

ETAT DES LIEUX SUR L'ENTREPRENEURIAT FEMININ DANS LA WILAYA DE DJELFA

Yamina **MEDOUNI***

Slimane **BEDRANI****

Résumé :

En Algérie, l'entrepreneuriat féminin est faible malgré la politique volontariste de l'Etat pour booster l'activité féminine qui se trouve être la plus faible dans le Maghreb. Seulement 5 % des entrepreneurs sont de sexe féminin au niveau national. Dans la wilaya de Djelfa, où se situe notre recherche, ce taux est que de 0,6 %. L'enquête menée dans cette wilaya révèle que seulement 8% des projets accordés par les structures publiques d'aide à l'entrepreneuriat (ANSEJ, CNAC, ANDI) l'ont été à des femmes. Il n'y a qu'à l'agence pour le micro crédit (ANGEM) que les femmes sont majoritaires (76,7 % des projets financés par cette institution). En plus de cette faiblesse dans le nombre, les femmes s'orientent majoritairement vers les secteurs traditionnellement féminins prolongeant ainsi un savoir faire déjà acquis dans le domaine domestique..

Enfin, les femmes entrepreneurs enquêtées disent rencontrer des difficultés pour commercialiser leur production, pour obtenir des crédits bancaires et pour trouver des locaux professionnels à un prix abordable. Last but not the least, elles signalent les difficultés de concilier les activités domestiques et la gestion de leur projet.

Mots clefs : Entrepreneuriat féminin, Djelfa, Investissement, Micro crédit, Développement social.

Codes JEL : J16, H53, O17.

* Maître Assistante. Université « Ziane Achour » de Djelfa.

** Professeur à l'Ecole Nationale Supérieure d'agronomie, Alger

Introduction

La recherche d'une plus grande égalité des genres est à la fois cause et conséquence du développement économique. En ce sens, l'entrepreneuriat est un puissant facteur d'émancipation de la gent féminine dans la mesure où il donne à celles qui y réussissent l'indépendance économique et donc un moyen de résister de façon relativement efficace au pouvoir hégémonique des mâles, particulièrement dans les sociétés musulmanes, sociétés où les femmes ont un statut mineur par rapport à celui des hommes. Mener des recherches sur ce qui freine, ou au contraire ce qui favorise l'entrepreneuriat féminin est donc faire œuvre utile. On peut ainsi proposer des recommandations pour mieux orienter les politiques de soutien à la création d'entreprises par les femmes.

A cette raison, on peut ajouter qu'avec un taux de chômage féminin élevé au niveau national (16% environ) (ONS, 2013) et atteignant les 17% pour la wilaya de Djelfa (Direction de l'Emploi de Djelfa, 2013), l'entrepreneuriat reste une alternative et un moyen qui permet d'absorber les générations de diplômées qualifiées de plus en plus nombreuses qui ne s'insèrent pas dans le salariat.

C'est dans cette optique qu'a été faite cette recherche qui tente de répondre à la question suivante : en matière de promotion de l'entrepreneuriat féminin, quels résultats ont donné les politiques de soutien à la création d'entreprises menées à travers les différentes institutions créées à cet effet depuis les années 2000 dans la wilaya de Djelfa¹? Dans ce qui suit, nous ferons le point sur les recherches réalisées sur l'entrepreneuriat féminin en Algérie, puis nous rendrons compte des résultats des politiques menées en la matière dans la wilaya de Djelfa.

Pour ce qui est de la méthode de recherche, cette étude a nécessité des enquêtes auprès des institutions suivantes d'appui à l'entrepreneuriat : l'Agence Nationale pour la Gestion du Micro crédit (ANGEM), l'Agence Nationale pour le Soutien à l'Emploi des Jeunes (ANSEJ), la Caisse Nationale d'Allocation Chômage (CNAC),

¹ Djelfa est une wilaya des Hauts Plateaux du centre de l'Algérie où dominent les activités agro pastorales. On y trouve 0,6% de femmes gérantes de sociétés par rapport à un niveau national de 5% de femmes gérantes de sociétés inscrites au registre nationale du commerce (CNRC, 2013).

l'Agence Nationale pour le Développement de l'Investissement (ANDI), la Direction des Activités Sociales de la wilaya de Laghouat. Toutes ces institutions n'ont pas accepté qu'on puisse avoir accès à leurs données concernant les demandeurs et les bénéficiaires des crédits et avantages qu'elles peuvent accorder. Nous n'avons donc pu utiliser que les données globales que ces institutions ont bien voulu nous communiquer.

En plus de ces enquêtes, nous avons réalisé en 2013 et 2014 des *focus groups*² constitués de femmes entrepreneurs ayant bénéficié des dispositifs de l'Agence Nationale pour la Gestion du Micro crédit (ANGEM) (4 *focus groups* de 10 promotrices chacun) et de l'Agence Nationale de Suivi de l'Emploi des Jeunes (ANSEJ) (un *focus group* regroupant 8 promotrices) afin de mettre en lumière les problèmes rencontrés par ces femmes au cours de la mise en activité de leur projet

1. Recherches et études sur l'entrepreneuriat féminin en Algérie : état de l'art

L'entrepreneuriat féminin, phénomène récent en Algérie, a fait l'objet de peu d'études ou de recherches. Au cours des années 90, quelques chercheurs s'y intéressent, Bernard (1990), Badaoui-Ouzzir (1994), Oufriha (1998) affirmant que l'entrepreneuriat féminin est apparu à la suite de la difficulté d'entrée sur le marché salarial pour les femmes³. Ces dernières se sont alors tournées vers l'entrepreneuriat ou le travail indépendant. L'apparition des femmes dans l'entrepreneuriat montre d'une part qu'il y a eu des mutations dans la société algérienne qui font apparaître de nouvelles configurations de l'emploi féminin et

² "Le *focus group* est une technique d'entretien de « Groupe d'expression et d'entretien dirigé », qui permet de collecter des informations sur un sujet ciblé. Il fait partie des techniques d'enquête qualitative par opposition aux enquêtes quantitatives reposant sur un questionnaire. Cette technique permet d'évaluer des besoins, des attentes, des satisfactions ou de mieux comprendre des opinions, des motivations ou des comportements. Elle sert aussi à tester ou à faire émerger de nouvelles idées inattendues pour le chercheur" (Thibeault, 2010). L'avantage du *focus group* est qu'il permet d'éviter les coûts (en temps et en finances) et la lourdeur de l'enquête par questionnaire. Il ne diffère pas sensiblement de l'entretien semi-directif.

³ Le taux de chômage féminin est de 17 % dans la wilaya de Djelfa en 2013 contre 16,3 % au niveau national. (ONS, 2013)

d'autre part qu'il y a désir des jeunes filles de travailler dans la sphère publique, lieu d'épanouissement et de liberté.

Pour Oufriha (1998) «le dynamisme féminin ne s'arrête plus aux seules activités salariées ou découlant d'un niveau d'instruction élevé". Cette auteure affirme "qu'une nouvelle race de femmes apparaît avec l'entrepreneuriat surtout formel, car ces femmes sont de véritables entrepreneurs...". Elle note que "ce sont des femmes qui ont été insérées à un moment donné dans le salariat, mais veulent maintenant être indépendantes tout en restant partie prenante du processus initié par la libéralisation des initiatives individuelles".

Lors des années 2000, suite à l'apparition des dispositifs de l'Etat de l'aide à l'entrepreneuriat, et de soutien à l'emploi des jeunes, d'autres recherches ont été menées.

L'ouvrage de Rebah (2006), s'intéresse aux entreprises dirigées par des femmes, ayant le statut juridique de personne moral (SARL, EURL, SPA, etc). Il note que sur 94 738 femmes⁴ enregistrées au Centre National de Registre de Commerce (CNRC), 3183 femmes ont des entreprises possédant le statut de « personnes morales » soit 3,35%.

Rebah fait le profil de ces femmes chefs d'entreprise ; elles ont moins de 40 ans et sont concentrées dans les grandes villes (plus de 40% sont à Alger, Oran et Constantine). Leurs secteurs de prédilection sont les services avec 36,3% d'entre elles et 26% respectivement pour l'import-distribution et la production industrielle. Pour cet auteur, la confrontation des « données féminines » et des « données masculines » ne fait pas ressortir de différences foncières, sauf pour le secteur industrie-BTPH où les femmes sont beaucoup moins nombreuses que les hommes. L'étude montre que le facteur motivant l'entrepreneuriat chez les femmes interviewées est d'abord la volonté de « se mettre à son compte », une réalisation de soi que les femmes désespéraient de voir se réaliser en tant que salariées au niveau des administrations et des entreprises nationales. Selon l'auteur « l'entrepreneuriat doit permettre à la femme d'échapper à la fois, à la condition de salariée, routinière et sans perspective, et "à la logique d'airain sexiste du « plafond de verre » qui la confine dans les rôles mineurs ». Les

⁴ Au CNRC, ces femmes sont enregistrées en tant que « commerçantes », l'auteur préfère le terme d'entrepreneures.

femmes ont beaucoup de difficultés à accéder à des postes supérieurs dans l'administration publique.

