

Le Role De La Politique Publique Dans L'encouragement De L'entrepreneuriat Feminin En Algerie : Realite Et Perspectives,

DEMMENE DEBBIH Zeineb

Université Constantine 2- Algerie

Résumé :

Les femmes entrepreneures contribuent largement à la croissance, l'innovation et la création d'emploi. Mais, en dépit de leur participation grandissante à l'économie, le phénomène de l'entrepreneuriat féminin reste sous-estimé. Il est donc plus que jamais nécessaire de comprendre ce phénomène en l'envisageant sous le prisme du genre.

En Algérie, le taux d'entrepreneuriat féminin, est à l'ordre de 6%, deux fois plus qu'il y a 5 ans mais encore insuffisant.

La vie quotidienne de l'entrepreneure algérienne devient le résultat d'une interaction permanente entre sa vie professionnelle et sa vie familiale. Plusieurs de ses choix sont guidés par sa position dans la société et par le type d'infrastructure que la société met à sa disposition (quantité, qualité et efficience).

De ce fait, les femmes ne disposent pas des mêmes chances que les hommes. La mission liée à la reproduction demeure leur principale responsabilité et représente une contrainte importante par rapport à leur disponibilité, car pour entreprendre, il faillait cumuler des qualités, des compétences, des motivations, des exemples, et des ressources en qualité et quantité suffisantes pour franchir toute une série d'obstacles.

Notre recherche présente donc une description de la situation des femmes entrepreneures en Algérie en se focalisons sur leurs difficultés, attentes et besoins face à la politique publique appliquée, et ce à l'appui d'une étude faite sur le terrain.

Mots clés : *Entrepreneuriat féminin, politique publique, encouragement, obstacles.*

الملخص:

تساهم المقاولات بشكل واسع في التنمية، الإبتكار و خلق مناصب العمل، ولكن رغم مشاركتهن المتزايدة في الاقتصاد إلا أن الظاهرة لم تنت بعد المكانة التي تستحقها. إذن فمن الضروري فهم الظاهرة و التطرق لها من منظور النوع الاجتماعي.

تقر نسبة المقاولة النسوية بـ 6%， ضعفي ما كانت عليه قبل 5 سنوات و لكنها تظل نسبة ضعيفة. أصبحت الحياة العائلية للمقاولة الجزائرية نتيجة تقاطع مستمر بين حياتها المهنية و العائلية. و العديد من خياراتها مجّهة بفعل مكانتها ضمن المجتمع و نوع الهياكل الفاعدية التي يضعها هذا الأخير تحت تصرفها (من حيث الكم، الجودة و الكفاءة).

و عليه، فالنساء لا يملكن نفس الفرص كالرجال. و تبقى مهمة الإنجاب مسؤليتهن الأساسية ما يمثل قيدا هاما أمام نقرجهن، فحتى تتم المقاولة، يجب جمع مؤهلات، قدرات، محفزات نماذج و موارد ذات كم و جودة كافية لتجاوز مجموعة من المعوقات.

يمثل بحثنا وصفا دقيقا لوضعية المقاولة في الجزائر بتسليط الضوء على مشاكلهن، تطلعاتهن و حاجاتهن مقابل السياسة العمومية المطبقة و هذا بالإعتماد على دراسة ميدانية.

Le Role De La Politique Publique Dans L'encouragement De L'entrepreneuriat Feminin En Algerie : Realite Et Perspectives.

الكلمات المفتاحية: المقاولية النسوية، المرأة المقاولة، السياسة العمومية، التشجيع، المعوقات.

INTRODUCTION :

« *L'aide et la formation à la fonction de l'entrepreneur débutent par une réflexion sur qu'un entrepreneur veut dire, pour, ensuite trouver des arguments, par l'observation et l'analyse, afin de montrer de quelles façon l'entrepreneur s'intègre dans l'ensemble social duquel des ressources et auquel son action profitera* » (Boutillier et Uzunidis, 1999, p53).

L'histoire économique de ces deux cents dernières années nous enseigne que l'entrepreneur certes existe, mais que seul il ne peut rien. L'initiative individuelle n'est rien sans l'Etat qui apporte à l'entrepreneur de la sécurité, des marchés et même des capitaux dont il a besoin pour mener à terme ses projets.

Et encore, si cet entrepreneuriat concerne un entrepreneuriat de singularité comme l'entrepreneuriat féminin, de ce fait, les femmes ne disposent pas des mêmes chances que les hommes. La mission liée à la reproduction demeure leur principale responsabilité et représente une contrainte importante par rapport à leur disponibilité, car pour entreprendre, il faillait cumuler des qualités, des compétences, des motivations, des exemples, et des ressources en qualité et quantité suffisantes pour franchir toute une série d'obstacles. Si les femmes en Algérie sont moins nombreuses que les hommes à aller jusqu'au bout, c'est sans doute que le rapport entre les facteurs positifs (qualités, compétences, etc....) et les facteurs négatifs (obstacles, discriminations, etc.....) n'est pas le même pour elles que pour leurs homologues masculins ; les premiers facteurs agiraient plus faiblement et les seconds plus fortement. C'est ce que nous amène à dire que la balance est faussée au détriment des entrepreneures algériennes, et c'est ce que nous conduit à poser différentes questions liées principalement à la nature des opportunités et des obstacles que représente l'environnement et qui façonnent leurs esprits d'entreprendre et surtout le rôle de la politique publique en matière d'encouragement entre ce qui est appliqué réellement et ce qui est nécessaire et souhaité par les entrepreneurs, en tenant compte de leurs spécificités.

Car pour multiplier le nombre de femmes chefs d'entreprise et miser sur leurs compétences, il faut au préalable les connaître. Dans cette optique, nous entreprenons une étude dont l'objectif principal est de décrire et analyser le phénomène de l'entrepreneuriat féminin en Algérie.

L'intérêt de notre recherche provient de sa capacité à combler un vide théorique, car rares sont les études qui ont été réalisées sur l'entrepreneuriat des femmes dans notre pays.

Le problème qui se pose n'est pas celui de la femme en tant qu'individu, ni de ses préoccupations sociales et culturelles. Il s'agit plutôt de sa participation économique à travers son entreprise. Aussi de l'accompagnement qui lui est assigné pour y parvenir. Afin que l'entrepreneure algérienne puisse réussir, elle doit non seulement faire face à son contexte mais aussi avoir un accompagnement adéquat et personnalisé. À la lumière de ce qui précède on peut déterminer la problématique de recherche de la façon suivante :

Dans un contexte socioculturel ambiant en Algérie, comment la politique publique d'aide à la création d'entreprises impacte-t-elle l'entrepreneuriat féminin ?

Et afin de souligner les grandes lignes du thème on inclut les sous-questions suivantes:

- Quel est le poids des logiques sociales et familiales (réseaux de relations, solidarités familiales, place de la femme dans la famille et condition féminine) dans les valeurs et dans les pratiques des chefs d'entreprise femmes ?
- Comment les dispositifs d'aide à la création d'entreprises peuvent favoriser ou freiner l'entrepreneuriat féminin en Algérie ?
- Comment la femme chef d'entreprise articule - t'elle sa position sociale *Héritée* de femme avec la nécessité d'une position professionnelle plutôt *Dominante* ?
- Quels sont les obstacles auxquels les femmes entrepreneures algériennes ont fait face ?

