

**MINISTÈRE DE L'ENSEIGNEMENT SUPÉRIEUR ET DE LA RECHERCHE
SCIENTIFIQUE**

**ÉCOLE NATIONALE SUPÉRIEURE DE MANAGEMENT
Pôle Universitaire de KOLÉA**



MEMOIRE DE FIN DE CYCLE

Master en Entrepreneuriat et Management des Projets

**La contribution de l'incubateur dans le développement de
l'entrepreneuriat féminin en Algérie**

**Cas pratique – Incubateur WOMWORK By THE
ANNEX DZ.**

Élaboré par :

BELHADI Nadia

Membre jury

Mme FADEL.S

Dr BOUCHETARA Mehdi

Encadré par :

Dr. BELALI Mounir

Année universitaire 2020/2021

Résumé :

De nos jours, et avec la croissance remarquable des entreprises créées par les femmes, les incubateurs jouent un rôle très important dans la réussite de ces projets étant la structure d'accompagnement qui offre la formation, le conseil, le financement et même l'hébergement de ces femmes entrepreneures lors des premières étapes de leur vie professionnelle. Notre présent travail vise à déterminer le rôle de l'incubateur dans le développement de l'entrepreneuriat féminin en Algérie à travers une étude qualitative qui a été réalisée sur un échantillon de quatre (04) femmes incubées chez WOMWORK BY THE ANNEX DZ, qui à son tour a prouvé le développement de femmes entrepreneurs en Algérie. Nos résultats démontrent que, dans une large mesure, les incubées sont satisfaites par de nombreux services fournis par l'incubateur WOMWORK en raison de leur caractère défini.

Mots clé : Entrepreneuriat, Entrepreneuriat féminin, incubateur, développement.

Abstract:

Nowadays, and with the remarkable growth of businesses created by women, incubators play a very important role in the success of these projects being the support structure that offers training, advice, funding and even accommodation of these women entrepreneurs during the early stages of their professional life. Our present work aims to determine the role of the incubator in the development of female entrepreneurship in Algeria through a qualitative study that was conducted on a sample of four (04) women incubated at WOMWORK BY THE ANNEX DZ, which in turn proved the development of female entrepreneurs in Algeria. Our results show that, to a large extent, the incubates are satisfied with many of the services provided by the WOMWORK incubator because of their defined nature.

Keywords: Entrepreneurship, Female entrepreneurship, incubator, development.

المخلص:

في الوقت الحاضر، ومع النمو الملحوظ للأعمال التي أنشأتها النساء، تلعب الحاضنات دورًا مهمًا للغاية في نجاح هذه المشاريع كونها الهيكل الداعم الذي يقدم التدريب والمشورة والتمويل وحتى الإقامة. الحياة المهنية. يهدف عملنا الحالي إلى تحديد دور الحاضنة في تنمية ريادة الأعمال النسائية في الجزائر من خلال دراسة نوعية تم إجراؤها على عينة من

أربع (04) سيدات تم حضنها في WOMWORK BY THE ANNEX DZ، والتي بدورها أثبتت تنمية رائدات الأعمال في الجزائر. تظهر نتائجنا أن الحضانات راضية إلى حد كبير عن العديد من الخدمات التي تقدمها حاضنة WOMWORK بسبب طابعها المحدد.

الكلمات المفتاحية: ريادة الأعمال، ريادة الأعمال النسائية، الحاضنة، تطوير.

REMERCIEMENT :

Nous remercions ALLAH le tout puissant qui nous a donné la force, la volonté et la patience pour aller jusqu'au bout de ce travail.

*Tout d'abord, je tiens à exprimer toute ma reconnaissance à mon encadrant le **Dr Mounir BELALI**. Je le remercie pour son encadrement de qualité, ses motivations professionnelles, ses conseils et critiques constructives.*

*Je tiens à exprimer toute ma gratitude à ma tutrice de stage **Mme Manel ACHOUR**, pour son aide, sa disponibilité, ses conseils très pertinents, son encouragement et sa motivation tout au long de mon stage.*

*Je tiens à remercier tout particulièrement mes parents, mon père **Azzedine** et ma chère maman **Hamida**, pour leur amour, leurs encouragements, leurs conseils ainsi que leur soutien inconditionnel, à la fois moral et économique, qui m'a permis de réaliser les études que je voulais et par conséquent ce mémoire.*

*Je tiens à remercier mes sœurs **Malek** et **Amira** et mon frère **Fouad**, pour leur aide, leur soutien moral et leur présence à mes côtés pour me soutenir.*

*A qui était présent à tous mes moments difficiles qui ne m'a pas lâché **MrKH.R**.*

*Je remercie chaleureusement mes très meilleures amies **Soundous**, **Rania**, **Zahra**, **Tinhinane** et **Ikram** qui dès mon arrivée à l'ENSM n'ont pas cessé de m'aider, et toutes les personnes qui m'ont aidé au long de cette démarche.*

Et pour finir, je remercie moi-même d'être forte toutes ces années et de confronter tous les difficultés

TABLE DES MATIÈRES

Résumé :.....	I
REMERCIEMENT :.....	II
TABLE DES MATIÈRES.....	III
LISTE DES TABLEAUX.....	VII
LISTES DES FIGURES	VIII
LISTES DE ABREVIATIONS, SIGLES ET ACRONYMES.....	IX
INTRODUCTION :	2

CHAPITRE 1 :

REVUE LITTÉRATURE ET CADRE CONCEPTUELLE

Section1 : La revue litterature :	6
1.L’entrepreneuriat :	6
2.L’entrepreneuriat feminin :	6
3.L’accompagnement des femmes entrepreneures :	8
Section 2 : Cadre conceptuelle	12
1. Les generalites sur l’entrepreneuriat.....	12
1.1 DEFINITIONS DE L’ENTREPRENEURIAT ET SES PARADIGMES	12
1.1.1.Definition de l’entrepreneuriat :	12
1.1.2 LES PARADIGMES DEFINITIONNELS :	12
1.2 L’ESPRIT ENTREPRENEURIAL :	13
1.3 LES FORMES D’ENTREPRENEURIAT :	14
1.3.1 La création d'entreprise :	14
1.3.2 Reprise d'entreprise :	16
1.3.3 L'entrepreneuriat organisationnel :	17
1.4 L’ENTREPRENEUR : DEFINITION ET CARACTERISTIQUE	17
1.4.1 Définition de l’entrepreneur :	17
1.4.2 Les caractéristiques de l’entrepreneur :	18
1.5MOTIVATIONS ET TYPOLOGIE DE L’ENTREPRENEUR	20
1.5.1 Les Motivations de l’entrepreneur :	20
1.5.2 Les Typologies de l’entrepreneur	22

2. Les spécificités de l'entrepreneuriat féminin.....	23
2.1 FEMME ENTREPRENEURE : DEFINITION ET CARACTERISTIQUES	23
2.1.1 Définition de la femme entrepreneuse :	23
2.1.2 Les caractéristiques de la femme entrepreneures :.....	24
2.2 Les facteurs influents sur l'entrepreneuriat féminins : défis et obstacles.....	25
2.2.1 Les motivations de la femme entrepreneuse :	25
2.2.2 Les obstacle à la création féminine dans le monde arabe :	27
2.3 LA CONTRIBUTION DE LA FEMME ENTREPRENEURE A LA CROISSANCE ECONOMIQUE :....	29
3. Incubation : concept et processus	31
3.1 DEFINITION DE L'INCUBATION ET INCUBATEUR :.....	32
3.2 LES MODELES D'INCUBATION :	33
3.2.1 L'incubateur de développement économique local	33
3.2.2 L'incubateur universitaire ou scientifique	34
3.2.3 L'incubateur propriété d'une firme :	34
3.2.4 Les incubateurs virtuels	35
3.3 LES DIFFERENTS PROCESSUS D'INCUBATION :.....	35
3.3.1 La phase de pré incubation :	36
3.3.2 La phase d'incubation :.....	37
3.3.3 La phase de post incubation :	38
3.4 LES PRATIQUES DE L'INCUBATION :	38
3.4.1 Détection :.....	38
3.4.2 La sélection :.....	39
3.4.3 Accompagnement :	39
3.4.4 Le financement :	40
3.4.5 Réseautage :	40
3.4.6 post incubation :	40
4 : La contribution de l'incubateur dans l'entrepreneuriat féminin :.....	41
4.1 Les raisons d'incubée les femmes entrepreneures :.....	41
4.2 INCUBATION D'ENTREPRISE ET DEVELOPPEMENT DE LA FEMME ENTREPRENEURE :	42

CHAPITRE 2 :

CADRE ORGANISATIONELET CADRE METHODOLOGIQUE

Section 1 : Contexte organisationnel	45
1Présentation de THE ANNEX DZ :	45

2. Organigramme de THE ANNEX DZ :	46
2.3 LES SERVICES DE THE ANNEX DZ :	46
3. Les concurrents :	49
3.1 SYLABS :	50
3.2 CAPCOWORK.....	50
3.3 THE ADDRESS.....	51
3.4 LA BULLE SPACE :	51
Section 2 : Cadre méthodologique.....	52
1. La démarche méthodologique :	52
2. Instrument de collecte de données :	52
2.1 CONSULTATION DOCUMENTAIRE :	53
2.2 OBSERVATION :	54
2.3 ENTRETIEN :	54
3. L'ECHANTILLON DE RECHERCHE :	55
4.L'ANALYSE DES DONNES QUALITATIVE :	56

CHAPITRE 3

RÉSULTATS ET DISCUSSION

Section 1 : présentation résultats	60
1. L'analyse de contenu « Vidéo » :	60
1.1 ANALYSE DE L'INCUBATEUR WOMWORK :	60
1.2LES SERVICES FOURNIS PAR L'INCUBATEUR :	61
1.2.1 Les services administratifs :	61
1.2.2 Les services d'accompagnement :	61
1.2.3 Les services financières :	62
1.2.4 Les services de marketing :	62
1.3 ELABORATION DU PROGRAMME :	62
1.4 ELABORATION DES VOLETS D'INCUBATION.....	63
1.4.1 Volet Pré incubation	63
1.4.1 Volet incubation	64
1.4.2 Volet accélérateur	64
1.5 PROCESSUS ET CRITERES DE SELECTION.....	64
1.5.1 Critères de sélections :	65
1.5.2 Programme de l'incubateur :	65
1.6 PARTENARIAT ET INVESTISSEMENT.....	66

1.6.1 Partenaires :	66
1.6.2 Les investisseurs	70
1.7 STRATEGIE MARKETING	71
2.ANALYSE D'ENTRETIEN :	71
2.1 LE PROFIL SOCIO-PROFESSIONNEL DES FEMMES ENTREPRENEURES INCUBEE A WOMWORK :	71
2.1 Les caractéristiques personnelles des femmes entrepreneures	71
2.2 L'écosystème entrepreneurial – L'entrepreneuriat Féminin :	77
2.3 L'Incubateur et le processus de création de l'entreprise :	80
Section 2: Discussion :	86
CONCLUSION :	88
Bibliographie	
ANNEXE (A) ORGANIGRAMME DE THE ANNEX DZ	
ANNEXE (B) GUIDE D'ENTRETIEN	
ANNEXE (C) GRILLE D'ANALYSE	
ANNEXE (D) PROCESSUS D'INCUBATION DE WOMWORK	
ANNEXE (E) STRATEGIE MARKETING DE WOMWORK.	
ANNEXE (F) LES PROJETS CREES PAR LES FEMMES	