Rebah écrit en ce sens : « pour la femme, être chef d'entreprise est un accélérateur de carrière, qui ouvre la voie à l'autonomie de mouvement, à la liberté de décision et au terrain pour l'expression de sa valeur personnelle, de ses aptitudes et potentialités d'individu en dehors de la sphère domestique »⁵.

D'autres études ont concerné les femmes entrepreneures au niveau de la wilaya d'Oran. Elles sont le fait de Benghabrit-Remaoune Rahou⁶ (2006) ; (Dif, 2010)⁷. Au niveau national, on trouve l'étude de Metaiche⁸(2010).

L'objectif principal de toutes ces études était de montrer le profil des femmes chefs d'entreprises et de relever leurs difficultés. En effet, en plus des difficultés de concilier vie familiale et vie professionnelle, les femmes entrepreneures ont du mal à accéder aux marchés⁹ et au crédit¹⁰. Elles ont des difficultés dans la gestion de leurs entreprises et par rapport à leur statut de femmes chefs d'entreprise¹¹. De façon générale, Elles considèrent qu'elles évoluent dans un environnement hostile à valeurs socio culturelles négatives, avec beaucoup de problèmes de harcèlement et de corruption.

D'autres recherches universitaires se sont intéressées à l'intention entrepreneuriale chez les étudiantes universitaires d'Ouargla (Sellami, 2007) et d'Oran (Dif, 2010). L'objet des deux travaux concerne le manque d'intention entrepreneuriale chez les jeunes filles étudiantes

⁵ «Cet attrait pour l'entrepreneurship sur les femmes semble être confirmé par les résultats d'une enquête réalisée auprès de 13000 femmes en 2006 : 79% d'entre elles estiment préférables d'avoir leur propre entreprise. (In Quotidien Liberté du 6 mars 2006). Cité par Rebah (2006).

⁶ Une enquête a été réalisée au niveau de la wilaya d'Oran qui a concernée 85 femmes entrepreneures.

⁷A réalisé le profil de six femmes ayant entrepris via l'ANSEJ.

⁸ A réalisé une enquête auprès de 36 femmes chefs d'entreprise au niveau national.

⁹ Le marché des appels d'offre est mal structuré, manque de transparence des règles du jeu, d'informations.

¹⁰ Beaucoup de documents à fournir dans les dossiers, un intérêt trop élevé pour l'investissement, trop de garanties à fournir dans les délais de traitements de dossiers de crédits.

¹¹ Difficultés de sortir le soir, participer aux foires nationales et internationales, dîners d'affaires, etc.

universitaires. Les deux travaux se basent sur des enquêtes auprès des étudiantes des universités d'Ouargla¹² et d'Oran¹³.

Ces études montrent que le faible nombre de femmes entrepreneurs résulte du manque de l'intention entrepreneuriale chez les femmes universitaires. Même si 45% des jeunes universitaires enquêtées ont l'intention entrepreneuriale, la majorité d'entre elles voudrait avoir un travail dans des institutions déjà existantes, pour la sécurité de l'emploi et pour plus de temps à consacrer à la vie de famille (Sellami, 2007).

Pour le cas de la wilaya d'Oran, plus de la moitié des filles enquêtées (59%) ont exprimé leur intention entrepreneuriale ; pour ces femmes les éléments motivants sont le jeune âge, la famille, la spécialité dans le cursus universitaire, les spécificités du secteur d'activités, etc. Les éléments qui démotivent l'intention entrepreneuriale pour les autres filles universitaires enquêtées, sont le milieu familial qui n'incite pas à l'entrepreneuriat, les études de poste graduation qui incitent au travail salarial plutôt qu'à l'entrepreneuriat, et la prise du risque qui démotive l'intention entrepreneuriale.

D'autres écrits ont concerné l'entrepreneuriat féminin magrébin issu de l'immigration. Les auteurs Madoui(2007) et Denieuil (2011) décrivent des femmes maghrébines (Algériennes, Tunisiennes et Marocaines) qui entreprennent pour contourner un marché de travail discriminatoire tout comme les hommes maghrébins.

Madoui(2007) montre, pour cette communauté¹⁴ que l'entreprise n'obéit pas à une logique capitaliste de recherche du profit et du gain mais plutôt la recherche d'un travail qui n'a pas été possible par la voie traditionnelle du marché.

Selon l'étude, les maghrébines sont touchées par une double discrimination ; Celle liée à l'appartenance ethnique au même niveau que les hommes, mais souffrent aussi de discrimination liée au genre.

¹² 139 étudiantes enquêtées : 94 étudiantes de la faculté des sciences économiques et de gestion et 45 étudiantes des autres facultés de l'université d'Ouargla.

¹³ 100 étudiantes enquêtées au niveau de la faculté des sciences économiques et de gestion de l'université d'Oran

¹⁴35 entrepreneurs maghrébins dont 10 femmes habitant en Ile de France et dans la banlieue de Marseille.

Malgré ces obstacles, elles arrivent à mettre en place des entreprises : Fabrication de stores, conseil en formation recrutement et développement des ressources humaines, etc.

Ces femmes sont toutes diplômées des écoles et universités françaises avec un niveau de bac+5 : pour l'auteur, c'est le signe d'une volonté de s'émanciper économiquement et socialement de la tutelle du père.

L'objet de recherche de Denieuil (2011) concerne les entrepreneures tunisiennes issues de l'immigration, mais il s'intéresse en partie aux algériennes et marocaines entrepreneures. L'auteur se base sur les écrits de Boukhobza (2005), Catarino et Morokvasic (2005) pour montrer l'invisibilité des femmes entrepreneures maghrébines dans la vie économique française et leur cantonnement sous le sillage du mari, ou sous l'état du regroupement familial, sans jamais s'intéresser aux femmes migrantes qualifiées investissant dans les activités entrepreneuriales.

Pour Santelli (2007) les entrepreneurs algériens hommes et femmes issus de l'immigration qui investissent en Algérie, sont souvent perçus « du côté algérien comme des immigrés, voire des français ; en aucun cas ils ne sont vus comme des algériens qui reviennent au pays investir car ils le font dans une optique et avec des manières de faire qualifiées de « française » (souci de rigueur, normes de qualité, etc.) » (cité par Denieuil, 2011)

La dernière étude faite en Algérie sur l'entrepreneuriat féminin est celle réalisée par l'équipe de Benhabib en 2014. Faite auprès de 290 étudiantes de l'université de Tlemcen lors de leur dernière année d'étude, elle analyse le phénomène de la création d'entreprises par les femmes en focalisant la recherche sur ses facteurs de succès ou d'échec. Autrement dit, l'étude cherche à savoir comment les déterminants environnementaux et individuels influencent l'intention d'entreprendre de la femme algérienne ? Elle montre que les variables individuelles (par exemple, la motivation, l'attitude vis-à-vis du risque, la personnalité, ...) ont un impact négatif sur l'attitude envers l'entrepreneuriat féminin alors que les variables environnementales (par exemple la culture, les groupes de référence qui influencent les femmes entrepreneurs, les organismes de soutien à la création

d'entreprise, les médias,...) exhibent des valeurs positives sur l'intention d'entreprendre (Benhabib & al, 2014).

A travers cet état de l'art sur l'entrepreneuriat féminin, nous constatons ainsi que peu de travaux ont concerné ce champ de recherche. Nous avons donc trouvé intéressant de faire un état des lieux sur l'entrepreneuriat féminin dans la wilaya de Djelfa.

2. L'emploi féminin dans la wilaya de Djelfa

La population active de la wilaya de Djelfa est composée de 83 % d'hommes et 17 % de femmes, à peu près comme au niveau national en 2014 (respectivement 80 % et 20 %). On est donc loin des proportions qu'on trouve dans les pays développés, par exemple en France en 2012 (respectivement 52 % et 48 %). La population active féminine se concentre principalement dans les branches "commerce-services-administration" alors que celle masculine se trouve plus également répartie entre les branches, non compris la branche "industrie" (cCf. tableau1), ce qui est à peu près la même structure qu'au niveau national. Quand on considère la part des femmes dans chaque branche d'activité, cette part est la plus faible dans l'agriculture et le BTPH, les deux secteurs où le travail physique est important mais où, surtout, le conservatisme social est le plus présent.