Les réponses provisoires que nous avons élaborées pour atteindre nos objectifs sont :

- La vie quotidienne de la femme entrepreneure algérienne devient le résultat d'une interaction permanente entre sa vie professionnelle et sa vie familiale. Plusieurs de ses choix sont guidés par sa position dans la société et par le type d'infrastructure que la société met à sa disposition

- Malgré la dynamique de création d'entreprises et les avantages financiers et fiscaux qu'ils procurent, les dispositifs d'aide à la création n'arrivent pas à garantir un accompagnement individualisé pour les femmes entrepreneures

- Le contexte social des femmes: la vie de famille, les coutumes et traditions clairement influencé le choix des femmes dans la construction;

- Le financement, le manque d'expérience restent les principaux obstacles auxquels les femmes entrepreneurs maghrébines font face.

La recherche envisage d'atteindre un certain nombre d'objectifs dont le premier est assurément de répondre à la question spécifique de la recherche formulée.

Les objectifs secondaires qui nous intéressent sont les suivants :

- Comprendre les facteurs socioculturels et environnementaux qui peuvent intervenir dans une prise de décision, autrement dit connaître les contraintes qui peuvent orienter d'une façon ou d'une autre les conduites et les actions de l'entrepreneure algérienne.

- Evaluer l'implication des dispositifs ANSEJ, CNAC et ANGEM dans la création des entreprises par les femmes

- Essayer d'analyser le rôle de la politique publique afin de proposer des initiatives plus individualisées au profit des entrepreneures.

Pour cette étude, nous avons utilisé principalement la méthode inductive. En effet, à partir des quelques cas particuliers, nous tirerons des conclusions. Pour rendre opérationnelle cette méthode, nous avons recouru à certaines techniques, notamment :

- La technique documentaire qui consiste à la consultation des ouvrages, des travaux de fin de cycle, des mémoires, des thèses et des articles de revue pour constituer la partie théorique de notre étude ;

- L'interview et l'enquête pour la récolte des données sur terrain (auprès des femmes entrepreneures) ;

Le Role De La Politique Publique Dans L'encouragement De L'entrepreneuriat Feminin En Algerie : Realite Et Perspectives.

- La technique statistique pour la présentation, l'analyse et le traitement des données récoltées.

Avant de présenter notre cadre théorique et pratique, nous délimitons notre travail comme suit :

- une *femme entrepreneur* se définit comme: « une femme personne physique, venant d'une situation d'inactivité, de chômage ou de salariée dépendant d'un employeur, qui seule ou en équipe, *crée une nouvelle entreprise indépendante, en assumant les responsabilités managériales et les risques qui sont liés à la production de richesse envisagée* » (Lavoie, 1998, p64). La femme est donc entrepreneure dans la mesure où elle change de statut et/ou de métier et /ou d'organisation afin de créer une nouvelle richesse. La reprise étant exclue de notre champ de recherche.
- *le contexte d'étude est l'ALGERIE, et les femmes entrepreneurs concernées sont celles qui activent dans le milieu urbain.*

1. La politique publique et l'entrepreneuriat féminin (entrée théorique) :

Les recherches sur l'environnement entrepreneurial de divers pays montrent que la volonté de lancer des activités économiques est plus forte dans les pays dont les lois et les règlements y sont plus favorables, avec des exonérations fiscales et d'autres encouragements pour les entrepreneurs, des stages de formation et des services consultatifs lors du lancement, etc. (Dana, 1987, 1990).

En outre, les facteurs tels que la disponibilité des ressources financières et le rôle des universités en matière de formation et de recherche, sont considérés comme des paramètres assez influents dans la croissance du taux de création des nouvelles activités économiques (Pennings, 1982). Les recherches (Paturel et Arasti, 2006, p13) ont encore révélé que les entrepreneurs étaient confrontés à des obstacles tels que le manque de contributions financières, l'absence d'informations dans différents domaines, la présence d'impôts élevés et un taux d'inflation relativement haut (Young et Welsh, 1993).

Les recherches concentrées sur le rôle des *politiques du gouvernement* (El Namaki, 1988 ; Goodman, Meany et Pate, 1992 ; Mokry, 1988 ; Vesper, 1983 ; Westhead, 1990) proposent certaines mesures pour développer l'entrepreneuriat : ainsi en est-il de l'action en faveur du financement de la création d'entreprise, des exonérations fiscales, de la protection de la propriété intellectuelle et industrielle (brevets), de l'investissement dans l'enseignement (qui doit au moins sensibiliser à l'entrepreneuriat – voir l'exemple des Maisons de l'Entrepreneuriat au sein des universités), de la recherche, des soutiens de l'entrepreneuriat par les organismes gouvernementaux (Goodman, Meany et Pate, 1992).

Gnyawali et Fogel (1994) confortent les développements précédents dans leur modèle en présentant les cinq catégories suivantes de l'environnement: les politiques des pouvoirs publics, les facteurs socioculturels, le savoir-faire existant en matière d'entrepreneuriat, les ressources financières et les moyens non financiers (Welsh et Dragusin, 2006, p19).

Les facteurs environnementaux se présentent dans *les modèles de l'entrepreneuriat féminin* que de manière très limitée. Lacasse (1990) considère l'environnement entrepreneurial à partir de trois groupes de facteurs (Stevenson, 2000, p21) qui sont les facteurs sociaux (le contexte familial, le milieu scolaire, le cadre de travail et

l'environnement local), les facteurs situationnels (les événements négatifs et positifs) et l'accessibilité aux ressources (matières premières, main d'œuvre qualifiée, technologie, marchés, capital risque, soutiens de l'Etat, rôle des réseaux).

Lerner, Brush et Hisrich (1997) ont évoqué l'importance de l'affiliation aux réseaux féminins et l'utilisation des consultants. Shabbir et Gregorio (1996), dans leur recherche sur les femmes entrepreneures pakistanaises (Gupta et Bhawe, 2007, p73), reconnaissent l'influence des ressources relationnelles (influence de la famille, du personnel, des fournisseurs, des consommateurs... avec leur regard sur la femme entrepreneure) ainsi que celle des ressources externes (ressources financières, environnement géographique) dans la décision de la femme entrepreneur (Constantinidis Christina, 2010, p21).

Les facteurs environnementaux comme les normes sociales, les coutumes, les régulations politiques et les variables économiques sont différents d'un pays à l'autre ou d'une région à l'autre. Ainsi, les actions de boycott économique peuvent avoir une influence plus forte dans la création d'entreprise dans un pays par comparaison avec un autre (Brush Candida, 1992, p15).

En outre, le soutien de l'Etat aux coopératives des femmes et des jeunes diplômées de l'université ainsi que des exonérations fiscales des entreprises créées dans les régions pauvres sont des actions gouvernementales favorisant l'entrepreneuriat féminin (Bourgues Candida, Simard Germain et Fillion Jean Louis Jaques, 2005, p12).

Toute politique publique de l'entrepreneuriat est forcément influencée par différents intérêts sociaux, politiques et économiques, contextuels des pays concernés.

Selon le niveau de développement ou les caractéristiques macroéconomiques du pays, une intervention publique proactive en faveur de l'entrepreneuriat dépend des intérêts socioéconomiques ou politiques en jeu.

Si l'objectif affiché d'une politique publique en faveur de l'entrepreneuriat est de créer les conditions nécessaires à la création d'entreprises, elle doit comporter les éléments suivants (CNUCED, 2009):

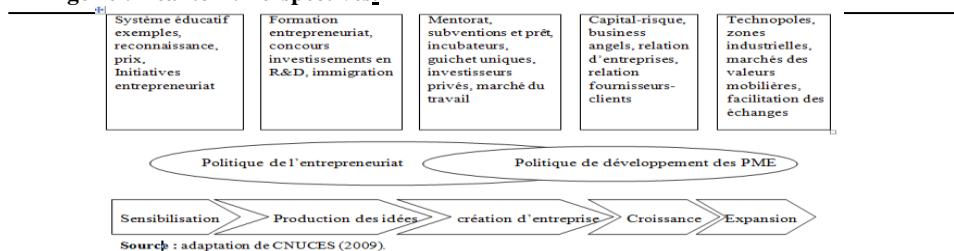
- a) Sensibilisation à l'entrepreneuriat en tant que possibilité de carrière ;
- b) Mise en valeur des potentialités de création d'entreprises ;
- c) Aide aux personnes qui se lancent dans la création d'entreprise ou la commercialisation d'une innovation ;
- d) Soutien aux entrepreneurs qui veulent faire croître leur entreprise (accès aux ressources nécessaires).