LISTE DE TABLEAUX

Tableau 1: Les motivations de la femmes entrepreneurs.....	27
Tableau 2: La bibliographie de THE ANNEX DZ.....	45
Tableau 3: Les informations liées au interviewées.....	56

LISTES DES FIGURES

Figure 1 : Représentation des quatre paradigmes de l'entrepreneuriat	13
Figure 2 : Les motivations des entrepreneurs	21
Figure 3 Les différents phases de processus d'incubation	36
Figure 4: Organigramme de THE ANNEX DZ.....	46
Figure 5: Les services de THE ANNEX DZ	47
Figure 6: Les concurrents de THE ANNEX DZ	49
Figure 7: Outils de collecte de données.....	53
Figure 8: Analyse des données d'entretien qualitative	57
Figure 9: Les volet d'incubation de WOMWORK	63
Figure 10: Les principaux partenaires de l'incubateur WOMWORK	69

LISTES DE ABREVIATIONS, SIGLES ET ACRONYMES

ANADE : Agence Nationale d'Appui et de Développement de l'Entrepreneuriat

ANGEM : Agence Nationale de Gestion du Micro-crédit

ASJP: Algerian Scientific Journal Platform

BMC: Business Model Canva

CBA : Casbah Business Angels

CNAC : Caisse Nationale d'Assurance Chômage

CNRC : Centre National de Registre de Commerce

CREAD : Centre de Recherche en Economie Appliquée pour le Développement

EBAN : Européen Business Angels Network

EURL : Entreprise Unipersonnelles à Responsabilité Limitée

MENA: Middle East, North African.

NBA : Nissaa Business Angels

OCDE : Organisation de Coopération et de Développement Economiques

ONS : Office National des Statistique

PME : Petite et Moyenne Entreprise

SNDL : Système National de Documentation en Ligne

TIC : Technologies de l'Information et de la Communication

USA: United State of America

WBI: Women Business Incubation

USTHB : Université des Sciences et de la Technologie Houari Boumediene

Introduction Générale

INTRODUCTION :

Aujourd'hui, l'entrepreneuriat prend de plus en plus d'importance en tant que phénomène économique et social. (FAYOLLE, 2005). La participation des femmes au développement économique est devenue essentielle, car l'importance des femmes en tant qu'agents de développement se reflète dans leur capacité à créer des entreprises (BOUGHANEM, 2012), Ainsi la contribution de la femme entrepreneures dans le système économique s'est accrue au fil du temps (AKONO & AKONO, 2018).

Aujourd'hui, de plus en plus de femmes sont entrepreneurs. Les femmes entrepreneures ont tendance à posséder de plus petites entreprises, à fonctionner avec une capitalisation totale plus faible et à créer et gérer des entreprises dans des secteurs autres que ceux choisis par les hommes, et leurs entreprises ont généralement leurs propres entreprises à capitalisation totale inférieure. L'entrepreneuriat continue d'être entravé par des contraintes souvent fondées sur le genre, telles que les normes culturelles, les opportunités d'emploi inégales et l'accès limité au financement pour les femmes (HOMLQUIST & CARTER , 2013) .

L'entrepreneuriat féminin est devenu un domaine de recherche majeur. Actuellement, la question de l'entrepreneuriat féminin est une priorité pour tous les programmes de développement, qu'ils soient nationaux ou internationaux (BESSOUH , 2016).

En Algérie plusieurs recherches ont été menées pour soutenir et contribuer au développement de l'entrepreneuriat, mais peu d'attention a été accordée à l'importance de l'entrepreneuriat féminin et les entreprises fondées par des femmes sont souvent petite taille, cette situation s'explique par divers facteurs tels que l'environnement défavorable de bien se lancer.

L'intérêt dans notre travail de recherche de trouver les bonnes voies et les moyens susceptibles de promouvoir l'entrepreneuriat féminin ces spécificités et bien comprendre et adapter les services d'aide et d'accompagnement existant aux besoins des femmes et éventuellement la mise en place des incubateurs spécifiques de créations d'entreprises destinées à celles-ci,

Dans le cadre de notre étude et pour bien approfondir, nous avons utilisé une approche méthodique qualitative à l'aide des observations et mené un entretien auprès des femmes entrepreneures.

Problématique :

Partant du principe qu'il existe certaines conditions d'émergence et de pérennité d'entreprises innovantes et technologiques et la nécessité d'intégrer les femmes dans le développement économique, nous essaierons d'analyser, sur la base de mes expériences dans l'espace de coworking et l'incubateur WOMWORK BY THE ANNEXE DZ le rôle de ces ultimes en l'autonomisation des femmes et la création d'entreprises. Nos idées s'inspirent d'un grand nombre d'études sur les questions féminines, notamment les femmes algériennes dans notre société comme l'étude de (FLORIA, MONTERO, GODFREY, & ESTHER, 2018).

Notre travail de recherche aborde ainsi la problématique suivante :

Quelle est la contribution de l'incubateur WOMWORK dans la promotion de l'entrepreneuriat féminin en Algérie ?

Compte tenu de l'importance des femmes entrepreneures pour la croissance économique des économies émergentes, cette étude se propose d'explorer la contribution des incubateurs d'entreprises et de technologies au développement des entreprises des femmes entrepreneures. Plus précisément, l'étude vise à répondre aux questions suivantes :

- Quelles sont les caractéristiques des entreprises féminines et le profil des femmes entrepreneures ?
- Quels sont les défis uniques auxquels sont confrontées les femmes entrepreneures lorsqu'elles participent aux activités d'incubation ?
- Quels est le rôle de l'incubateur d'entreprises et de technologies pour améliorer les performances des entreprises de femmes entrepreneures en Algérie ?

Les raisons du choix du thème :

Il y a plusieurs raisons de choisir le thème « La contribution de l'incubateur dans le développement dans l'entrepreneuriat féminin ».

Raisons subjectives :

- Comprendre les contraintes rencontrées par les femmes entrepreneures, leurs motivations, et le rôle que joue l'incubateur WOMWORK pour les aider à avoir l'esprit d'entreprendre, créer leurs entreprises et les accompagner dans la création d'entreprise.
- Le peu d'études dédiées au champ entrepreneurial en Algérie de façon général

- Tendance personnelle à étudier le sujet et désir d'identifier et d'étudier le sujet entrepreneur.
- J'espère souligner l'importance d'un état stable et suivre les efforts pour parvenir à une diversification économique.

Nous condamnons les entrepreneurs à réaliser une diversification de base pour promouvoir l'économie, le plus important est le désastre de la professionnalisation de la contractualisation, qui deviendra un manque de maniabilité.

Raisons objectives :

Les raisons objectives les plus importantes qui m'ont poussé à choisir ce sujet sont :

- Face à la transformation économique, les chercheurs en économie s'intéressent de plus en plus à l'entrepreneuriat féminin.
- Faites des recherches sur la réalité qui entrave l'entrepreneuriat des femmes.

Objectifs de l'étude :

- Décrire le parcours personnel et socioprofessionnel des femmes entrepreneures et voir leurs motivations essentielles, leur choix d'entreprendre et leur statut social en tant qu'entrepreneures.
- Déterminer le rôle de l'entrepreneuriat féminin dans le mouvement de la roue économique.
- Savoir si vraiment l'incubateur WOMWORK a réussi d'avoir attiré les femmes par son accompagnement.

Plan d'élaboration de mémoire :

Notre mémoire constitue des résultats de recherche, répartie sur 3 chapitres :

Le premier chapitre constitue en deux parties : la première partie, la revue littérature et la deuxième partie c'est le cadre conceptuel qui présente le phénomène entrepreneurial, dans lequel nous allons voir au cours de la première section l'évolution et les caractéristiques de l'entrepreneuriat et de l'entrepreneur au cours de la première section, par la suite, la deuxième section nous allons parler sur l'entrepreneuriat féminin au niveau mondial. Et enfin la troisième section dans laquelle nous avons traité de l'incubation et ses différents processus mondiaux et sa contribution à promouvoir l'entrepreneuriat féminin.

Le second chapitre est constitué en deux sections, la première section donne une présentation générale sur l'organisme d'accueil et la deuxième section comporte le choix de la méthodologie et l'élaboration de l'entretien porte sur la collecte de données et aussi sur la stratégie d'analyse de l'entretien.

Le dernier chapitre s'inscrit dans l'aspect pratique, en présentant et résumant les résultats obtenus, l'analyse des données de recherche et la conclusion générale.

CHAPITRE 1 :
REVUE LITTÉRAURE ET CADRE
CONCEPTUELLE

Section1 : La revue littérature :

1.L'entrepreneuriat :

L'étude de (KHEDIM & BELHADJ, 2017) porte sur le concept d'entrepreneuriat et de création d'entreprise en Algérie, en examinant la réalité locale au regard, d'une part, des initiatives lancées par le gouvernement et, d'autre part, des problèmes et difficultés (d'ordre économique, social et social) qui peuvent les entraver. Les résultats montrent que le soutien et le développement de conditions micro et macroéconomiques favorables sont essentiels pour la réussite du processus de création d'entreprise, qui doit nécessairement être lié au changement, à la création et à l'innovation.

La recherche de (MOUMEN , 2020) vise à fournir un cadre théorique à un concept émergent, à savoir l'entrepreneuriat, qui n'a pas encore suscité beaucoup d'intérêt de la part des chercheurs. En fait, nous réfléchissons fort à changer la logique entrepreneuriale dans le contexte actuel. De même, les chercheurs entrepreneurs continuent de s'interroger sur le fondement théorique de leur discipline. Le but de cette contribution est d'essayer de faire avancer l'épistémologie et l'ancrage théorique de l'entrepreneuriat à travers l'explication multi paradigme du phénomène. Cette réflexion s'articule autour de deux enjeux principaux : clarifier le positionnement épistémologique de la recherche entrepreneuriale, et intégrer les phénomènes entrepreneuriaux dans l'environnement actuel. Le premier est celui des questions épistémologiques et théoriques sur le phénomène de l'entrepreneuriat.

La seconde tente de construire une démarcation entre les champs académiques et entrepreneuriaux pragmatiques du concept lui-même. Les aspects théoriques et conceptuels qu'elle se propose d'aborder constituent également un aspect du travail proposé.

2.L'entrepreneuriat féminin :

Selon les études (AKONO & AKONO, 2018), (SALEH, 2013)et (Léger-Jarniou, 2013)ils ont parlé sur les modèles de l'approche du genre ou l'entrepreneuriat féminin à émerger, ces études elle sont fondés sur l'idée selon l'analyse de l'entrepreneuriat féminin dont (SALEH, 2013) elle a souligné que les femmes sont moins entreprenantes que les hommes en particulier dans le domaine de la création d'entreprise parmi ces modèles ont trouvent :

➤ **Le modèle Lacasse :**

Son but est d'approfondir les connaissances entourant la petite entreprise et étudier le phénomène de l'entrepreneuriat féminin selon trois variables : variables sociologiques, variables de situations quel que soit positive ou négative et l'accessibilité à des ressources comme l'état ou les réseaux.