Tableau N°1: **La population occupée de la wilaya de Djelfa selon le genre et la branche d'activité, 2013**

Branches d'activité	Structure selon la branche d'activité et selon le sexe			Structure par sexe et par branche d'activité		
	Masculin	Féminin	Ensemble	Masculin	Féminin	Ensemble
Agriculture	31%	3%	27%	98,4%	1,6%	100,0%
Industrie	7%	18%	9%	68,2%	31,8%	100,0%
BTPH	22%	4%	19%	97,0%	3,0%	100,0%
Commerces + services + administration	39%	76%	45%	72,8%	27,2%	100,0%
Total	100%	100%	100%	83,8%	16,2%	100,0%

Source : Direction de l'Emploi Djelfa, 2013

En matière de chômage, en 2013, le taux de chômage dans la wilaya de Djelfa était globalement de 11,2 %, mais il était de 17,3 % pour les femmes et de 9,9 % pour les hommes. Ces taux sont nettement plus élevés que ceux au niveau national, 8,3 % pour les hommes et 16,3 % pour les femmes (ONS, 2013)

3. Les femmes et le dispositif de l'Agence Nationale pour la Gestion du Micro crédit (ANGEM)

Ce dispositif a été opérationnel dans la wilaya de Djelfa en 2005, une année après sa création officielle. Les résultats évoqués ci-dessous, concernent la période 2005-2013. La première mission de l'Agence Nationale de la Gestion du Micro Crédit est la lutte contre le chômage et la précarité dans les zones rurales et urbaines en facilitant l'octroi de micro crédits pour encourager l'auto emploi, le travail à domicile et les activités artisanales en particulier chez la population féminine. Dans les zones rurales, ce dispositif doit inciter les populations à se stabiliser dans leurs zones d'origine en les aidant à développer et entreprendre des activités artisanales génératrices de revenus (Portail ANGEM, 2013).

Les chiffres qui nous ont été communiqués par l'agence concernant la wilaya de Djelfa montrent d'une part qu'en termes de nombre de projets, les femmes accaparent la plus grande part (cf. tableau 2), d'autre part que les femmes ne bénéficient que peu des projets importants en termes de financement (montant supérieur à 100 000 DA) (cf. tableau 3).

Quand on considère les projets par branches d'activité, il apparaît que les femmes sont très largement dominantes dans les activités qui les exposent le moins possible au monde extra domestique, c'est-à-dire l'artisanat domestique et la petite industrie (qui s'exercent principalement à domicile (cf. tableau 4). Elles sont donc très peu présentes dans les autres branches, particulièrement le BTP et l'agriculture.

Tableau N°2 : Nombre de projets financés selon le genre

	Hommes	Femmes	Total	Part des femmes
Nombre projets Financés	3483	11467	14950	76,7 %

Source : ANGEM, 2013

Tableau N°3 : Nombre de projet par type de financement selon le genre

Tranches de financement	Hommes	Femmes	Total	Part des femmes
Angem-Promoteur (≤100000DA)	3348	11389	14737	77,2%
Angem-Promoteur-Banque (>100000DA)	135	78	213	36,6%
Total	3483	11467	14950	76,7%

Source : ANGEM, 2013+nos calculs

Tableau N°4 : Nombre de projets financés par branches d'activités¹⁵ et selon le genre

Branches d'activités	Hommes	Femmes	Total	Part des femmes
Agriculture	942	32	974	3,2%
Artisanat	94	5857	5946	98,5%
Petite industrie	715	5109	5818	87,8%
Service	1307	469	1775	26,4%
BTP	425	00	424	00%
Total	3483	11467	14950	76,7%

Source : ANGEM, 2013

¹⁵Selon la nomenclature de l'ANGEM, l'**artisanat** renferme le tissage et la tapisserie traditionnelle, fabrication de vêtement traditionnelle, broderie, peinture sur soie, etc.; le **petite industrie** renferme industrie alimentaire, fabrication de pâtes alimentaires, pâtisserie et gâteaux, torréfaction et mouture de café, et l'industrie de l'habillement (le prêt à porter, la bonneterie et tricot, etc.), fabrication de linge domestique, linge de cuisine, d'ameublement, de lit, etc.; l'**agriculture** comprend les activités de l'élevage: ovin, bovin, caprin volaille, apiculture, travail de la terre.; les **services** rassemblent la coiffure et soins de beauté, les services informatiques; le **BTP** concerne principalement la fabrication de petits matériaux de construction (Parpaings).

Les résultats des statistiques de l'ANGEM dans la wilaya de Djelfa vont dans le même sens que ceux au niveau national, puisque depuis 2005 «Les chiffres nationaux de l'ANGEM montrent que parmi les 304671 micro activités, pas moins de 185758 micro activités ont été créées par des femmes soit un taux de 61%. Les branches les plus prisées par les femmes sont l'artisanat et la petite industrie où elles détiennent plus de 80% dans chacune des branches » (Oubbad, cité par Rania, 2012).

Mais combien ont coûté ces projets financés par l'ANGEM ?

Le tableau 5 montre que dans le total des coûts des projets, ce sont l'artisanat et la petite industrie qui ont la plus grande part d'investissement correspondant à un taux de 35% pour les deux branches d'activités : cela s'explique par le nombre important de femmes ayant choisi ces branches : plus de 5000 femmes pour chacune des deux branches d'activités.

Le taux d'investissement le plus faible est celui de la branche BTPH avec 2%, cela s'explique car les femmes n'ont pas du tout investi dans cette branche.

Un faible investissement pour l'agriculture malgré la vocation agro pastorale de la région : 5% seulement.

Tableau N°5 : Le montant des projets financés par branches d'activités et selon le genre

Branches d'activités	Hommes		Femmes			
	Nombre de projets (hommes)	Montant par projet(Coût moyen d'un projet pour les hommes)	Nombre de projets (femmes)	Montant par projet(Coût moyen d'un projet pour les femmes)	Total coûts (tous les projets hommes)	Part de chaque branche dans le total
Agriculture	942	42429	32	49053	41538	5%
Artisanat	94	66463	5857	46997	281509	35%
Petite industrie	715	62773	5109	45972	279755	35%
Services	1307	105241	469	95281	182237	23%
BTP	425	40204	00	00	17087	2%
Total	3483	70552	11467	48521	802125	100%

Source : ANGEM, 2013

La branche des services, quant à elle, est relativement importante. Elle représente 23% de l'ensemble des projets investis.

Les coûts moyens par promoteur et promotrice pour chaque branche d'activités sont plus élevés pour les hommes (sauf pour les projets agricoles). Cela montre sans doute chez les femmes une plus grande aversion au risque, se traduisant par des projets moins coûteux et donc plus faciles à rembourser (Cf. tableau 5).

Le tableau 6, montre que les promoteurs ANGEM ont investi différemment que les promotrices ;

En effet, pour ces dernières les parts les plus importantes ont été investies dans l'artisanat et la petite industrie, elles représentent respectivement 49% et 42% du total investi par les femmes de la wilaya de Djelfa alors que la branche d'activités de prédilection des hommes est celle des services où 56% des promoteurs y ont investi.

Tableau N°6 : La part de l'investissement des femmes et des hommes dans le total des montants investis par branches d'activités

Branches d'activités	Femmes	Part de l'investissement femmes/Total	Hommes	Part de l'investissement hommes/Total	Tib
Agriculture	32	0,28%	942	16,2%	974
Artisanat	5857	49%	94	2,5%	5951
Petite industrie	5109	42%	715	18,2%	5824
Service	469	8%	1307	56%	1776
BTP	00	00%	425	7%	425
Total	11467	100%	3483	100%	14950
					100%

*Total de l'investissement dans chaque branche

Source : ANGEM, 2013+nos calculs

En comparant les hommes et les femmes au niveau des branches d'activités, nous retrouvons la même tendance d'investissement. Les hommes ont plus investi que les femmes dans les services à raison de 74%, alors que les femmes ont plus investi dans les deux branches

d'activités : artisanat et petite industrie avec respectivement 98% et 88%.