A chacune de ces étapes cruciales, plusieurs actions concertées et complémentaires peuvent être entreprises ou coordonnées par les pouvoirs publics et ses différentes institutions et agences.

Pour plus de détails, on intègre la figure suivante :

Figure 1 : Éléments d'une politique de l'entrepreneuriat.

Le Role De La Politique Publique Dans L'encouragement De L'entrepreneuriat Feminin En Algerie : Realite Et Perspectives.



Les mesures et actions énumérées figurent à titre d'exemple dans ces groupes : par exemple la formation peut intervenir à la fois dans l'étape de sensibilisation, de production ou encore de croissance.

Plusieurs pays ont également mis en place des programmes de transfert de compétences, de mentorat, ou de mise en relation entre entrepreneurs confirmés et entrepreneurs aspirants, pour capitaliser sur la transmission de l'expérience et des savoirs implicites.

Cependant, la question de l'accès au financement est souvent présentée comme un obstacle majeur dans cette étape, comme dans la suivante. Divers mécanismes de financement ont été mis en place avec succès dans des pays émergents, de manière à favoriser l'émergence d'entreprises dans un secteur donné, voire même dans le but de diversifier l'économie d'un pays.

Les pouvoirs publics peuvent également encourager et faciliter la création de sociétés de capital-risque qui vont financer des start-up et leurs besoins de croissance. Les business angels sont une autre source de financement, notamment pour les capitaux de démarrage des nouvelles entreprises. Ce sont souvent des riches particuliers qui consentent à investir une partie de leur patrimoine (et souvent leur expérience, conseils) au début d'un projet, en échange d'une participation dans un secteur qui correspond à leur expertise ou domaine d'intérêt. Les gouvernements peuvent encourager de telles initiatives individuelles en aidant à la création de réseaux d'investisseurs, de rencontrer entre business angels et entrepreneurs, et par des incitatifs fiscaux notamment.

Enfin, reste les mécanismes classiques liés aux institutions financières. Une réglementation adaptée peut inciter, voire forcer les banques et autres compagnies d'assurances à réservier une partie de leurs prêt (à un taux préférentiel) aux nouvelles entreprises créées. Sachant que ces entreprises sont justement celles qui connaissent le plus de difficultés à obtenir des prêts de la part des banques commerciales.

Une fois l'entreprise créée ou le nouveau produit/service commercialisé, des mesures existent pour soutenir la croissance et l'expansion des entreprises, de manière à renforcer les perspectives de croissance des entrepreneurs, favoriser les créations d'emplois dans la société et plus généralement créer de la richesse (notamment impôts et taxes, salaires, exportations).

Bien entendu, les gouvernements, les autorités régionales et locales, peuvent aussi mener des actions concrètes de sensibilisation, de production d'idées et de soutien à la création et la croissance des entreprises en mettant à contribution des institutions existantes.

Une politique de l'entrepreneuriat consiste à créer un environnement propice et mettre en place les outils et instruments d'appui aux nouveaux entrepreneurs et à leurs

projets. Une telle politique permettrait alors d'encourager et de coordonner l'action de toutes les institutions concernées.

2. Analyse du contexte national de l'entrepreneuriat féminin :

Aucune recherche à notre connaissance ne traite spécifiquement de l'entrepreneuriat féminin en Algérie. Les femmes créatrices et chefs d'entreprise sont identifiables dans divers secteurs d'activités tels que le commerce, l'artisanat, les exploitations agricoles. Certaines ont des activités plus informelles autour des activités liées à l'alimentaire, l'habillement. Elles sont moins nombreuses que les hommes chefs d'entreprise dans ces secteurs et encore moins nombreuses dans le secteur industriel. Il est très difficile d'avoir des statistiques concernant le nombre de femmes chefs d'entreprise en Algérie (Tahir Fatima, 2010, p120).

Actuellement, l'encouragement de l'entreprise féminine en Algérie s'inscrit dans le cadre d'une approche de promotion et d'amélioration de la situation de la femme dans les différents domaines de la vie active (GEM, 2011, p36).

Cet encouragement commence à avoir ses fruits, puisqu'on constate non seulement une évolution remarquable de l'entrepreneuriat des femmes qui apparaît au niveau de leur contribution au développement économique, mais aussi de la hausse du taux de l'entrepreneuriat féminin qui est selon la dernière enquête socioéconomique de l'ONS est à l'ordre de **6%** (OECD, 2005), deux fois plus qu'il y a **5 ans** mais encore insuffisant, vue que **75%** des diplômés de l'enseignement supérieur actuels et **55 %** de la formation professionnelle sont des femmes et que cette supériorité n'a pas encore touché l'entrepreneuriat (Ben Ghabrit-Remaoun Nouria et Rahou Yamina, 2006, p8).

Aussi, selon une étude réalisée au niveau du ministère délégué chargé de la famille et des conditions des femmes conjointement avec une agence belge spécialisée en entrepreneuriat féminin qui porte sur l'entrepreneuriat féminin en Algérie, ont trouvé que sur l'ensemble de **1.126.000** femmes travailleuses, **3/10** d'entre elles sont indépendantes.

D'un autre côté, si on se réfère aux statistiques du Centre National du Registre de Commerce pour l'année 2012, on aperçoit que :

Il y'a **116.474** femmes commerçantes, ce chiffre se réparti entre **109.771** personnes physiques et **6.703** personnes morales (dirigeantes d'entreprises), il est utile à signaler que ces statistiques n'englobent pas les femmes qui pratiquent des professions libérales, artisanales ou activités agricoles entrants régies par des dispositifs légaux et des réglementations spécifiques.

Et, pour les entreprises créées et dirigées par les femmes, selon les mêmes statistiques et qui sont à l'ordre de **6.703**, on trouve **38%** de ses entreprises dans le domaine des services, **24,8%** dans l'industrie et la construction et travaux publics et **19,7%** dans l'import-export.

Encore, et selon des statistiques récentes (African Statistical Yearbook, 2013), on constate que les femmes algériennes de différents âge, on pu créer **117.441** micro activité, ce qui a contribué à la création de **176.154** emplois jusqu'au mois de février 2012.

Mais, ces chiffres restent toujours en manque de précision et en besoin de plus d'études approfondies pour qu'ils puissent refléter la situation réelle de l'entrepreneuriat féminin.