➤ **Modèle de Hisrich et Brush :**

D'après les études de ces deux chercheurs, ils ont réalisé un modèle sur les facteurs de l'environnement industriel, les stratégies personnelles, les caractéristiques des affaires et les ressources utilisées qui influent sur la performance des femmes entrepreneurs.

➤ **Modèle de Shabi et Di Gregorio :**

L'étude de ces deux derniers ils ont expliqué les buts personnels des femmes d'affaires et aussi interpréter les facteurs structureaux qui influent sur les processus du lancement de l'entreprise.

Dans le cadre de notre étude nous avons centré sur le premier modèle qui est le plus valables et le plus pratique dans notre étude qui est le modèle de Lacasse.

L'étude de (BAHRI & BERKANE, 2020) vise à analyser l'entrepreneuriat féminin en tant que mécanisme d'augmentation des opportunités d'emploi des femmes algériennes diplômées de l'enseignement supérieur. En effet, ce type de population est le plus vulnérable aux problèmes d'emploi et le taux de chômage est également élevé. Alors que le gouvernement a fait des efforts pour promouvoir l'entrepreneuriat féminin, les résultats montrent que les femmes diplômées de l'enseignement supérieur en Algérie sont dans la catégorie ayant le plus faible recours à l'entrepreneuriat et le pourcentage le plus faible dans le domaine de la créativité. En raison de certains problèmes et problèmes, les affaires entravent le développement de l'entrepreneuriat féminin en Algérie.

L'étude de (HAMMACHE , 2020) il a tenté de mettre en lumière les femmes entrepreneurs en montrant que le moteur du développement de l'entrepreneuriat était la nouvelle donne, marquée par la crise des salaires et la montée du chômage, qui incitait les gens à chercher un emploi. Les auteurs ont soutenu l'idée que l'entrepreneuriat n'est pas seulement un fait masculin. Les femmes sont aussi porteuses de cet esprit risqué. Les arguments avancés reposent sur des faits sociaux nouveaux, tels que l'augmentation du niveau d'éducation des

femmes, l'afflux massif de main-d'œuvre qualifiée, l'accumulation d'expériences de travail, etc.

3. L'accompagnement des femmes entrepreneures :

(KHURAN , QAMAR, Ullah BAJWA, & SHAHID, 2012) Ont mené une recherche au Pakistan sur le rôle de l'incubation dans le développement de l'entrepreneuriat féminin. Ils considèrent que l'incubation d'entreprises est l'un des outils de mise en œuvre de la stratégie du gouvernement pour faciliter le développement de l'entrepreneuriat féminin au Pakistan. L'objectif était de mesurer l'importance et l'efficacité des services d'incubation pour les femmes entrepreneurs au Pakistan. L'étude a été réalisée en utilisant la méthode d'enquête. Les locataires d'un incubateur spécifique aux femmes ont participé à cette enquête. Un questionnaire auto-administré mesurant l'importance et l'efficacité de 34 services d'incubation a été intégré à cette étude. Les résultats de cette étude montrent que les femmes entrepreneurs sont bien conscientes des défis et des besoins contemporains de leurs entreprises. Les femmes entrepreneures considèrent que les installations/services d'incubation sont très importantes pour le succès de leur entreprise. Dans l'ensemble, toutes les femmes sont satisfaites de leur incubateur en termes de leur fournir diverses installations/services liés à l'incubation. Cependant, l'écart entre la perception des locataires concernant l'importance des installations/services de l'incubateur et l'efficacité de l'incubateur à fournir les installations/services promis met en évidence une image légèrement différente. Cet écart ne dépeint pas l'incapacité de la direction de l'incubateur à fournir ces services, mais reflète plutôt les attentes plus élevées des locataires vis-à-vis de la direction de l'incubateur pour améliorer leur niveau d'efficacité/efficacité puisque la concurrence et les défis auxquels sont confrontés les entreprises des locataires sont devenus plus intenses et sévères.

Selon (MADOUCHE & TOURI , 2014) l'objectif de cette étude est de réaliser une étude comparative des mesures de promotion de l'entrepreneuriat féminin dans le monde d'une part entre les pays industrialisés (USA, Canada et pays européens) et les pays MENA, dont Algérie. Au terme de cette étude comparative entre pays, nous avons pu observer la participation plus ou moins marginale des femmes à l'entrepreneuriat dans le monde et particulièrement en Algérie. Ceci malgré les efforts des Etats et la volonté de réduire les inégalités entre hommes et femmes dans la vie professionnelle et dans l'entrepreneuriat. Il

est également nécessaire de suivre la concentration des femmes entrepreneurs dans le secteur des services dans tous les pays inclus dans cette étude.

Selon les deux auteurs (RAO & KALYANI, 2017) considèrent l'incubation d'entreprises comme l'un des outils de mise en œuvre de la stratégie du gouvernement pour faciliter le développement de l'entrepreneuriat féminin. Les services d'incubation d'entreprises sont perçus comme un pilier du développement économique. Leur rôle est crucial dans la création de valeur en conjuguant la dynamique entrepreneuriale d'une Start up. Leur objectif principal est de créer des opportunités d'emploi pour l'économie locale en commercialisant des technologies. Le gouvernement de TELANGA a placé le soutien aux entreprises innovantes et axées sur la croissance au cœur de son programme économique. L'objectif de cet article est d'améliorer la compréhension du fonctionnement des pépinières d'entreprises et de leur impact sur le développement national et la croissance d'un pays en développement. Le document souligne l'importance d'introduire des stratégies et des programmes d'incubateurs d'entreprises et le rôle de ces mesures importantes pour assurer la création de valeur durable dans la création de richesses de la nation.

Les études et les rapports des deux auteurs (SELAMI , 2015) ont montré l'importance de ce domaine dans l'économie nationale. Cet article a essayé d'évoquer l'environnement d'investissement algérien ; et si ce climat encourage l'activité entrepreneuriale des femmes. Elle a essayé de dresser un bilan complet et concis de l'entrepreneuriat féminin et d'examiner les conditions et politiques actuelles. Ensuite, elle a fourni une revue analytique des résultats basée sur les dernières statistiques sur l'activité entrepreneuriale des femmes en Algérie. Enfin, elle présente la perception internationale du classement algérien concernant l'amélioration du climat des affaires et l'attraction des investissements ; et leur impact sur l'activité entrepreneuriale des femmes.

(BESSOUH , 2016)L'objectif de cette étude est d'évaluer les programmes qui ont aidé, encouragé et soutenu la création de l'entrepreneuriat féminin en Algérie et aussi de déterminer les principales entraves qui ralentissent toujours son développement.

Selon les auteurs (SAOUDI & HIJAB , 2017) le travail entrepreneurial est d'une grande importance dans les économies des pays développés et en développement, de par sa contribution effective à l'emploi, ainsi que sa capacité à s'adapter aux divers changements économiques, et malgré son importance, il fait face à de nombreux problèmes qui entravent en Algérie. L'Algérie doit trouver des moyens et des mécanismes appropriés pour le

soutenir, dont le plus important est peut-être ce que l'on appelle les pépinières d'entreprises, qui sont considérées comme l'un des mécanismes importants dans le développement des entreprises et des petites et moyennes entreprises en les aidant à fournir les forces de paiement initial et assurer leur pérennité grâce à la fourniture de services de soutien et de soutien, en particulier dans les premiers stades. Dans le but d'apporter plus de lumière, ils ont mené une étude de terrain dans la pépinière des institutions incubées à Batna, où ils ont tenu sur cette expérience pionnière qui a encore besoin de plus d'accompagnement et de développement, d'où ils ont pu d'accompagner de nombreuses institutions et contrats réussis.

Selon l'auteur (FELAKI & TOUMI, 2018) montrent dans leur étude que l'importance de l'accompagnement des entreprises dans la promotion et le développement de projets entrepreneuriaux a pleinement joué son rôle. Les projets émergents rencontrent toutefois encore de nombreux obstacles, en particulier dans les pays en développement. Il est donc devenu nécessaire de trouver des moyens et des mécanismes appropriés pour les soutenir et les responsabiliser. L'incubateur d'entreprises en tant qu'installateur public est l'un des mécanismes qui ont fait la preuve de leur efficacité et de leur importance pour accompagner, héberger, soutenir et développer ce type de projets. Cette étude se limite à identifier le rôle des pépinières d'entreprises en tant que moyen général de promouvoir l'accompagnement des entrepreneurs et ses conséquences, ainsi que les aspects intellectuels. Ils traitent également des pépinières d'entreprises algériennes, de leur réalité et des raisons de leur chute relative par rapport aux principaux pays. La recherche porte sur le rôle des incubateurs dans la réussite des projets. La recherche a également examiné l'interdépendance entre les besoins des entrepreneurs et les idées de projets et le rôle des pépinières d'entreprises en tant qu'installation publique dans leur efficacité. La plupart des études ont été consacrées à l'entrepreneuriat en général et à sa relation avec le développement économique, sans aborder les pépinières d'entreprises comme un établissement public servant d'intermédiaire entre elles. Par conséquent, l'une des recommandations les plus importantes du chercheur est la nécessité d'un plan national complet pour promouvoir le secteur des entreprises et les pépinières d'entreprises en tant qu'installateur public offrant un accompagnement et une coopération entre les contractants, le secteur privé et les organismes officiels. Un rôle dans la réalisation d'un saut important pour les projets émergents.

D'après les recherches menées par (FLORIA, MONTERO, GODFREY, & ESTHER, 2018) révèlent que les femmes entrepreneures sont des acteurs clés du développement économique des sociétés en Afrique subsaharienne ces recherches ont révélé que les incubateurs d'entreprises et de technologies offrent un soutien insuffisant à leurs entreprises. Par conséquent, cet article se propose d'explorer et de mettre en évidence l'état actuel de la contribution des incubateurs d'entreprises et de technologies aux entreprises des femmes entrepreneures. L'étude a collecté des données par le biais de groupes de discussion exploratoires, d'entretiens approfondis et de questionnaires structurés. Les données ont été analysées et interprétées à l'aide de la méthode des parallèles convergents. Les résultats indiquent que les pépinières d'entreprises offrent une formation aux femmes d'affaires et, dans une certaine mesure, améliorent leur accès aux informations sur le marché et aux réseaux commerciaux. Cependant, l'étude constate également un manque de contextualisation des services des incubateurs d'entreprises et de technologies aux besoins réels des incubés, ce qui rend finalement leur accompagnement moins impactant. Dans cette optique, l'étude recommande la mise à disposition de services d'incubateurs adaptés aux besoins réels des femmes entrepreneurs. Cette étude propose des recommandations pour soutenir le développement des entreprises des femmes entrepreneures à travers la contextualisation des services des incubateurs adaptés aux besoins réels des incubées, y compris une formation appropriée au-delà de la gestion d'entreprise. Des investissements supplémentaires pour la création de nouveaux centres d'incubation sont également recommandés.