L'agriculture, activité principale de la région puisque la wilaya de Djelfa est considérée une wilaya steppique à vocation agro pastorale, a eu une faible part d'investissement que ce soit pour les femmes avec 0,28% et pour les hommes avec 16,2%.(cf. tableau6)

Quel est le niveau d'instruction de ces femmes et hommes qui ont choisit d'entreprendre par le biais de l'ANGEM ?

De ce point de vue, le tableau 7 montre d'une part une très forte inégalité entre hommes et femmes, d'autre part que la majorité des promotrices «ANGEM» (63,4%) sont sans niveau scolaire. Ce tableau montre aussi que plus les femmes ont un niveau d'instruction élevé et moins elles ont recours à l'entrepreneuriat via l'ANGEM. Ceci renvoie à la faiblesse technologique des projets financés¹⁶, faiblesse qui n'exige pas une formation diplômante.

Pourtant, les écrits sur l'entrepreneuriat insistent sur l'élément éducation-formation comme facteur essentiel pour favoriser l'esprit d'entreprise. En effet, dans un document sur l'entrepreneuriat et la créativité dans la région méditerranéenne, il est énoncé que «l'éducation est un mécanisme important pour créer une attitude et une culture d'entreprise, spécialement au niveau des jeunes. Il est reconnu que l'éducation constitue un des facteurs les plus influents dans la création et la consolidation des entreprises car elle facilite le développement du savoir-faire et des capacités qui encouragent l'esprit d'entreprise et contribue à favoriser l'existence d'une image positive de l'activité entrepreneuriale¹⁷». De son côté, Reidel¹⁸, directrice du programme de développement économique durable de la GTZ¹⁹, considère aussi que « Le soutien à la croissance de l'entrepreneuriat féminin passe par la facilitation de l'accès à la formation des femmes,

¹⁶Cf. Nomenclature de l'ANGEM en bas de page de la page 5.

¹⁷Consejo Economico y Social Espana. (2011). ; Promotion de l'entrepreneuriat, de l'innovation et de la créativité dans la région méditerranéenne. Collection documentos. 66 pages

¹⁸Propos de Marita Reidel , recueillis lors d'une conférence de presse en marge de la conférence nationale «l'entrepreneuriat féminin en Algérie : Réalités et perspectives » 15 Juin 2009. Hôtel Hilton

¹⁹Coopération Technique Allemande.

le développement de l'esprit d'entreprise et l'encouragement de leur adhésion à des réseaux professionnels ». Cité par APS, (2009)

Au niveau national, l'étude de Metaiche (2010) révèle que la facilitation à l'accès à la formation est l'une des préoccupations majeures des femmes entrepreneures interviewées. En effet, beaucoup de femmes entrepreneures ont insisté sur la formation managériale qui leur ferait gagner du temps dans l'entreprise.

Le tableaux 8, ci-dessous nous donne plus d'éléments sur le niveau d'instruction des promoteurs et promotrices ANGEM par branches d'activités et montrent que, de façon générale, la proportion de femmes sans instruction est plus importante que celle des hommes sans instruction; Ceci ne fait que refléter la situation globale de la femme en matière d'instruction : les petites filles ont toujours été moins scolarisées que les petits garçons, particulièrement en milieu rural et quand les femmes sont scolarisées, la durée de leur scolarisation est toujours moins grande que celle des mâles.

Tableau N°7 : Niveau d'instruction des promoteurs et promotrices

	Hommes		Femmes	
	Nombre	%	Nombre	%
Ecole coranique ou analphabètes	1109	32%	7277	63,4%
Primaire	545	16%	1494	13%
Moyen	1277	37%	2002	17,4%
Secondaire	507	15%	653	6%
Universitaire : Bac+2	4	0%	4	0%
Non déclaré	41	1%	37	0,3%
Total	3483	100%	11467	100%

Source : ANGEM+nos calculs

Par contre, très peu d'universitaires ont investi à travers l'ANGEM, que ce soit pour les hommes ou pour les femmes : seulement 4 promotrices et 4 promoteurs universitaires ont investi dans les branches de l'artisanat, la petite industrie et les services. (cf. tableau 8)

Quand on considère l'âge, on constate que la proportion de femmes âgées (31 %) est plus importante que la proportion d'hommes âgés (3 %) parmi les bénéficiaires des projets financés par l'ANGEM. Cela s'explique sans doute par le fait que les jeunes femmes consacrent une grande partie de leur temps à l'élevage des enfants. Ce n'est qu'une fois les enfants suffisamment âgés que les femmes peuvent se consacrer à d'autres activités. (Cf. tableau 9).

Le chômage touche aussi une population jeune, cela explique la ruée des hommes et des femmes vers ce dispositif ANGEM, qui ne limite pas l'âge et n'exige pas des formations diplômantes.

Tableau N°8 : Répartition des promoteurs et promotrices selon la branche d'activité et selon le niveau scolaire

Branches d'activités	Niveau instruction	Part des hommes dans le total des promoteurs	Part des femmes dans le total des promotrices
Agriculture	Sans ²⁰	46%	50%
	Primaire/Moyen	47%	43,75%
	Secondaire	7%	6,25%
	Total	100%	100 %
artisanat	Sans	33%	71,60%
	Primaire/Moyen	51%	51%
	Secondaire	14%	2,68%
	Bac+2	00%	0,01%
	Non déclaré	2%	0,15%
Total	100%	100%	
Petite industrie	Sans	43%	59%
	Primaire/Moyen	48,6%	33,80%
	Secondaire	8%	6,85%
	Bac+2	0,13%	0,05%
	Non déclaré	0,4%	0,29%
Total	100%	100%	
Services	Sans	14%	11,30%
	Primaire/Moyen	60,3%	55,22%

²⁰ Sans: Renferme les hommes sans instructions, les hommes avec le niveau école coranique et les analphabètes.

	Secondaire	23%	30,70%
	Bac+2	0,22%	00%
	Non déclaré	2,5%	2,77%
	Total	100%	100%
BTPH	Sans	37%	00%
	Primaire/Moyen	45,6%	00%
	Secondaire	16,7%	00%
	Bac+2	-	00%
	Non déclaré	0,7%	00%
	Total	100%	00%
Total	Sans	32%	63,4%
	Primaire/Moyen	52%	30%
	Secondaire	15%	6%
	Bac+2	0%	0%
	Non déclaré	1%	0,3%
	Total	100%	100%

Source : ANGEM+nos calculs

Tableau N°9 : **Répartition des promotrices et promoteurs par tranches d'âge**

Tranches d'âge	Hommes		Femmes	
18-29 ans	1166	33%	2565	22%
30-39 ans	1253	36%	2762	24%
40-49 ans	617	18%	2622	23%
50-59 ans	252	7%	2021	18%
60 ans et plus	195	6%	1497	13%
Total	3483	100%	11467	100%

Source : ANGEM, 2013+nos calculs

Pour compléter nos informations sur les femmes ayant bénéficié du dispositif de l'ANGEM, quatre *focus groups*²¹ ont réuni 40 promotrices. Les entretiens montrent que le problème majeur des promotrices de l'ANGEM est la commercialisation de leurs produits

²¹ Deux Focus Group dans la Daïra de Messad et deux Focus Group dans la Daïra de Djelfa. Ce sont les associations féminines qui nous ont facilité la rencontre avec les femmes.

artisans. Parce qu'elles estiment socialement peu convenable de se présenter elles-mêmes sur les marchés, celles qui veulent commercialiser sont obligées de passer par une tierce personne (souvent un homme de la parentèle), et trouvent que les prix obtenus sont souvent en dessous de leurs aspirations.

4. Les femmes et le dispositif de l'Agence Nationale de Soutien à l'Emploi des Jeunes (ANSEJ)

L'ANSEJ a été créée en 1994 afin de lutter contre le chômage des jeunes (âge compris entre 19 et 35 ans) qui souhaitent créer leur propre activité. Dans la wilaya de Djelfa, elle a été opérationnelle en 1998. Les résultats ci-dessous concernent la période 1998 jusqu'en 2013.

Contrairement à l'ANGEM, les activités de l'ANSEJ n'ont que très peu intéressé les femmes. En effet, celles-ci n'ont bénéficié que de 8 % des projets financés par cette institution (cf. tableau 10). Ce faible nombre s'explique partiellement par les contraintes que rencontrent les postulantes et qu'on a pu noter au cours de la tenue d'un *focus group* composé de 8 promotrices :

La lenteur des procédures administratives au niveau des banques²² ;

- Exiguïté et/ou non-conformité du local mis à disposition par l'Etat pour la mise en œuvre du projet;
- Difficultés de concilier les activités domestiques et le projet.