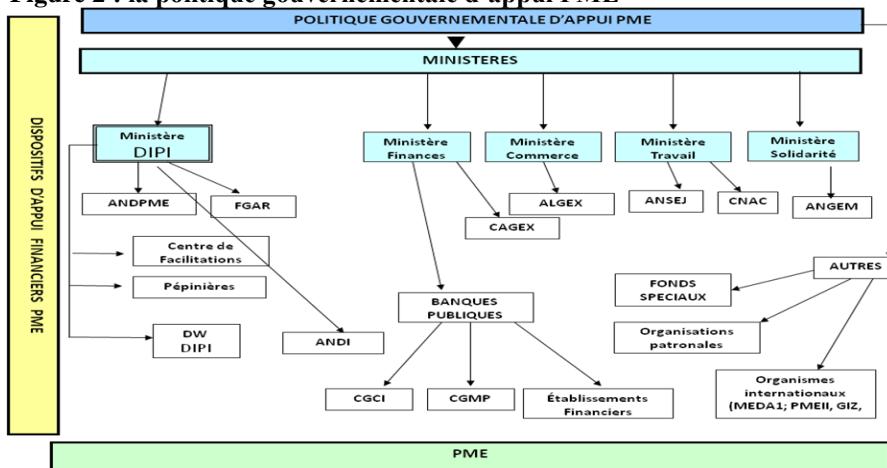
Le Role De La Politique Publique Dans L'encouragement De L'entrepreneuriat Feminin En Algerie : Realite Et Perspectives.

3. Analyse des dispositifs et structures d'aide et accompagnement publiques à la création d'entreprises et des services d'appui existants :

Les premières mesures d'aide à la création d'entreprise, qui ont vu le jour en Algérie au milieu des années 90, ciblaient principalement le soutien de l'entreprise au moment de sa création, l'aide prenant généralement la forme de prêt ou de subvention. Ces mesures ont cherché à diminuer le taux d'échec des entreprises ; ces dernières reposaient davantage sur des mécanismes de suivi de façon à suivre l'évolution des projets subventionnés.

On a ensuite vu naître des mesures mettant l'accent sur la formation des porteurs de projets et sur le renforcement des procédures de suivi : plutôt que des prêts directs, c'est le financement d'organismes d'aide et de formation qui était favorisé.

Figure 2 : la politique gouvernementale d'appui PME



Source : Panorama des PME en Algérie : période 2005-2014.

3.1 Les organes de promotion et d'accompagnement à la création d'entreprise :

Conscients de l'importance et des enjeux qui l'entourent, les pouvoirs publics ont créé des structures de promotions, de soutien et d'accompagnement des PME/PMI, pour mieux cerner les faiblesses qui entravent la survie et le bon fonctionnement de ces entreprises, des centres de facilitation, des pépinières d'entreprises, des sociétés financières spécialisées (SFS), ainsi que la mise en place de multiples instruments fiscaux et financiers, parmi ces diverses institutions et organismes notant :

- **Le Conseil National de l'Investissement (CNI) :** créée avec l'ordonnance 01-03, ce conseil a pour mission de promouvoir le développement des investissements.

- **Le Fond d'Appui aux Investissements :** ce fonds est destiné à financer la prise en charge de la contribution de l'Etat dans le coût des avantages aux investissements notamment les dépenses au titre des travaux d'infrastructures nécessaires à la réalisation de l'investissement.

3.2 Les structures d'aide à la création d'entreprises :

Les structures publiques, faut-il le souligner, sont des agences chargées de l'exécution des politiques publiques d'aide et de soutien à la création d'entreprises. Ces agences sont sensées apporter un appui important en terme d'accompagnement des promoteurs

et de formalisation de leurs activités. Il s'agit outre de l'ANDI, l'ANSEJ, la CNAC et l'ANGEM.

a) L'Agence Nationale de Gestion du Micro Crédit (ANGEM):

Elle développe un dispositif (le micro crédit) visant le développement des capacités individuelles des personnes à s'auto prendre en charge en créant leur propre activité.

Le micro crédit est un prêt permettant l'achat d'un petit équipement et des matières premières de démarrage pour exercer une activité ou un métier.

Ce dispositif est destiné à tout citoyen de plus de 18 ans sans revenus ou disposant de revenus instables et irréguliers ainsi que les femmes au foyer. Il vise l'intégration économique et sociale à travers la création d'activités de production de biens et services.

Le crédit « achat de matière première » : le dispositif prévoit un financement à 100% (aucun apport du postulant au micro crédit) du montant d'achat de la matière première à travers un prêt non rémunéré (PNR), pour un coût global ne dépassant pas 100 000 DA.

Le crédit « acquisition de petits matériels et équipements » : Le coût maximum de l'investissement est fixé à 1 million de dinars.

Le montage financier proposé par le dispositif prévoit la formule suivante :

- o Apport personnel : 1% du coût global du projet;
- o ANGEM : 29% du coût global à travers prêt non rémunéré
- o Banque : 70% du coût global (Intérêts bonifiés).

L'Agence est représentée par un réseau de 49 Coordinations de Wilayas appuyées par des cellules d'accompagnement mises en place pour accueillir, informer et aider les candidats au micro crédit à concrétiser leur projet.

On remarque que le dispositif est très sollicité par les femmes, et cela se confirme par le tableau suivant :

Tableau n° 01 : Les projets financés par l'ANGEM selon le sexe du créateur en 2012.

Sexe de promoteur	Nombre de crédits accordés	Pourcentage %
Femmes	273 504	61
Hommes	178 104	39
Total	451608	100

Source : les statistiques de l'ANGEM, consultables sur le site : <http://www.angem.dz/fr/stat.html>.

On constate une majorité féminine avec 61% du total des crédits accordés, ce qui nous guide à dire que c'est un dispositif féminin par excellence, car il donne plus de chance aux femmes surtout celles qui ont un bas niveau scolaire, aussi ces femmes ont fait preuve d'un sérieux remarquable dans leur travail et dans le payement du crédit dans les délais déterminés.

Notant aussi que sur 10 projets financés par l'agence, 6 vont au profit des femmes. Mais quant on parle du financement triangulaire (la banque, l'ANGEM et le promoteur), l'image se renverse et le taux des femmes recule par rapport aux hommes, c'est ce que oblige à prendre cette remarque au sérieux afin de trouver une solution aux craintes injustifiées des banques face à la contribution au financement des projets des femmes.

Le Role De La Politique Publique Dans L'encouragement De L'entrepreneuriat Feminin En Algerie : Realite Et Perspectives.

b) L'Agence Nationale de Soutien à l'Emploi des Jeunes (ANSEJ) :

Institution publique créée en 1996, chargée de l'encouragement, du soutien et de l'accompagnement à la création d'entreprise. Le dispositif ANSEJ est réservé aux jeunes chômeurs (19-35ans) porteurs d'idée de projet de création d'entreprise. Le processus d'accompagnement assuré par ce dispositif couvre les étapes de création de lancement et d'extension de l'entreprise. Il concerne des projets de création dont le coût global ne dépasse pas les 10 Millions de dinars. Il est construit principalement autour des mesures d'aide suivantes:

- Assistance et encadrement personnalisés du jeune promoteur en matière de maturation du projet et d'élaboration du Business Plan.
- Aides financières :
 - o Prêt Non Rémunéré représentant 28 à 29% du coût global du projet;
 - o Bonification des intérêts bancaires.
- Assistance à l'obtention du financement bancaire (70% du coût global du projet) à travers une procédure simplifiée par la mise en place du comité de sélection et validation et de financement des projets CSVFP et la garantie des crédits assurée par le fonds de caution mutuelle Risques/crédits jeunes.
- Le dispositif propose deux formules de financement:
 - o Mixte : Apport personnel +Financement ANSEJ
 - o Triangulaire : Apport personnel+ Financement ANSEJ+ Financement bancaire selon la formule suivante :
 - Apport personnel : 1 à 2% du coût global du projet;
 - ANSEJ : 28 à 29% du coût global du projet, Prêt non rémunéré (PNR);
 - Banque : 70% du coût global du projet.
- Avantages fiscaux (exonération de TVA et abattement sur les droits de douane en phase de réalisation et exonération d'impôts en phase d'exploitation);
- Coaching et formation à la gestion d'entreprise pendant le montage du projet et après la création de l'entreprise.