Section 2 : Cadre conceptuelle

1. Les généralités sur l'entrepreneuriat

1.1 Définitions de l'entrepreneuriat et ses paradigmes

1.1.1. Définition de l'entrepreneuriat :

Nous considérons que l'entrepreneuriat a une vaste de définitions nous avons trouvé d'après plusieurs auteurs :

Selon (Christian, 1993, p. 10) l'entrepreneuriat est « *un phénomène multiple, dont la compréhension requiert les éclairages de différentes disciplines scientifiques, ayant chacune leur spécificité. Les questions se posent à divers niveaux et les points de vue envisageables sont nombreux* ».

Selon les auteurs Fayolle et Verstraet « *pensent également que l'entrepreneuriat est un domaine trop complexe et très hétérogène pour se limiter à une seule définition. Ils proposent donc de classer les différentes définitions avancées par les auteurs selon quatre courants de pensée ou paradigmes* » (JANSSEN, 2016, pp. 32-33).

1.1.2 Les paradigmes définitionnels :

Plusieurs définitions ont été interprétées par différents auteurs, on retient les définitions suivantes :

➤ Le paradigme de l'opportunité d'affaire :

Cette perspective définit l'entrepreneuriat comme « *la capacité à créer ou à repérer des opportunités et à les exploiter* ». Ceci est parfois combiné avec d'autres concepts, tels que la capacité d'intégrer des ressources pour trouver des opportunités, et le processus de découverte, d'évaluation et d'utilisation de ces ressources et des personnes qui les découvrent, les évaluent et les utilisent (JANSSEN, 2016, p. 32).

➤ Le paradigme de la création d'une organisation :

« *L'entrepreneuriat comme la création d'une organisation par une ou plusieurs personnes* ». La notion d'organisation ne s'y réduit pas à celle d'entreprise (JANSSEN, 2016, p. 32).

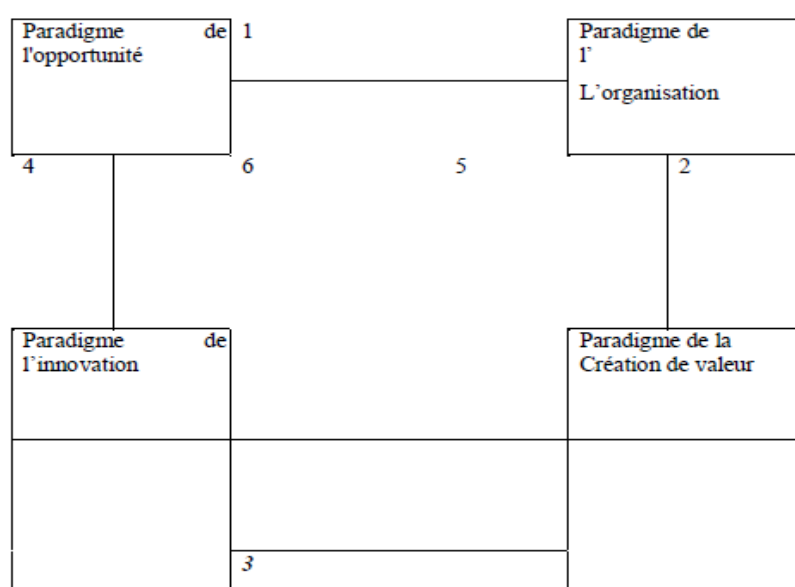
➤ **Le paradigme de la création de valeur :**

Cette approche définit l'entrepreneuriat comme « *un phénomène ou un processus créant de la valeur*), *qu'elle soit individuelle, économique ou sociale* ». Dans ce paradigme, les travaux sur la relation entre l'entrepreneuriat et la croissance économique peuvent être liés (JANSSEN, 2016, p. 32).

➤ **Le paradigme de l'innovation :**

Cette tendance accorde une grande importance à l'innovation dans la définition de l'entrepreneuriat. L'innovation permettrait également de différencier les entrepreneurs des propriétaires-dirigeants de PME. L'innovation peut prendre différentes formes (nouveaux produits ou services, nouvelles sources de matières premières, nouvelles méthodes de production, de distribution ou de vente, nouveau marché, nouvelle organisation) (JANSSEN, 2016, pp. 32-33).

Figure 1 : Représentation des quatre paradigmes de l'entrepreneuriat



Source : (MOUMEN , 2020, p. 393)

1.2 L'esprit entrepreneurial :

D'après (SAPORTA & Thierry, 2016, p. 12)« *La création d'entreprise proprement dit attire de plus en plus l'attention, au point que ses statistiques sont interprétées comme un des indices les plus marquants du dynamisme économique d'une région ou d'un pays* ».

Les études sur l'entrepreneuriat, en particulier la création de petites entreprises, ont pris de l'importance au cours des dernières décennies. Les grandes entreprises sont souvent critiquées et considérées comme incapables de s'adapter à un nouveau contexte économique dans lequel les changements s'accélèrent et la concurrence est de plus en plus rude. En effet, l'emploi diminue dans les grandes entreprises industrielles, tandis que des emplois se créent ou du moins se maintiennent dans les petites et moyennes entreprises (Jea-luc & Rompaey , 2002, p. 09).

Convaincus de l'efficacité des petites entreprises, les chercheurs mettent en lumière le rôle des petites entreprises dans le développement économique d'une région. Dans ce sens (Henry, 2009, p. 13) rappelle qu'en raison de leur plus grande flexibilité et adaptabilité, les petites et moyennes entreprises seront particulièrement efficaces pour absorber le choc économique et que, vu qu'il est de plus en plus difficile de croître en stimulant le développement Parmi les grandes entreprises, les PME vont progressivement s'imposer comme une alternative crédible aux modèles de développement antérieurs et inefficaces.

D'après (WANG , 2010, pp. 38-39) l'esprit d'entreprendre est « *la mentalité et la façon de penser qui conduisent un individu (ou un groupe d'individus) à repérer des opportunités, à réunir les moyens nécessaires pour les exploiter en vue de créer de la valeur* ».

D'après (FAYOLLE, 2012, p. 23)« *L'esprit d'entreprendre traduit une orientation forte vers la recherche d'opportunités et les initiatives créatrices de valeur. Il peut également signifier un engagement plus fort des individus et les aptitudes plus marquées à prendre des responsabilités ou à les exercer* ».

1.3 Les formes d'entrepreneuriat :

L'idée à développer est intimement liée au projet personnel de l'entrepreneur. Cependant, la mise en œuvre du concept de projet est soumise à des circonstances particulières. C'est la mesure dans laquelle le profil de l'entrepreneur correspond à son projet particulier à un moment donné. Il est important de changer ce point de vue car la situation évolue rapidement. Toutes les formes d'entrepreneuriat nécessitent des profils et des exigences spécifiques. On parle donc de création ou de reprise d'entrepreneuriat dans les entreprises et les organisations (Zellal , 2018, p. 11).

1.3.1 La création d'entreprise :

La création d'entreprise c'est « *un phénomène d'une grande hétérogénéité* ». Cela résulte de la diversité des entreprises fondées et de la diversité des types d'entrepreneurs. Illustrez ce que cela a à voir avec ceux qui créent leur emploi et ceux qui construisent une équipe ambitieuse et qui est innovant.

A des fins pédagogiques, il est possible de distinguer quelques situations typiques et de mettre en évidence les principales implications concernant le profil individuel (FAYOLLE, 2012, p. 81).

➤ **La création ex nihilo :**

Démarrer une entreprise alors que rien n'existe n'est certainement pas le cas le plus simple. Il faut du temps pour convaincre les utilisateurs et les acheteurs de réussir à créer un produit sur le marché, surtout avec un haut degré d'innovation. Par conséquent, il est nécessaire de mesurer soigneusement les besoins financiers et d'obtenir des ressources suffisantes. Créer à partir de zéro demande beaucoup de travail, de rigueur et de persévérance. De plus, le risque doit être particulièrement bien évalué (FAYOLLE, 2012, pp. 81-82).

➤ **La création par essaimage :**

Les grandes entreprises proposent des mesures et des dispositifs conçus pour encourager et soutenir l'entrepreneuriat des salariés. Les projets peuvent être divers et liés à la création d'entreprises commerciales ou industrielles, mais le soutien de l'entreprise (matériel, intellectuel, commercial et financier) peut être de nature à réduire le niveau de risque de l'entreprise (FAYOLLE, 2012, p. 82).

➤ **La création en franchise :**

Ce format associe des franchisés (entreprises qui souhaitent se développer selon cette méthode) et des franchiseurs (individus qui souhaitent créer des entreprises en appliquant des formules autour de concepts qui ont été utilisés par ailleurs). Ce type de création est en quelque sorte un environnement géographique spécifique. Elle bénéficie également de l'accompagnement important mais profitable du franchiseur. Elle permet à ceux qui n'ont pas d'idées propres ou la capacité d'innover d'atteindre leur objectif de création d'entreprise (FAYOLLE, 2012, p. 82).

➤ **La création de filiale :**

Dans ce cas, l'entrepreneur représente une entreprise existante qui l'a mandaté pour réaliser un projet de démarrage. Les risques personnels sont très limités, et les conditions matérielles prévues sont celles du gérant ou du gérant. Cette situation peut convenir, à condition d'y avoir accès, à ceux qui souhaitent en prendre mais hésitent à le faire par peur du risque, afin de ne pas remettre en cause leur situation personnelle et familiale (FAYOLLE, 2012, p. 82).

➤ **La création d'activité nouvelle :**

Dans ce cas, l'entrepreneur représente une entreprise existante qui lui a confié la réalisation d'un projet de démarrage. Les risques personnels sont très limités, et les conditions matérielles recommandées sont celles du gérant ou du gérant. Cette situation peut convenir tant qu'ils y ont accès, pour ceux qui veulent en prendre mais hésitent à le faire par peur du risque, afin de ne pas remettre en cause leur situation personnelle et familiale. Les entrepreneurs à potentiel créatif qui ont une réelle capacité à gérer des projets innovants peuvent se concentrer sur la création de nouvelles activités, qu'ils aient initié ou non la démarche (FAYOLLE, 2012, p. 82).

1.3.2 Reprise d'entreprise :

Il existe une différence majeure entre la reprise d'une entreprise ou d'une activité et la création d'une entreprise. L'organisation existe et n'a pas à être créée. S'il existe, il est alors possible de s'appuyer sur des données décrivant son présent, son histoire, sa structure et sa fonction. Dans ces conditions, l'incertitude est généralement plus faible et le niveau de risque est beaucoup plus faible. Comme pour la création d'entreprise, les reprises peuvent être réalisées par des particuliers pour leur propre compte ou par des entreprises existantes. Au moins deux cas peuvent être considérés ici (FAYOLLE, 2012, pp. 82-83).

➤ **La reprise d'entreprise ou d'activité en bonne santé :**

La principale difficulté peut être d'obtenir des informations le plus tôt possible pour que ce type d'entreprise puisse être vendu. Ensuite, vous devez pouvoir disposer de ressources financières considérables, car les prix de marché de ces entreprises peuvent être très élevés. Il est également important d'avoir de bonnes compétences générales et une expérience réussie en gestion. En effet, mieux vaut ne pas perdre trop de temps à apprendre le métier de chef d'entreprise (FAYOLLE, 2012, p. 83).