Tableau N°10 : Projets financés par l'ANSEJ dans la wilaya de Djelfa selon le genre

Secteurs d'activités	Hommes	Femmes	Total projets	Part des femmes
	3237	280	3517	8%

Source : ANSEJ, Djelfa 2013

La plupart des projets ont nécessité un financement triangulaire²³ pour l'ensemble des promoteurs hommes et femmes. Les promotrices

²² Une femme a affirmé avoir attendu 2 années pour bénéficier d'un crédit de 3 millions de DA. Une autre femme qui voulait investir dans une agence de communication attendait déjà depuis huit mois un crédit d'environ un million de DA.

sont faiblement représentées dans les deux types de financement : Elles sont à 22% dans le financement mixte et autour de 7% pour le financement triangulaire. Mais par rapport à l'ensemble des promotrices : 88% ont eu recours à un financement triangulaire. (Tableau 11).

Tableau N°11 : **Type de financement des projets**

Type de financement	Femmes		Hommes		Total		Part des femmes
	Nbre	%	Nbre	%	Nbre	%	
Mixte ²⁴	33	12%	117	4%	150	4%	22%
Triangulaire	247	88%	3120	96%	3367	96%	7,3%
Total projets	280	100%	3237	100%	3517	100%	8%

Source : ANSEJ, Djelfa 2013

Cela s'explique par le fait que, les promotrices doivent être âgées entre 19 à 35 ans. Une tranche d'âge jeune, pour qu'une personne ait la ressource financière suffisante pour s'orienter vers un financement mixte. Le financement triangulaire est plus adapté à des femmes jeunes n'ayant pas de ressources financières pour enclencher une activité entrepreneuriale. Le financement triangulaire est plus apprécié par les jeunes promoteurs, femmes et hommes, en raison de l'aide qu'il octroie : en effet, le promoteur (trice) doit verser seulement 1% ou 2% du montant de son emprunt, les 99% ou 98% qui reste sont assurés par la banque et l'ANSEJ.

A titre d'exemple, selon la chef de service des statistiques de l'ANSEJ de Djelfa, pour les huit mois de l'année 2014, du 1er Janvier au 31 Juillet, 283 projets financés pour les hommes et pour les femmes, seulement quatre (4) projets ont bénéficié d'un financement mixte les 279 projets ont eu un financement triangulaire.

²³ Ce type de financement nécessite trois parties : *le promoteur, l'ANSEJ et la banque*. Si le prêt est moins de 5 millions de DA, le promoteur doit contribuer avec 1%, l'ANSEJ et la banque y contribuent à raison de 29% et 70% respectivement. Si le prêt est plus de 5 millions de DA, le promoteur doit verser 2% du montant du prêt, l'ANSEJ et la banque doivent octroyer 28% et 70% respectivement.

²⁴ Ce type de financement nécessite deux parties : *le promoteur et l'ANSEJ*. Si le prêt est moins de 5 millions de DA, le promoteur doit contribuer à raison de 71% du montant et l'ANSEJ y contribue à raison de 29%. Si le prêt est plus de 5 millions de DA, le promoteur doit verser 72% du montant du prêt et l'ANSEJ 28%

Le tableau 12, montre la répartition des promoteurs et promotrices par branches d'activités. La branche d'activité de l'artisanat est la plus appréciée par les femmes avec 29%. Selon la nomenclature²⁵ de l'ANSEJ, l'artisanat renferme les métiers traditionnellement réalisés par les femmes : coiffure et soins de beauté, la couture de vêtement traditionnel, la pâtisserie. La part des femmes dans les autres branches d'activités, industrie, BTPH, agriculture, est faible et est en dessous de 7,3%. Les activités relatives à la branche BTPH, nécessitent des déplacements pour aller chercher des marchés, sortir sur chantier, commander des ouvriers de sexe masculin, etc.

Le métier de l'agriculture est peu apprécié par les femmes bénéficiant des avantages de l'ANSEJ, comme chez les femmes de l'ANGEM aussi, un métier relativement dur, qui nécessite aussi des déplacements, des contacts avec les services de l'agriculture, des sorties sur terrain, etc.

Ces branches sont moins valorisées par les femmes à cause des facteurs socio culturels qui peuvent être un obstacle à l'investissement.

²⁵ **Artisanat** : Couturier de vêtement traditionnel, artisan coiffeur, artisan couturier modéliste, artisan matelassier, artisan pâtissier, artisan imprimeur « minute », artisan fabricant d'articles d'ornements pour l'habillement et l'ameublement, etc. **Service** :Cyber café, dégraissage blanchisserie et teinturier, entreprise des travaux de secrétariat et assistance administrative, transport marchandise, transport personnel, studio photographie, salle de sports, station lavage, bureau d'étude de conseil et d'informatique (consulting), restauration rapide (fastfood), etc. **Industrie** : Bonneterie industrielle, Biscuiterie et produits de régime, tissage industrielle de la laine et autres produits textiles, fabrication d'articles en plastique, fabrication de vernis, peinture et pigments et encres d'imprimerie, fabrication de pâtes alimentaires, fabrication de l'emballage plastique, etc. **Agriculture** :Céréaliculteur, élevage ovin, engraissement de volailles et accouages industrielle, production de semences, entreprise de défense et restauration des sols, entreprise de travaux agricoles et traitements phytosanitaires **BTPH** :Entreprise de travaux bâtiment tout corps d'état, entreprise de bâtiment de grands travaux publiques, de pose de canalisation et d'installation thermique, entreprise de terrassements de travaux ruraux.

Tableau N°12 : **ANSEJ: Répartition des promoteurs et promotrices par branches d'activités**

Branches d'activités	Projets financés		Hommes		Femmes		Part des femmes
	Nbre	%	Nbre	%	Nbre	%	%
Industrie	452	13%	419	13%	33	12%	7,3%
BTPH	353	10%	343	10,6%	10	3,6%	2,8%
Agriculture	252	7%	241	7,4%	11	4%	4,3%
Services	2178	62%	2034	63%	144	51,4%	6,6%
Artisanat	282	8%	200	6%	82	29%	29%
Total	3517	100%	3237	100%	280	100%	8%
Wilaya							

Source : ANSEJ, 2013

Le tableau 12, montre aussi que dans l'ensemble des femmes ayant eu recours à l'ANSEJ, les projets financés sont relativement concentrés au niveau des deux branches d'activités que sont les services et l'artisanat avec 51,4% et 29% respectivement. Si on considère la nomenclature de l'ANSEJ, l'orientation des femmes vers ces branches se rapproche des travaux que les femmes ont l'habitude de réaliser à domicile.

Les employées de l'ANSEJ de la wilaya de Djelfa, assurent que souvent les femmes viennent à l'ANSEJ avec des diplômes de la formation professionnelle : esthétique, coiffure, couture, pâtisserie/confiserie, poterie, etc.

L'industrie dépasse les 10% ; selon la nomenclature de l'ANSEJ. Elle renferme la bonneterie industrielle, le tissage industriel, la fabrication de pâtes alimentaires, etc. ce qui explique ce taux relativement élevé.

5. Les femmes et le dispositif de la Caisse Nationale de l'Allocation Chômage (CNAC)

La caisse nationale d'allocation chômage a été créée en 1994. Sa mission initiale étant la prise en charge des travailleurs ayant été licenciés lors de la réforme économique des années 90, suite au programme d'ajustement structurel appliqué à partir de 1994. Les personnes licenciées devaient être prises en charge par la CNAC pour les indemnités de licenciement. Depuis 2004, une deuxième mission a

été assignée à la CNAC : celle de la prise en charge des chômeurs désireux de créer leur propre entreprise.

Les données ci-dessous concernent la période 2005-2013.

Le tableau 13, montre que très peu de femmes ont adhéré au dispositif CNAC pour entreprendre des activités. Leur part est de 6,59% (Tableau 13). Ce faible nombre de promotrices par le biais de la CNAC s'explique par la condition d'âge qui peut être un frein pour les femmes pour se diriger vers la CNAC. En effet, pour avoir droit au prêt, il faut avoir entre 30 et 50 ans. Généralement, à cet âge, les femmes ont souvent des responsabilités familiales (mariées avec enfants) et donc difficile pour elles de se libérer pour une activité entrepreneuriale en dehors du foyer. En outre, le taux d'emploi des femmes étant faible, il est logique que le nombre de femmes ayant perdu leur emploi soit faible.

La quasi-totalité des femmes est inscrite dans la branche des services.