L'ANSEJ est présente à travers tout le pays à travers un réseau d'antennes.

Pour montrer l'intérêt que porte l'ANSEJ pour la création féminine, on présente le tableau suivant :

Tableau n° 02 : Les projets financés par l'ANSEJ selon le sexe du créateur en 2012.

Sexe de promoteur	Nombre de crédits accordés	Pourcentage %
Femmes	25 803	10
Hommes	223 344	90
Total	249 147	100

Source : les statistiques de l'ANSEJ, consultables sur le site : <http://www.ansej.org.dz/fr/stat.html>.

On survolant le tableau, on remarque le taux faible des femmes bénéficiaires du financement accordé par l'ANSEJ à l'encontre des hommes qui représentent presque la totalité des bénéficiaires avec un taux de 90%. Et selon les mêmes statistiques selon le sexe du promoteur et le secteur d'activité, on trouve que les femmes représentent un taux élevé dans le secteur des professions libérales avec 43% ; aussi en artisanat avec un taux de 18%, appartenant à la femme créatrice reste très faible pour ne

représenter que 10% du taux global des projets financés par l'ANSEJ, et c'est tout à fait l'inverse des taux de l'ANGEM.

c) La caisse nationale d'assurance chômage (CNAC) :

Prend en charge le dispositif de soutien à la création et l'extension d'activités réservé aux chômeurs promoteurs de 30-50 ans, ayant perdu leur emploi pour des raisons économiques et inscrits à l'ANEM depuis au moins 1 mois.

Le coût maximum de l'investissement est fixé à 10 millions de dinars.

Les services assurés aux promoteurs par le dispositif intègrent, à la fois :

- L'accompagnement personnalisé durant toutes les phases du projet et l'élaboration de Business Plan.

• Aides financières :

- o Prêt non rémunéré représentant 28 à 29% du coût global du projet
- o Bonification des intérêts bancaires.

- Assistance à l'obtention du financement bancaire (70% du coût global du projet) à travers une procédure simplifiée par la mise en place du comité de sélection, validation et de financement des projets et la garantie des crédits par le fonds de caution mutuelle Risques/crédits investissements chômeurs promoteurs 30-50 ans.

Les investissements à réaliser dans ce cadre reposent exclusivement sur un mode de financement de type triangulaire, qui met en relation le promoteur, la banque et la CNAC à travers le montage suivant :

- o Apport personnel : 1 à 2% du coût global du projet
- o Financement CNAC : 28 à 29% du coût global du projet (Non rémunéré)
- o Financement bancaire : 70% (intérêts bonifiés).

- Avantages fiscaux (exonération de TVA et abattement sur les droits de douane en phase de réalisation et exonération d'impôts en phase d'exploitation);

- Coaching et formation à la gestion d'entreprise pendant le montage du projet et après la création de l'entreprise;

- Validation des Acquis Professionnels (V.A.P).

C'est une mesure mise en œuvre en partenariat avec le Ministère de la Formation et de l'Enseignement Professionnel, elle vise à évaluer et à valoriser l'expérience professionnelle des futurs promoteurs en situation d'absence de justificatif de qualification (certificat de qualification, diplôme ou certificat de travail). Cette opération est prise en charge financièrement par la CNAC.

La CNAC dispose d'un réseau d'antennes qui couvre tout le territoire national.

On peut constater la part des femmes dans le financement global de la caisse, à travers ce tableau :

Tableau n° 03 : Les projets financés par la CNAC selon le sexe du créateur en 2012.

Sexe de promoteur	Nombre de crédits accordés	Pourcentage %
Femmes	5 242	7
Hommes	68 888	93
Total	74 130	100

Source : les statistiques de la CNAC, consultables sur le site : <http://www.cnac.dz/fr/stat.html>.

Le Role De La Politique Publique Dans L'encouragement De L'entrepreneuriat Feminin En Algerie : Realite Et Perspectives.

C'est clair que le nombre des créatrices est trop inférieur à celui des créateurs, et ça reflète le manque d'intérêt que porte le dispositif pour les femmes vues le pourcentage de 7%.

De la même source, on voit que le nombre de ces femmes qui est de 5242 se réparti selon les secteurs comme suit : 45% les professions libérales, 22% l'artisanat, 19% les services, l'industrie avec 18% et 7% pour l'agriculture.

d) L'Agence Nationale de Développement de l'Investissement (ANDI) :

C'est une institution gouvernementale qui a pour mission la facilitation, la promotion et l'accompagnement de l'investissement et de la création d'entreprise à travers des régimes d'incitation qui s'articulent essentiellement autour de mesures d'exonération et de réduction fiscale.

Deux régimes d'avantages sont prévus :

Le régime général s'applique aux investissements courants réalisés en dehors des zones à développer;

Le régime dérogatoire s'applique aux investissements courants réalisés dans les zones à développer et à ceux présentant un intérêt particulier pour l'Etat.

L'ANDI est présente dans toutes les wilayas du pays à travers les « guichets uniques décentralisés».

Le guichet unique décentralisé est une structure qui regroupe les représentants locaux de l'ANDI et les organisations et administrations concernées par l'acte d'investissement (Registre de commerce, impôts, douanes, foncier ...). Le guichet unique a pour vocation d'être l'interlocuteur unique du promoteur dans l'esprit d'alléger et de faciliter les formalités et procédures administratives relatives au projet d'investissement.

3.3 Les stratégies et les coopérations internationales :

Les principales actions que le gouvernement algérien a engagé pour soutenir et développer l'entrepreneuriat féminin sont :

- **La politique de renouvellement rural destinée aux femmes rurales** (CONDIFEM, 2013) : initiée en 2008, ça consiste en des crédits non rémunérés destinés aux femmes rurales pour une durée qui ne dépasse pas une année et demie. Cette politique vise à améliorer la situation de ces femmes en les permettant de créer leur propre projet, tout en offrant des formations dans le domaine choisi.

Cette politique a permis aux femmes de non seulement créer des projets mais aussi de les développer pour en arriver à entretenir des investissements agricoles qui dépassent des milliers d'hectares, et employer des centaines de femmes.

- **La coopération entre le ministère délégué chargé de la famille et la condition féminine et le bureau technique belge (CTB)** : cette coopération destinée à développer l'entrepreneuriat féminin à travers plusieurs formations au profit des entrepreneuses algériennes au niveau national ou international, en plus d'organiser des colloques, journées d'étude sur le même sujet, et dernièrement le lancement d'une étude intéressante sur l'entrepreneuriat féminin en Algérie (CONDIFEM) pour en arriver à cerner la réalité des entrepreneuses algériennes afin de les aider à surpasser les obstacles qui entravent leur parcours.

- **Le programme développement économique durable (DEVED)** : créer en collaboration avec le ministère du développement industriel et de la promotion de

l'investissement, à pour but d'améliorer la situation des PME surtout celles qui activent dans le domaine de l'économie verte.

- Et selon les statistiques de l'année 2010, on trouve que 14 574 femmes ont fait leur entrée dans le domaine vert en créant des entreprises, ce qui a donné naissance au réseau algérien des femmes actives dans l'économie verte (RAFEEV). Comme déjà présenté à travers ce qui a été sus-cité accompagné des tableaux qui reflètent des statistiques selon le genre, on constate que :

- Ces dispositifs varient en termes de montant de crédit, la population ciblée et d'objectif social visé par l'Etat, mais fonctionnent tous selon le même type d'organisation ;

- Ils comportent juste un accompagnement de l'entrepreneur, un prêt à taux bonifiés et des exonérations fiscales et parafiscales notamment en faveur du créateur d'entreprise ;

- Sauf cas particulier, le prêt consenti dans le cadre de ces dispositifs est octroyé et décaissé par le secteur bancaire public, sous convention de partenariat avec chacun des dispositifs, le risque de crédit des banques est minimisé au moyen de fonds de garantie alimentés par le trésor public.

