelle ils ont été immatriculés, conformément aux présentes dispositions et à la législation en vigueur.
- L'artisan, la coopérative artisanale et l'entreprise d'artisanat et des métiers sont tenus de respecter les normes de qualité correspondant à leur activité telles qu'édictées par la législation en vigueur.
- L'artisan non sédentaire, est tenu d'élire domicile et légal, pour les besoins de son activité, en sa résidence habituelle.
- L'artisan, la coopérative et l'entreprise d'artisanat et des métiers sont tenus de faire figurer le numéro d'immatriculation au registre de l'artisanat et des métiers sur l'ensemble de leurs documents commerciaux.

**B. Les avantages :**

- Les artisans, les coopératives et les entreprises d'artisanat et des métiers sont associés de plein droit aux différentes activités initiées par la chambre de l'artisanat et des métiers de leur lieu d'implantation.
- Les artisans, les coopératives et les entreprises d'artisanat et des métiers notamment ceux activant dans l'artisanat traditionnel et l'artisanat d'art bénéficient des avantages afférents à cette en matière de fiscalité, de crédit, d'approvisionnement et de formation.
- Dans le cadre de la promotion sociale économique de l'artisanat, l'Etat appuie et prend toutes les mesures incitatives pour la mise en place des structures et circuits spécifiques à même de permettre aux corporations artisanales d'organiser elles-mêmes leur approvisionnement en matières premières, équipement et outillages, conformément à la législation commerciale en vigueur.
- Les artisans, les coopératives et les entreprises d'artisanat et des métiers reconnus comme tels, bénéficient d'un régime fiscal incitatif et simplifié. Les lois de finance détermineront les mesures fiscales dont bénéficieront les artisans, les coopératives artisanales et les entreprises d'artisanat et des métiers.
- Les artisans, les coopératives et les entreprises d'artisanat et des métiers, dûment inscrits au registre de l'artisanat et des métiers, bénéficient de facilités d'accès Aux crédits bancaires pour l'acquisition des matières premières, des outillages et des équipements et pour le financement de l'exploitation.  
Les dispositions des lois de finances déterminent les conditions d'octroi de ces crédits.
- Aux fins de sauvegarder, et promouvoir les métiers traditionnels, il sera élaboré des programmes de filières de l'artisanat, en vue de leur intégration dans le réseau national de la formation professionnelle.

---

<sup>23</sup>Ibid.

- Les artisans, les coopératives et les entreprises d'artisanat et des métiers bénéficient d'un accès à l'acquisition des terrains dans les limites d'implantation des zones d'activités aménagées. La mise en œuvre de cette mesure intervient dans le cadre de la réglementation concernant les zones d'activités et les zones l'expansion touristique.
- Il est institué des prix annuels de l'artisanat et des métiers des modalités particulières d'attribution de ces prix sont fixés par décret exécutif.

**Sous-section2 : Le profil des femmes entrepreneurs en Algérie :**

**§1 :L'âge :**

C'est l'aspect le plus couramment abordé dans la littérature. Des études américaines indiquent que l'âge moyen des entrepreneurs se situe entre 25 et 40 ans.

En Europe, la situation est assez différente en France par exemple les femmes de 25 à 49 ans étaient à 80% actives en 1999, contre 41,5% en 1962. La moyenne d'âge des femmes.

L'importance de cette variable réside dans son influence sur le parcours entrepreneurial des femmes. D'autres études se sont intéressées à l'étude de cette variable en interaction avec d'autres variables, c'est le cas du modèle de LILES4 (1974) qui a proposé un modèle intégrant le développement des capacités individuelles d'une part, l'âge et les obligations familiales d'autre part. Selon l'auteur, la maturité d'entreprendre est atteinte vers l'âge de 35 à 45 ans, du fait que la femme a eu assez de temps pour accumuler des habilités et des expériences nouvelles. On peut aussi ajouter que cette variable dépend aussi grandement du contexte socioculturel auquel appartient la femme.

Ainsi on peut constater que la tendance d'âge des femmes entrepreneurs en Algérie est entre 34 et 45 ans, une tendance qui est presque similaire à celle des femmes dirigeantes des entreprises.

**§2 : La situation familiale :**

Une bonne partie de la littérature soutient qu'un pourcentage élevé d'entrepreneurs descend de père lui-même entrepreneur (COOPER et DUNKELBERG 1982, HISRIC et BRUSH (1987). Il est donc admis que ce lien filial devrait expliquer le désir d'entreprendre plus tard.

D'autres auteurs affirment que le fait d'avoir des parents entrepreneurs ou artisans donne aux enfants le goût d'entreprendre. Des études de JACOBOWITZ et VILDER ont démontré que 72% des créateurs d'entreprises ont l'un de leurs parents entrepreneurs.

Une première trajectoire se caractérise par la continuité. Cette continuité peut puiser, comme à l'évidence, dans la tradition familiale qui date parfois de plusieurs générations « Il y a des familles entrepreneuriales ». D'autres ont repris, du fait des circonstances, une activité conduite par leur mari, activité dans laquelle elles se sont progressivement investies.<sup>24</sup>

Mais l'étude conduite par l'APCE sur les femmes entrepreneurs en France montre le contraire ils ont constaté une forte progression des femmes qui créent sans un entourage incitatif 54,8% des créatrices avaient un entrepreneur dans leurs famille en 1994. Elles étaient seulement 50,4% en 1998. Inversement, en 1994, 25,8% n'avaient aucun créateur ni dans leur famille ni dans leur entourage. Ce pourcentage atteint 32,5% en 1998.

Mais presque toutes les recherches et les observations ont un consensus: avoir un parent entrepreneur a une influence sur le choix de la création d'entreprise de la femme. Mais l'occupation parentale n'est qu'un des facteurs familiaux qui influencent la création d'entreprise : les attentes familiales constituent également un autre facteur. En particulier, l'attitude positive envers la prise de responsabilité est également corrélée au choix de l'entrepreneuriat. Dans ce cas, la position d'aîné dans une famille devrait jouer un rôle important.

Un autre aspect de l'influence familiale est le statut matrimonial. Il joue un rôle important à la prise de décision d'entreprendre. La plupart des recherches faites à ce niveau montre que la majorité des hommes entrepreneurs sont mariés et le mariage joue un rôle stabilisateur dans leur métier.

Le rôle du mariage stabilisateur semble moins vérifié pour la femme que pour l'homme, c'est pourquoi on observe une aussi grande dispersion. Donc il y a presque autant de femmes entrepreneur mariées que de femmes célibataires divorcées ou veuves.

Pour le cas Algérie, on constate que généralement les femmes sont mariées (71%), les femmes créatrices et chefs d'entreprises ont dans leur très grande majorité des enfants à charge (77%), les plus souvent 1 à 2 enfants (51%). Ceci peut être expliqué par un contexte Socioculturel qui encourage le mariage à un jeune âge, et par conséquent à avoir des enfants. Cette variable peut être étroitement liée à la variable âge.

---

<sup>24</sup>.PONSON,(B) « L'entrepreneuriat féminin dans l'Océan Indien : identités et mutations », n°6 Congrès international francophone sur la PME ,Octobre 2002 , HEC Montréal

### **§ 3 : la formation :**

Selon HISRICH et BRUSH (1987) ce sont 68% des femmes entrepreneurs qui ont atteint le niveau secondaire ou plus. Mais cette formation se fait souvent dans le domaine des sciences humaines et non dans le domaine technique.

La plupart des études sur la formation des entrepreneurs semblent indiquer que la femme entrepreneur a un niveau d'instruction plus élevé que la moyenne de la population. Pour le cas Algérien, tant les femmes chef d'entreprises que les créatrices d'entreprises, se caractérisent par un niveau d'éducation élevé. Plus des deux tiers d'entre elles ont une formation universitaire.

Il faut noter aussi que l'étude a fait apparaître que les femmes à la tête de très petites structures, notamment dans le commerce et l'artisanat sont relativement moins instruites. En ce qui concerne le niveau des études, on constate que l'écrasante majorité des dirigeantes et créatrices d'entreprises ayant une formation universitaire ont au moins un diplôme Bac+4. Nombreuses parmi elles sont celles qui ont une formation allant au delà du Bac+4.

Il faut noter l'importance de la formation pour ces femmes du fait qu'elle permet tout au long de leurs vies professionnelles de faire face aux problèmes et de pallier leurs propres insuffisances. Celle-ci assure de bonnes bases, surtout lorsqu'elle a un lien avec le type d'activité exercée.

### **§4 : L'expérience :**

Sur le plan de l'expérience, les différences entre les hommes et les femmes entrepreneurs ont grandes. Plusieurs recherches ont montré que les femmes ont d'ordinaire d'expérience de type administratif, à un niveau hiérarchique moyen, et souvent dans les domaines liés aux services tels que la formation, la secrétariat plutôt que dans les domaines industriels, financiers, techniques ou entrepreneuriales.

En Algérie, les femmes créatrices et chefs d'entreprises ont dans leur très large majorité une expérience professionnelle antérieure.

- Le plus souvent dans l'entreprise privée (plus que 50%), où elles occupaient des postes d'encadrement ou de direction,
- Une proportion non négligeable de femmes chefs d'entreprises ont créé leurs Entreprises, juste après la fin de leurs études.

**Sous-section 3 : Les facteurs de motivations entrepreneuriales :**

Les motivations d'entreprendre sont de différents ordres et de différentes natures, à savoir :

- Désir, besoin, volonté d'entreprendre ;
- Désir d'indépendance (d'être libre) ;
- Goût du pouvoir (d'être son propre patron) ;
- Volonté de "se réaliser", d'accomplissement ;
- Passion pour un produit, une activité ;
- Challenge, défi, fun ;
- Recherche du pouvoir.<sup>25</sup>

Le projet entrepreneurial peut être stimulé par des motivations internes (désir d'autonomie) ou par des motivations externes (les encouragements, les incitations).

La littérature distingue généralement deux types de profils d'entrepreneurs à partir de leurs motivations à créer une entreprise : le groupe « push » (création par nécessité) et le groupe « pull » (création par opportunité).

- **Le profil « pull » :** des considérations positives qui influencent l'intention entrepreneuriale des entrepreneurs comme le besoin d'autonomie, d'accomplissement personnel, désir d'organiser le travail eux-mêmes, croyance en un produit, pour saisir une opportunité d'affaires ou relever un défi.
- **Le profil « push » :** des considérations négatives qui ont poussé l'entrepreneur à lancer son projet entrepreneurial, impliquent une notion de « besoin » (licenciement, déplacement, chômage, raisons familiales, conflits ou peu de possibilités d'avancement dans l'emploi précédent). On pourrait s'interroger sur l'opportunité de mettre « la plafond de verre » et le manque de perspective de promotion dans le profil « push ». En effet, il y a une insatisfaction au départ de sa situation actuelle mais il y a aussi une volonté de ne pas rester dans cette situation et de la prendre en main<sup>26</sup>.

---

<sup>25</sup>Support pédagogique de module culture entrepreneuriale, Op.cit.

<sup>26</sup> Université de Liège/ EAA-EgiD, Belgique, les femmes entrepreneures face à la formation, au financement et aux réseaux- recherche quantitative, rapport national 2004.

En effet la prédominance d'une motivation ou une autre chez une femme entrepreneure diffère d'un pays à un autre ; *«s'agissant des motivation des femmes entrepreneurs, elles sont multiples et varient selon plusieurs autres facteurs, notamment les facteurs démographiques, économiques, sociaux et culturels.»*<sup>27</sup>

CARRIER, JULIEN et MENVIELLE font un récapitulatif, dans leur article, des principales études faite sur les motivations entrepreneuriales chez les femmes.

Ces études traitent de deux principales dimensions : les motivations propres aux femmes, la différence entre les motivations entrepreneuriales chez les femmes et chez les hommes.

Le tableau Ci-dessous résume les études traitent de la première dimension (motivations propre aux femmes).

