

La réalité de l'entrepreneuriat féminin: la wilaya d'Alger

The reality of women entrepreneurship: Algiers province

Dr. Mohamed Himrane, Université de Jijel

Chercheur au CREAD.

Date de réception: 05/01/2017, Date d'évaluation: 25/01/2017, Date d'acceptation: 20/02/2017.

Résumé :

La présente étude vise à dresser un état des lieux des entreprises créées par les femmes au niveau de la wilaya d'Alger. En fait, nous avons collecté des données relatives aux femmes entrepreneurs auprès de différents organismes publics chargés d'encadrement et d'inscription des entreprises (Andi, Cnac, Angem, Ansej, Casnos, Cnrc et l'incubateur de Sidi Abdellah) au niveau de la wilaya d'Alger. Les résultats montrent que le taux de création des entreprises dirigées par des femmes est très faible au niveau de l'ensemble des organismes. En plus, les entreprises créées par des femmes activent pour la plupart dans le domaine des services. De même, elles sont d'une très petite taille.

Mots-clés: Entrepreneuriat, femmes entrepreneurs, dispositifs publics, Alger.

Abstract :

The aim of this study is to draw up an inventory of women-owned businesses in Algiers. In fact, we collected data about women entrepreneurs from various public bodies charged of management and business registration (Andi, Cnac, Angem, Ansej, Casnos, Cnrc and Sidi Abdellah incubator) in Algiers. The results show that the creation rate of women-owned businesses is very low at all public bodies. In addition, the women-owned businesses are mostly activating in the service sector and also very small.

Keywords: Entrepreneurship, women-owned businesses, public bodies, Algiers.

Introduction

Nous assistons ces dernières décennies au développement de l'entrepreneuriat féminin dont son développement est accentué par les changements dans les caractéristiques propres aux femmes: une baisse des taux de fécondité, un meilleur accès des filles à l'éducation, un développement économique des femmes et une baisse des inégalités de sexe.

Le rôle de l'entrepreneuriat féminin dans la lutte contre le chômage et la création de richesses est de plus en plus ressenti. Il a bien progressé dans les pays développés depuis quelques décennies, mais il reste au début de sa phase d'émergence dans les pays en voie de développement (kobeissi, 2010) tels qu'en Algérie. Nul ne peut négliger ou minimiser les efforts consentis par l'Etat algérien en direction des PME, celles-ci ont permis aux jeunes femmes de bénéficier davantage de ressources financières considérables dans le cadre de différents dispositifs.

Notre étude vise à dresser un état des lieux des entreprises créées par des femmes au niveau de la wilaya d'Alger. En effet, nous avons collecté des données relatives aux femmes entrepreneurs auprès de différents organismes publics chargés de l'encadrement et de l'inscription des entreprises (l'Andi, la Cnac, l'Angem, l'Ansej, la Casnos, le Cnrc et l'incubateur de Sidi Abdellah), au niveau de la wilaya d'Alger. Il est à signaler que le processus de la collecte des données s'inscrit dans le cadre d'un projet relevant du CREAD¹ portant sur l'entrepreneuriat féminin.

Dès lors, notre objectif est d'évaluer l'entrepreneuriat féminin au niveau d'Alger compte tenu des avantages (opportunités sociales et économiques) que procure naturellement la capitale comparativement au reste des régions du pays. Il s'agit donc de répondre à la question suivante :

Quelle place occupent les entreprises dirigées par les femmes au niveau de notre capitale (Alger)?

Pour ce faire, nous allons suivre le plan suivant:

1. L'intérêt pour l'entrepreneuriat féminin
2. Le rôle économique de l'entrepreneuriat féminin dans le monde
3. La place de l'entrepreneuriat féminin dans l'économie algérienne
4. Les données collectées - cas de la wilaya d'Alger.

¹ Centre de Recherche en Economie Appliquée pour le Développement.