En effet, sur les 29 femmes entrepreneurs une seule femme a entrepris dans l'industrie alors que les 28 autres sont dans les services (Tableau 13).

Selon le tableau 14, c'est la branche des services qui génère le plus d'emploi : que ce soit pour les femmes ou pour les hommes. Par emploi créé, les femmes se placent en premier avec 1,17 postes créés par entreprise alors que les hommes sont à 0,76 poste créé.

Tableau N°13 : Projets financés par branche d'activité et selon le genre

Branches d'activités	Projets financés		Hommes		Femmes		Pftp *
	Nbre	%	Nbre	%	Nbre	%	
Artisanat	-		-		-		-
Industrie	30	7%	29	7%	1	3,4%	3,3%
Services	388	88%	360	87,6%	28	96,6%	7,2%
BTPH	8	2%	8	2%	0	0%	0%
Agriculture	14	3%	14	3,4%	0	0%	0%
Total	440	100%	411	100%	29	100%	6,5%
Wilaya							

Source : CNAC, 2013/ *Part des femmes dans le total des projets

Tableau N° 14 : Projets financés par branche d'activités et les emplois créés selon le genre

Secteur d'activité	Hommes	Emplois créés	Femmes	Emplois créés
Artisanat	-		-	
Industrie	29	38	1	1
Services	360	251	28	33
BTPH	8	11	0	0
Agriculture	14	15	0	0
TOTAL	411	315	29	34

Source : CNAC, 2013

6. Les femmes et le dispositif de l'Agence Nationale pour Développement de L'Investissement (ANDI)

L'ANDI a remplacé l'APSI (Agence de Promotion, de Soutien et de Suivi de l'Investissement) en 2001, cela se traduisant par des modifications des cadres institutionnels et réglementaires (Portail ANDI, 2013). Elle a pour mission la facilitation de promotion et d'accompagnement de l'investissement. Dans la wilaya de Djelfa, l'ANDI, n'a été installé qu'en 2011. Par conséquent, les chiffres ci-dessous concernent la période 2011 -2013.

Il y a peu de femmes entrepreneurs dans le cas de l'Agence Nationale au Développement de l'investissement (Tableau 15). Outre le fait que cette agence est nouvelle dans la wilaya de Djelfa, cela s'explique d'une part par les faibles avantages que donne l'ANDI par rapport aux institutions précédentes, d'autre part par les facteurs environnementaux et tenants aux motivations des femmes décrits par Benhabib (2014).

Tableau N°15 : Répartition des projets ANDI par secteur d'activités et selon le genre

Secteurs d'activités	Femmes	Hommes	Total projets	Partdes femmes
Industrie	0	24	24	0%
Services	6	52	58	10,3%
BTPH	5	93	98	5,1%
Total	11	169	180	6,1%

Source : ANDI, 2013

Pour ce qui est de la répartition des promotrices et des promoteurs de l'ANDI par branches d'activités, les premières se trouvent surtout dans les services : d'après les informations recueillies auprès de l'ANDI de Djelfa, cinq projets portés par les femmes concernent le transport de marchandises et un projet est la réalisation d'une clinique médicale.

Tableau N°16 : **Nombre de projets financés pour les hommes et les femmes**

Nombre de projets	Femmes		Nombre de projets	Hommes	
	Montant moyen Parprojet (millions DA)	Emplois Créés par projet		Montant moyenpar Projet(millions DA)	Emplois c réés par projet
11	9,9	4,8	169	46,1	10,9

Source : ANDI, 2013

Nous remarquons que les projets portés par des femmes sont en moyenne beaucoup moins importants en terme de capitaux mobilisés que ceux portés par les hommes et qu'ils créent en moyenne un nombre de postes d'emploi par projet moins important que celui des projets portés par les hommes.(cf. tableau16).

7. Les femmes et les programmes de développement social

Créée en 1996, l'Agence de Développement Social (ADS) est une institution à caractère spécifique, sous tutelle du Ministère de la Solidarité Nationale et de la Famille. Elle a pour missions de promouvoir, de sélectionner, de choisir et financer totalement ou en partie les actions et interventions en faveur des populations démunies et du développement communautaire. Les projets de travaux ou de services d'intérêt économique et social comportant une haute intensité de main d'œuvre, initiés par toute collectivité, communauté ou entité publique ou privée dans le but de promouvoir le développement de l'emploi, ainsi que le développement de micros entreprises (Portail ADS et Ministère de la Solidarité Nationale, de la Famille et de la Condition de la Femme, 2013).

Nous présentons trois programmes²⁶ initiés par les services de l'ADS : TUPHIMO²⁷, Blanche Algérie²⁸ et Devcom²⁹.

²⁶Les trois dispositifs ont été créés dans le cadre de la lutte contre le chômage.

Nous remarquons que pour les trois programmes de l'ADS, la part des femmes est très faible : 4% pour TUPHIMO, 8% pour Blanche Algérie et 3,5% pour le Développement communautaire (cf. tableaux 17 18 et 19).

Tableau N°17 : **Projets financés selon le genre pour le programme TUPHIMO**

Programme TUP HIMO	Hommes	Femmes	Total	Part des femmes
2009	72	2	74	2,7%
2010	10	1	11	9%
2011	25	2	27	7,4%
2012	100	4	104	4%
TOTAL	207	9	216	4%

Source : ADS, 2013

²⁷**TUPHIMO** : Travaux d'Utilité Publique à Haute Intensité de Main d'œuvre. Conçu et lancé en 1997 dans le cadre du projet d'appui au filet social financé en partie par la Banque Mondiale (1997-2000), il est repris en 2001 à une grande échelle sur les fonds publics. Les marchés de travaux font l'objet d'appel d'offres locales par voie d'affichage. L'objectif étant la création d'emplois temporaires, par le biais de chantiers d'entretiens et de maintenance des infrastructures relevant des collectivités locales. Le programme vise aussi à encourager le « tâcheronnat » local.

²⁸**Blanche Algérie** : ce dispositif permet la création de très petites entreprises dont l'activité est liée à l'entretien et à l'amélioration du cadre de vie des populations. Il permet aussi l'insertion des chômeurs exclus du système scolaire. La durée du contrat est de trois mois renouvelable trois fois. Les tâcherons doivent être chômeurs, âgés de 18 à 40 ans avec un minimum d'instruction et inscrits dans la commune d'implantation du projet.

²⁹**Développement Communautaire** : l'objectif de ce programme est de susciter l'éveil communautaire des populations démunies, par la réalisation de petites infrastructures de base, répondant à leurs besoins prioritaires. Ce programme repose sur une démarche participative qui requiert l'adhésion et la contribution des populations concernées. Le programme est initié et financé par l'ADS. Le montant du projet de développement communautaire participatif est plafonné à 4 millions de DA par projet.

Tableau N°18 : **Projets financés selon le genre pour le programme Blanche Algérie**

Blanche- Algérie	Hommes	Femmes	Total	Part des femmes
2011	167	6	173	3,46%
2012	58	2	60	3,33%
2013	170	26	196	13,26%
Total	395	34	429	8%

Source : ADS, 2013

Tableau N°19: **Projets financés selon le genre pour le programme Devcom**

Dev-com	Hommes	Femmes	Total	Part des femmes
2006	4	00	4	0%
2007	11	1	12	8,33%
2008	12	1	13	7,6%
2009	15	0	15	0%
2010	-	-	-	-
2011	4	0	4	0%
2012	-	-	-	-
2013	9	0	9	0%
Total	55	2	57	3,5%

Source : ADS, 2013

8. Pourquoi le faible nombre de femmes dans la classe des entrepreneurs et leur cantonnement dans des branches dites traditionnelles féminines ?

Selon la littérature scientifique consultée, les problèmes entravant l'arrivée des femmes à l'entrepreneuriat résulte d'une part de ces dispositifs d'aide de l'Etat, qui ne sont pas, certes, discriminatoires mais qui sont "non orientés particulièrement vers l'entrepreneuriat féminin", sont surtout dans "une situation attentiste" et n'offrent pas un accompagnement nécessaire et suffisant pour encourager et sécuriser davantage le processus entrepreneurial chez les femmes³⁰.

Par ailleurs, les facteurs socio culturels sont des freins puissants pour les femmes voulant mener des activités entrepreneuriales. Ces

³⁰ Haddad, experte en entrepreneuriat, Propos recueillis lors de la conférence internationale du 15 au 17 septembre 2012. Alger.

activités nécessitent, en effet, des personnes qui doivent se déplacer, d'abord pour répondre aux appels d'offres, puis pour embaucher des tâcherons et des ouvriers qu'il faut gérer sur le terrain et superviser dans leur travail. Il est très difficile d'imaginer des femmes enserrées dans une société traditionaliste assumer tout cela au niveau des communes rurales (et même urbaines) de la wilaya de Djelfa, d'après les déclarations des responsables mêmes des institutions concernées !