**Tableau N° II-3: Synthèse des principales études sur les motivations propre aux femmes :**

| Auteurs De l'étude      | Objectifs de l'étude                                                                                                                       | Méthodologie et taille de l'échantillon                                      | Principales conclusion de l'étude                                                                                                                                                                                                                                    | Limite de l'étude                                                                                                           |
|-------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Belcourt (1990)         | Etudier les facteurs poussant les femmes à entreprendre                                                                                    | Analyse qualitative auprès de 36 femmes canadiennes (entrevue en profondeur) | Les notions d'Indépendance et de contrôle de leur propre vie semblent les motivations primordiales de ces femmes                                                                                                                                                     | Les caractéristiques sociodémographiques des femmes de l'échantillon ne reflètent pas les femmes entrepreneurs en général   |
| Buttner et MOORE (1997) | Etudier les facteurs poussant les femmes ayant quitté une grande entreprise à entreprendre et comprendre leur façon d'en mesurer le succès | Analyse quantitative auprès de 129 femmes américaines                        | Les motivations est un ensemble complexe mêlent les facteurs intrinsèques et des facteurs extrinsèques : la dynamique organisationnelle, la difficulté à obtenir des promotions (facteur extrinsèque) et le défi de se lancer en affaires ressortent le plus souvent | Les caractéristiques sociodémographiques des femmes de l'échantillon ne reflètent pas les femmes entrepreneurs en générale. |

<sup>27</sup>MACHTOUR, (Radia) : L'ENTREPRENEURIAT FEMENIN EN ALGERIE : UNE ETUDE DESCRIPTIVE, Ecole des hautes études commerciales EHEC, option management, 15ème promotion, juin 2015.

|                        |                                                                                                                                                              |                                                                                                                      |                                                                                                                                                                                                          |                                                                                                                    |
|------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Mattis (2000)          | Dresser un portrait de l'entrepreneuriat féminin aux états unis et mesurer les critères qui distinguent les femmes des hommes                                | Analyse qualitative auprès de 650 femmes entrepreneures américaines                                                  | Mise en valeur de certains facteurs poussant les femmes à se lancer en affaires : legs d'entreprise, congédiement, volonté d'être son propre partenaire, désir d'indépendance ou de gagner plus d'argent |                                                                                                                    |
| Orhan et scott (2001)  | Etudier les facteurs poussant les femmes à devenir entrepreneurs                                                                                             | Analyse qualitative auprès de 25 femmes entrepreneures venant de 3 régions française (entrevue en profondeur)        | 3 types de facteurs ont été relevés comme éléments déclenchant la création d'une entreprise : l'environnement familial, les facteurs intrinsèques et les facteurs extrinsèques                           | Difficulté de généralisation des résultats (taille de l'échantillon) ; étude limitée au contexte culturel français |
| Lambercht et al (2003) | Analyse les caractéristiques des entrepreneures wallonnes (Age, motivation, défis, etc.) et les comparer avec celles de leurs homologues de leurs masculins. | Analyse quantitative auprès d'entrepreneurs (200 femmes et 100 hommes) et entrevue avec 20 femmes chefs d'entreprise | La principale motivation des femmes entrepreneure consiste dans la maîtrise de soi ou dans la contribution aux biens sociaux, plus que dans la recherche du pouvoir ou du bénéfice personnel             | Etude limitée au contexte culturel belge (Wallonie)                                                                |

**Source :** MACHTOUR, (Radia) : L'ENTREPRENEURIAT FEMENIN EN ALGERIE, Op.cit., p.59.

**Conclusion :**

Dans ce deuxième chapitre on a bien saisi que l'entrepreneuriat féminin, défini comme la création et le développement d'entreprise par les femmes, a pris depuis une dizaine d'années une importance croissante dans la plupart des pays industrialisés mais aussi des pays en développement avec souvent pour ces derniers des caractéristiques spécifiques notamment en Algérie.

Par ailleurs, nous mettons en évidence le fait de terminer son cursus universitaire, le soutien de la famille et la mise en place des organismes d'aide à la création des TPE-Pme semblent être des facteurs socioculturels qui permettent le développement de l'entrepreneuriat féminin dans le secteur de l'artisanat en Algérie.

Nous confirmons l'idée que les femmes entrepreneurs visant la croissance voient différemment leur entreprise. Elles sont à la recherche de leur propre bien-être, qui doit être global, c'est à dire à la fois privé et professionnel, et ce double bien être à un impact réel sur la performance.

# **Chapitre : III**

### **Introduction :**

L'entrepreneuriat féminin peut être considéré comme un déterminant majeur des performances économiques. Son rôle structurel et le dynamisme qu'il impulse n'est plus à démontrer.

Plusieurs facteurs peuvent influencer la femme entrepreneure, certains de façon positive, d'autres de façon négative. Il s'agit de bien identifier ces éléments afin d'élaborer des politiques adaptées. Les responsables de l'action publique devraient prendre en compte tous les facteurs déterminant le climat des affaires en général et l'entrepreneuriat féminin dans le secteur de l'artisanat en particulier.

Nous verrons ce troisième chapitre présentation de l'entreprise l'ANART ainsi que la définition et type d'artisanat traditionnel. Ces points sont abordés à la première section.

La seconde section sera consacrée à méthodologie de l'enquête qualitative à travers l'exploitation des résultats de l'enquête faite auprès des femmes entrepreneures dans le secteur de l'artisanat de différentes wilayas, ainsi que la méthodologie de l'enquête par sondage auprès des femmes artisanes. Cette section décrit les principaux facteurs motivations qui entravent la création des projets des micro-entreprises par le genre féminin.

## **Section 1 : Présentation de L'agence nationale de l'artisanat traditionnel (ANART).**

### **Sous- section 1 : présentation de l'organisme d'accueil « ANART » :**

L'agence nationale de l'artisanat traditionnel « ANART » a pour vocation essentielle de sauvegarder, développer et promouvoir toute pratique d'artisanat traditionnel en Algérie.

Dans le cadre de promotion et commercialisation des produits de l'artisanat traditionnel et d'art sur les salons et les marchés nationaux et étrangers, L'ANART met en œuvre des actions d'organisation et de conquête des salons par le biais de participation aux différentes expositions nationales et internationales.

A ce titre, elles ont la charge de préparer et d'organiser, dans le cadre de leur programme promotionnel, des salons, des manifestations sur les marchés potentiels.

Dans cette section on va présenter l'entreprise et le métier de l'artisanat.

#### **§1 : Présentation de l'ANART :**

Il est créé un établissement public à caractère industriel et commercial doté de la personnalité civile et de l'autonomie financière, dénommé « Agence Nationale de L'artisanat Traditionnel » par abréviation « A.N.A.R.T » Ci-après désigné « l'agence ».

#### **§2 : Objectif :**

L'agence a objet de sauvegarder, promouvoir, animer, orienter et de développer l'artisanat d'art et traditionnel.

#### **§3 : Le siège social :**

Le siège social de l'agence est fixé à Alger. Il peut être en tout autre lieu du territoire national par décret sur rapport du ministre de tutelle.

#### **§4 : Statut :**

Créée par décret exécutif N°92-12 du 09 juin 1992 modifié et complété par le décret exécutif N°04-313 du 22 septembre 2004 est un établissement public à caractère industriel et commercial.

L'organisation interne de l'agence est proposée par le directeur général, adoptée par le conseil d'administration et approuvée par l'autorité de tutelle.

#### **§5 : Mission :**

Conformément aux missions et objectifs assignés, l'Agence est chargée de sauvegarder, de promouvoir, d'animer, d'orienter et de développer l'artisanat traditionnel et d'art à travers :

- L'apport de conseils et d'assistance aux artisans, coopératives et entreprises artisanales dans le domaine des approvisionnements, de la production et des techniques artisanales.
- La participation à l'écoulement de la production artisanale et à sa promotion tant au niveau national qu'international.
- La proposition et la mise en œuvre de toute mesure de nature à promouvoir et développer les activités de l'artisanat traditionnel et d'art d'une part et la promotion socioprofessionnelle des artisans d'autre part.
- L'écoute des artisans pour recenser les préoccupations, les contraintes et les difficultés du secteur de l'artisanat et les soumettre aux instances concernées.
- La promotion des activités artisanales par l'organisation de foires, salons, expositions et concours destinés à récompenser les meilleures œuvres et à développer l'esprit d'innovation.
- La contribution et l'élaboration d'une stratégie de commercialisation des produits d'artisanat en particulier par l'organisation des circuits de distribution et des compagnies promotionnelles pour la mise en valeur des produits .
- La prospection, l'assistance et l'organisation des opérations d'exportation.
- L'animation et le développement des échanges avec les institutions et organismes étrangers dans le cadre de la coopération internationale.
- la participation avec les institutions et organismes concernés à la détermination des besoins du secteur en matière de formation et veiller à la bonne conduite de la formation des maîtres artisans , artisans , cadres et autres catégories professionnelles spécifiques au secteur .
- La proposition et l'engagement de toutes actions de recherches, de reconstitution, de réhabilitation et de protection du patrimoine artisanal traditionnel.

- L'organisation en relation avec les institutions du secteur (CNAM-CAM), le recensement des activités de l'artisanat traditionnel et d'art et des artisans à des fins d'analyses et d'études statistiques, économiques et sociales.
  - La mise en place et la gestion d'une banque de données relative aux procédés et techniques modernes pouvant être employés dans l'artisanat traditionnel en vue d'assister et de conseiller les artisans sur tout ce qui se rapporte aux techniques artisanales.
  - La participation et l'élaboration des mesures réglementaires régissant les activités artisanales traditionnelles et leur mise en œuvre.
  - La proposition de mesures incitatives tendant à favoriser la contribution de l'artisanat traditionnel aux activités économiques du pays.
  - La promotion de l'utilisation des matières premières locales en vue d'assurer une plus grande intégration de l'activité artisanale dans le développement économique.
- ❖ Pour atteindre ses objectifs et accomplir ses missions, l'agence se dote d'organes tels que :
- Délégations régionales ;
  - Antennes d'animation du travail à domicile ;
  - Centres pilotes régionaux de formation et de production expérimentale ;
  - Structures d'approvisionnement et de commercialisation.

#### **§6 : Le directeur général :**

Le directeur général de l'agence est nommé par décret exécutif sur proposition du ministre chargé de l'artisanat.

- Il représente l'agence en justice et dans les actes de la vie civile ;
- Il élabore le projet de budget, ordonne et engage les dépenses de l'agence dans les limites des crédits inscrits ;
- Il exerce l'autorité hiérarchique sur le personnel de l'agence ;
- Il réalise les études et travaux arrêtés par le conseil d'administration ;
- Il prépare les comptes de fin d'exercice qu'il adresse aux autorités compétentes conformément à la réglementation en vigueur ;
- Il veille à la protection et à la sauvegarde du patrimoine de l'agence.

### **Sous-section 2 : Définition et type d'artisanat traditionnel :**

#### **§1 : Définition des secteurs d'activité et titre d'artisanat :**

Les activités de promotion, création, de transformation, de restauration d'art, d'entretien, de préparation ou de prestation de service déterminent

L'appartenance au secteur de l'artisanat et des métiers :

- Ces activités doivent être exercées à titre principal et permettent, qu'elle soit la forme; sédentaire, ambulante, ou foraine.
- L'exercice de ces activités entraîne l'obligation d'inscription au registre de l'artisanat et des métiers tenus par les chambres de l'artisanat et des métiers

#### **§2 : Types d'artisanat :**

- A. La vannerie :** artisanat qui utilise des fibres végétales, est une très ancienne activité. Cet artisanat connaît un développement important en Algérie du fait de la disponibilité de l'alfa, du raphia et du palmier nain.
- B. La dinanderie :** Cet artisanat très usité dans les grandes villes était destiné à une certaine classe dont il couvrait les besoins en matière d'ustensiles de cuisine, de bain et meubles. Cet art utilitaire et décoratif est toujours exercé dans ces anciens centres notamment à la Casbah d'Alger, la vieille cité de Constantine et celle de Tlemcen.
- C. Les bijoux :** Le bijoutier algérien a créé des modèles puisés de son histoire et des différentes civilisations qui se sont succédées sur cette terre d'accueil. Cependant, il a su imprimer à sa production une empreinte particulière et caractéristique.
- D. L'habit traditionnel :** Miroir des us et coutumes des Algériens, le costume traditionnel a su conserver les traces de toutes les civilisations qui se sont succédé dans le pays. En Algérie, le costume s'acheminera tout naturellement dans les différentes étapes vécues au travers des invasions. L'Algérie a subi des influences dues aux passages d'étrangers. Ce qui n'a pas empêché au costume algérien d'avoir des particularités stylistiques propres à chaque région.
- E. La céramique d'art :** céramique algérienne est une forme plus affinée et artistique de la poterie rurale. La céramique d'art reste l'une des filières de l'artisanat les plus productives,

- F. Le travail du cuir :** le travail du cuir plonge ses racines très loin dans le passé, il est évident que cet artisanat se soit développé d'une manière conséquente du fait que le travail de la peau dépende directement de la consommation de viande. Les poils servent aux tissages et les peaux sont tannées en cuir.
- G. Le tapis et le tissage :** les tissages algériens sont d'une diversité extrême et d'une richesse extraordinaire. Tapis, carpettes et coussins sont tissés dans toutes les régions avec des motifs aussi variés que riches. Le motif berbère original fut enrichi par la flore de l'art musulman et oriental. Des tapis à points noués, épais et aux grandes dimensions, couvertures à décoration simple, en passant par les tapis à la décoration extrêmement riche des Aurès.
- H. La broderie :** En Algérie, la broderie est un artisanat pratiqué aussi bien en ville qu'en milieu rural. Alors que la broderie citadine s'est enrichi des influences de la décoration andalouse et orientale, la broderie rurale conserve dans certaines régions la décoration berbère faite de ces mêmes motifs géométriques qu'on retrouve sur les tapis et autres poteries. C'est un artisanat d'art qui reste pratiqué dans les maisons. Souvent, il constitue une source de revenus fort appréciable pour les femmes brodeuses.

### §3 : L'entreprise d'artisanat :<sup>1</sup>

L'entreprise d'artisanat est considérée comme entreprise d'artisanat toute entreprise constituée sous l'une des formes prévues par le code de commerce et présentant les caractéristiques suivantes :

- L'exercice d'une activité d'artisanat ;
- L'emploi d'un nombre indéterminé de salariés ;
- Une direction assurée par un artisan ou un maître-artisan ou par l'association ou l'emploi d'un artisan au moins, qui assure la conduite technique de l'entreprise lorsqu'il s'agit d'entreprise dont le chef n'a pas la qualité d'artisan.

---

<sup>1</sup> Document interne de l'agence

#### **A. Définition des tâches**

Les travailleurs appartenant aux corps des inspecteurs de l'artisanat participent sous l'activité artisanale. Ils assistent l'autorité supérieure dans la conception l'élaboration et la préparation des projets à caractère technique ou réglementaire relatifs aux activités de l'artisanat.