➤ **La reprise d'entreprise ou d'activité en difficulté :**

Si vous déclarez des difficultés (l'entreprise est en faillite), vous devez comprendre le cadre juridique de la reprise de l'entreprise en difficulté. L'établissement de relations avec les acteurs clés de cet environnement semble également être une condition importante. Si le prix d'achat de ces entreprises n'est pas en rapport avec le prix d'achat des entreprises de santé, il ne faut pas ignorer le fait que ces structures nécessitent généralement une très forte recapitalisation financière. Reprendre une entreprise en difficulté requiert également une grande connaissance et expérience des situations de crise. Il est en effet nécessaire de rétablir rapidement la confiance à tous les niveaux : salariés, clients, fournisseurs, partenaires, autres parties prenantes (FAYOLLE, 2012, p. 83).

1.3.3 L'entrepreneuriat organisationnel :

Il s'agit de conduire dans le cadre d'organisations existantes. Nous avons déjà introduit quelques situations liées à la création d'entreprise. D'autres existent dans les acquisitions d'entreprises. Il est possible de développer des projets stratégiques et des projets innovants dans les grandes entreprises sans avoir à créer d'entreprise ou à créer une nouvelle organisation. Certaines entreprises peuvent faire preuve d'un comportement entrepreneurial culturellement et collectivement. La situation de l'entrepreneuriat organisationnel est diverse. Comme point commun, il apparaît qu'elles peuvent être supportées par les individus sans prendre trop de risques personnels, et sans perdre ou changer profondément le statut social. Ces conditions peuvent permettre à la profession d'entrepreneur d'étudier en douceur (FAYOLLE, 2012, p. 83).

1.4 L'entrepreneur : Définition et caractéristique

1.4.1 Définition de l'entrepreneur :

Nous distinguons plusieurs définitions de l'entrepreneur selon différents économistes et auteurs :

Selon (JANSSEN, 2016, p. 41) l'entrepreneur est comme « *un individu ou un groupe d'individu qui réussit ou réussissent à identifier dans son ou leur environnement une opportunité et qui arrive ou arrivent à réunir les ressources nécessaires pour exploiter en vue de créer de la valeur* ».

« *L'entrepreneur c'est celui qui crée et dirige une entreprise avec, comme principaux objectifs, le profit et la croissance. Il se distingue par un comportement novateur et*

formalise ses objectifs par le biais du management stratégique. On reconnaît en lui l'entrepreneur schumpétérien, source de destruction créatrice » (JANSSEN, 2016, p. 44).

L' (OCDE, 2014, p. 19) définit les entrepreneurs comme « *des personnes (propriétaires de leur entreprise) qui cherchent à générer de la valeur via la création ou le développement d'une activité économique en identifiant et en exploitant de nouveaux produits, procédés ou marchés* ».

Selon (FAYOLLE, 2012, p. 16) l'entrepreneur a un rôle particulier et indispensable dans l'évolution du système économique libéral. Il est très souvent, à l'origine des innovations de rupture, il crée des entreprises, des emplois et participe au renouvellement et à la restructuration du tissu économique. L'entrepreneur est l'innovateur qui apporte la destruction créatrice.

Selon (Gilles & FORTIN, 2003, p. 03) « *L'entrepreneur, c'est le fruit de son milieu. Un milieu qui n'aime pas les entrepreneurs et n'en veut pas, a de bonnes chances d'être exaucé. Par ailleurs, si au contraire, on en désire comme dans le sport, il devient alors utile d'établir une complicité entre la famille, l'école, la cité et les entreprises existantes pour développer un terreau fertile, un milieu incubateur d'entrepreneurs hip, à terme, une véritable culture entrepreneuriale* ».

1.4.2 Les caractéristiques de l'entrepreneur :

De nombreuses études ont tenté d'identifier les caractéristiques qui prédisposent les individus à une activité entrepreneuriale (JANSSEN, 2016, p. 45).

➤ Caractéristiques démographiques :

Certaines études ont examiné le lien possible entre les caractéristiques démographiques d'un individu (comme le sexe, l'âge, la race ou l'état matrimonial) et sa propension à utiliser l'entrepreneuriat comme choix de carrière. Par exemple, l'âge est souvent associé à des comportements plus conservateurs, incitant les individus à prioriser les objectifs de salaire et de sécurité au travail. Le genre peut aider à déterminer les opportunités d'emploi personnel et l'accès aux réseaux professionnels. Par exemple, les femmes qui travaillent à leur compte seront désavantagées par rapport aux hommes en raison d'obstacles liés à l'éducation, à la pression familiale et à l'environnement professionnel (JANSSEN, 2016, p. 45).

➤ Caractéristiques psychologiques :

D'autres recherches portent sur la personnalité des entrepreneurs. L'objectif principal de la recherche sur les caractéristiques est de déterminer ce qui pousse une personne à s'engager dans des activités entrepreneuriales, afin de déterminer les caractéristiques psychologiques qui peuvent prédire un tel comportement entrepreneurial. Ces études ont porté sur les caractéristiques suivantes (JANSSEN, 2016, pp. 45-46) :

✓ **Le besoin d'accomplissement :**

Pour les personnes qui préfèrent les tâches qui impliquent des défis plutôt que les tâches de routine, ce besoin est généralement plus grand. Ces personnes assument la responsabilité personnelle de leurs performances, sont désireuses d'obtenir des commentaires sur leurs performances et recherchent de nouvelles et meilleures façons d'améliorer les performances (JANSSEN, 2016, p. 46).

✓ **La prise de risques :**

La possibilité ou la tendance des individus à prendre des risques peut être révélée lors de la création d'une entreprise et lors du choix de poursuivre des idées commerciales avec une probabilité de succès plus faible. Cependant, certaines personnes ont une plus grande tolérance à ce risque que d'autres. L'entrepreneuriat sera réservé à ceux qui ont moins d'aversion au risque. Certaines personnes pensent que les entrepreneurs prendront des risques modérés, tandis que d'autres pensent que la tendance à prendre des risques est l'essence même des activités entrepreneuriales (JANSSEN, 2016, p. 46).

✓ **L'esprit inventif :**

Il s'agit de préférences pour de nouvelles façons de se comporter et de faire les choses. Dans le cas de l'entrepreneuriat, cette préférence sera utilisée pour introduire de nouveaux produits, de nouveaux services, de nouveaux marchés, de nouveaux modèles commerciaux ou de nouvelles technologies (JANSSEN, 2016, p. 46).

✓ **L'autonomie :**

Le besoin d'autonomie se reflète dans la volonté des individus de fixer leurs propres objectifs, de formuler des plans d'action et de contrôler la réalisation de leurs objectifs. Les entrepreneurs cherchent à créer leurs propres organisations et fonctionnent selon les règles qu'il a fixées (JANSSEN, 2016, p. 46).

✓ **Contrôle de son destin :**

Les entrepreneurs auront le motif de dominer leur destin pour eux-mêmes, et les conséquences de ses actions dépendent de ses propres actions, et non du résultat d'autres raisons, telles qu'un accident ou les décisions d'autrui. Si l'entrepreneur ne croit pas qu'il a la capacité de contrôler les performances de l'entreprise, il n'a aucune raison de chercher activement à changer l'ordre des choses (JANSSEN, 2016, p. 47).

✓ **La confiance en soi :**

La confiance en sa capacité réalise efficacement certaines actions. Les personnes ayant un niveau élevé de confiance en elles sont plus susceptibles de persister et de prendre des mesures pour résoudre les problèmes lorsqu'elles surviennent. Ils seront plus intuitifs, plus optimistes pour le succès et engagés dans une perspective à long terme (JANSSEN, 2016, p. 47).

Ces caractéristiques ne sont que quelques exemples des caractéristiques des entrepreneurs.

1.5 Motivations et typologie de l'entrepreneur

1.5.1 Les Motivations de l'entrepreneur :

La motivation pour le travail entrepreneurial est généralement distinguée entre les motivations push et pull. La première implique un entrepreneuriat inévitable et la seconde implique un entrepreneuriat d'opportunité. Cependant, il existe de nombreuses raisons pour lesquelles les femmes créent une entreprise, et elles combinent plusieurs facteurs qui semblent s'opposer. Ces facteurs de motivation sont enracinés dans les domaines personnels et professionnels du créateur, et ces domaines recoupent les dynamiques de genre. Qu'elles soient créatrices, acheteuses ou héritières, les femmes considèrent l'entrepreneuriat comme un moyen de répondre aux besoins de réalisation de soi et choisissent de participer à des projets qui peuvent stimuler profondément leur vitalité. Par conséquent, l'entrepreneuriat féminin est un choix de vie en plus des choix de carrière, dans lesquels le secteur des affaires est très important.

En parallèle, les femmes font face à des barrières culturelles et sociales sexuées qui contribuent à façonner le déroulement de leur parcours professionnel (JANSSEN, 2016, p. 403).

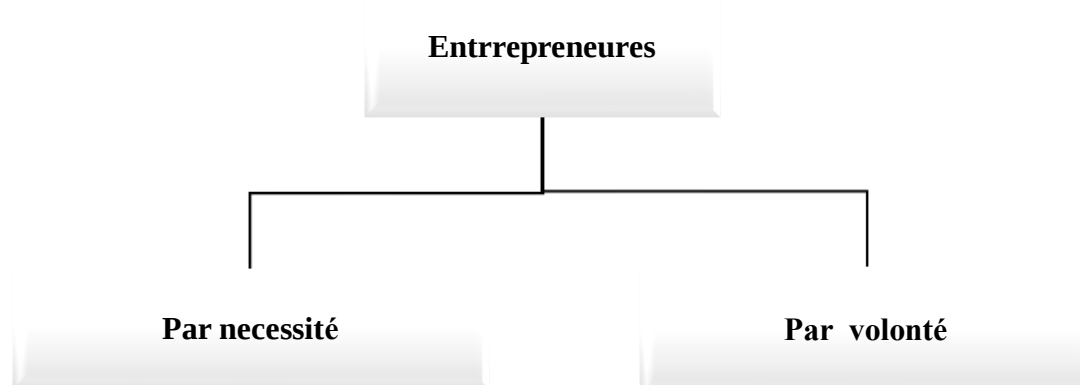
➤ **Des motivations push :**

Sur le marché du travail, les femmes sont plus vulnérables à la discrimination directe ou indirecte, ce qui conduit certaines d'entre elles à créer leur propre entreprise. Les plafonds de verre, le manque de reconnaissance professionnelle, l'ennui professionnel, le sentiment d'être « coincé » dans les structures traditionnelles et les discriminations vécues en tant que salariées dans leurs anciennes organisations peuvent être de puissants moteurs d'activité créative. Les mises à pied ou l'incapacité de trouver un emploi après la fermeture de l'entreprise les inciteront également à créer une entreprise. En termes de rôles familiaux, les femmes s'arrêtent aussi le plus souvent dans leur carrière pour élever des enfants. La réinsertion sur le marché du travail peut être difficile et les conduire à développer leur propre entreprise (JANSSEN, 2016, p. 404).

➤ **Des motivations pull :**

Les femmes entrepreneures s'inscrivent aussi et surtout dans une démarche d'indépendance professionnelle et d'épanouissement personnel, aspirant à créer une activité qui leur permette de professionnaliser une passion. Elles créent un projet en rapport avec ce qui les anime profondément et décident de faire un travail qui leur plaît et qu'elles aiment. Cela conduit d'ailleurs une grande partie d'entre elles à entreprendre dans un secteur complètement différent de celui dans lequel elles évoluent auparavant. Les femmes entrepreneures n'hésitent donc pas à créer dans un domaine pour lequel elles ont un attrait, même si elles manquent a priori de compétences dans le métier. Les hommes, pour leur part, privilégieront un domaine d'activité en lien avec leur expérience salariale précédente et pour lequel ils peuvent mobiliser des compétences déjà avérées (JANSSEN, 2016, p. 404).