En outre, d'autres obstacles empêchent l'émergence de femmes entrepreneures dans le pays. Ainsi, Remaoune cité par Collet, A (2009) évoque, par exemple, la faiblesse du soutien et de la qualité de l'accueil et de la prise en charge de la petite enfance en Algérie, ceci empêchant souvent les femmes de se consacrer pleinement à leur activité professionnelle, préférant assumer le rôle de mère que la société et les traditions leur ont confié sans omettre aussi le problème du marché des appels d'offres qu'elle considère comme insuffisamment structuré pour favoriser l'entrepreneuriat féminin³¹.

Enfin, il a été démontré que dans les pays du MENA, "la réussite d'un ou (plus rarement) d'une entrepreneure dépendait de leurs relations plutôt que de leurs compétences" (Banque mondiale, 2012; Bel, 2012). On peut penser que, du fait de leur position dominée dans la société algérienne, les femmes ne peuvent pas développer un réseau suffisant de relations – particulièrement dans les institutions et administrations ayant la haute main sur la délivrance des avantages consentis par l'Etat - pour accéder rapidement au statut d'entrepreneur.

En plus de leur faible nombre dans l'activité entrepreneuriale, les femmes de la wilaya de Djelfa sont cantonnées dans des branches d'activités dites traditionnelles et féminines.

Ce positionnement des femmes dans le tertiaire a été déjà soulevé au niveau national lors des années 1980 : Les femmes étaient concentrées dans le secteur du textile et de l'alimentation. L'auteur relève que le salariat permettait aux femmes de travailler en dehors du foyer mais qu'il n'était que le prolongement du travail domestique

³¹ Remaoun, Propos recueillis lors d'une conférence de presse en marge de la conférence nationale sur « l'entrepreneuriat féminin en Algérie : Réalités et perspectives » 15 Juin 2009. Hôtel Hilton

qu'elles pouvaient effectuer à l'intérieur du foyer. (Hakiki-Talahite, 1983)

Quelques décennies plus tard, l'entrepreneuriat féminin reproduit le même schéma dans la structure de l'activité féminine: une concentration des femmes dans le secteur tertiaire.

En effet, Les femmes entrepreneures investissent des domaines qui leurs sont familiers à savoir : l'artisanat, les services où sont renfermées des métiers stéréotypés féminins : coiffure, couture, fabrication de gâteaux traditionnelles, pâtisseries. Etc.

Cette tendance n'est pas fortuite à la wilaya de Djelfa ni d'ailleurs à l'Algérie. Le phénomène est universel: Les femmes sont majoritaires dans certains secteurs et minoritaires dans d'autres.

Au niveau maghrébin, en 2009 elles sont 16837 Marocaines à la tête d'une entreprise et activent majoritairement dans les services à 48% et à 32 % dans le commerce. (Afem³², 2010 cité par Chabbert et al, 2014)

En Tunisie, 10000 femmes chefs d'entreprise qui investissent majoritairement dans l'agro alimentaire, le textile et diverses industries(ibid.)

En France, une étude de l'INSEE, (2012) fait ressortir que 33% de femmes sont indépendantes ou dirigeantes d'entreprise (hors agriculture). Elles sont présentes surtout dans le secteur tertiaire :29 % de femmes dans les services aux particuliers contre 16% pour les hommes ; dans la santé elles sont 25% pour 11% d'hommes.

Ce positionnement structurel typé des femmes est une tendance que l'on retrouve dans l'ensemble de l'Europe. (De Beaufort V., 2011)

A quoi sont dues ces disparités sectorielles qui sont universelles entre les femmes et les hommes?

La littérature scientifique est unanime pour expliquer ce phénomène : les femmes s'engagent dans un secteur qu'elles connaissent le mieux car elles valorisent les différentes activités s'y

³²Association des femmes entrepreneures du Maroc.

insérant, du fait des travaux domestiques qu'elles réalisent déjà au sein de la famille.

C'est le prolongement des barrières socio culturelles traditionnelles vouant les femmes aux tâches domestiques (confection, couture, artisanat, etc.) qui fait qu'elles se retrouvent encore cantonnées dans ce secteur d'activités (Denieuil, 2005, cité par Chakrouni Marzouki, , 2007)

Ainsi les femmes « choisissent » leur carrière naturellement. Mais ce qui semble naturel et voulu par les femmes est fortement conditionnée et ce dès la petite enfance.

Ce conditionnement de l'individu dans la société est appelé l'habitus par le sociologue Pierre Bourdieu qui le définit comme « Un système de dispositions acquises, incorporées de manière durable, et tendant à reproduire la logique des conditionnements qui sont à son origine » (Bourdieu, 1998)

L'habitus joue un rôle déterminant dans la vie professionnelle, sociale et culturelle de l'agent en ce sens que cet habitus lui servira inconsciemment de grille d'interprétation pour se conduire dans le monde. Nos orientations dans la vie sont déjà acquises dans certaines activités. Par exemple : nous transposons ce que nous acquérons, comme savoirs au sein de la famille dans le monde professionnel.

Par conséquent, même si le statut des femmes a tendance à changer avec l'augmentation de leurs activités en dehors du cercle familial mais « l'ordre social fonctionne comme une immense machine symbolique tendant à ratifier la domination masculine sur laquelle il est fondé : c'est la division sexuelle du travail » (ibid.)

Bourdieu utilise les notions ou les concepts d'habitus, de violence symbolique, et marché des biens symboliques, pour montrer les modalités spécifiques d'un rapport de domination entre être humains, tellement incorporé dans nos schèmes de perceptions, de pensée et d'action, qu'on ne le voit plus lorsqu'il ne prend pas des formes extrêmes(Fine, 2000)

Par conséquent, la faiblesse des femmes dans l'entrepreneuriat et leur positionnement structurel typé sont le fait de stéréotypes dans toutes les sociétés du monde.

Ces stéréotypes sont transculturels et sont nourris dès l'enfance au sein de la famille. Une étude faite par une neurobiologiste³³ sur des jeunes enfants des deux sexes a confirmé l'influence du contexte socio éducatif et culturel, nourri par les préjugés, sur les performances des garçons et des filles. « La pesanteur de cet inconscient collectif peut certainement amener un certain nombre de femmes à se détourner des opportunités de l'entrepreneuriat, car elles doutent de leur capacité en la matière »(Bel, 2009)

Conclusion

Au terme de cette étude sur l'état des lieux de l'entrepreneuriat féminin dans la wilaya de Djelfa, les résultats montrent que malgré une politique volontariste d'aide à l'entrepreneuriat, les femmes sont peu nombreuses - par rapport à la gente masculine - à s'engager dans des activités entrepreneuriales.

Le fait que les femmes constituent la majorité des bénéficiaires des avantages de l'ANGEM est un indicateur de la faible position des femmes dans les politiques de promotion de l'entrepreneuriat. Cette institution de micro crédit est, en effet, davantage tournée vers la lutte contre le chômage de masse et le développement de l'initiative individuelle par la création d'auto emplois surtout domestiques (évitant aux femmes le contact avec l'extérieur) que vers la création de véritables entreprises. Au contraire, les institutions qui favorisent davantage la création de véritables entreprises (telles l'ANDI, l'ANSEJ et la CNAC) ne financent que peu de projets proposés par des femmes : 11% pour l'ANDI, 8% pour l'ANSEJ et 6% pour la CNAC.

Le domaine de prédilection des femmes de Djelfa est le secteur des services : couture, coiffure, gâteaux, etc. Où elles y sont majoritairement : Elles « choisissent » ainsi des métiers qu'elles connaissent déjà.

Cette faiblesse des femmes dans l'activité entrepreneuriale et leur positionnement sectoriel ne sont pas spécifiques à la wilaya de Djelfa, ni à l'Algérie. Les visions stéréotypées sur la division sexuelle du travail, le rôle sexuel assigné aux femmes et aux hommes sont des stéréotypes transculturels. Dans tous les pays du monde, les femmes

³³ Dans ouvrage de Vidal Catherine et Benoit-Browarys Dorothée : Cerveau, Sexe et Pouvoir. Ed. Poche, 2015.

sont faiblement représentées dans l'activité entrepreneuriale par rapport à la gente masculine. Et quand elles tentent l'aventure entrepreneuriale, elles préfèrent être prudentes et se positionnent dans un secteur qu'elles connaissent le mieux : les services, reproduisant ainsi un ordre social déjà établi.