- ces dispositifs sont peu impliqués dans le développement de l'entreprenariat féminin.

L'étude initiée par l'ancien département de la Famille chargé de la condition féminine, en collaboration avec l'Agence belge de développement, a révélé que 52 % des projets réalisés par les femmes sont créés en dehors des dispositifs d'aides à la création d'emplois mis en place. 46 % de ces projets sont, cependant, financés seulement par le dispositif Angem (Agence nationale de gestion du microcrédit). Les initiateurs de cette étude n'accusent, toutefois, pas ces mécanismes de discrimination. «Ces dispositifs ne sont pas discriminatoires mais ne sont pas particulièrement orientés vers l'entreprenariat féminin», «ces mécanismes sont dans une situation attentiste et n'offrent pas l'accompagnement nécessaire et suffisant pour encourager et sécuriser davantage le processus entrepreneurial chez la femme» ;

Ces mécanismes ne sont, cependant, pas les seuls outils pointés du doigt. Puisque la même étude révèle également l'absence de participation des collectivités locales dans le développement, la création d'entreprises et l'accompagnement des jeunes diplômés et de femmes pour la création de micro-entreprises.

4 Constats et résultats (étude qualitative) :

4.1 Présentation de l'étude et l'échantillon :

Notre projet s'appuie sur les fondements de la recherche qualitative qui reconnaît « *l'intelligence des membres de la société* » et vise à « *remettre l'acteur au centre du projet de connaissance* » (Wacheux, 1996, p18). La démarche qualitative présente de nombreux points de convergence avec l'objectif exploratoire de la recherche et s'inscrit dans une cohérence méthodologique à laquelle nous avons veillé. « *Vouloir comprendre le pourquoi et le comment des événements dans des situations concrètes* » (Wacheux, 1996, p23) constitue une raison majeure pour mettre en œuvre un processus de recherche qualitative.

Dix entretiens ont été menés durant un an. D'une durée moyenne de 120 minutes, on a procédé à des entretiens directifs. Notons également que nous avions l'occasion de rencontrer fréquemment quelques créatrices au cours des réunions organisées par

Le Role De La Politique Publique Dans L'encouragement De L'entrepreneuriat Feminin En Algerie : Realite Et Perspectives.

le club des entrepreneurs. Il nous était ainsi permis de mener des entretiens « spontanés », par opposition aux entretiens « formels » que nous avons conduits. Ces entretiens «spontanés» furent très précieux pour la recherche. Les informations recueillies à cette occasion étaient consignées et reprises par la suite, au cours des entretiens « formels ».

Si nous avions défini quelques thématiques à aborder, nous étions attentives aux propos de l'entrepreneure et tentions de l'inviter à approfondir des thèmes qui surgissaient au cours de l'entretien. Bien évidemment, nous n'avons pas oublié nos questions posées plus tard au cours de l'entretien.

Cette étude nous a permis de soulever les difficultés rencontrées dans les démarches de la création et de la gestion des entreprises créées par des femmes ainsi que leurs attentes.

L'étude a essayée d'assurer une grande couverture géographique à travers 10 wilayas (Alger, Constantine, Oran, Tlemcen, Biskra, Annaba, Tizi Ouzou, Jijel, Sétif et Bejaia), et sectorielle, pour en arriver à la situation présentée dans le tableau suivant:

Tableau n° 04 : Présentation des cas

	Age	Situation de famille	Date de création	Activité	Statut avant la création
Cas 1	48	Célibataire	Avril 2007	Organisation des événements et réunions	Chef service dans une société étatique
Cas 2	38	Mariée sans enfants	Juin 2008	Clinique privée	Médecin à l'hôpital public
Cas 3	42	divorcée 3 enfants	Mai 2010	Décoratrice d'intérieur	En chômage
Cas 4	40	Mariée 1 enfant	Septembre 2009	Industrie	Employée dans une entreprise privée
Cas 5	30	Célibataire	Juin 2010	Haute couture	Couturière à la maison
Cas 6	29	Célibataire	Mars 2012	Miroiterie	Etudiante
Cas 7	51	Veuve	Février 1995	Bien être- massage	Esthéticienne à l'étranger
Cas 8	46	Mariée 3 enfants	Janvier 2000	Ecole privé	Mère au foyer
Cas 9	34	célibataire	Août 2008	Biotechnologie végétale	Etudiante
Cas 10	32	Divorcée	Septembre 2009	Bureau d'études	Chef projet

4-2 Méthode d'exploitation des entretiens :

Parce que l'entretien est une rencontre entre deux ou plusieurs individus, il importe de mettre en œuvre un certain nombre de techniques et d'attitudes afin que celui-ci se déroule au mieux. Les entretiens ont toujours eu lieu en face à face sur le territoire (lieu d'habitation et/ou entreprise) de l'entrepreneure laquelle était disponible pour nous répondre. Ainsi, pour les créatrices qui disposaient d'un local, nous avions la possibilité de découvrir les produits et l'univers de l'entreprise. Bien souvent, la fin de l'entretien débouchait sur une invitation à poursuivre l'échange dans un cadre plus informel. Nous discutions alors de plusieurs sujets et revenions très souvent à l'entrepreneuriat. Les données obtenues au cours de ces échanges étaient soigneusement consignées, étant entendu que les entrepreneures avaient au préalable donné leur accord pour une exploitation des informations recueillies à ce moment.

4.3 L'analyse des données :

L'analyse des données qualitatives implique une grande ingéniosité de la part du chercheur ; à l'aide de plusieurs ingrédients, notamment la créativité et la rigueur, le cadre d'analyse est construit en fonction des caractéristiques propres à chaque étude. Nous avons procédé à un codage thématique des données dont la démarche est très largement inspirée des préconisations de Strauss et Corbin (2004). Plusieurs étapes ponctuent notre processus de codage en utilisant un logiciel de traitement des données qualitatives : le logiciel NVivo 8.

Le logiciel NVivo est très proche de l'analyse «papier-crayon» ; il aide le chercheur à emmagasiner de l'information, à la classer et l'organiser pour ensuite – et c'est là une de ses plus grandes forces – effectuer des opérations de recherche grâce à sa puissance informatique.

4.4 Les freins auxquels font face les femmes entrepreneures :

Les entrepreneures algériennes font face à différents obstacles tout au long de leurs parcours.

Parmi ces obstacles, nous pouvons citer 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 leurs entreprises lors des relations avec les institutions ou certains partenaires.

Cet aspect du financement a été examiné parce que les choix de financement effectués par les femmes entrepreneurs peuvent traduire une réalité qui leur est propre et ainsi se distinguer de ceux effectués par leurs pairs masculins.

Les entrepreneures affirment que quand la situation financière de leur entreprise se dégrade, la banque, partenaire initial, peut devenir hostile et même faire déposer le bilan plutôt que d'aider à franchir un cap difficile.

Le problème de la formation : Le besoin de formation est ressenti comme très utile, notamment quand elle porte sur des concepts techniques précis et immédiatement opérationnels. L'identification préalable des besoins en formation en fonction des groupes de femmes et leurs projets, paraît comme un passage incontournable pour la réussite, des formations actions, alliant formation et conseil, seraient appropriées. Toutefois des formations à la conduite de l'entreprise et au rôle du dirigeant, utilisant les échanges d'expériences, semblent être jugées importantes par certains femmes, ceci dans la perspective de renforcer les capacités à entreprendre.