1. L'intérêt pour l'entrepreneuriat féminin

L'évolution des facteurs sociologiques encourage les femmes à pénétrer le monde du travail. Depuis la Seconde guerre mondiale, l'influence des femmes n'a fait qu'augmenter sur le marché du travail occidental, leur motivation était en partie expliquée par le besoin d'indépendance financière et d'auto-suffisance. Il faut y ajouter aussi l'incapacité d'une seule paie à répondre aux besoins financiers de nombreuses familles de la classe moyenne, la croissance du taux de divorces et l'augmentation du nombre de femmes vivant seules. De plus, les valeurs et les attitudes envers le travail payé ont changé, ce qui a encouragé les femmes en sécurité financière à chercher néanmoins leur épanouissement à l'extérieur du foyer.

Les premiers travaux en entrepreneuriat ont été centrés principalement sur les entrepreneurs masculins en raison de la représentativité de cette catégorie au regard de sa proportion. C'est seulement à partir de la fin des années 1970 que l'entrepreneuriat féminin a commencé à émerger, commençant par l'étude des caractéristiques psychologiques et sociologiques des femmes entrepreneurs.

Au milieu des années 1970, les hommes avaient constitué de loin la principale composante de la population entrepreneuriale et il n'y avait pas à cette époque une perception du statut de la femme entrepreneur comme étant un phénomène distinct (US Bureau of the Census, 1977). Il a été tout simplement supposé que les hommes et les femmes entrepreneurs possèdent essentiellement les mêmes caractéristiques. Cependant, des changements législatifs importants apparaissent dans la plupart des pays développés dans cette période. A titre indicatif, le gouvernement des États-Unis a constaté que l'adoption de la loi sur l'égalité en matière de crédit (*Equal Credit Opportunities Act*) de 1975 et la loi relative aux mesures palliatives dans le domaine de l'emploi (*Affirmative Action Act*) de 1978 ont été cruciales pour le développement des entreprises dirigées par les femmes. Ces lois ont considérablement éliminé les obstacles structurels ayant entravé le développement des entreprises féminines. En 1979, un autre rapport parrainé par le Département du Commerce intitulé "The Bottom Line" est venu encore légitimer le statut des femmes chefs d'entreprises aux USA.

Ces lois remettent le statut des femmes à l'avant-garde de débats politiques et académiques, et conduisent à l'apparition au début des années 1970 du premier travail relatif aux femmes entrepreneurs: "Entrepreneurship: A New Female Frontier" par Eleanor Schwartz, dans un moment où il y avait seulement 5% des entreprises féminines aux USA représentant approximativement 700,000 entreprises (Greene et al., 2006) .

Bien que le travail pionnier de Schwartz reste seul dans son genre jusqu'à la fin de la décennie 70, il a effectivement représenté le début d'un courant de

recherche qui a décrit en détail les caractéristiques de femmes entrepreneurs, leurs entreprises, et leur contribution à la croissance.

L'entrepreneuriat au féminin peut être considéré comme un champ d'étude autonome. En général, les chercheurs semblent devenus plus conscients de la sensibilité des différences entre les sexes, et le genre devient de plus en plus employé comme une variable de contrôle (Verheul, 2005). Il ne s'agit plus de s'intéresser au sexe de l'individu mais à sa manière de diriger son entreprise (Chabaud, 2013).

2. Le rôle économique de l'entrepreneuriat féminin dans le monde

L'un des aspects pertinents de l'entrepreneuriat féminin est le fait qu'il est une importante source de croissance. En effet, la femme entrepreneur crée de nouveaux emplois pour elle-même mais aussi pour les autres, et surtout elle fournit des biens et services pour satisfaire les différents besoins de sa communauté.

En réalité, la littérature met en évidence l'impact positif de l'entrepreneuriat féminin sur le développement socioéconomique. Cet impact comprend la création d'emplois, la croissance économique, l'innovation et la diversité en entrepreneuriat (Verheul et al, 2006). Selon Brush et al,(2006), la population des femmes chefs d'entreprises est l'une des populations entrepreneuriales les plus croissantes au monde.