#### **B. Condition de recrutement :**

Les inspecteurs de l'artisanat sont recrutés :

- Sur titre parmi les candidats titulaires du baccalauréat et ayant suivi une formation spécialisée d'inspecteur de l'artisanat d'une durée de trois (3) années,
- Par voie de concours sur titre, parmi les candidats justifiant d'un diplôme de technicien supérieur ou d'un niveau équivalent dans les spécialités dont la liste est Fixée par l'arrête portant ouverture du concours, Les inspecteurs de l'artisanat, recrutés en application de l'alinéa ci-dessus sont astreints à un stage de formation préalable à leur confirmation.
- Par voie d'examen professionnel, dans la limite de 30% des postes à pouvoir, parmi les chefs de circonscription de l'artisanat, régis par les dispositions du décret N° 68-345 du 30 mai 1968, justifiant de cinq (5) années d'ancienneté en cette qualité.
- Au choix dans la limite de 10% des postes à pouvoir, parmi les chefs de circonscription de l'artisanat, régis par les dispositions du décret N° 68-345 du 30 mai 1968, justifiant de dix (10) années d'ancienneté en cette qualité et inscrits sur une liste d'aptitude.

## **Section 2 : méthodologie de l'enquête qualitative :**

Pour atteindre notre objectif, nous avons jugé utile de mener une enquête par un entretien semi directif, notre point de départ était d'essayer de comprendre quels sont les facteurs de motivation permettant la création des entreprises artisanales féminines en Algérie ?

Cette section sera consacré à analyser les données qualitatives issues de l'entretien avec cinq (5) entrepreneures femmes artisanes au niveau de leur atelier (quelque soit la wilaya), et la présentation des résultats de l'enquête ainsi leur interprétation.

### **Sous-section 1 : la méthodologie de l'enquête :**

La constitution de l'échantillon a été sur la base de cinq (5) femmes artisanes ayant plus de 10 ans d'exercice en tant que entrepreneures concernées par le domaine de l'artisanat, Elles ont été choisies par notre encadreur au niveau de l'organisme d'accueil. Elles sont sélectionnées en raison de leur disponibilité, de leur catégorie professionnelle et de leur expérience. En voulant élargir notre échantillon, nous avons contacté quatre (4) autres femmes artisanes de différentes wilayas, aucune d'elles ne nous a répondu.

#### **§1. Objectif de l'enquête :**

- Notre objectif consiste à essayer de comprendre ce qui motive ou dé motive la jeune femme Algérienne à entreprendre. On tient compte de :
  - Rassure les enquêtées (en cas de « panne » d'idée, de relance), et l'enquêtée peut apporter plus de caution. Officialise encore plus la situation d'enquête. Perçu différemment selon la position sociale de l'enquêté).
  - Impression d'avoir recueilli des matériaux conformes à la problématique
  - Autorise des comparaisons systématiques entre entretiens.

### **Sous-section 2 : les outils de recherches :**

#### **§1 : L'entretien :**

Pour le type d'entretien, nous avons favorisé l'entretien **semi-directif**, « *ce genre d'entretien est à mi-chemin entre la non directive et la directive (... ..) le chercheur laisse le*

*choix à la personne interviewée mais il demande des explications, des arguments et des exemples »<sup>2</sup>*

Le guide d'entretien est une liste récapitulative des thèmes et des questions à aborder dans le cadre d'une enquête qualitative, qui précise le moment et la manière de les introduire dans la conversation. Ce guide est fourni à l'enquêteur pour lui permettre de suivre la méthodologie définie, tout en observant un comportement adéquat lors de l'entretien.

Le guide d'entretien permet de :

- L'analyse du sens que les acteurs donnent à leur pratique et aux événements auxquels ils sont confrontés.
- L'analyse d'un problème précis
- La reconstitution d'un processus d'action

## **§ 2 : Les différents types d'entretien:**

### **A. L'entretien directif :**

C'est un questionnaire oral. Il est très sécurisant pour le chercheur. Il arrive un guide d'entretien tout prêt, chaque question est posée dans un ordre pré établie, et le chercheur se cantonne à lire les questions et à cocher les cases (un peu comme les sondages dans la rue). Un avantage sur le questionnaire envoyé c'est que l'enquêteur peut repréciser ses questions ou les reformuler suivant les individus. Limites : très peu de marge de manœuvre pour l'enquêté. On laisse peu de place à l'initiative de parole, à l'expression, puisque l'enquêté va juste se contenter de répondre à la question sans aller plus loin.

### **B. L'entretien semi directif :**

En ce sens qu'il n'est ni entièrement ouvert, ni entièrement fermé. En général, le chercheur dispose d'un certain nombre de thèmes ou de questions guides, relativement ouvertes sur lesquelles il souhaite que l'interviewé réponde. Mais il ne pose pas forcément toutes les questions dans l'ordre dans lequel il les a notés et sous leur formulation exacte. Il y a d'avantage de liberté pour le chercheur mais aussi pour l'enquêté. Autant que possible le chercheur laisse venir l'interviewé afin que celui-ci puisse parler ouvertement, dans les mots

---

<sup>2</sup> OUACHERINE, (H) et CHABANI, (S) : guide de méthodologie de la recherche en science sociale, Taleb Impression, Alger, 1ere édition, 2013, P.73.

qu'il souhaite et dans l'ordre qu'il convient. Le chercheur essaie simplement de recentrer sur les thèmes qu'il l'intéresse quand l'entretien s'en écarte, et de poser les questions auxquelles l'interviewé ne vient pas par lui-même.

### C. L'entretien non directif (libre) :

Pas de cadre prédéfini dans ce type d'entretien, se passe sur le mode de la conversation naturelle. Souvent utilisé pour les récits de vie. Lorsque l'on veut tracer des trajectoires de vie pour comprendre une position, ou une situation. On essaie alors de ne pas limiter l'entretien à quelques dimensions de la vie de l'individu mais essayer de comprendre comment sa trajectoire, au travers différents aspects de sa vie (familial, scolaire, professionnel etc.) l'ont amené vers telle ou telle position. Ce genre d'entretien est souvent plus long mais aussi plus difficile pour le chercheur. Il demande une plus grande expérience, puisqu'il faut savoir faire parler la personne sur son vécu, et savoir rebondir sans cesse sur ce que raconte l'individu pour ne pas créer trop de vide et casser le rythme de l'entretien. Ce genre d'entretien est très riche lorsqu'il est correctement mené et exploité.

### §3 : Analyse du guide d'entretien :

L'entretien a été réalisé avec 5 femmes artisanes créatrices de leurs entreprises.

**Tableau III-1 :** Tableau récapitulatif de l'enquête :

| Catégorie                            | Entretien destiné aux femmes artisanes                     |
|--------------------------------------|------------------------------------------------------------|
| Nombre de personne interrogé         | 05                                                         |
| Le mode d'administration d'entretien | Face à face                                                |
| Catégorie des questions choisies     | Questions à choix multiples (plusieurs réponses permises). |
| Lieu de l'enquête                    | Au sein de l'ANART                                         |

Source : établi par nos soins.

### §4 : Structure et déroulement de guide d'entretien :

Pour apporter des réponses à nos questions de recherche, l'entretien s'est déroulé à l'aide d'un guide d'entretien «semi directif», on a consacré une heure avec chaque femmes artisanes pour répondre aux questions ouvertes suivantes :

### §5 : L'analyse et discussion des réponses :

- **L'analyse par rapport à notre première hypothèse concernant :** le profil des entreprises créées par les femmes entrepreneurs algériennes comprend : l'artisanat.

**Enquêtée n°1 :** Feyrouz, modéliste artisane de Tipaza, elle pratique cette activité depuis 20 ans, elle fait également de la peinture sur soie. « *J'ai développé cette activité en ouvrant, à mes début un atelier ou je produisais des vêtements traditionnels avec quelques employées et j'ai même réussi à développer les tenues traditionnelles* » dit-elle.

**Commentaire :** cette femme artisane confirme sa place malgré tout, elle a déclarée avec une forte voix son besoin d'être Soutenue et accompagner lors de la création de son entreprise et après son démarrage.

- **Concernant la deuxième question avez-vous pu percer et réussir dans cette activité et est-ce que les gens s'intéressent à vos modèles et création ?**

**Enquêtée n°2 :** Mme aicha autodidacte dans le métier. Elle a commencé par faire du crochet. Elle a un diplôme obtenu dans un centre de formation professionnelle. Son but ultime c'est d'enseigner le métier aux jeunes. Elle ajoute « *oui absolument. Ce sont surtout les gens qui m'ont encouragé* » grâce au salons elle-même pu faire connaître ses modèles de couture à l'étranger à travers sa participation aux différents salons de l'artisanat « *il y a des étrangers qui connaissent bien mes créations et mes modèles et demandent toujours après mes produits* » dit-elle.

- **L'analyse par rapport à notre deuxième hypothèse concernant :** la discrimination socioculturelle ne freine pas le développement de l'entrepreneuriat féminin, les enquêtées affirment qu'elles n'ont jamais ressenti discriminées en tant que femme des la part des administrations publics, des fournisseurs, des banque, au niveau de l'ANART.

**Enquêtée n° 3 :** Melle Maissoune, jeune femme entrepreneuse âgée de 26 ans dans le cadre du dispositif ANSEJ, secteur des services (Artisanal). Son projet est celui d'une école de formation pour la haute couture. Elle a géré une école de formation pendant dix ans de travail, elle avait 12 employés. Actuellement elle a opté pour la production et la commercialisation des vêtements. : « *Y a aucun traitement spécifique pour l'entrepreneur en tant que (femme),* » elle ajoute « *surtout pour mon cas. J'ai bénéficié d'une aide financière de chambre de l'artisanat de la willaya d'Alger qui m'a permit d'évoluer dans mon activité.* »

De plus « *la wilaya m'a octroyé un local dans lequel je travaille à l'aise et cela me donne la possibilité de transmettre mon savoir.* dit-elle

**Commentaire :** Par la question N°4 On infirme que la discrimination socioculturelle freine le développement de l'entrepreneuriat féminin. Ce que nous pouvons l'appeler « discrimination socioculturelle positive ». Il faut rappeler que le gouvernement est déterminé à développer l'économie nationale à travers tous les secteurs. Celui de l'artisanat doit impérativement s'intégrer à nouvelle stratégie du gouvernement à travers l'encouragement des jeunes d'investir dans le domaine. Pour éviter les problèmes de financement, nous lançons un appel à tous les artisanes à se rapprocher des fonds d'aide et de profiter des mesures initiées par les organismes de l'Etat comme l'ANSEJ et l'ANGEM et la CNAC, pour la réalisation de leurs projets et pour la création d'emploi.

- **L'analyse de la troisième et la dernière hypothèse** qui concerne les obstacles et les motivations rencontrés par la femme artisane algérienne sont : niveau d'instruction, compétences, sa vie privée, l'environnement familial... on infirme par rapport à la question N°5 quand aux problèmes rencontrés lors et après la création de leur micro-entreprises, les femmes enquêtées déclarent que les charges fiscales, et en particulier l'équilibre entre vie privée et vie familiale et le manque de connaissances spécifiques à la gestion sont des problèmes majeurs, qui freinent le développement de leur mini-projet.

**Enquêtée n°4 :** Mme **Asma**, gérante et propriétaire d'une micro-entreprise. Elle a créé son entreprise en 2004 dans le cadre de l'ANSEJ. Elle active dans le secteur industriel (artisanat) son projet est celui de la promotion artisanal de miroiterie. Elle emploie 3 employés.

La jeune femme **Asma** âgée de 27 ans mariée, mère d'un enfant, ayant un savoir faire dans l'artisanat « ... *pour moi ce métier était une culture familiale... j'ai travaillé avec mon père... Après mon mariage, je me suis consacrée à ma petite famille...* ».

➤ **Pour la question N°6 : concernant les facteurs de motivation permettant la création des micro-entreprises par les femmes entrepreneurs artisanes étaient comme suit :**

- **L'enquêtée n°1** : de sa part, elle s'était renvoyée au lycée, elle s'était approché du centre de la formation professionnelle. Quand elle a eu son diplôme, Elle a décidée de montrer son propre entreprise. Grace a l'ANART qui permettra aux artisans participants d'améliorer dans le domaine de la qualité, innovation, et la créativité, il permettra aussi de commercialisé leur produit et nouer des relations d'affaires.
- **L'enquêtée n°2** : insuffisance de revenu familial lui a poussé à créer son micro-entreprise afin de contribuer aux dépenses familiales et pour garantir un meilleur avenir à ses petits. A travers focalisation dans la communication de l'ANART sur les salons et les expositions à l'échelle nationale et international qui peuvent garantir une forte participation aux artisans désirant promouvoir leurs créativités sans le but d'assurer une vente permanente de leurs produits.
- **L'enquêtée n° 3** : le chômage et la croyance à son projet. ça lui a poussé à créer son propre emploi. l'ANART lui a garantie une excellente organisation des salons, avant, pendant et après. Pour le but de professionnalisé et institutionnalisé le métier de l'artisanat et d'art.
- **L'enquêtée n°4** : a commencé son business d'abord dans l'informel. Elle avait comme clients des personnes de son entourage. Petit à petit, son activité a développé, ses épargnes personnelles étant insuffisantes, elle s'est orientée vers L'ANART, la commission du fond national de produit des actions artisanales prend en charge tout le budget du salon et la moitié de ce budget consacré à l'exposition, les artisanes payent une somme symbolique.
- **Pour L'enquêtée n°5** : sa motivation principale était la réalisation de soi et être son propre patron. Vu qu'elle a déjà travaillé dans une société privée secteur (Artisanat), ça lui permis d'acquérir plus d'expérience dans le domaine. Donc elle a optée pour la création de son propre micro-entreprise.