Figure 2 : Les motivations des entrepreneurs



Source : (Léger-Jarniou, 2013, p. 178).

1.5.2 Les Typologies de l'entrepreneur

Nous présentons, ainsi, les typologies suivantes selon différents auteurs et acteurs économiques :

➤ **L'entrepreneur manager :**

Son principal intérêt réside dans la reconnaissance de ses compétences en gestion. De ce point de vue, l'expansion rapide de son entreprise et sa rentabilité sont des normes objectives qui prouvent sa qualité de gestion (JANSSEN, 2016, p. 44).

➤ **L'entrepreneur artisan**

La formation des artisans entrepreneurs est relativement limitée. Habituellement, l'ancien ouvrier maîtrise la machine qu'il utilise grâce à son expérience technique. Il a un style de gestion plutôt paternaliste : il exige la loyauté et la loyauté des autres. Ses compétences en communication sont très faibles, et la plupart d'entre elles sont à court terme. Il recherche l'autonomie. Il apparaît généralement dans des secteurs peu innovants (JANSSEN, 2016, p. 43).

➤ **L'entrepreneur opportuniste :**

Il s'agit généralement d'un ancien manager avec diverses expériences professionnelles. Son objectif est la croissance de l'entreprise. Il a un style de gestion participatif, ce qui lui permet de déléguer facilement le pouvoir. C'est un plan à long terme et on le retrouve dans des domaines plus innovants (JANSSEN, 2016, pp. 43-44).

➤ **Entrepreneur PIC (durabilité, indépendance, croissance) :**

L'objectif premier de l'entrepreneur est d'accumuler de la richesse et de faire passer la pérennité de son entreprise en premier. Par conséquent, il a cherché à rester indépendant et a refusé de fournir des capitaux externes à l'entreprise. Son entreprise grandit. La croissance de son entreprise sera passive, c'est-à-dire qu'il ne l'acceptera que sans menacer la pérennité et l'indépendance de l'entreprise (JANSSEN, 2016, p. 44).

➤ **CAP entrepreneur (croissance, indépendance, pérennité) :**

Elle soutient la logique d'action entrepreneuriale et vise une croissance forte. S'il veut conserver une autonomie de décision, l'indépendance financière n'a rien à voir avec lui (JANSSEN, 2016, p. 44).

➤ **Le propriétaire-dirigeant :**

« Est celui qui crée et gère une entreprise dans le but principal d'accomplir ses objectifs personnels. L'entreprise est sa principale source de revenus. Elle est conçue comme une prolongation de sa personnalité et est liée aux besoins et aux aspirations personnelles et familiales » (JANSSEN, 2016, p. 44).

De nombreux autres auteurs ont développé des typologies. Celles-ci ne constituent toutefois que des idéaux types résultant d'une démarche intuitive et rarement vérifiés empiriquement (JANSSEN, 2016, pp. 44-45).

2. Les spécificités de l'entrepreneuriat féminin

2.1 Femme entrepreneure : Définition et caractéristiques

L'entrepreneuriat féminin désigne *« toutes les activités exercées en dehors de la famille afin que les femmes puissent au moins gagner suffisamment de bénéfices pour maintenir leurs activités »*. Ces activités vont de l'agriculture, des moyens de subsistance aux entreprises multinationales, mais impliquent généralement des activités à petite échelle, avec un capital et une technologie modérément faible (KOUNTA , 1997, p. 17).

2.1.1 Définition de la femme entrepreneure :

Étant donné qu'il est difficile de parvenir à un consensus sur une définition distincte des femmes entrepreneures, il n'est pas facile de trouver la définition des femmes entrepreneures.

Dans la plupart des cas, des difficultés surgissent lorsqu'on essaie de définir les femmes entrepreneurs. Cela peut bien sûr s'expliquer par le fait que les femmes travaillent de manière invisible pendant longtemps. Cependant, on constate que par rapport aux recherches menées dans les pays du Nord, le concept de femme entrepreneure a plusieurs définitions :

(LAVOIE, 1988, p. 03) Décrit la femme entrepreneure comme *« une femme qui, seule ou avec des partenaires, a fondé, acheté ou accepté en héritage une entreprise, qui en assume*

les risques et les responsabilités financières, administratives et sociales et qui participe à sa gestion courante »

(LATOUCHE , 2006)La définit comme la « *Personne qui possède et dirige une entreprise » que l'on peut désigner comme femme entrepreneure ».*

Pour compléter ces deux définitions, on peut retenir celle de Fillion (1997) « *Une personne qui prend des risques financiers pour créer ou acquérir une entreprise, et qui dirige de manière innovante et créatrice en développant de nouveaux produits et en conquérant de nouveaux marchés »* cité par (AKONO & AKONO, 2018, p. 38).

D'une manière générale, de ces différentes hypothèses, nous pouvons extraire qu'il existe plusieurs termes liés au terme « entrepreneur », qui se terminent par :

- Une femme qui crée une entreprise ;
- Une femme innovante ;
- Une femme indépendante et responsable ;
- Une femme prête à prendre des risques (AKONO & AKONO, 2018, p. 38).

2.1.2 Les caractéristiques de la femme entrepreneures :

Les entreprises dirigées par des femmes semblent également avoir des caractéristiques spécifiques :

- Que ce soit en termes de fonds propres, de ventes ou d'employés, les femmes entrepreneurs sont plus jeunes et plus petites que les hommes.
- Les travailleuses autonomes et/ou entrepreneures sont encore concentrées dans un petit nombre de femmes traditionnelles et dans des secteurs à faible croissance tels que le commerce de détail et les services, tandis que peu de femmes dirigent des entreprises dans la construction, le transport ou la fabrication.
- Contrairement aux hommes, les entreprises chez les femmes sont encore rares, et elles semblent plus disposées à rester propriétaires uniques.
- Par rapport à leurs homologues masculins, les femmes indépendantes et/ou entrepreneurs deviennent rarement des employeurs (CONSTANTINDIS & CORNET, 2006, p. 03).

Quant aux caractéristiques des institutions dirigées par des femmes, elles se caractérisent généralement par les éléments suivants :

- Les institutions sont plus jeunes et de plus petite taille par rapport à celles détenues par des hommes, que ce soit en termes de propriété, de vente ou de main-d'œuvre.
- Leur activité est centrée sur des secteurs d'activité féminins à faible croissance, comme le commerce de détail et les services, et rarement -
- Femmes exerçant leurs activités dans le domaine de la fabrication, du transport ou de la transformation.
- Les femmes entrepreneurs ne préfèrent pas avoir de partenaires, contrairement aux hommes (SELAMI & KORAYCHI, 2014, p. 87).

Les résultats des recherches sur la performance de l'entreprise varient selon la définition de la performance. Si l'on étudie la performance à partir du taux de survie, la performance des entreprises dirigées par des femmes est meilleure que celle des hommes. Si l'on évalue la performance en fonction de la réussite de l'entreprise, les résultats seront encore plus contrastés : si l'on choisit la croissance et/ou la performance comme indicateurs de réussite, la performance des hommes et des femmes sera plus ou moins la même, mais si l'on choisit celle des femmes performance, les résultats seront inférieurs Taille de l'entreprise comme indicateur (CONSTANTINDIS & CORNET, 2006, p. 03).

2.2 Les facteurs influents sur l'entrepreneuriat féminins : défis et obstacles.

L'accès des femmes à la sous-traitance dépend non seulement de l'accès aux ressources financières et aux moyens de production, mais aussi d'une série de facteurs culturels, politiques, économiques et sociaux qui favorisent ou réduisent la préparation des travailleurs à la sous-traitance (SELAMI , 2015, p. 156).

De ce point de vue, nous attribuons à la dernière demande du chercheur, dans laquelle nous voulons mentionner les facteurs les plus importants qui affectent les décisions d'achat des femmes à travers des facteurs négatifs et positifs (SELAMI , 2015, p. 156).

2.2.1 Les motivations de la femme entrepreneure :

De nombreux chercheurs dans leurs études se sont intéressés à identifier les facteurs qui poussent les individus à choisir une entreprise comme modèle, et de nombreuses recherches ont convenu qu'il y a certains points communs dans les choix des individus.

Notre objectif dans cet élément est d'examiner certaines des études qui ont abordé le sujet, particulièrement dans le contexte des femmes en question, qui ont constaté qu'il y a de nombreuses raisons pour lesquelles les femmes décident de créer une institution (SELAMI , 2015, p. 157).

Dans une étude menée dans un contexte arabe, le Maroc sur le féminisme, il a constaté que deux ensembles de facteurs qui conduiraient les femmes à établir leur propre entreprise étaient des stimuli socio-économiques et des stimuli personnels (SELAMI , 2015, p. 158).

➤ **Motivations socio-économiques :**

Ces motivations sont plus un sentiment forcé qu'un choix personnel. Les femmes créent leurs propres institutions parce qu'elles n'ont pas d'emploi, ainsi que :

- ✓ Répondre aux besoins fondamentaux de survie.
- ✓ Obtenir un revenu.
- ✓ Augmenter leur pouvoir d'achat.
- ✓ Amélioration des conditions de vie (SELAMI , 2015, p. 158).

➤ **Motivation personnelle :**

D'autres femmes choisissent de créer leur propre institution, sans la condition que leur statut économique soit fragile. Cela répond à des stimuli personnels tels que :

- ✓ Amélioration de la qualité de la vie.
- ✓ Enrichir leur vie sociale en doublant les entretiens et les contacts.
- ✓ Pour être occupé à faire quelque chose.
- ✓ Valoriser la science, les compétences acquises dans la composition et l'expérience.
- ✓ Pour ouvrir la porte.
- ✓ Obtenir l'autonomie (SELAMI , 2015, p. 158).

Selon une autre étude sur les femmes entrepreneures à Cameron, les mêmes motifs pour les femmes entrepreneures étaient divisés en incitations professionnelles, incitations personnelles, incitations financières, incitations techniques et incitations aux entreprises (SELAMI , 2015, p. 158).

➤ **Incitations professionnelles :**

Il s'agit généralement de pneus et de personnel qui souhaitent changer d'activité. Les femmes choisissent souvent l'entrepreneuriat comme deuxième cheminement de carrière, c'est-à-dire après avoir terminé leurs activités familiales (SELAMI , 2015, p. 158).

➤ **Motivations financières :**

Elle concerne les jeunes femmes titulaires d'un certificat, qui se livrent à cette activité après la fin de leurs études, ou à la suite d'une longue période de chômage, mais dont le travail se fait habituellement à la maison, ce qui est petit ou illégal (SELAMI , 2015, p. 158).

Selon une étude menée par (Léger-Jarniou, 2013, p. 178) montre qu'un des motifs de création d'une entreprise est de créer son propre emploi, c'est parfois une création « par nécessité » (facteurs push), résultant de situations de chômage ou des problèmes de revenu. Mais d'autres motivations plus complexes existent, fondées sur des facteurs positifs et stimulant la création (également appelés facteurs pull). On parle alors de création par vocation ou par opportunité.