Elle a pris une évolution croissante depuis une dizaine d'années dans la plupart des pays industrialisés, mais aussi dans des pays en voie de développement, avec souvent des caractéristiques spécifiques (des micro-entreprises). Les États-Unis recueillent aujourd'hui les fruits des actions volontaristes engagées durant plus de trente ans . Un taux de 48 % des femmes entrepreneures a été atteint. De même, ils ont montré la voie à suivre aux autres nations en matière des programmes d'accompagnement de femmes entrepreneurs.

En fait, beaucoup de femmes se lancent en premier lieu dans une aventure entrepreneuriale afin de créer leur propre emploi. On parle alors "d'entrepreneuriat de nécessité", par opposition à "l'entrepreneuriat de croissance" qui est plus répandu chez les hommes (GEM, 2010).

Il est maintenant plus visible que l'entrepreneuriat au féminin crée de l'emploi et contribue à la création de richesse dans toutes les économies (Brush et al, 2006). Force est de constater que les femmes entrepreneurs contribuent aujourd'hui au développement économique en créant non seulement des emplois mais aussi des richesses.

Entre 1980 et 1988, le nombre d'entrepreneurs aux USA a augmenté de 56 % alors que le nombre de femmes a augmenté de 82 %. Au Canada, une étude a

montré qu'entre 1991 et 1994, les entreprises dirigées par des femmes canadiennes ont créé quatre fois plus d'emplois que la moyenne totale canadienne (Carrier et al, 2006).

Par ailleurs, les études empiriques démontrent que le rôle de l'entrepreneuriat féminin dans la réduction de la pauvreté est fondamentale, à ce titre, l'expérience de la banque Grameen en Bangladesh est exemplaire. Cette banque a principalement focalisé sur les femmes, en consentant des crédits à cette catégorie sociale, les femmes ont pu produire des profits aussi bien pour leurs familles que pour leur communauté. A vrai dire, l'émergence de ce type d'entreprises au Bangladesh a contribué d'une façon remarquable à la diminution de la pauvreté dans les zones rurales. Selon le fondateur de la banque, le musulman et prix noble d'économie Yunus Muhammed (2007), la contribution des entreprises féminines est un instrument efficace pour la lutte contre le chômage.

Par ailleurs, les femmes indépendantes en France travaillent plus fréquemment dans le secteur des services plus que les hommes, 61 % de femmes contre 39 % d'hommes (Fouquet, 2005). Il n'en demeure pas moins que l'entrepreneuriat au féminin crée de l'emploi et contribue à la création de richesse dans toutes les économies (Brush et al, 2006).

3. La place de l'entrepreneuriat féminin dans l'économie algérienne

L'Algérie demeure très en retard par rapport au reste du monde en matière d'activité entrepreneuriale en générale et d'activité entrepreneuriale des femmes en particulier. Non seulement le taux d'activité des femmes en Algérie est l'un des plus faibles du monde, mais encore leur taux de chômage est très élevé en particulier chez les diplômées. Avec un taux d'activité féminine de 14,7% et une proportion de femmes dans la population active qui ne dépasse pas 17%, l'Algérie se situe parmi les 4 pays ayant la plus faible participation économique des femmes au niveau mondial (avec l'Irak, la Syrie et la Palestine).

Par ailleurs, le projet du Global Entrepreneurship Monitor (GEM) qui est une évaluation annuelle des attitudes, aspirations et activités entrepreneuriales (TEA) dans plusieurs pays indique que le taux moyen d'activité entrepreneuriale en Algérie a été de 14,5% pour les hommes contre seulement 8% pour les femmes durant les années 2009/2012. L'écart sexospécifique témoigne que les hommes sont deux fois plus nombreux à s'impliquer dans le lancement d'une nouvelle entreprise. Ce constat confirme les autres études GEM, menées à l'échelle internationale et régionales.