### **Section 3 : la méthodologie de l'enquête par sondage auprès des femmes artisanes :**

#### **Sous-section 1 : l'objectif de l'enquête :**

Notre objectif consiste à essayer de comprendre ce qui motive ou dé motive la jeune femme Algérienne à entreprendre. Dans le secteur de l'artisanat.

#### **§1 : Le questionnaire :**

Le questionnaire a été conçu a fin de pouvoir cerner le profil de la femme entrepreneure dans le domaine de l'artisanat, le profile de son entreprise, ses difficultés au départ a la création, et en fin les facteurs de motivations rencontrés dans leurs parcours professionnel qui permettent la réussite de création des entreprises artisanales.

Sa conception est faite en fonction des thématique bien définies et qui doivent répondre aux problématique posées et permettent de vérifier les hypothèses de l'étude.

Les questions formulées sont en majorité fermées, selon la nécessité de l'étude quantitative.

Le questionnaire contient une partie réservée aux données économiques et sociodémographiques sur les artisanes (fiche signalétiques) et sept parties aux :

- Les caractéristiques sociodémographiques et économiques de l'échantillon ;
- Budget ;
- le profil de la micro entreprise ;
- Les caractéristiques des produits exposés ;
- Le parcours entrepreneurial ;
- L'environnement familial de la femme entrepreneure ;
- Accompagnement ANART.

Le type d'administration était soit par le face à face soit par le formulaire électronique.

## §2 : L'échantillonnage :

Les résultats qui vont présentés, sont tirés d'une étude quantitative du terrain, fondé sur une enquête auprès d'un échantillon de 20 femmes artisanes du 4 au 20 avril 2016, La totalité des enquêtées sont interviewés en face à face par nous même.

### Sous-section 2 : présentation et analyses des principaux résultats :

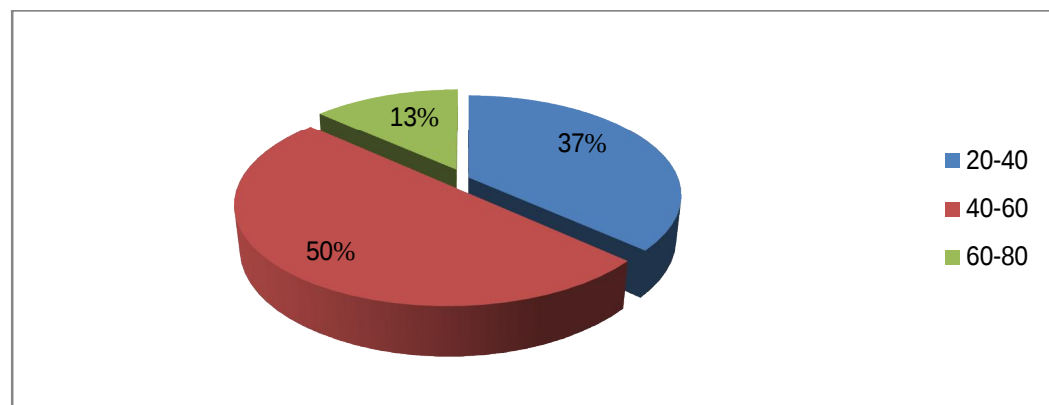
#### A. Les caractéristiques sociodémographiques et économiques de l'échantillon :

**Tableau N° III-2 :** l'âge des femmes artisanes.

| L'âge              | Nombre des femmes | %    |
|--------------------|-------------------|------|
| Entre 20 et 40 ans | 11                | 37%  |
| Entre 40et 60 ans  | 15                | 50%  |
| Entre 60 et 80 ans | 4                 | 13%  |
| Total              | 30                | 100% |

Source : établi par nos soins (enquête par questionnaire)

**Figure N° III-1 :** la répartition des femmes artisanes selon la variable d'âge.



Source : établi par nos soins

### Commentaire :

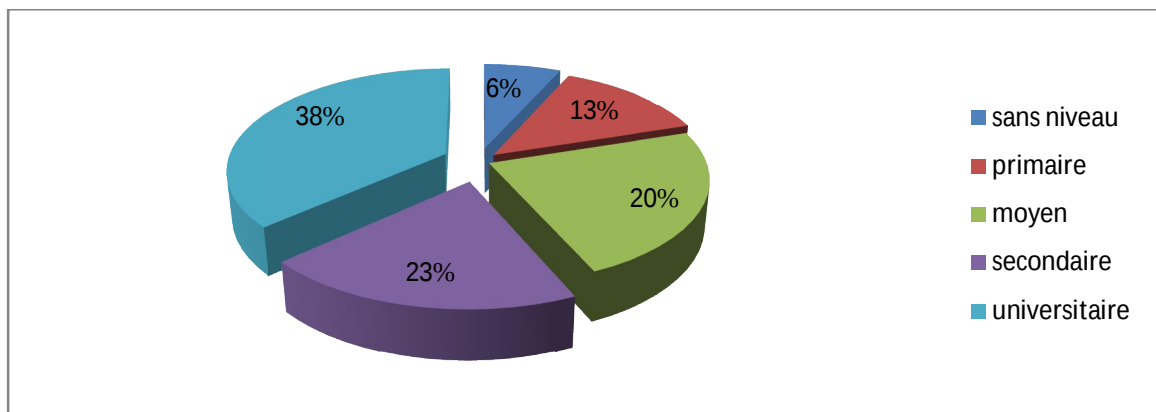
La tranche d'âge des femmes artisanes questionnées selon les résultats obtenus représente 50% âgé entre 40-60 ans c'est la plus grande portion, les femmes entrepreneurs qui ont plus de 60 ans représentent que 13%. Ce qui traduit clairement la jeunesse de la population des artisanes qui s'intéressent à la création de leur propre entreprise et à la promotion de leurs produits.

**Tableau N° III-3 :** Le niveau d'étude des femmes artisanes.

| Niveau d'étude | Nombre | %    |
|----------------|--------|------|
| Sans niveau    | 3      | 10%  |
| primaire       | 5      | 16%  |
| moyen          | 4      | 13%  |
| secondaire     | 11     | 38%  |
| Universitaire  | 7      | 23%  |
| total          | 30     | 100% |

Source : établi par nos soins (enquête par questionnaire)

**Figure N°III-2 :** la répartition de l'échantillon selon le niveau d'études :

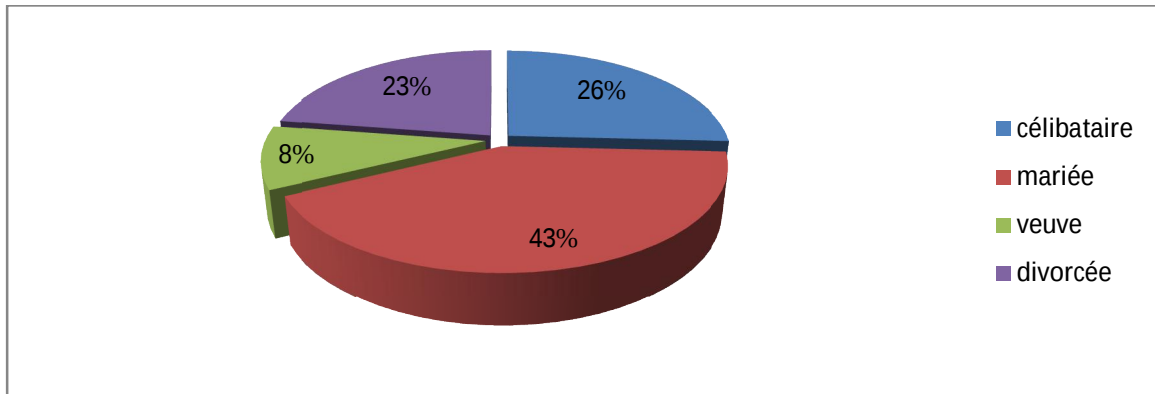


Source : établi par nos soins

### **Commentaire :**

Parmi les artisanes interrogées le taux le plus élevé est celui de 38% exerçants le métier de l'artisanat traditionnel ont un niveau secondaire contre une part de 23% ont un niveau universitaire et les autres ont un niveau primaire, moyen et sans niveau à un taux relativement pareil. Donc ce qui reflète la réalité du secteur, c'est-à-dire que la population des femmes artisanes est caractérisée par un niveau secondaire.

**Figure N° III-3 :** répartition des artisanes selon la situation patrimoniale.



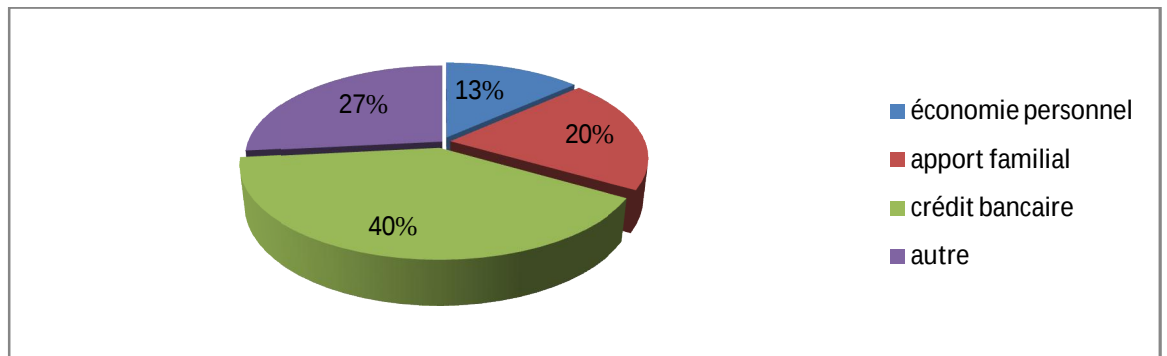
Source : établi par nos soins

**Commentaire :**

Selon le secteur on remarque, la situation patrimoniale des femmes artisanes on constate que 26% des femmes sont célibataires et 23% des femmes artisanes sont divorcées, la majorité des femmes interrogées sont mariées malgré leurs occupation elles tentent de s'imposer.

**B. Budget :**

**Figure N°III-4:** La répartition de la source de la capitale au départ par les femmes artisanes.

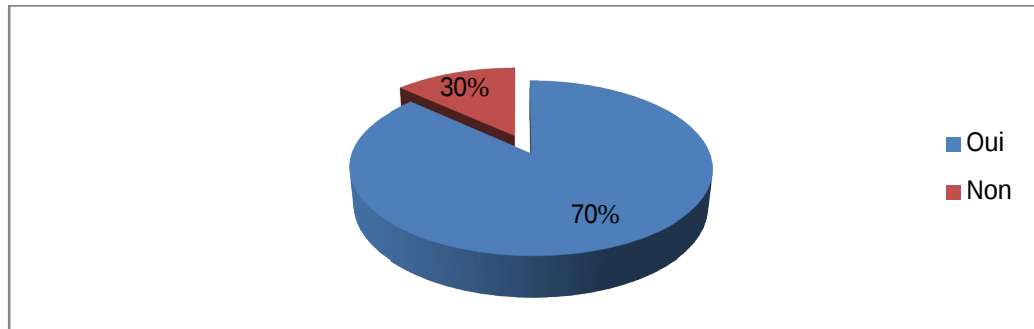


Source : établi par nos soins

**Commentaire :**

Parmi les artisanes interrogés 40% des femmes la source de leurs capitale de départ était par un crédit bancaire, 10% seulement on déclarées que c'était leur économie personnel.

**Figure N°III-5 :** Répartition des femmes selon l'aide de l'Etat dans leur domaine d'artisanat :



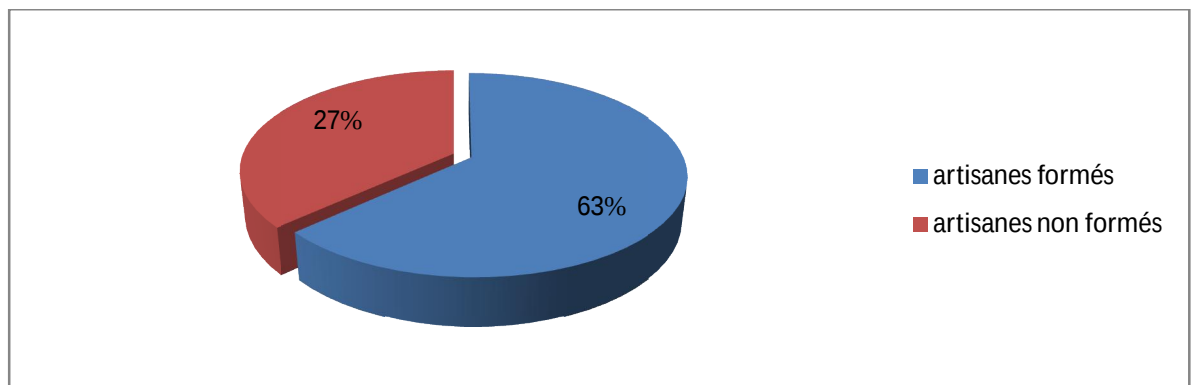
Source : établi par nos soins

**Commentaire :**

Parmi les femmes artisanes interrogées 70% on répondu Oui, seulement 30% on répondu par non. Le taux élevé c'est 70% la majorité des femmes artisanes on bénéficié d'une aide financière de la chambre de l'artisanat, de L'ANSEJ, l'ANGEM, la CNAC et l'ANART. Ce qui signifie que l'Etat encourage les femmes entrepreneures d'investir dans leur domaine.