Tableau 1: Les motivations de la femmes entrepreneures

Création par nécessité Facteurs Push	Création par opportunité Facteurs Pull
• La lassitude de ne pas avoir d'opportunités de carrière dans les entreprises où elles étaient salariées • L'expérience du « plafond de verre » - Le manque de reconnaissance • L'espoir de réussir une meilleure conciliation vie professionnelle-vie privée • Le besoin de créer son emploi par nécessité économique	L'envie : • D'être indépendante. • De saisir une opportunité d'affaire. • D'entreprendre. • De construire quelque chose pour mener un projet.

Source : (Léger-Jarniou, 2013, p. 178)

2.2.2 Les obstacle à la création féminine dans le monde arabe :

Les femmes entrepreneures font face à des obstacles particuliers qu'on peut regrouper en trois catégories (ABEDOU , BOUYAKOUB , & EL KAINA, 2019, p. 100) :

➤ **Facteurs reliés à la situation de la femme :**

Nous trouvons plusieurs facteurs parmi eux :

✓ **Facteurs économiques :**

Le manque de ressources financières dû aux responsabilités familiales l'a empêché de trouver un emploi stable avec un bon salaire, ce qui l'a empêchée aussi d'économiser de l'argent pour démarrer son projet (ABEDOU , BOUYAKOUB , & EL KAINA, 2019).

✓ **Facteurs culturels :**

Les rôles multiples des femmes arabes sont un obstacle au développement de leurs capacités entrepreneuriales. Stéréotype, parce que la réputation d'une femme est le prolongement de celle de sa famille. En tant que femme arabe, une femme doit choisir un domaine et une profession qui n'affecteront pas négativement sa nature, son comportement et son attitude. Il n'y a pas de modèle entrepreneurial dans son entourage pour le suivre. D'une manière générale, les familles arabes n'ont pas cultivé chez leurs filles l'esprit d'entreprise et l'aversion au risque, ce qui est essentiel pour la créativité et la créativité, l'adaptation à l'environnement et la saisie des opportunités (ABEDOU , BOUYAKOUB , & EL KAINA, 2019, pp. 100-101).

✓ **Facteurs éducationnels :**

La scolarité des filles, dans certaines régions les familles ne laissent pas leurs filles étudier loin de leur domicile en raison de l'éloignement et du mariage précoce. Conséquemment, l'analphabétisme s'intensifie dans les régions rurales (femme dépendantes) (ABEDOU , BOUYAKOUB , & EL KAINA, 2019, p. 101).

✓ **Facteurs juridiques :**

Les lois existantes restreignent la liberté des femmes de gérer et d'utiliser leurs biens, d'obtenir un crédit et d'avoir un passeport sans avoir besoin de l'autorisation d'un conjoint ou d'un tuteur, comme dans certains pays arabes. Le cadre juridique subit des changements majeurs (en utilisant l'Arabie saoudite et la Vision 2030 comme exemples) (ABEDOU , BOUYAKOUB , & EL KAINA, 2019, p. 101).

✓ **Facteurs politiques :**

Absence de politiques visant à promouvoir l'entrepreneuriat féminin et l'égalité des genres (ABEDOU , BOUYAKOUB , & EL KAINA, 2019, p. 101).

➤ **Facteurs reliés à la création d'entreprise :**

Faute de garanties, les banquiers ont un financement insuffisant pour les projets des femmes. Certains pays ont progressé (sous la tutelle du ministère de l'Unité et de la Condition féminine, comme c'est le cas en Algérie) dans le développement de programmes de microfinance spécifiquement destinés aux femmes pour éradiquer la pauvreté (ABEDOU , BOUYAKOUB , & EL KAINA, 2019, p. 101).

➤ **Facteurs reliés au développement de l'entreprise :**

La croissance du chiffre d'affaires, les lourdes responsabilités familiales ont entravé son évolution de carrière et le manque de fonds signifiait un manque d'opportunités attrayantes (ABEDOU , BOUYAKOUB , & EL KAINA, 2019, p. 101).

2.3 La contribution de la femme entrepreneure a la croissance économique :

Certains chercheurs veulent aujourd'hui prouver à quel point l'entrepreneuriat féminin est bon pour l'économie (RENAUD, 2006, p. 08). Au fil du temps, la contribution des femmes entrepreneurs à l'activité économique et à l'emploi n'a cessé d'augmenter. La proportion de femmes entrepreneurs et de leurs entreprises dans la population des entreprises a considérablement augmenté. Les femmes entrepreneures jouent non seulement un rôle important dans les industries dans lesquelles elles sont actives depuis longtemps, mais aussi dans des industries moins traditionnelles telles que la fabrication, la construction et le transport. Ils ont créé de nombreuses nouvelles entreprises et contribué au développement d'une série de services et de produits (AKONO & AKONO, 2018, p. 09).

La recherche montre que les femmes font face à certaines difficultés pour créer et maintenir des entreprises. Bien que la plupart de ces difficultés soient communes aux deux sexes, dans de nombreux cas, elles sont souvent plus évidentes pour les femmes entrepreneurs. Cette situation peut s'expliquer par une variété de facteurs, tels qu'un environnement commercial défavorable, le choix des types et des secteurs d'activité, le manque d'informations, le manque de contact et d'accès à Internet, la discrimination et les stéréotypes liés au genre, l'offre insuffisante de services de garde et des installations inappropriées, les difficultés à concilier obligations familiales et professionnelles ou différences de modes d'entrepreneuriat entre les femmes et les hommes (AKONO & AKONO, 2018, p. 10).

Accroître le rythme auquel les femmes créent de nouvelles entreprises est essentiel pour promouvoir l'innovation et l'emploi dans l'économie mondiale. Le Conseil européen de

Lisbonne a formulé une stratégie ambitieuse visant à faire de l'Europe « l'économie de la connaissance la plus compétitive et la plus dynamique au monde » en insistant sur la création d'un environnement propice aux start-ups. Les entreprises, en particulier les petites et moyennes entreprises (PME) (AKONO & AKONO, 2018, p. 10).

Pour atteindre cet objectif, il est nécessaire de développer l'entrepreneuriat féminin dans divers domaines, ce qui est non seulement vital pour l'économie, mais aussi vital pour la société. Par conséquent, il est nécessaire de formuler et de mettre en œuvre des politiques stratégiques pour promouvoir l'entrepreneuriat féminin afin d'aider les femmes entrepreneurs à créer et gérer leurs propres entreprises (AKONO & AKONO, 2018, p. 10).

D'un point de vue strictement économique, l'entrepreneuriat féminin est le moteur décisif d'un pays ou d'une région. Ils sont à l'origine de nombreux marchés de niche à fort potentiel (RENAUD, 2006, p. 08).

La liberté de mouvement des femmes entrepreneurs est souvent limitée par la difficulté d'accéder à des marchés rentables, qu'ils soient locaux, régionaux, nationaux ou internationaux, en partie à cause du manque d'informations, de capacités, de ressources de production, de qualité de la production, d'intégration des marchés et de technologies de l'information et de la communication. Les femmes sont également désavantagées par leur manque d'accès aux technologies modernes, notamment les technologies de l'information et de la communication qui leur permettent de regagner leurs capacités, d'améliorer la qualité de la production et d'élargir les marchés. Permettre aux femmes d'avoir accès aux opportunités du marché, à la technologie et aux secteurs en évolution les aidera à passer des secteurs avec des barrières à l'entrée plus faibles et des rendements plus faibles vers des secteurs avec un potentiel de croissance plus élevé, créant ainsi des emplois décents et qui peuvent être plus concurrentielles et durables (Organisation International de Travail OIT , 2017, p. 57).

L'existence d'un solide secteur des TIC peut aider les entreprises désireuses d'utiliser ces technologies, car la proximité de producteurs de TIC peut comporter des avantages pour le développement d'applications spécifiques des TIC. Elle peut aussi contribuer à créer les qualifications et les compétences nécessaires pour tirer parti de l'utilisation des TIC. Elle peut enfin se traduire par des essaimages, comme dans le cas de la Silicon Valley ou d'autres concentrations d'entreprises de haute technologie (COTIS , 2014, p. 28).

Les femmes contribuent directement et indirectement à la croissance économique et au développement. Très directement, par leur participation au marché du travail, ils favorisent la production, augmentant ainsi les revenus, l'épargne et les impôts au niveau des ménages et de la communauté, ainsi qu'au niveau national. L'ampleur de cette contribution dépend du nombre de femmes engagées dans un travail rémunéré, de leurs heures de travail et de leur productivité. Mais la productivité dépend de l'éducation, de la formation et de la santé (BLOOM, KUHN, & KLAUS, 2017, p. 52).

Les travaux universitaires ont confirmé l'importance de l'éducation, en particulier de l'éducation des femmes, pour la croissance. Les femmes instruites ont des emplois plus stables et des salaires plus élevés. La santé est également un facteur important, en particulier pour les femmes. Les personnes en bonne forme physique sont plus susceptibles de travailler à l'extérieur, d'avoir l'endurance et l'énergie nécessaires pour effectuer un travail physique et de travailler plus longtemps (BLOOM, KUHN, & KLAUS, 2017, pp. 52-53).

Les changements juridiques, institutionnels et culturels qui améliorent l'accès au capital, aux salaires et à la propriété soutiennent la contribution directe des femmes à l'économie grâce à leur participation au marché du travail (BLOOM, KUHN, & KLAUS, 2017, p. 53).

Les femmes soutiennent également l'économie par leur travail non rémunéré, notamment au sein de la famille. Lorsqu'ils ne se voient pas confier ce rôle par la société, ils emmènent leurs enfants et assument souvent la plupart de leurs responsabilités éducatives (BLOOM, KUHN, & KLAUS, 2017, p. 54).

Elles favorisent indirectement la croissance. Investir dans le capital humain féminin permet de changer progressivement la société en réduisant la fécondité. Pour des raisons économiques, les femmes qui peuvent gagner leur vie à l'étranger sont moins disposées à élever un grand nombre d'enfants. Les enquêtes montrent que les femmes sont généralement plus disposées à avoir moins d'enfants, mais recevoir une meilleure éducation et des femmes en meilleure santé peuvent être des outils efficaces pour le changement (AKONO & AKONO, 2018, p. 54).

3. Incubation : concept et processus

Parmi les composantes essentielles de l'écosystème entrepreneurial figurent en position les incubateurs et les pépinières d'entreprises, car ils jouent un rôle crucial dans

l'accompagnement entrepreneurial. Ils constituent le pont entre les entrepreneurs et l'environnement externe.

3.1 Définition de l'incubation et incubateur :

La création d'une entreprise innovante, en particulier dans le domaine de la création d'une offre technologique complexe, demande de s'appuyer sur des structures spécialisées. Les incubateurs, féminins ou mixtes, répondent à ce besoin spécifique car la phase de création est longue : elle nécessite des investissements importants et, souvent, de nouer des partenariats avec des laboratoires de recherche pour que votre offre voie le jour. Par ailleurs, les incubateurs s'inscrivent dans une logique de clusters et de pôles de compétitivité sur des territoires dédiés (LOARNE-LEMAIRE, CUPILLARD, RAHMOUNI BEMHIDA, NIKINA, & SHELTON, 2012, p. 197).