De leur part, les données de l'étude GEM Algérie 2012 montrent que le rapport hommes-femmes a été plus faible en 2009 et tendance à augmenter dans les enquêtes 2011 et 2012. Elles montrent également que la participation des femmes à l'activité entrepreneuriale est en train de diminuer en faveur des hommes. Les taux

de TEA féminins² suivent la même tendance générale observée chez les hommes. Les femmes entrepreneurs sont plus concentrées dans les catégories d'âges 24-34 ans et 35-44 ans.

En dehors des données de GEM, sur un total de 157 122 inscrites au CNRC à la fin de l'année 2014, 8 163 entreprises sont gérées par des femmes, soit 5,2%. Quant aux personnes physiques, sur 1 484 625 activités, 122 253 activités appartiennent à des femmes, soit 7,6%. Dans cette catégorie de personnes physiques, la classe d'âge la plus entrepreneuriale est située entre 39 à 48 ans, correspondant à un taux de 26,85%, suivie par la classe de femmes âgées entre 29 à 38 ans, correspondant à un taux de 22,15%.

Les femmes sont concentrées essentiellement dans la wilaya d'Alger avec un taux de 8,2% du nombre total des commerçantes, suivie de la wilaya d'Oran et de Tlemcen, respectivement avec un taux de 6,2%, et de 4,2%.

Force est de constater que le nombre de femmes entrepreneurs en Algérie a connu une évolution remarquable du fait de l'existence de nombreux programmes de soutien à l'entrepreneuriat. Nous pouvons citer: l'ANSEJ, la CNAC, l'ANGEM et l'ANDI. Les structures publiques 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 termes d'accompagnement des promoteurs et la formalisation de leurs activités.

4. Données collectées - Wilaya d'Alger

Alger est la capitale d'Algérie. Elle est caractérisée par une activité entrepreneuriale des femmes plus importante que le reste des wilayas du pays. L'objet de notre étude est de collecter des informations auprès de différents organismes publics en vue de mieux s'informer sur l'état des lieux de l'entrepreneuriat féminin dans cette importante wilaya. Pour ce faire, nous avons consulté les organismes suivants: l'Angem, l'incubateur de Sidi Abdellah, la Casnos, l'Andi, l'Ansej, la Cnac et le Cnrc.

Le travail de collecte des données n'était pas sans difficulté. De façon générale, les organismes publics craignent de divulguer les statistiques. Ils cherchent à se désengager de délivrer à tout prix les statistiques en recourant aux prétextes suivants (faute de temps, effectifs insuffisants, disponibilité des statistiques sur le site, orientation vers la DG, ou demande d'autorisation auprès de la DG, etc).

² Activité entrepreneuriale à un stade précoce (TEA) : Pourcentage de femmes des 18-64 ans qui sont soit entrepreneurs naissants soit propriétaires gérants d'une nouvelle entreprise.

4.1 L'Agence Nationale de Gestion du Micro- Crédit (ANGEM)

Le dispositif de l'ANGEM est l'un des instruments de réalisation de la politique du gouvernement pour lutter contre le chômage et la précarité. Il est destiné aux personnes âgés de 18 ans et plus. Au niveau de l'ANGEM d'Alger (l'agence Est et l'agence Ouest), les petits prêts non rémunérés (PNR) - plafonnés à 100 000 DA pour l'acquisition des matières premières (AMP) - ont assuré le financement de 17 073 projets pour femmes durant la période 2005-2015, ce qui est égale à un pourcentage de 68 %. Cependant, la proportion des femmes entrepreneurs bénéficiaires de projets plafonnés à 1 000 000 DA est très faible par rapport à la proportion des femmes bénéficiaires de projets plafonnés à 100 000 DA pour la même période. En effet, il y a 478 projets de type PNR, soit un pourcentage de 11% projets financés en faveur des femmes sur le nombre total des entreprises PNR/projets.