**C. Le profil de la micro-entreprise.**

**Figure N°III-6:** Répartition des femmes artisanes formés et non formés



Source : établi par nos soins

**Commentaire :**

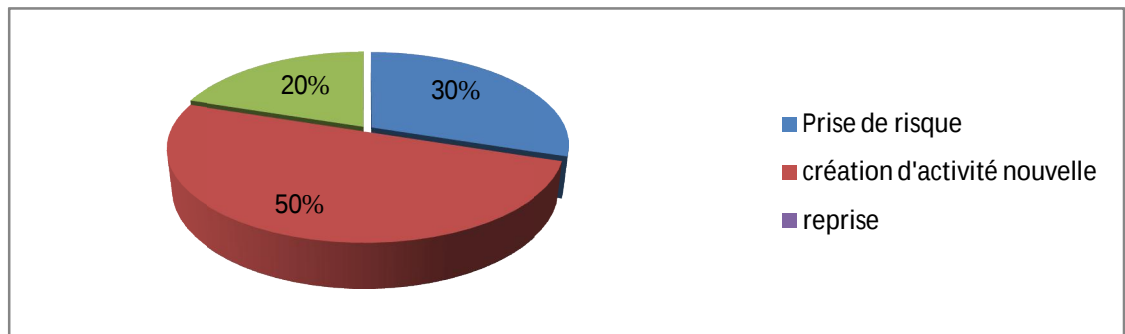
Parmi les femmes artisanes interrogées on a plus d'artisanes formées que d'artisanes non formées. Ce que explique que l'origine de l'acquisition de leur savoir en leurs métiers c'est les institutions de formations.

**Tableau N° III-4 :** Définition du métier entrepreneur selon les femmes artisanes questionnées :

| Définition                   | Nombre | %    |
|------------------------------|--------|------|
| Prise de risque              | 9      | 30%  |
| Création d'activité nouvelle | 15     | 50%  |
| Reprise                      | 6      | 20%  |
| Total                        | 30     | 100% |

**Source :** Établi par nos soins (enquête par questionnaire)

**Figure N° III- 7:** Répartition selon la définition du mot entrepreneur



**Source :** établi par nos soins

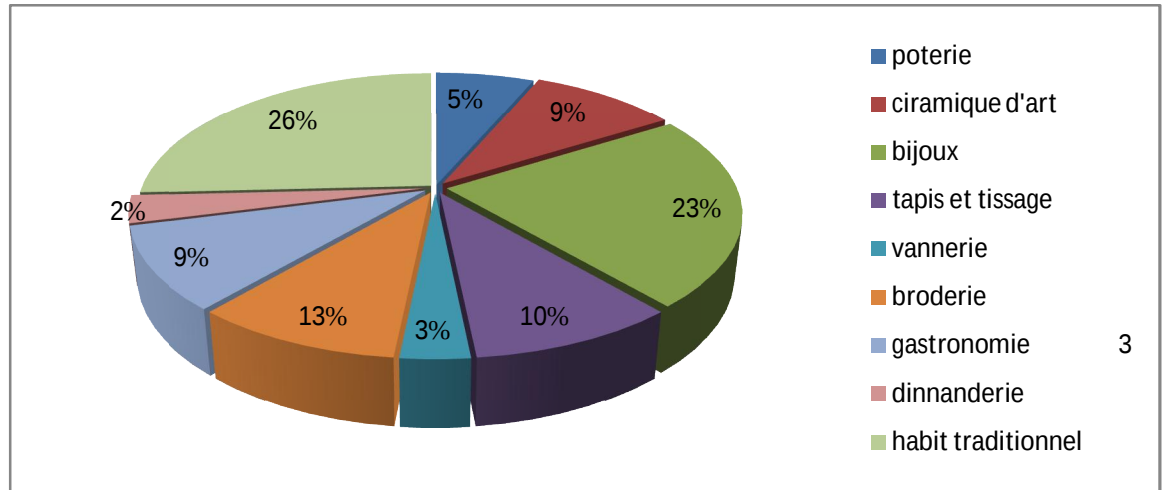
**Commentaire :**

Pour la définition proposée à ces femmes artisanes, l'entrepreneur est défini comme un preneur de risques à un taux estimé à 30% des réponses recensées, c'est un créateur d'activités «entreprise» à un taux estimé de 50%. Et c'est un repreneur d'activité à un taux de 20%.

Il y a celle qui considère que la définition de l'entrepreneur est l'ensemble des réponses proposées, ces femmes artisanes ont une connaissance particulière pour ce métier.

#### D. Les caractéristiques des produits exposés :

**Figure N° III- 8:** les renseignements concernant les produits de t'artisanat traditionnel

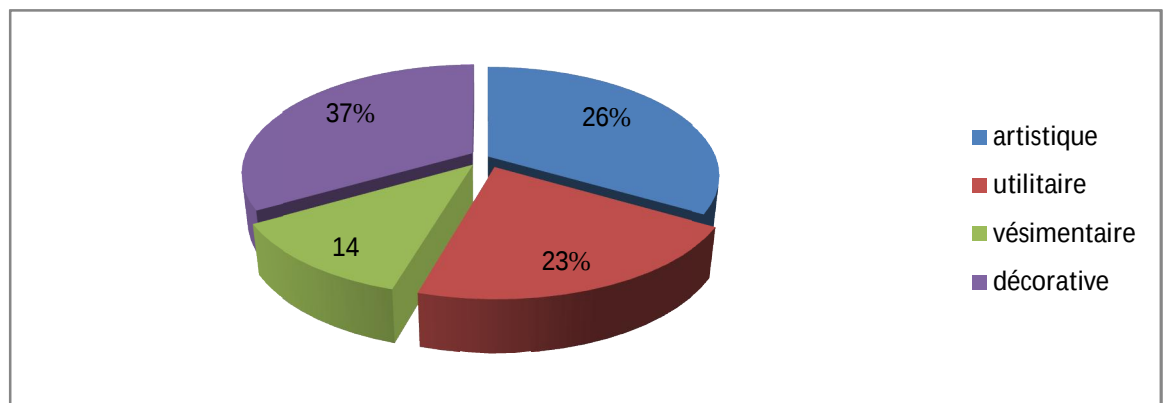


Source : établi par nos soins

#### Commentaire :

Les caractéristique des produits les plus dominants c'est les bijoux avec un taux 23% et les habits traditionnels avec un taux 26% et la gastronomie avec un taux 9% de le reste des produits appartiennent à des différents métiers marquent une présence relativement équitable.

**Figure N° III-9:** la nature des produit exposés



Source : établi par nos soins

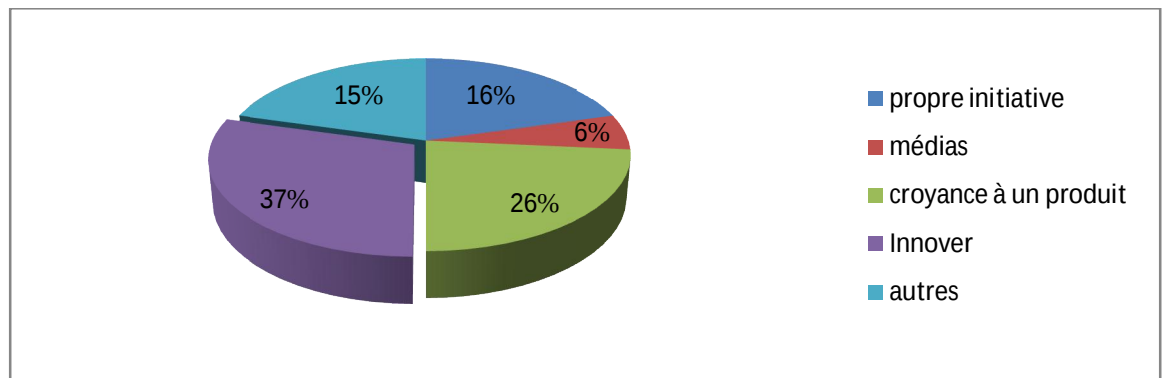
#### Commentaire :

Les femmes artisanes qui exposent les produits décoratifs sont les plus nombreuses avec un taux de 37%. Les produits artistiques et utilitaires représentent 23% et 26%, alors que les

produits vestimentaires représentent que 14%. On déduit que dans la culture des artisanes les consommateurs cherchent beaucoup plus les produits d'art.

#### E. Le parcours entrepreneurial :

**Figure N° III-10:** l'idée de création



Source : établi par nos soins

#### Commentaire :

Notre enquête révèle 37% des femmes entrepreneures créatrice de leur entreprise dans le but d'innovation, contre un taux de 26% par croyance à leurs produits, un taux de 6% des entrepreneurs l'influence des médias les a poussé de créer leur micro-entreprise. On déduit que les femmes artisanes algériennes sont pleinement engagées dans le développement de l'artisanat.

**Tableau N° III-5 :** Les problèmes rencontrés lors et après la création de l'entreprise :

|                                      | Problème majeur | Problème mineur | N'a presque pas été un problème | Na pas du tout été un problème |
|--------------------------------------|-----------------|-----------------|---------------------------------|--------------------------------|
| <b>L'accès au financement</b>        | 15 artisanes    | 10 artisanes    | 3 artisanes                     | 2 artisanes                    |
| <b>Le manque de connaissance</b>     | 9 artisanes     | 14 artisanes    | 3 artisanes                     | 4 artisanes                    |
| <b>La peur du risque</b>             | 4 artisanes     | 7 artisanes     | 13 artisanes                    | 6 artisanes                    |
| <b>Le manque de soutien familial</b> | 11 artisanes    | 7 artisanes     | 6 artisanes                     | 4 artisanes                    |
| <b>Les charges fiscales</b>          | 14 artisanes    | 9 artisanes     | 5 artisanes                     | 2 artisanes                    |
| <b>Le manque d'expérience</b>        | 8 artisanes     | 13 artisanes    | 5 artisanes                     | 4 artisanes                    |

Source : établi par nos soins

**Commentaire :**

Quant aux problèmes rencontrés lors et après la création de leurs micro-entreprise, les femmes enquêtées déclarent que l'accès au financement est le problème majeur en particulier les charges fiscales et le manque de soutien familial sont les problèmes majeurs, qui freinent le développement de leurs micro-entreprise.

Dans le même contexte, on distingue autres difficultés majeures :

**1. le problème de la commercialisation des produits artisanaux :**

Ce problème reste encore posé, d'où l'importance des manifestations, organisées de temps à autre, pour faire connaître les produits des artisanes.

**2. Le problème des frais de constitution d'une micro-entreprise :**

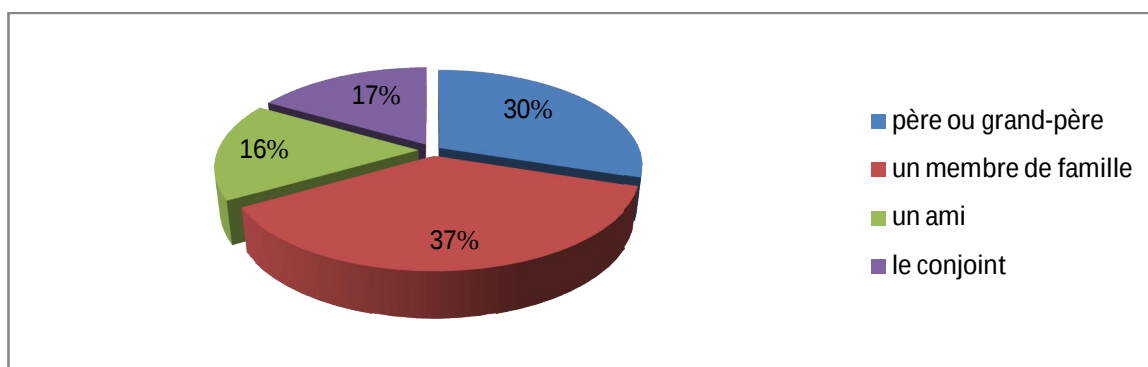
Les frais du notaire, les frais de location du local, les frais d'inscription au registre de commerce.

**3. Des problèmes de gestion :**

L'équilibre financier, l'absence de stratégie, le manque d'expérience pour certaine dans le domaine de la gestion d'entreprise.

**F. L'environnement familial de la femme entrepreneure.**

**Figure N° III-11 :** Le degré d'influence leurs entourage



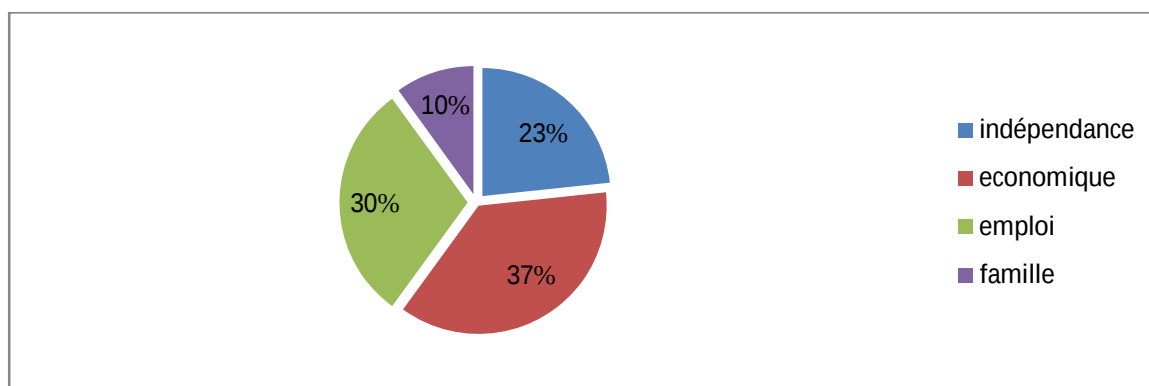
Source : établi par nos soins

**Commentaire :**

Pour le degré d'influence de leur entourage, les femmes entrepreneures disent que le soutien de famille est un élément essentiel pour la réussite. Parmi les artisanes enquêtées 37% un de

leurs membre de la famille et entrepreneur, 30% des femmes enquêtées leurs père ou grand-père est entrepreneur, et pour un taux de 16% et 17% leurs amis et conjoints sont des entrepreneurs.