Au cours de la gestion quotidienne, les femmes algériennes, signalent leur besoin en termes d'aide et formation à différents niveaux de leurs structures.

Ces besoins sont surtout liés à leurs habiletés managériales. Elles se voient incapables de relever les défis de la mondialisation et l'ouverture des marchés sans des aides provenant des opérateurs économiques nationaux et internationaux. En regard des secteurs d'activité et la taille des entreprises dirigées par ces femmes, ces appréhensions apparaissent légitimes.

Problèmes liés au genre rencontrés par les femmes : On entend par ça l'accessibilité : la facilité d'accès aux espaces publics à savoir, l'administration, les banques...

Quelque soit leurs statuts matrimoniaux, leurs niveaux intellectuel, économique et social, les femmes rencontrent des difficultés non négligeables liées au fait qu'elles

Le Role De La Politique Publique Dans L'encouragement De L'entrepreneuriat Feminin En Algerie : Realite Et Perspectives.

soient des femmes. Les déclarations sont souvent multiples associant des aspects économiques et socio culturels. Ainsi, nous avons relevé les constats suivants :

6 cas déplorent la mentalité et les stéréotypes portants sur la femme, certaines estiment que les femmes ne sont jamais prises au sérieux au premier abord et qu'elles doivent redoubler leurs efforts et faire preuve de compétence plus que les hommes.

Mieux de même, quelques cas ont exprimé leur peur d'aller à la banque après avoir été ridiculisées par des banquiers alors qu'elles se présentaient pour demander des prêts d'investissement.

La majorité des femmes enquêtées jugent le temps comme leur principal ennemi, en effet ces femmes expriment les difficultés à concilier leurs vies familiales et professionnelles.

Aussi, comme autres obstacles non négligeables, on trouve :

- L'accès insuffisant aux opportunités d'affaires à tous les niveaux en raison d'une indisponibilité et d'une diffusion inadéquates de l'information;
- Le manque de base de données sur les ressources humaines qualifiées au sein des organisations de travailleurs et d'employeurs pour aider la croissance des entreprises des femmes aux niveaux national et régional;
- Les normes socioculturelles qui réduisent les droits humains universels des femmes, contribuant à la discrimination de genre;
- La longueur et la complexité des procédures de création et d'enregistrement des entreprises pour les femmes entrepreneures qui ne disposent pas de temps et de l'information adéquate;
- Le niveau d'éducation des femmes qui peut signifier qu'elles manquent d'expertise technique et managériale pour débuter et développer des entreprises viables;
- L'absence de données statistiques désagrégées selon le genre pour guider les politiques et programmes efficaces d'appui aux femmes entrepreneurs.

4.5 Besoins et changements souhaités :

Nous avons demandé aux entrepreneures ce dont elles avaient besoin pour qu'il leur soit plus facile de développer leur entreprise. Voici ce qu'elles ont répondu :

- De la reconnaissance de leur apport au développement et à l'enrichissement de leur communauté : de la part d'instances gouvernementales, des institutions financières, des organismes de soutien à entreprise ;
- De leur indépendance : incluant un allégement du fardeau fiscal, des contraintes réglementaires et du fardeau administratif
- D'une ouverture plus grande à des programmes de soutien financier adéquats : c'est-à-dire qu'elles ont besoin d'un accès à des emprunts ayant des critères d'admissibilité tenant compte de la réalité à la fois des micro-entreprises et des femmes ;
- D'un accès accru à des mécanismes et à des outils de promotion et de mise en marché : incluant des occasions de réseautage efficace, des formations accessibles (tant au niveau du contenu, que des coûts) en marketing ;
- Des services de « coaching » à coût abordable et avec suivi personnalisé ;
- Des offres plus accessibles à des ateliers ou à des occasions de formation et de perfectionnement professionnel à coût abordable.

Ce que les femmes entrepreneures réclament c'est que:

- L'état mette fin aux législations, règlements et politiques restrictives ;

-
- L'état adapte sa fiscalité à la réalité et à la taille des entreprises ;
 - Les institutions financières adaptent leurs critères, leurs instruments de demande et leur approche à la situation des entreprises dirigées par des femmes ;
 - Les organismes du milieu assument un leadership dans les activités d'essaimage et multiplient les occasions de mentorat ;
 - Les organismes du milieu soutiennent la formation professionnelle, le réseautage, et l'échange entre les entrepreneures, les travailleuses autonomes et la communauté ;

CONCLUSION :

D'après ce qui a été exposé à travers l'étude documentaire, qualitative et la confrontation entre la réalité de la politique publique en matière d'encouragement de l'entrepreneuriat féminin et les attentes et besoins de l'entrepreneure algérienne qui reflète la vrais situation que vit cette femme. Tout en tenant compte que sa vie quotidienne est le résultat d'une interaction permanente entre sa vie professionnelle et sa vie familiale. Et plusieurs de ses choix sont guidés par sa position dans la société et par le type d'infrastructure que la société met à sa disposition (quantité, qualité et efficience des services des gardes). On peut présenter ces vérités :

1. Le développement passe par les leaders locaux. Les structures ou les programmes suivent ;

2. L'entrepreneure est le fruit de son milieu. Favorisant, il crée une complicité entre la famille, l'école, la cité et les entreprises existantes pour développer une véritable culture entrepreneuriale ;

3. L'État peut créer un environnement qui attire et soutient l'entrepreneure. Il peut également restreindre voire empêcher l'entrepreneuriat féminin ;

4. Au regard des résultats de l'enquête, On peut conclure que les femmes chefs d'entreprise 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 ;

5. Les contraintes culturelles constituent aussi un obstacle supplémentaire qui freine le succès des femmes dans la conduite de leurs affaires ;

6. Il apparaît claire que le gouvernement algérien ; ainsi que les organismes d'accompagnement sont appelés à ouvrir un grand chantier qui s'articule autour de trois pôles principaux :

✓ La nécessité d'améliorer l'accès au financement pour les femmes entrepreneurs : La difficulté d'obtenir un crédit étant un obstacle auquel se heurtent de nombreux entrepreneurs, qu'ils soient hommes ou femmes.

✓ La promotion de l'entrepreneuriat féminin grâce à des formations personnalisées et adaptées aux besoins des femmes entrepreneurs. Ce point va permettre de détecter les obstacles et les problèmes de la gestion quotidienne, afin d'en apporter des solutions ;

✓ L'interaction permanente entre la politique nationale et les associations qui opèrent en matière d'entrepreneuriat, afin de favoriser la mise en réseau qui apparaît comme une source précieuse d'inspiration et d'échange d'expériences entre les différentes parties. Elle peut également donner aux candidates entrepreneurs la

Le Role De La Politique Publique Dans L’encouragement De L’entrepreneuriat Feminin En Algerie : Realite Et Perspectives.

confiance en soi et l’assurance psychique nécessaire pour démarrer et pérenniser leurs propres activités.