Le total des entreprises créées par les femmes a atteint 15 467 activités seulement durant la période 2011-2015 dont 257 activités sont de type PNR/projets. Nous observons ainsi une net évolution des créations d'entreprises par les femmes dans les dernières années.

Cependant, les femmes entrepreneurs ne sont pas majoritaires dans ce dispositif . La vérité est que les femmes sont très minoritaires dans les PNR/projets. Nous observons que les hommes ont bénéficié d'environ 90 % des projets financés. Toutefois, les femmes sont majoritaires dans les projets de type AMP. Elles s'orientent davantage vers les petites affaires. Les projets d'une valeur égale à 40 000 DA constituent pour la part du lion au niveau de l'ANGEM Alger (plus de 97 % des activités financées). Le résultat corrobore le travail de Coleman (2007) qui souligne que les femmes ont tendance à gérer les entreprises de plus petite taille.

Les activités exercées par les femmes sont dominées par les activités d'industrie à raison de 72 % par rapport au total des activités, suivies des services de l'ordre de 12%.

Tableau (1) : le taux de participation des femmes- ANGEM Alger - 2015

Types de financement	Alger Ouest		Alger Est	
	Hommes	femmes	Hommes	Femmes
PNR 40 000,00 DA	5%	95%	1%	99%
PNR 40 000,00 à 100 000,00 DA	34%	66%	35%	65%
Financement à 1 000 000,00 DA	86 %	14%	92,5%	7,95%

Source: documents internes de l'ANGEM-Alger, 2016

Tableau (2) : Les femmes financées par secteur d'activité entre 2005 et 2015

Secteurs d'activité	PNR à 100 000 DA	Financement à 1 000 000 DA
Agriculture	30	1
Pêche	0	0
Industrie	12570	161
BTP	2	0
Service	1984	255
Commerce	0	7
Artisanat	2487	54
Total	17073	478

Source: documents internes de l'ANGEM-Alger, 2016

4.2 L'incubateur de Sidi Abdellah

Les incubateurs facilitent et accompagnent les créateurs d'entreprises. Ils sont peu nombreux dans notre pays. L'Algérie qui aspire à diversifier son économie a besoin plus qu'avant à l'accompagnement et l'encadrement des entreprises en leur offrant un cadre idéal pour leur développement.

Nous avons également collecté des données auprès de l'un des incubateurs d'Alger, il s'agit de *l'incubateur Technobridge du cyberparc* de Sidi Abdellah. Ce dernier a vu le jour depuis maintenant 06 ans (créé en 2010). Il est spécialisé dans l'accompagnement des start-ups.

Selon les données fournies, le nombre de projets retenus depuis la première année de création de l'incubateur est de 168 projets dont 29 ont été dirigés par des femmes. Toutefois, le taux réel de création des entreprises par des femmes après l'accompagnement est seulement de 25 % (7 projets ont été lancés sur un total de 29). Ainsi, le nombre de création des entreprises par des femmes demeure très faible depuis la création de l'incubateur en 2010.

Tableau (3): L'évolution des projets retenus par l'incubateur de Sidi Abdellah

Nom de projets	Les promotions						Total
	1ere	2ieme	3ieme	4ieme	5ieme	6ieme	
Nombre de candidats	55	65	77	42	40	40	319
Projets retenus	20	30	32	33	25	28	168
Dont femmes	6	5	7	2	4	5	29
Start up créées	2	1	1	1	1	1	7

Source: documents internes de l'incubateur de Sidi abdellah - Alger, 2016

4.3. La Caisse Nationale de la Sécurité Sociale des Non Salariés (CASNOS)

En se référant aux statistiques de la CASNOS Alger, le nombre des activités a atteint 198 264 activités dont 28 834 appartiennent aux femmes, soit un taux de 14%. Il convient de rappeler qu'au niveau de la CASNOS, tout type d'activités est appelé à s'enregistrer, les petits commerces et les grandes entreprises.