**Figure N° III-12 :** la répartition des facteurs de motivation permettant la création des entreprises artisanales par des femmes entrepreneures en Algérie.



Source : établi par nos soins

#### **Commentaire :**

Notre enquête révèle 40% des femmes artisanes le facteur économique est le facteur majeur pour des raisons tels que (Améliorer la situation financière, participer à un concept commercial éprouvé, pour développer une idée innovante ...) et pour un taux de 30% pour le facteur de l'emploi pour des raisons tels que (Pour avoir un travail plus satisfaisant, Pour la stabilité de l'emploi) alors que les autres facteurs famille et besoin indépendance représentent 20% et 10% pour des raison comme ( travailler en famille ou avec des amis, a cause des antécédents familiaux ou Pour des raisons familiales, Pour mieux maîtriser son avenir, Pour des expériences préalable de l'entrepreneuriat)

➤ Les autres réponses sont comme suit :

Ce qui incite a la création de son micro-entreprise : les réponses les plus fréquentes sont les suivantes :

- ✓ Spécialité d'études ;
- ✓ Objectif & rêve ;
- ✓ Passion et expérience
- ✓ Assurance et avenir ;

- ✓ Caractéristiques du métier ;
- ✓ Moyen de lutte contre le chômage ;
- ✓ Egalité des chances & travail ;
- ✓ Civilisation.

Donc on peut dire que la femme algérienne d'aujourd'hui tente de s'imposer et de s'engager dans le développement de l'artisanat.

#### **G. Accompagnement ANART :**

Selon les femmes artisanes interviewées on constate que l'ANART étant une institution de promotion par excellence accompagne les artisans algériens dans le domaine de la promotion de l'artisanat traditionnel et d'art.

Cet accompagnement porte sur différents volets :

- Encadrement et accompagnement des artisans lors de leurs participations aux salons et foires nationaux et internationaux, cet accompagnement porte sur les aspects des procédures (bancaires, douanières etc....)

##### **§1 : Organisation du salon**

Selon les documents internes de l'ANART pour organiser un salon elle suit cette démarche :

##### **A. Avant l'ouverture du salon :**

Ce n'est pas suffisant de choisir la bonne manifestation, et d'installer un stand adéquat, il faut aussi :

- Bien communiquer (dans le but d'avoir le maximum de visite des clients potentiels), avec divers support et même sur le stand (des brochures, des catalogues...)
- Prévoir des cartes d'invitation et des badges.
- Prévoir des cartes de visite dans la langue du pays
- Concevoir des catalogues et de la documentation en général.

Ceci se fait par l'ANART trois à quatre mois à l'avance, tandis que le lancement du premier publipostage annonçant la participation et l'envoi des invitations à tous les clients ou partenaires se fait à deux à l'avance.

**B. Pendant le salon :**

- Le stand représente la vitrine de l'organisme : de ce fait, une grande importance doit être accordée à son aménagement. Les produits doivent être exposés d'une manière valorisante.
- L'animateur devra appliquer soigneusement les consignes édictées par la hiérarchie ; mais cela ne sera possible que si ce dernier est bien formé. Il doit être souriant, doit créer un climat convivial, car il est là pour informer, présenter et vendre non seulement les produits de l'artisanat traditionnel mais aussi dresser une meilleure image de l'artisan de même du secteur.

De plus l'animateur doit mettre à la disposition des visiteurs des dépliants de la manifestation (salon et foire).

Un stand ne se conçoit pas sans un minimum d'animation audiovisuelle, téléviseur, magnétoscope ou un ordinateur sur lequel sera présenté l'organisme, les produits, les objectifs...etc.

C'est bien encore d'organiser des jeux des concours sur place pour attirer plus de visiteur et prospects la chose qui n'est pas appliquée par l'ANART.

En matière de concours, le ministère de l'artisanat octroie des prix nationaux de l'artisanat traditionnel et d'art, destiné à récompenser les meilleures œuvres artisanales réalisées par les artisans, les coopératives et entreprises artisanales.

Le prix de l'artisanat consiste en l'attribution de médailles, de tableaux d'honneur et d'une récompense pécuniaire.

Cela permet de motiver les artisans pour une meilleure participation.

Au cours de l'exposition, une conférence de presse est parfois donnée par un grand responsable, par ailleurs ; les spots télé, les affiches du salon les dossiers de presse et les annonces sur les quotidiens nationaux sont souvent des modes de communication utilisés par l'ANART et autres chambres de l'artisanat.

### **C. Après le salon :**

Des fin de la manifestation, les personnes présentes sur le stand élaborent des rapports écrits dans lesquels sont mis en évidence les points positifs et les points négatifs et ceux à améliorer.

Au cours de la manifestation, les coordonnées des visiteurs intéressés par un complément d'information sont notées. A la fin de la manifestation, il est indispensable de satisfaire ces derniers en leur envoyant la documentation demandée.

Enfin l'encadreur du stand dresse un bilan de la manifestation : ce qu'elle a coûté, ce qu'elle a apporté, les objectifs assignés sont-ils atteints et à quel degré ?

- Organisation aux profits des artisans algériens de sessions de formation dans le domaine (manufacturing, design, créativité et innovation, NTIC).
- Organisation des concours nationaux de l'artisanat traditionnel et d'art.
- Conseil, orientation selon les besoins des artisans.
- Mise à disposition des artisans d'un centre de documentation et d'information électronique (CIDATA) au niveau du siège de l'agence.
- Assistance au profit des artisans exportateurs en prenant en charge l'opération export de A à Z (domiciliation bancaire, mise en caisse des produits, transit, fret, etc...).

### **De plus :**

- L'Agence (ANART), enregistre une première opération en matière de partenariat pour la formation des artisans du sud du pays, notamment à Tamanrasset. S'inscrivant le projet dans le cadre de l'amélioration de la qualité et la mise en valeur des différentes pierres précieuses du Hoggar et du Tassili, les Touarègues de Tamanrasset innoveront et mettront sur le marché national de nouveaux bijoux de différentes couleurs qui sont produits sur la base des pierres bien sélectionnées pour donner une nouvelle dynamique à l'artisanat Made in Touareg pour se distinguer avec les nouveautés de l'artisanat Algérien à grande échelle.

**Conclusion :**

Les femmes entrepreneurs algériennes considèrent leurs projets comme un projet de vie, elles persistent jusqu'à la fin pour mettre en place leurs idées en tant que projet d'entreprise. Même Si elles ne sont pas nombreuses, et leur activité ne soit pas aussi développée ou n'arrivent pas toutes à la phase d'extension. Elles tiennent à s'assurer, leur propre emploi de manière durable.

Les raisons d'entreprendre ont été rattachés aux quatre motivations principales. On observe que le désir d'indépendance est un facteur incitatif c'est le type de motivation dominant, car le besoin d'indépendance et la satisfaction de posséder son entreprise représente un facteur de motivation fort pour les femmes entrepreneurs, tout comme pour les hommes créateurs d'entreprise. Etre son propre patron, choisir son lieu de travail, ses collaborateurs, maîtriser le risque mais aussi échapper aux grandes entreprises/institutions et relever des défis sont les principaux facteurs de motivation des femmes à entreprendre, au-delà de la valorisation sociale actuelle de l'indépendance féminine.

# Conclusion Générale

**Conclusion générale :**

Les entrepreneurs femmes représentent une part croissante dans de nombreux pays. En Algérie le taux est dérisoire par rapport à la population féminine totale ou au nombre total des entrepreneurs, il n'en demeure pas moins qu'il augmente chaque année.

Notre travail de recherche a eu comme objectif de connaître ce phénomène à travers les profils des femmes entrepreneures algériennes dans le secteur de l'artisanat et leur création des micro-entreprises et leurs situations socioprofessionnelles avant la création.

Notre objectif primordial consiste d'identifier les principaux facteurs aidant les femmes entrepreneurs à développer leurs activités avec un suivi des expériences vécues par ces femmes entrepreneurs, pour mieux comprendre leur façon à soutenir leurs propres cheminements. Notamment dans le secteur de l'artisanat.

De ce fait, on a trouvé utile d'aborder dans la partie théorique les éléments fondamentaux de l'entrepreneuriat féminin, de donner un éclairage à travers les définitions des concepts de l'entrepreneuriat, ainsi que les raisons poussant les femmes à entreprendre qui constitue les éléments de base pour notre recherche. Dans un second lieu on a procédé à la présentation des différents facteurs de motivations permettant la création des entreprises artisanales par des femmes algériennes.

Nous nous sommes arrivés aux résultats suivants :

- La compréhension du passage par les femmes entrepreneurs qui ont comme obstacle majeur l'accès à différentes ressources à la phase de développement pour transformer leurs petits business installés dans le secteur informel à une entreprise plus ambitieuse dans le secteur formel.
- Le secteur de l'artisanat traditionnel et d'art aujourd'hui est conscient que son développement dépend des actions et réorganisation, d'amélioration et d'innovation
- Il est injuste de nier la volonté et les efforts de l'Etat Algérien de promouvoir l'auto-emploi par la mise en place des organismes d'appui à la création d'entreprise
- La conciliation vie privée- vie familiale comme une question cruciale dans la création et la croissance de l'entreprise.
- l'entrepreneuriat féminin a pris une importance de plus en plus grande dans la plupart des pays développés ou bien en voie de développement dans différents secteurs d'activité.

- L'organisme d'accueil ANART a un rôle consultatif et fédérateur de l'ensemble des artisans. De plus elle a la charge de proposer à sa tutelle et de participer à la mise en œuvre de toutes les mesures incitatives à la promotion socioprofessionnelle de la corporation des artisans et à leur formation en association avec les structures habilitées.

Notre cas pratique nous a permis de confirmer les hypothèses suivantes :

- le profil des entreprises créées par les femmes entrepreneurs algériennes comprend : l'artisanat. **confirmée**
- la discrimination socioculturelle ne freine pas le développement de l'entrepreneuriat féminin. **confirmée**
- les obstacles et les motivations rencontrés par la femme artisanne algérienne sont : niveau d'instruction, charges fiscales, compétences, sa vie privée, l'environnement familial... **confirmé**

À travers l'analyse des données recueillies, nos résultats nous ont permis de dresser un portrait sur les caractéristiques des femmes entrepreneurs algériennes et celles de leurs entreprises, sur cette base que nous pouvons, en conséquence, avancer les conclusions suivantes :

- d'après notre étude à travers les données recueillies on a trouvé que le profil des entreprises créées par les femmes algériennes engendre les secteurs services, professions libérales et généralement l'artisanat.
- Au sujet de la discrimination socioculturelle, il semblerait que l'environnement des affaires et le climat social algériens sont bien moins discriminatoires qu'on a tendance à croire.
- Les femmes enquêtées déclarent que les charges fiscales, et en particulier l'équilibre entre vie privée et vie familiale et le manque de connaissances spécifiques à la gestion sont des problèmes majeurs, qui freinent le développement de leur mini-projet.

Plusieurs recommandations peuvent être retirées de ce travail :

- Il est indispensable de renfoncer la formation en gestion d'entreprise pour augmenter les chances de succès de la micro-entreprise ;
- Faciliter l'accès aux sources de financement a cette catégorie et le renfort de ces femmes d'affaires pour développer leurs activités et pour la pénétration de nouveaux marchés
- Combattre les préjugés et les stéréotypes sociaux contre (l'implication des femmes entrepreneurs dans la gestion des affaires.
- Encourager les femmes artisanes à recourir à des innovations dans l'usage d'outils modernes tels que les métiers de poterie, céramique, bijouterie...etc. pour le développement de nouveaux motifs, cela doit aboutir à une amélioration qualitative et une meilleure production.
- Former les femmes entrepreneur dans le domaine de l'artisanat pour produire et satisfaire leur marché (en marketing et technique de management, technique de communication et du commerce international).

Pendant notre recherche nous avons rencontré des difficultés qui se résument comme suit :

- Le manque d'ouvrages spécialisés sur le thème de l'entrepreneuriat féminin notamment en Algérie ;
- La contrainte du temps limité ;
- Nous avons été affrontés à des difficultés de recueil d'informations ;
- L'indisponibilité de statistiques détailler et récentes sur les femmes entrepreneurs.

Enfin, Face à l'importance du ce sujet, plusieurs pays ont reconnue l'impact de l'entrepreneuriat féminin sur leur croissance économique et admettre que c'est une source insuffisamment exploité, vu que le temps a prouvé et a démontré que la femme est capable d'accéder même à des postes hautement politiques ; alors, comment pas être capable d'assurer un investissement et de gérer une entreprise lorsqu'elle gère une nation ? Donc on peut dire que c'est un phénomène qui ne cesse pas à d'évoluer et qui mérite plusieurs recherches approfondis.