PROPOSITIONS ET RECOMMANDATIONS :

- Mettre au point un plaidoyer national sur la gendérisation de l’administration publique en travaillant pour une meilleure accessibilité des femmes aux services de l’administration publique, en particulier au niveau des structures d’appui à la création d’entreprise ;
- Négocier avec les collectivités locales des quotas pour une meilleure participation des femmes entrepreneurs dans les projets structurants régionaux ;
- Promouvoir la question du genre par l’application des conventions signées par l’Algérie ;
- Elaborer et mettre en œuvre des politiques nationales de développement de l’entrepreneuriat féminin comportant une définition claire des différentes catégories d’entreprises sur la base de critères objectifs et harmonisés.
- Mettre en œuvre des politiques fiscales qui tiennent compte des questions de genre et des besoins des femmes entrepreneurs ;
- Intégrer l’éducation entrepreneuriale dans les systèmes éducatifs afin d’encourager l’émergence de l’esprit d’entreprise, notamment chez les jeunes femmes et hommes ;
- Promouvoir le développement et la prestation des services de développement d’entreprises de qualité accessibles aux femmes entrepreneurs en milieu urbain et rural ;
- Promouvoir des produits et services financiers durables ciblant spécifiquement les besoins des femmes entrepreneurs ;
- Elaborer et mettre en œuvre des politiques harmonisées pour la libre circulation des biens et des services permettant aux opérateurs économiques, particulièrement les femmes entrepreneurs, de tirer profit des marchés régionaux et sous régionaux ;
- Mettre en place et/ou renforcer les observatoires régionaux pour rassembler, analyser et diffuser des données quantitatives et qualitatives ventilées par sexe sur les activités économiques et les entreprises.

LA BIBLIOGRAPHIE :

1. Africain Statistical Yearbook, banque Africaine de développement, 2013. Pour plus de détails consulter : www.afdb.org.
- (1) Anne Gillet, « Les entrepreneurs algériens créateurs de petites entreprises : un groupe hétérogène entre logiques sociales, domestiques et logique économique capitaliste », CNAM-GRIOT, Documents de travail, décembre 2002.
- (2) BEN GHABRIT-REMAOUN Nouria et RAHOU Yamina, « itinéraire de femmes entrepreneurs en Algérie : cas d’Oran », Colloque international : « création d’entreprises et territoires », Tamanrasset, 03 et 04 décembre 2006.
- (3) BOURGUES Candida, SIMARD Germain et FILLION Jean Louis Jaques, « création de l’entreprise, femmes entrepreneures », Cahier de recherche, n°2005-16, HEC Montréal, Décembre 2005.
- (4) BOUTILLIER Sophie et UZUNIDIS Dimitri, « Entrepreneur, esprit d’entreprise et économie: un enseignement basé sur un triptyque; structures, comportements et performances », communication au 1^{er} congrès de l’Académie de l’entrepreneuriat, Lille, 1999, p53.
- (5) BRUSH Candida, « Research on women business owners: past trends, a new perspective and future directions », Entrepreneurship Theory and Practice, vol 16, N° 4, 1992.
- (6) CNUCED : « Eléments fondamentaux d’une politique de l’entrepreneuriat », Genève, janvier 2009.

- (7) CONSTANTINIDIS Christina, « Représentations sur le genre et réseaux d'affaires chez les femmes entrepreneures », *Revue Française de Gestion*, Vol. 3, No. 202, 2010.
- (8) Décret présidentiel n° 96 234 du 02 Juillet 1996 relatif au soutien de l'emploi des jeunes modifié et complété. Communiqué du conseil des ministres du mardi 22 Février 2011.
- (9) Décret exécutif n° 01-282 du 24 Septembre 2001 fixant les attributions, l'organisation et le fonctionnement de l'ANDI.
- (10) Décret exécutif n° 04-02 du 03 Janvier 2004 fixant les conditions et les niveaux des aides accordées aux chômeurs promoteurs âgés de 35 à 50 ans modifié et complété. Communiqué du conseil des ministres du Mardi 22 Février 2011.
- (11) Décret présidentiel n° 11-133 du 22 mars 2011 relatif au dispositif du micro crédit.
- (12) Guide investir en Algérie,(2009), Rapport du Ministère de la Petite et Moyenne Entreprise et de l'Artisanat.
- (13) Enquête sur les atouts et difficultés de l'entrepreneuriat féminin en Algérie, Consulté dans le Site : <http://www.le maghreb.dz.com/lire.php>, 24/10/2013.
- (14) GUPTA Vishal et BHAWE Nachiket, « The influence of proactive personnalité and stereotype threat on women's entrepreneurial intentions », *Journal of Leadership and Organizational Studies*,2007, Vol. 13, No. 4, pp. 73-85.
- (15) LAVOIE Diane, « Les entrepreneurs : pour une économie canadienne renouvelée », Conseil consultatif canadien sur la situation de la femme, Ottawa, février 1988, p 64.
- (16) Le ministère délégué chargé de la famille et la condition féminine, le rapport national de la république algérienne démocratique et populaire Béjein +15, Alger, 2009, p 17.
- (17) Le ministère délégué chargé de la famille et la condition féminine, Développer l'entrepreneuriat féminin dans le cadre de la coopération Algérie- Belgique, le projet « CONDIFEM », Alger, mars 2013.
- (18) L'entrepreneuriat en Algérie 2011, *Global Entrepreneurship Monitor (GEM)*, Données de l'enquête GEM 2011, Abderrahmane ABEDOU, Ahmed BOUYACOUB et Hamid KHERBACHI, Edition : Janvier 2013, Algérie.
- (19) Les femmes créatrices de petites et moyennes entreprises en Algérie, Consulté dans le Site: http://www.ulbac.com/be/soco/colbquerab/papier/rs4_gillet.pdf, 03/09/2013.
- (20) OECD, Promoting Women's Entrepreneurship in the MENA Region: Background Report and Policy Considerations, (2005). <http://www.oecd.org/dataoecd/56/17/36086903.pdf>.
- (21) Office national de la statistique, Données statistiques : l'emploi féminin, Alger, Août 2012.
- (22) Panorama des PME en Algérie : période 2005-2014. rapport non publié Direction Générale de la Veille stratégique, des études économiques et des statistiques, du Ministère développement industriel et la promotion de l'investissement, 2012.
- (23) PATUREL Robert et ARASTI Zahra, « Les principaux déterminants de l'entrepreneuriat féminin en Iran », 8ème congrès international francophone en entrepreneuriat et PME, L'internationalisation des PME et ses conséquences sur les stratégies entrepreneuriales 25, 26, 27 octobre 2006, Haute école de gestion (HEG) Fribourg, Suisse.
- (24) Statistiques du centre national du registre de commerce pour l'année 2012, consultables sur le site: <http://www.cnrc.org.dz/statistiques.html>.
- (25) STEVENSON H. (2000), cité par KHALIF. M : « L'entrepreneur et développement économique : défis et contributions de l'entrepreneur dans le contexte des pays émergents », communication au 9ème symposium international sur les pratiques entrepreneuriales en Algérie, MDI Business School Alger, Mai 2010.
- (26) TAHIR Fatima, «Le profil des femmes entrepreneurs en Algérie : Etude exploratoire », *Mémoire de magistère en sciences de gestion*, sous la direction du : Pr BENDIABELLAH Abdeslam, Faculté des sciences économiques, commerciales et sciences de gestion, Université Abou Bekr Belkaid, Tlemcen, 2010.
- (27) WACHEUX Frédéric, « Méthodes qualitatives et recherche en gestion », Edition Economica, Paris, 1996, p 290.
- (28) WELSH Dianne et DRAGUSIN Mariana, «Women-entrepreneurs: a dynamic force of small business sector», Economic interfaces, USA, 2006.

Les sites web:

ANSEJ: <http://www.ansej.org.dz>

ANGEM : <http://www.angem.dz>

CNAC: <http://www.cnac.dz>

ONS: <http://www.ons.dz>

CNRC : <http://www.cnrc.org.dz/statistiques.html>

**Le Role De La Politique Publique Dans L'encouragement De L'entrepreneuriat Feminin
En Algerie : Realite Et Perspectives.**

— SEVE L'Association des femmes Algériennes chefs d'entreprise www.seve-dz.org

AME Algerian women Managers and Entrepreneurs www.ame-dz.org