Ce qui est très surprenant est le fait que la tranche d'âge la plus entrepreneuriale parmi les femmes est celle qui est supérieure à 60 ans. Elle représente 20% du total de l'activité féminine (5 735 sur 28 834 activités). A ce titre, il est fortement probable que des fils, des conjoints ou autres personnes qui sont les véritables exploitants des activités commerciales des ces femmes.

Pour les femmes immatriculées au niveau de l'agence régionale CASNOS d'Alger, les domaines de commerce et services occupent 72% de l'ensemble des activités exercées, suivis du domaine d'industrie à raison de 22%.

Tableau (4): Répartition des activités par secteurs d'activité, situation fin 2015

Branche	Masculin	Féminin	Ensemble
Agricole	5 643	81	5 724
Industrie	25 938	6 136	32 074
BTPH	12 103	1 385	13 488
Commerce et service	127 326	19 652	14 978
Total	171 010	27 254	198 264

Source: documents internes de la CASNOS-Alger, 2016

4.4. L'Agence Nationale de Développement d'Investissement (ANDI)

Les agences de l'Andi constituent un instrument important pour la promotion de l'investissement et de l'entrepreneuriat féminin en Algérie. Selon les données de l'ANDI Alger, le nombre d'entreprises créées par les femmes est de l'ordre de 377 entreprises pour la période allant de janvier 2002 au décembre 2015, soit 3.3% par rapport au total des entreprises créées. Ce pourcentage est considéré comme très faible pour la taille d'une wilaya si importante telle que la capitale.

Toutefois, ces mêmes entreprises demeurent des leviers essentiels pour le développement économique de la capitale. Bien que leur taux de participation au tissu économique soit faible au niveau d'Alger (3.3%), elles contribuent significativement à l'absorption du chômage. En effet, elles ont permis la création de 6 334 emplois. En moyenne une entreprise crée 16 emplois, ce qui est considéré comme même très performant.

Cette situation est très positive et méconnue au milieu des spécialistes. En fait, les entreprises créées par les femmes dans le cadre de l'ANDI sont à fort

potentiel. Elles constituent par ailleurs le quart du total des financements des projets, en l'occurrence, 74 milliards DA.

4.5. L'Agence Nationale de soutien à l'emploi des Jeunes (ANSEJ)

Ce dispositif est adressé aux jeunes chômeurs âgés entre 19-35 ans qui possèdent une qualification professionnelle en relation avec l'activité projetée . Pour le nombre d'entreprises créées dans le cadre de l'ANSEJ depuis sa création en 1998, il est de 5 334 projets, soit 15%. Ce taux est plus élevé qu'à celui qui est réalisé dans les autres wilayas.

Tableau (5): Evolution des entreprises créées par des femmes- ANSEJ Alger

Projets	2002	2004	2006	2008	2010	2012	2014	2015	Total
Femmes	190	195	206	162	268	599	601	410	5354
Total	821	741	954	989	2 309	5 623	3 347	1 830	35257
Taux femmes	23%	26 %	22 %	16 %	12 %	11%	18%	22%	15%

Source: documents internes de l'ANSEJ-Alger, 2016

Le taux le plus élevé (26%) a été enregistré en 2004, et la valeur la plus faible (9 %) a été réalisée dans la 1^{ère} année du lancement de ce dispositif à savoir 1998. Au niveau d'Alger, les taux d'activité entrepreneuriale des femmes n'ont pas connu de régression, contrairement à d'autres wilayas. En effet, ils connaissent une net évolution ces dernières années.

4.6. La Caisse Nationale d'Assurance Chômage (CNAC)

Ce dispositif représente un instrument de soutien à la création et à l'extension d'activités pour les chômeurs promoteurs âgés de 30 à 50 ans. Il a été créé par le décret exécutif n° 04-03 du 03 janvier 2004.

A première vue des données pour la période (2004-2015), nous constatons que le nombre de projets créés par les femmes a atteint 1 220 projets sur le total de 7 863 entreprises financées, soit 16%.