# Bibliographie

## **Bibliographie**

### • **Ouvrages**

- Drucker (Peter) : les entrepreneurs, éditions l'attés, Paris, 1985.
- EYQUEM, (A) : le financement bancaire des femmes entrepreneurs, Mémoire de fin d'études, Université Catholique de LYON – ESDES, 2012.
- FAYOLLE, (Alain) : le métier de créateur d'entreprise, éditions d'Organisations, 2003.
- FAYOLLE, (A) et DEGEORGE, (J.M) : dynamique entrepreneuriale : le comportement de l'entrepreneur, édition Boeck, mai 2012, Paris.
- FILION (Louis Jack) : «*le champ de l'entrepreneuriat : historique, évolution, tendances*», revue internationale PME, vol 10 n°02, 1997.
- HEMANDEZ, *Le processus entrepreneurial*, vers un modèle stratégique d'entrepreneuriat, édition L'Harmattan, 1999.
- LATOUCHE, (Christian) : l'observatoire de l'entrepreneuriat féminin, FUDICIAL, 2006.
- SCHAAN. (Jean-Louis) : «*l'esprit d'entreprise*», édition Johnlibbeyeurotext collerions actualité scientifique, Paris, 1993.
- VERSTRAETE, (Thierry) et SAPORTA, (Benrtrand) : Création d'entreprise et entrepreneuriat, édition d'ADREG, collection « De la Recherche à la Pédagogie », janvier 2006.

### • **Revues**

- ARASTI, (Zahra) : «*l'entrepreneuriat en Iran : les structures socioculturelles*», revue libanaise en gestion et en économie, vol1, 2008.
- CUNNINGHAM, (Batron) and LISCHERON, (Joe): Definig entrepreneurship, Journal of small Business management, Vol 29, n°1, January 1991.

- **Travaux universitaires**

- AMARA, (Siham) et BARA (Manel) : L'entrepreneuriat Féminin en Algérie, Etude de cas : la dispersion de la femme entrepreneure Algérienne, mémoire de Master en Economie Appliqué et Prospective, ECOLE NATIONALE SUPERIEURE DE STATISTIQUE ET D'ECONOMIE APPLIQUEE. (E.N.S.S.E.A), 2015.
- BERRZZIGA, (Amina) : l'entrepreneuriat en Algérie : réalités et perspectives, thèse de doctorat en sciences de gestion, ESC, Alger, 2014.
- BINETOU RASSOUL CORREA, (Fatoumata) : l'entrepreneuriat féminin, mémoire de maîtrise ès-lettres & sciences humaines, sous la direction du professeur GORA MBOJI, université Gaston BERGER de Saint-Louis, 1998.
- BOUDRAA (Hayat) : Entrepreneuriat féminin, Mémoire de master en management, Ecole Supérieure de Commerce ESC Alger, 2014.
- DIALLA, (Basga Emile) : « *les fondements de l'entrepreneuriat en Burkina Faso* », Document de Travail du Centre d'Analyse des Politiques Economiques et Sociales, DT-CAPES N° 16, 2004.
- DIF, (Aicha) : l'entrepreneuriat féminin : cas de la wilaya d'Oran, mémoire de Magistère en sciences commerciales, université d'Oran Es-senia, 2010.
- EYQUEM, (A) : le financement bancaire des femmes entrepreneures, Mémoire de fin d'études, Université Catholique de LYON – ESDS, 2012.
- LADJABI, (Choubeila) : Les Déterminants de l'Entrepreneuriat Féminin en Algérie Etude de cas : l'entrepreneuriat des jeunes femmes promotrices ANSEJ Constantine, mémoire de Master, Ecole des hautes études commerciales EHEC, 2015.
- MACHTOUR, (Radia) : L'ENTREPRENEURIAT FEMENIN EN ALGERIE : UNE ETUDE DESCRIPTIVE, Ecole des hautes études commerciales EHEC, Mémoire de magister, option management, 15ème promotion, juin 2015.
- Rachdi (F) : *L'entrepreneuriat féminin au Maroc : une étude exploratoire*, l'internationalisation des PME et ses conséquences sur les stratégies entrepreneuriales, Haute école de gestion fribourg, Suisse. Octobre.
- PONSON,(B) « L'entrepreneuriat féminin dans l'Océan Indien : identités et mutations », n°6 Congrès international francophone sur la PME ,Octobre 2002 , HEC Montréal

- TAHIR METAICHE, (Fatima) : le profil de l'entrepreneuriat féminin en Algérie : une étude exploratoire, Faculté des sciences économiques, commerciales et de gestion Tlemcen, 2010.

- **Rapport et documents administratifs**

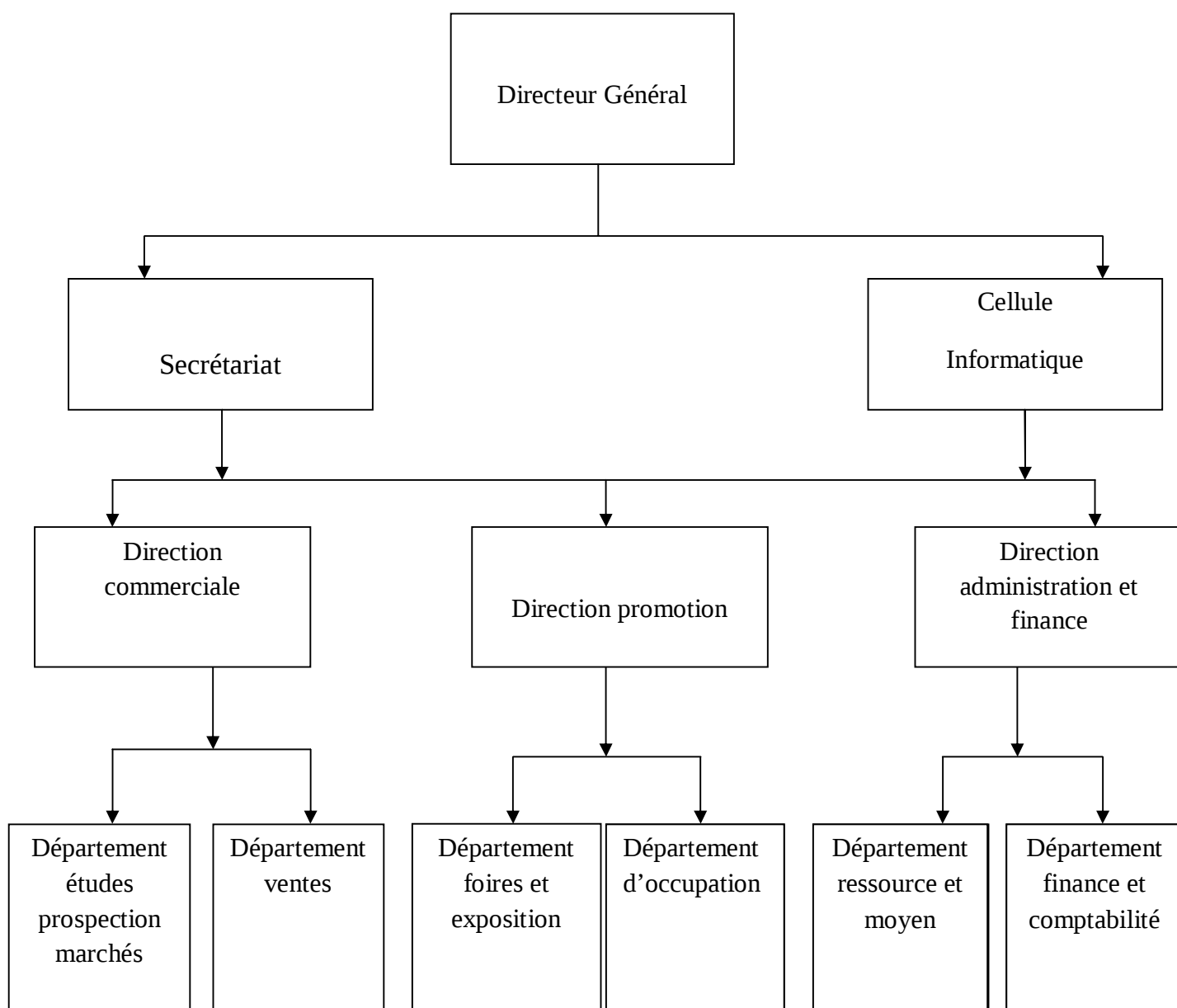
- Document interne de l'ANART (direction promotion)
- BLATTAN, (Lynn) et SCHMID, (Margarit), Promotion des femmes entrepreneures, rapport potentielle en réponse au postulat, décembre 2006.
- Université de Liège/ EAA-EgiD, Belgique, les femmes entrepreneures face à la formation, au financement et aux réseaux- recherche quantitative, rapport national 2004.

- **webographie**

- <http://www.amaape.ma/padef/entrepreneuriat.htm> (Consulté le 30/03/2016 à 23 : 30)
- [http://www.foad-mooc.auf.org/IMG/Chapitre\\_1\\_module\\_1.pdf](http://www.foad-mooc.auf.org/IMG/Chapitre_1_module_1.pdf) (consulté le 28 mars 2016)
- [https://fr.wikipedia.org/wiki/Artisanat\\_alg%C3%A9rien](https://fr.wikipedia.org/wiki/Artisanat_alg%C3%A9rien) (consulté le 02/05/2015 à 01 :23 )
- <http://www.insee.fr/fr/methodes/default.asp?page=definitions/artisanat.htm> (consulté le 30/04/2016 à 19:13 )
- [www.worldbank.org/mena](http://www.worldbank.org/mena) (consulté le 02/04/2016)

# **Les annexes**

**Annexe N° 1 : Organigramme de l'agence nationale d'artisanat traditionnel (ANART) :**



**Source :** document interne de l'agence

## **Annexe n°02 :**

### **Guide d'entretien**

Dans le cadre de la préparation de notre mémoire de fin cycle, pour l'obtention du diplôme de master en sciences commerciales, option Affaires Internationales, nous vous prions de bien vouloir nous accorder quelques minutes de votre temps pour répondre à notre questionnaire qui porte principalement sur les facteurs de motivation permettant la création des entreprises artisanales en Algérie.

Nous vous remercions d'avance pour votre précieuse collaboration.

#### **Questions :**

**Question 1 :** pouvez-vous vous présenter ?

**Question 2 :** avez-vous pu percevoir et réussir dans cette activité et est-ce que les gens s'intéressent à vos modèles et création ?

**Question 3 :** quels sont les principaux indicateurs qui pourraient permettre d'évaluer l'avancée du secteur de l'artisanat en tant que secteur économique ?

**Question 4 :** Que dites vous de la discrimination socioculturelle envers la femme entrepreneure ?

**Question 5 :** pendant la création de la micro-entreprise, qu'elles sont les obstacles les plus rencontrés chez la femme entrepreneure ?

**Question 6 :** selon vous quelles sont les facteurs de motivation à envisager afin de favoriser le développement de création d'entreprise par les femmes artisanes en Algérie ?

### **Annexe n°03 :**

### **Questionnaire**

#### **Enquêteuse :**

Dans le cadre de la préparation de notre mémoire de fin de cycle, pour l'obtention du diplôme de master en sciences commerciales, option Affaires Internationales , nous vous prions de bien vouloir nous accorder quelques minutes de votre temps pour répondre à notre questionnaire qui porte principalement sur les facteurs de motivation permettant la création des entreprises artisanales en Algérie. On vous assure de l'anonymat des vos réponse, car celui-ci à usage strictement scientifique.

Nous vous remercions d'avance pour votre précieuse collaboration.