Références Bibliographiques

Agence Nationale pour le Développement de l'Investissement ANDI, (2013). «Portail du site officiel : ANDI. Rubrique « A propos de l'ANDI» *Disponible sur le site : www.andi.dz*

Agence Nationale pour la Gestion du Micro crédit. ANGEM, (2013). « Portail du site officiel de l'ANGEM. *Disponible sur le site www.angem.dz*

Agence de développement social, (2013). «Portail du site officiel de l'ADS. *Disponible sur le site www.ads.dz*

Algérie Presse Service, (2009). «Faiblesse du nombre de femmes chefs d'entreprises en Algérie. *Article disponible sur le site : www.lemag.ma publié le 15/06/2009Téléchargé Août 2014*

Badaoui-Ouzzir, S (1996).«L'emploi des femmes en Algérie : D'une lente progression à une précarisation accélérée. *In Actes de l'atelier femmes et développement. Alger, 18-21 octobre, 1994. En collaboration avec le PNUD.Ed CRASC. Oran. Août 1995.*

Banque mondiale, (2012).«*From privilege to competition : unlocking private-led growth in the Middle East and North Africa - overview : Des Privilèges à la Concurrence - Renforcer la croissance par le développement du secteur privé dans la région Moyen-Orient Afrique du Nord. Rapport n°67690, Washington.*

Bel S, (2012),«Pourquoi autant de chômage au Moyen-Orient et en Afrique du Nord ? *Disponible : <http://blogs.worldbank.org/arabvoices/fr/pourquoi-autant-de-chomage-dans-mena> ; Téléchargé le 30-8-2014.*

Bel G, (2009).«L'Entrepreneuriat au Féminin. Rapport du Conseil Economique, Social et Environnemental République Française. 116 P. Coll : Journal Officiel de la République Française, avis et rapport du Conseil Economique, Social et Environnemental. *Disponible sur le site : www.ladocumentationfrancaise.fr/rapports-publics/094000521/ téléchargé Décembre 2015.*

Benghabrit-Remaoun N & Rahoo Y, (2006).«Itinéraires de femmes entrepreneures : cas d'Oran ». *Colloque international création d'entreprise et territoire ; 3 et 4 décembre Tamanrasset, 2006.*

Benhabib A, Merabet A, Benachenhou M, Grari Y, Boudia F & Merabet H, (2014).«Environmental and Individual Determinants of Female Entrepreneurship in Algeria: Applying the Structural Equation Modeling. *EBER, 2014, Vol. 2, No. 1.*

Bernard Ch, (1990).«Economie invisible et salariat: Les femmes salariées et non salariées au Maghreb. Des travailleuses à plein temps et « hors du temps ». *Edition CNRS Marseille Sous la direction de Monique Gadant et Michèle Kasriel.*

Bourdieu P, (1998). «La domination masculine. 134 p. Ed. Le Seuil

C.E.S. ConsejoEconomico y Social Espana (2011).«Promotion de l'entrepreneuriat, de l'innovation et de la créativité dans la région euro-méditerranéenne. Collection Documentos numéro 01/2011. Ed : ConsejoEconomico y Social, Espagne, 2012. 66p. Disponible sur le site www.tresmed.es/documentos/10358/.Téléchargé Août 2014.

Centre Nationale du Registre de Commerce (CNRC), (2013). «Le registre de commerce : indicateurs et statistiques. *Document officiel du ministère du commerce. Direction des Publications Légales. Alger. Mai 2014*

Chabbert P & A L. (2014).« Rapport final sur l'accès et le maintien des femmes à l'emploi : Au Maroc en Tunisie et en Turquie. 191p. Document de l'Agence Française pour le Développement (AFD)

ChakrounMarzouki W,(2007).«Dynamique entrepreneuriale féminine et son accompagnement : cas de la Tunisie. Master en entrepreneuriat. Université de Sousse. Tunisie. *Disponible sur lesite : http://www.memoireonline.com/07/10/3614/m_Dynamique-*

entrepreneuriale-feminine-et-son-accompagnement-cas-de-la-Tunisie2.html

Collet A,(2009). «Femmes d’Afrique et d’ailleurs : Booster l’entrepreneuriat féminin en Algérie. *Disponible sur le site : <http://blog.slateafrique.com/femmesafrique/page3>. Consulté Août 2014.*

Beaufont V,(2011). «La création d’entreprise au féminin en Europe 2011-Eléments Comparatifs. ESSEC Working Paper. Document de recherche ESSEC/Centre de Recherche de l’ESSEC ISSN : 1291-961, 2011, pp 71. *Disponible sur le site : <https://hal-essec.archives-ouvertes.fr/hal-00593527v2>*

Dif A, (2010). «L’Entrepreneuriat féminin en Algérie : Cas de la Wilaya d’Oran. Mémoire de Magister en sciences commerciales. Option : Management des Entreprises. Université d’Oran-Es-senia. Faculté des sciences économiques, commerciales et de gestion. 187 p.

DenieuilP N, (2011). «Les entrepreneurs des deux rives. Mobilité franco tunisiennes. Journal of mediterraneangeography. Revue géographique des pays méditerranéens : Le Maghreb dans la mondialisation. Subalternité et fragmentation territoriale. P 35-41. *Disponible sur le site : www.mediterranean.revues.org*

Fine A, (2000).«Pierre BOURDIEU, *la domination masculine*, Paris, Seuil, 1998, coll. Liber, 134 p. Revue Clio. Histoire femmes et sociétés. 9 p. *Disponible sur le site : <http://clio.revues.org/201>*

Hakiki-Talahite F, (1983). «Travail domestique et salariat féminin. Essai sur les femmes dans les rapports marchands. Le cas de l’Algérie. Thèse de magister. Université d’Oran. Institut des Sciences Economiques. 297 p.

Institut National des Statistiques Economiques Européennes (INSEE),(2012). «Indépendants et dirigeants salariés d’entreprise : un tiers de femmes. Division des études sociales. Numéro 1563. Juillet 2015. 4 p. *Disponible sur le site : www.insee.fr*

Madoui M, (2007).«Enquête sur les petits entrepreneurs issus de l’immigration. Presse Universitaire de France. « cahiers internationaux de sociologie » numéro 123/ 25p. *Disponible sur le*

site :www.cairn.info/revue-cahiers-internationaux-de-sociologie-2007-2-page-289.htm

Metaiche F, (2010). «Le profil de l'entrepreneuriat féminin en Algérie : Une étude exploratoire. *Membre du laboratoire MECAS. (Faculté des sciences économiques, commerciales et de gestion de Tlemcen).* 29 p.

Ministère du travail, de l'emploi et de la sécurité sociale. Direction Générale de l'Emploi et de l'Insertion. Direction de l'emploi de la wilaya de Djelfa 2013: *Situation trimestrielle de l'emploi et chômage au niveau de la wilaya de Djelfa, Année 2013.* Document Officiel. 5pages

Oufriha F-Z, 1998. Femmes algériennes: La révolution silencieuse? Octobre- Décembre 1998. *Revue, le monde arabe : Maghreb-Machrek. Revue trimestriel n° 162. Ed la documentation française.*

Office National des Statistiques, Alger. (2013).«Activité, Emploi& chômage au 4ème trimestre 2013. Numéro : 653 *Statistiques disponiblesurle*
site:www.ons.dz/IMG/pdf/Donnees_Stat_Emploi.2013.pdf

Rania C, (2012).«Micro-projets économiques réalisés depuis 2005 dans le cadre de l'ANGEM : Les femmes se taillent la part du lion. *Publié dans le Maghreb du 07/03/2012. Disponible sur le site <http://www.djazairairess.com/fr/lemaghreb>. Consulté Août 2014.*

Rebah A, (2006).«*La minorité invisible.* Ed Casbah. 164 p.

Sellami M, (2007). «*Orientation entrepreneuriale de la femme en Algérie. Etude empirique auprès des étudiantes de l'université de Ouargla ; 2006-2007*". Mémoire de Magister. Université « KasdiMerbah » de Ouargla. 211 p.

Thibeault E N, (2010).«A propos de la méthodologie des entretiens de groupe focalisés (*focus group* en anglais).

*Disponible sur le site :<http://www.adjectif.net/spip/spip.php?article58>
Téléchargé le 15.12.2015.*