Il est par ailleurs constaté une évolution des créations d'entreprises par les femmes. Ce taux a atteint son sommet en 2015 avec un taux de 24%, alors que le plus mauvais score a été enregistré en 2004 (la première année) avec le taux de 0%.

Les chiffres démontrent que le dispositif CNAC a facilité l'accès des femmes à l'entrepreneuriat notamment les femmes qui appartenaient à la tranche d'âge (30-35) et ont été dans une situation de chômage. En effet, beaucoup de femmes se lancent dans l'entrepreneuriat, en premier lieu, pour créer leur propre emploi. On parle alors "d'entrepreneuriat de nécessité", par opposition à

l'entrepreneuriat de croissance" qui est plus répandu chez les hommes (GEM, 2010).

Par ailleurs, les algéroises à l'instar d'autres femmes préfèrent investir dans le secteur des services (60%) et à un degré moindre dans le secteur d'industrie (27%). Ces entreprises féminines ont pu procurer plus de 3 000 emplois depuis la création du dispositif CNAC.

Tableau (6): Projets financés au profit des femmes - CNAC Alger

Projets	2004	2006	2007	2008	2010	2012	2014	2015	Total
Femmes	0	39	36	14	38	303	212	187	1220
Total	1	196	258	204	517	2233	1081	782	7863
Taux femmes	0%	20%	14%	7%	7%	14%	20%	24%	16%

Source: documents internes de la CNAC-Alger, 2016

4.7. Centre National de Registre de Commerce (CNRC)

Le Centre National du Registre du Commerce est une institution administrative autonome placée sous l'égide du Ministre du Commerce depuis le mois de Mars 1997. Son domaine de compétence est la tenue du registre du commerce.

En ce qui concerne les informations arrêtées au mois d'Avril 2016 au niveau du CNRC Alger, nous relevons 3 885 sociétés (personnes morales) gérées par des femmes sur un total de 8 833 gérantes nationales, soit 44% des gérantes du pays. Un pourcentage très révélateur.

D'autre part, ces dernières années connaissent par ailleurs une tendance croissante du nombre d'entreprises cessées. Nous observons la radiation de 251 sociétés appartenant aux femmes en 2015. En revanche, pour les créations d'entreprises au niveau du CNRC d'Alger, les femmes ont créé 389 sociétés seulement en 2014 dont 62% dans le secteur des services.

Enfin, l'évolution des sociétés gérées par des femmes est en net évolutions (voir la tableau 7). Cependant, le taux des entreprises appartenant aux femmes est encore très faible par rapport à celui des hommes. Les femmes ont créé seulement 6% des sociétés au niveau d'Alger.

Tableau 7: Evolutions et radiations des sociétés dirigées par des femmes

Année	1998	2000	2002	2005	2008	2011	2012	2013	2014	2015
Evolution femmes gérantes	113	619	1024	1554	2053	2758	3090	3406	3645	3870
Radiation femmes associées	1	38	77	116	123	146	151	165	233	251

Source: documents internes du CNRC-Alger, 2016

Conclusion

Généralement, les femmes choisissent l'entrepreneuriat pour concilier vie privé et vie professionnelle. Aujourd'hui, avec la crise économique que traverse le pays, une fenêtre s'ouvre et une opportunité est offerte aux femmes chefs d'entreprises pour entreprendre des entreprises.

Néanmoins, en dépit des efforts déployés par le gouvernement pour la création des entreprises par les femmes tels que: la non discrimination basée sur le sexe en matière du financement des projets, l'amélioration du niveau d'éducation des filles, et l'autonomisation des femmes, le nombre d'entreprises appartenant aux femmes demeure très faible dans la wilaya d'Alger. Toutefois, il n'en demeure pas moins que la capitale reste encore la plus importante en termes des entreprises appartenant aux femmes.

D'autre part, les entreprises gérées par des femmes sont d'une façon générale de très petite taille. Les femmes chefs d'entreprises, dont la moyenne d'âge est très variée d'un dispositif à l'autre, préfèrent évoluer dans le domaine des services.