#### **A. Les caractéristiques sociodémographiques et économiques de l'échantillon :**

- **Dans quelle tranche d'âge vous situez vous ?**

☐ Entre : 20-40      ☐ entre : 40-60      ☐ entre : 60-80

- **Niveau d'instruction :**

☐ Sans niveau      ☐ primaire      ☐ moyen  
☐ Secondaire      ☐ Universitaire

- **Situation matrimoniale :**

☐ Célibataire      ☐ mariée      ☐ veuve      ☐ divorcée

#### **B. Budget :**

- **Quelle était la source de votre capital de départ ?**

☐ Économie personnel      ☐ apport familial      ☐ crédit bancaire  
☐ Autre

- **Avez-vous reçu une aide de l'Etat dans votre domaine d'artisanat ?**

☐ Oui      ☐ non

- **si oui, comment ? .....**

#### **C. le profil de la micro entreprise :**

- **Vous exercez comment votre métier ?**

☐ Artisane formée      ☐ artisane non formée

- **Pouvez- vous nous donné une définition au mot entrepreneur ?**

|                              |  |
|------------------------------|--|
| Prise de risque              |  |
| Création d'activité nouvelle |  |
| Reprise                      |  |

- **quelles sont les raison qui t'ont pour à créer votre entreprise ?**

|                                         |  |
|-----------------------------------------|--|
| Le chômage                              |  |
| C'est mon rêve                          |  |
| Pour entre autonome financièrement      |  |
| Insatisfaction au travail               |  |
| Le gout d'entreprendre                  |  |
| Réalisation de soi                      |  |
| Pour contribuer aux dépenses familiales |  |
| Vouloir innover et s'enrichir           |  |
| La croyance à un produit                |  |
| Autre                                   |  |

#### **D. Les caractéristiques des produits exposés :**

- **Quels sont les types d'artisanat ?**

- ☐ Poterie    ☐ céramique d'art    ☐ bijoux    ☐ tapis et tissage  
☐ La vannerie    ☐ la broderie    ☐ cadeaux et souvenir    ☐ dinanderie  
☐ Habit traditionnel    ☐ bois sculpté

- **Quelle est la nature de votre produit ?**

- ☐ Décorative    ☐ vestimentaire    ☐ usage domestique    ☐ vestimentaire

#### **E. Le parcours entrepreneurial :**

- **D'où vient l'idée de votre création ?**

|                                                      |                |
|------------------------------------------------------|----------------|
| <b>Propre initiative</b>                             | .....          |
| <b>Médias</b>                                        | .....          |
| <b>Croyance à un produit</b>                         | .....          |
| <b>Innover</b>                                       | .....          |
| <b>Vous êtes inspirée par un exemple de réussite</b> | .....          |
| <b>Autres :</b>                                      | .....<br>..... |

- Quels sont les problèmes que vous avez rencontrés lors et après votre création de votre entreprise ?

|                                  | Problème majeur | Problème mineur | N'a presque pas été un problème | Na pas du tout été un problème |
|----------------------------------|-----------------|-----------------|---------------------------------|--------------------------------|
| L'accès au financement           |                 |                 |                                 |                                |
| Le manque de connaissance        |                 |                 |                                 |                                |
| La peur du risque                |                 |                 |                                 |                                |
| Le manque de soutien de familial |                 |                 |                                 |                                |
| Les charges fiscales             |                 |                 |                                 |                                |
| Le manque expérience             |                 |                 |                                 |                                |

**F. L'environnement familial de la femme entrepreneure.**

- Y a-t-il un entrepreneur dans votre entourage ?

|                       |  |
|-----------------------|--|
| Le père ou grand-père |  |
| Un membre de famille  |  |
| Un ami                |  |
| Le conjoint           |  |

- Est-ce-que vous avez déjà ressenti une discrimination en tant que femme, de la part ?

☐ Oui

☐ non

- Si oui,

☐

D'administrations

☐

Des fournisseurs

☐

Des banques

- Selon vous, Quelles sont les facteurs de motivation permettant la création des entreprises artisanales en Algérie ?

| Motivations  | Exemples                                                                                                                                 |  |
|--------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|
| Indépendance | -Pour être mon propre patron<br>-Pour mieux maîtriser mon avenir<br>-Pour mon expérience préalable de l'entrepreneuriat                  |  |
| Economique   | -Améliorer ma situation financière<br>- Pour participer à un concept commercial éprouvé<br>-Pour développer une idée innovante           |  |
| Emploi       | -Pour avoir un travail plus satisfaisant<br>-Pour la stabilité de l'emploi<br>-Parce que je n'étais pas satisfaite de mon emploi salarié |  |
| Famille      | -Pour travailler en famille ou avec des amis<br>-A cause de mes antécédents familiaux<br>-Pour des raisons familiales                    |  |
| Autres       | .....                                                                                                                                    |  |

**G. Accompagnement ANART :**

- **Quel est l'apport qu'apporte l'ANART pour accompagner les artisans dans le domaine de la promotion de l'artisanat et d'art ?**

# **Tables des matières**

## **Table des matières**

**Remerciement**

**Liste des tableaux**

**Liste des figures**

**Liste des abréviations**

**Sommaire**

**Introduction générale .....1**

**Chapitre premier : généralité sur le champ de l'entrepreneuriat .....6**

**Introduction .....7**

**Section1 : Le concept de l'entrepreneuriat .....8**

**Sous-section 1 : Définition de l'entrepreneuriat.....8**

**Sous-section 2 : Les écoles entrepreneuriales .....10**

**§1:L'école du «Grand personnage» .....11**

**§2:L'école des caractéristiques psychologiques (traits de personnalité).....11**

**§3:L'école classique .....12**

**§4:L'école du management .....12**

**§5: L'école du leadership .....13**

**§6: L'école du leadership.....13**

**Sous-section 3 : Les pratiques entrepreneuriales.....14**

**§1: Création d'entreprise ex nihilo (en reproduisant, imitant ou en innovant)..14**

**§2: Création d'entreprise par essaimage ou Spin-off.....14**

**§3 : Création d'entreprise en franchise. ....15**

**§4: Reprise d'entreprise.....15**

**A. La reprise d'entreprise ou d'activité en bonne santé .....15**

**B. La reprise d'entreprise ou d'activité en difficulté ..... 15**

|                                                                                      |    |
|--------------------------------------------------------------------------------------|----|
| §5: Entrepreneuriat.....                                                             | 15 |
| §6: Externalisation.....                                                             | 16 |
| Sous-section 4 : Les formes de l'entrepreneuriat .....                               | 17 |
| §1: L'entrepreneuriat individuel .....                                               | 17 |
| §2 :L'entrepreneuriat collectif .....                                                | 17 |
| §3 : L'entrepreneuriat social ou solidaire .....                                     | 17 |
| §4 : L'entrepreneuriat immigré .....                                                 | 18 |
| §5 : L'entrepreneuriat féminin .....                                                 | 18 |
| Section 2 : l'entrepreneuriat féminin dans le contexte mondial .....                 | 19 |
| Sous-section 1 :L'entrepreneuriat féminin au Maroc .....                             | 19 |
| §1 : Secteurs d'activité des entreprises féminines immatriculées .....               | 20 |
| §2 : Les freins auxquels font face les femmes entrepreneurs au Maroc .....           | 22 |
| Sous-section 2 : L'entrepreneuriat féminin en Tunisie .....                          | 24 |
| §1 : Les agrégats économiques et socio en Tunisie .....                              | 25 |
| Sous-section 3 : L'entrepreneuriat féminin au Québec .....                           | 26 |
| §1 : Quelques faits intéressants .....                                               | 26 |
| Conclusion.....                                                                      | 28 |
| Chapitre deuxième : l'entrepreneuriat féminin dans le secteur de l'artisanat.....    | 29 |
| Introduction .....                                                                   | 30 |
| Section 1: Elément de définition de « l'entrepreneuriat féminin » .....              | 31 |
| Sous-section 1 : Définition de l'entrepreneuriat féminin.....                        | 31 |
| Sous-section 2 : l'entrepreneuriat féminin en Algérie .....                          | 34 |
| § 1 : L'évolution de l'emploi féminin en Algérie .....                               | 34 |
| §2 : Un récapitulatif des dispositifs .....                                          | 35 |
| Sous-section 3 : l'importance économique et sociale de l'entrepreneuriat féminin ... | 36 |

|                                                                                      |    |
|--------------------------------------------------------------------------------------|----|
| §1 : L'importance de l'entrepreneuriat féminin .....                                 | 36 |
| §2 : Le rôle de la femme dans le développement local .....                           | 37 |
| A. Le rôle productif .....                                                           | 37 |
| B. Le rôle reproductif .....                                                         | 37 |
| C. Le rôle communautaire.....                                                        | 37 |
| §3 : Le rôle de la femme dans le développement rural .....                           | 37 |
| §4 : Le rôle de la femme entrepreneure en tant qu'agent économique.....              | 38 |
| Section 2 : L'entrepreneuriat Féminin dans le domaine de l'Artisanat en Algérie..... | 39 |
| Sous-section1 : Définition de l'artisanat.....                                       | 39 |
| §1 : L'artisanat en algérien.....                                                    | 39 |
| §2 : Domaines d'activités d'artisanat .....                                          | 40 |
| A. Artisanat et artisanat d'art .....                                                | 40 |
| B. Artisanat de production de biens.....                                             | 40 |
| C. Artisanat de services.....                                                        | 40 |
| §3 : Définition de l'artisan .....                                                   | 41 |
| §4 : Des obligations et des avantages liés à l'activité artisanale .....             | 42 |
| A. Les obligations.....                                                              | 42 |
| B. Les avantages.....                                                                | 42 |
| Sous-section2 : Le profil des femmes entrepreneurs en Algérie .....                  | 43 |
| §1 : L'âge .....                                                                     | 43 |
| §2 : La situation familiale .....                                                    | 43 |
| §3 : La formation .....                                                              | 45 |
| §4 : L'expérience .....                                                              | 45 |
| Sous-section 3 : Les facteurs de motivations entrepreneuriales.....                  | 46 |
| Conclusion .....                                                                     | 49 |

|                                                                                                                                         |           |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>Chapitre 3 : les facteurs de motivation permettant la création des entreprises artisanales par le genre féminin en Algérie .....</b> | <b>50</b> |
| <b>Introduction.....</b>                                                                                                                | <b>51</b> |
| <b>Section 1 : présentation de l'entreprise .....</b>                                                                                   | <b>52</b> |
| <b>Sous-section 1 : Présentation de L'agence nationale de l'artisanat traditionnel.....</b>                                             | <b>52</b> |
| <b>(ANART).....</b>                                                                                                                     | <b>52</b> |
| <b>§1 : Présentation de l'ANART.....</b>                                                                                                | <b>52</b> |
| <b>§2 : Objectif .....</b>                                                                                                              | <b>52</b> |
| <b>§3 : Le siège social .....</b>                                                                                                       | <b>52</b> |
| <b>§4 : Statut .....</b>                                                                                                                | <b>52</b> |
| <b>§5 : Mission .....</b>                                                                                                               | <b>53</b> |
| <b>§6 : Le directeur général .....</b>                                                                                                  | <b>54</b> |
| <b>Sous-section 2 : Définition et type d'artisanat traditionnel .....</b>                                                               | <b>55</b> |
| <b>§1 : Définition des secteurs d'activité et titre d'artisanat.....</b>                                                                | <b>55</b> |
| <b>§2 : Types d'artisanat.....</b>                                                                                                      | <b>55</b> |
| <b>A. La vannerie .....</b>                                                                                                             | <b>55</b> |
| <b>B. La dinanderie .....</b>                                                                                                           | <b>55</b> |
| <b>C. Les bijoux .....</b>                                                                                                              | <b>55</b> |
| <b>D. L'habit traditionnel .....</b>                                                                                                    | <b>55</b> |
| <b>E. La céramique d'art Le travail du cuir .....</b>                                                                                   | <b>55</b> |
| <b>F. Le tapis et le tissage .....</b>                                                                                                  | <b>56</b> |
| <b>G. La broderie .....</b>                                                                                                             | <b>56</b> |
| <b>§3 : L'entreprise d'artisanat .....</b>                                                                                              | <b>56</b> |
| <b>A. Définition des tâches .....</b>                                                                                                   | <b>57</b> |
| <b>B. Condition de recrutement .....</b>                                                                                                | <b>57</b> |

|                                                                                            |           |
|--------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>Section 2 : méthodologie de l'enquête qualitative .....</b>                             | <b>58</b> |
| <b>Sous-section 1 : la méthodologie de l'enquête .....</b>                                 | <b>58</b> |
| <b>§1. Objectif de l'enquête.....</b>                                                      | <b>58</b> |
| <b>Sous-section 2 : les outils de recherches .....</b>                                     | <b>58</b> |
| <b>§1 : L'entretien .....</b>                                                              | <b>58</b> |
| <b>§2 : Les différents types d'entretien .....</b>                                         | <b>59</b> |
| A. L'entretien directif .....                                                              | 59        |
| B. L'entretien semi directif.....                                                          | 59        |
| C. L'entretien non directif (libre) .....                                                  | 60        |
| <b>§3 : Analyse du guide d'entretien .....</b>                                             | <b>60</b> |
| <b>§4 : Structure et déroulement de guide d'entretien .....</b>                            | <b>60</b> |
| <b>§5 : L'analyse et discussion des réponses .....</b>                                     | <b>61</b> |
| <b>Section 3 : la méthodologie de l'enquête par sondage auprès des femmes artisanes...</b> | <b>64</b> |
| <b>Sous-section 1 : l'objectif de l'enquête .....</b>                                      | <b>64</b> |
| <b>§1 : Le questionnaire .....</b>                                                         | <b>64</b> |
| <b>§2 : L'échantillonnage .....</b>                                                        | <b>65</b> |
| <b>Sous-section 2 : présentation et analyses des principaux résultats .....</b>            | <b>65</b> |
| A. Les caractéristiques sociodémographiques et économiques de l'échantillon.....           | 65        |
| B. Budget.....                                                                             | 67        |
| C. Le profil de la micro-entreprise.....                                                   | 68        |
| D. Les caractéristiques des produits exposés.....                                          | 70        |
| E. Le parcours entrepreneurial.....                                                        | 71        |
| 1. le problème de la commercialisation des produits artisanaux.....                        | 72        |
| 2. Le problème des frais de constitution d'une micro-entreprise.....                       | 72        |
| 3. Des problèmes de gestion .....                                                          | 72        |

|                                                                   |           |
|-------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>F. L'environnement familial de la femme entrepreneure.....</b> | <b>72</b> |
| <b>G. Accompagnement ANART .....</b>                              | <b>74</b> |
| <b>§1 : Organisation du salon.....</b>                            | <b>74</b> |
| A. Avant l'ouverture du .....                                     | 74        |
| B. Pendant le salon .....                                         | 75        |
| C. Après le salon.....                                            | 76        |
| <b>Conclusion .....</b>                                           | <b>77</b> |
| <b>Conclusion générale.....</b>                                   | <b>79</b> |
| <b>Bibliographie.</b>                                             |           |
| <b>Annexes.</b>                                                   |           |