Les inégalités de genre sont le résultat de l'absence d'une politique efficace, des réformes sociales, ainsi que des normes et des valeurs traditionnelles qui ont relégué les femmes au second rang (OECD, 2013).

Toutefois, la situation des femmes en Algérie a évolué depuis quelques années, une nouvelle génération est née, plus diplômée et moins complexée. Dans les entreprises, les femmes ont prouvé dans un monde d'hommes leur dynamisme et leur régularité.

Cependant, les femmes sont également appelées à savoir qu'entreprendre exige une mixture de qualités principalement : la confiance en soi, la détermination, la persévérance, le sens d'organisation, l'adaptation au changement, la tolérance au stress, la créativité, le sens de communication et de relation, etc.

Références bibliographiques

- Brush, C.G. (2006), « **Women entrepreneurs: A research overview**», The Oxford handbook of entrepreneurship, eds., M. Casson, B.Yeung, A. Basu, and N. Wadeson, 611-28. Oxford: Oxford University Press.
- Carrier, C.; Julien, P.A.; Menvielle, W. (2006). « **Un regard critique sur l'entrepreneuriat féminin : une synthèse des études des 25 dernières années** », Gestion, Vol. 31, N° 2, p.36-50.
- Chabaud, D. , Lebegue, T. (2013). « **Femmes dirigeantes en PME : Bilan et perspectives** » , Revue Interdisciplinaire Management et Humanisme, N° 7, p.43-60.
- Coleman, A. (2007). « **The impact of capital structure on the performance of microfinance institutions** », The Journal of Risk Finance, Vol. 8 Issue: 1, pp.56-71.
- Fouquet A. (2005). « **Les femmes chefs d'entreprises, le cas français**», Travail, Genre et Sociétés, n° 13, p. 31-50.
- GEM (2010). « **Rapport régional du Global Entrepreneurship Monitor - GEM MOAN (Moyen Orient et Afrique du Nord)** »,Canada, Décembre 2010, www.gemconsortium.org.
- Greene, P.G., Brush, G. Gatewood, E. (2006), « **Perspectives on women entrepreneurs: Past findings and new directions in entrepreneurship**». In: M. Minniti (ed.): The Engine of Growth-Volume1- Perspective Series. Praeger Publisher - Greenwood Publishing Group.
- Kobeissi, N. (2010), « **Gender factors and female entrepreneurship : International evidence and policy implications** », Journal of International Entrepreneurship, Vol. 8 Issue1, p.1-35.
- OECD (2013), « **Gender inequality and entrepreneurship in the Middle East and North Africa : A statistical portrait** », OECD - MENA Investment Programme.
- U.S. Bureau of the Census (1977). « **Women Owned Businesses**», (Washington, DC: U.S. Department of Commerce, Bureau of the Census, 1977).
- Verheul, I., Uhlaner, L., Thurik, R. (2005), « **Business accomplishments, gender and entrepreneurial self-image**». Journal of Business Venturing 20(4), 483–518.

Verheul, I., Van Stel, A., Thurik, R. (2006), « **Explaining female and male entrepreneurship at the country level** », Entrepreneurship & Regional Development 18(2): 151–183.

Yunus, M. (2007), « **The Nobel Peace Prize 2006 Nobel Lecture** », Law and Business Review of the Americas ,13(2): 267–275.

Sources supplémentaires:

Documents internes du Guichet unique décentralisé- ANDI-Alger, 2016

Documents internes de l'Antenne Régionale ANGEM-Tipaza, 2016

Documents internes de la Direction Générale-ANSEj, 2016

Documents internes de l'Agence CNAC-Alger, 2016

Documents internes de l'Incubateur de sidi-Abdellah-Alger, 2016

Documents internes de l'Agence de CNRC-Alger, 2016

Documents internes de l'Agence Régionale CASNOS-Alger, 2016