Le concept de l'incubateur comme lieu d'interaction entre les créateurs d'entreprise et ceux qui lui sont extérieurs, mais ancrés dans l'entreprise entrepreneuriale. C'est un endroit où les entrepreneurs, les conseillers en affaires et les professionnels externes peuvent se rencontrer et s'engager ; ainsi, les nouveaux propriétaires d'entreprises et ceux reconnus comme experts dans la formation et l'amélioration de la légitimité entrepreneuriale se positionnent à proximité (FLORIA, MONTERO, GODFREY, & ESTHER, 2018, p. 03).

Un incubateur d'entreprises est une structure d'accompagnement de projets de création d'entreprise. L'incubateur peut apporter un appui en termes d'hébergement, de conseil et de financement, lors des premières étapes de la vie de l'entreprise. À la différence d'une pépinière d'entreprises ou d'un hôtel d'entreprises, un incubateur s'adresse à des sociétés très jeunes ou encore en création, et leur propose un ensemble de services adaptés (LOARNE-LEMAIRE, CUPILLARD, RAHMOUNI BEMHIDA, NIKINA, & SHELTON, 2012, p. 197).

Selon la NBIA (National Business Incubation Association) L'incubation d'entreprises est un processus dynamique de développement d'entreprise. Les incubateurs soutiennent les start-ups et les aident à survivre et à se développer lorsqu'elles sont les plus vulnérables au cours de la période de démarrage. Il leur fournit une assistance pratique en matière de gestion, des canaux de financement et des services clés d'assistance commerciale ou technique soigneusement planifiés. Ils fournissent également aux start-ups des services de bureau partagés, des droits d'utilisation d'équipement, des baux flexibles et des espaces

extensibles, le tout sous un même toit (Rapport European Commission Entreprise, 2002, p. 05).

La réalité des incubateurs montre qu'ils présentent plusieurs particularités dont les plus importantes sont :

- Les pépinières d'entreprises peuvent être publiques, privées ou mixtes ;
- Conçu pour soutenir les petits projets, en particulier ceux qui n'impliquent pas un certain degré de créativité et de développement technologique.
- Soutenir les petits projets en fournissant un mécanisme de soutien intégré
- Apporter un soutien de durée limitée aux petits projets jusqu'à ce qu'ils soient transférés de l'incubateur lorsque le projet arrive à maturité.
- Certains incubateurs peuvent fournir des logements pour incuber de petits projets, et ils peuvent se contenter de soutenir les projets dans leurs emplacements.
- L'incubateur peut avoir un siège spatial ou peut fournir des services via Internet (SAOUDI & HIJAB , 2017, p. 102).

3.2 Les modèles d'incubation :

Depuis la création de la première pépinière d'entreprises, de nombreux changements ont eu lieu, d'une part en raison de leur rôle dans la création de nouvelles entreprises, et d'autre part en raison des mécanismes dont ils disposent pour réaliser le développement technologique. Initialement, la plupart des incubateurs étaient positionnés comme des outils publics pour la création d'emplois, le rajeunissement urbain et la commercialisation de l'innovation universitaire d'une part, et comme des organisations privées pour l'incubation de nouvelles entreprises à forte croissance d'autre part. Au fil du temps, les incubateurs doivent assumer un rôle de soutien au développement des start-up et fournir une large gamme de services. Parmi les différents modèles d'incubateurs nous retrouvons :

3.2.1 L'incubateur de développement économique local

Ce type d'incubateur est le plus ancien et le plus courant (Phillipe, GAYNOR, & BERNASCONI, 2002, p. 16). Par rapport à d'autres modèles, les incubateurs de développement économique local ont un éventail plus large de spécialités et de directions. Accorder plus d'attention au développement social et économique régional, plutôt qu'aux entreprises à croissance rapide et rentables dans une zone spécifique. En effet, en tant qu'incubateurs à but non lucratif, ils sont initiés par des acteurs de terrain, et leurs fonds

sont majoritairement publics ; de plus, ces incubateurs couvrent les zones rurales et urbaines. Le secteur immobilier implique généralement un investissement public important et est parfois soutenu par des plans nationaux ou locaux d'innovation, de création d'emplois et de développement économique. Leurs services de base sont la location d'espace et le partage de services administratifs afin de bénéficier d'économies d'échelle (MARCIL , 2013, p. 36).

3.2.2 L'incubateur universitaire ou scientifique

Les incubateurs universitaires sont généralement au cœur des stratégies d'innovation, en se concentrant sur les entreprises de haute technologie. L'objectif principal de la promotion des résultats de la recherche est leur objectif spécial. Le rôle des universités est de relier la recherche, la technologie, le capital et les connaissances professionnelles, et d'utiliser les talents d'entrepreneur pour accélérer le développement de nouvelles entreprises axées sur la technologie et accélérer la commercialisation de la technologie. Ce type d'accompagnement nécessite donc une attention plus particulière de la part des entrepreneurs (MARCIL , 2013, p. 37).

Derrière le projet, c'est parce qu'il a la valeur de l'entreprise. Ces structures sont généralement des incubateurs avant de créer une entreprise, elles participent donc à la phase de développement des idées de projets. Utiliser les locaux et les laboratoires des universités et autres institutions pour fournir des outils de haute technologie et des équipements professionnels (MARCIL , 2013, p. 37).

Par conséquent, le rôle de cet incubateur est de devenir le foyer et le lieu de transition pour le développement et l'innovation. Si elles apparaissent, ces innovations seront intégrées au sein de l'entreprise, ou développées dans une unité semi-autonome ou revendues à l'extérieur (Phillipe, GAYNOR, & BERNASCONI, 2002, p. 49).

3.2.3 L'incubateur propriété d'une firme :

Les incubateurs de grandes entreprises peuvent avoir des objectifs différents. Habituellement utilisés pour cultiver l'esprit d'entreprise des salariés, ils peuvent permettre aux grandes entreprises de fidéliser des salariés très talentueux, ils espèrent créer des affaires utiles pour la maison mère. Cela leur donne la liberté de développer des projets qu'ils chérissent. Le rôle de ce type incubateur est donc de devenir un lieu focal et transitoire pour développer des innovations. Si elles émergent, ces innovations seront alors

intégrées à l'intérieur de l'entreprise, ou développées dans des unités semi-autonomes ou revendues à l'extérieur (Phillipe, GAYNOR, & BERNASCONI, 2002, pp. 37-38).

3.2.4 Les incubateurs virtuels

Ils sont considérés comme la « deuxième génération » d'incubateurs et ne fournissent pas de lieux, mais apportent un soutien global à l'entreprise. Ils sont généralement parrainés par des universités ou des centres de recherche et se caractérisent par leur capacité à fonctionner à l'intérieur et à l'extérieur du mur (MARCIL, 2013, p. 39).

Il fournit du financement, du marketing, une gestion complète et un soutien technique, tous liés à l'accès au réseau d'affaires. Ils génèrent généralement des externalités entre les entreprises connectées via des réseaux informatiques et de télécommunications. La plupart des incubateurs virtuels sont axés sur la technologie et visent à transformer la recherche en produits commercialisables. La prestation de services de pré incubation et de post-incubation est considérée comme une évolution naturelle de ce modèle. Bien que le modèle d'incubateur d'entreprises offre un large éventail de possibilités, il est généralement admis que tout incubateur devrait avoir au moins ces caractéristiques (CARVALLHO & MOREIRA, 2012, p. 04).

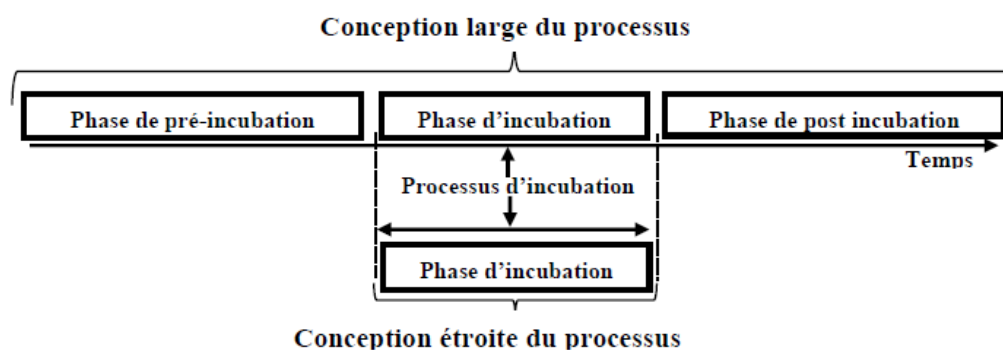
- Déterminer si l'entreprise répond aux procédures de sélection et aux critères d'accès soutenus par la pépinière d'entreprises ;
- L'équipe de direction est attentive au processus global de gestion de l'incubateur, y compris les services et les ressources fournis à l'entreprise cliente ;
- Le processus d'évaluation et les critères de sortie peuvent mesurer le développement de l'entreprise et déterminer un délai suffisant pour que l'incubateur quitte l'incubateur ;
- Le processus de performance de l'incubateur est défini par des indicateurs d'impact pertinents, tels que le taux de survie, les opportunités nettes d'emploi créées par l'entreprise, l'impact économique local et régional, etc... (CARVALLHO & MOREIRA, 2012, p. 04).

3.3 Les différents processus d'incubation :

(MASMOUDI, 2007) Dans ses travaux de recherche, il a affirmé qu'il n'y a pas de processus général d'incubation. Chaque structure d'incubation a sa propre logique d'intervention et son processus d'incubation. Cependant, il distingue deux concepts du processus d'incubation : le concept large et le concept étroit. D'une manière générale,

l'incubation est un processus continu qui dure de quelques mois à plusieurs années. Il se résume à trois étapes, à savoir la phase initiale de pré incubation, la phase d'incubation et la phase de post-incubation. Le concept étroit du processus d'incubation n'implique que l'étape d'incubation du porteur de projet. Par conséquent, la durée du processus dépend en grande partie de la maturité du projet d'entreprise incubé. Le processus d'incubation dans la conception étroite correspond à l'étape d'incubation dans la conception large du processus d'incubation.

Figure 3 Les différents phase de processus d'incubation



Source : (MASMOUDI, 2007, p. 118)

3.3.1 La phase de pré incubation :

En amont du processus de création, les organismes de sensibilisation, les unités de développement, les pré-incubateurs et les centres d'entrepreneuriat jouent un rôle important dans l'expérimentation des projets. À ce stade, ces organisations utilisent divers moyens de sensibilisation, tels que la sollicitation de projets, la participation à des événements régionaux, l'organisation de séminaires et de concours pour aider à la création d'entreprises. Aujourd'hui, les universités, les instituts de recherche, les écoles de management et les écoles d'ingénieurs s'impliquent de plus en plus dans la sensibilisation à l'entrepreneuriat (MASMOUDI, 2007, p. 120).

Lorsqu'une décision est prise de s'engager dans la préparation d'un business plan (qui soit fiable en termes de technologie et de gestion), une pré incubation est réalisée. Il permet de passer de l'idée à la définition d'un projet pleinement développé pour attirer les investisseurs (MASMOUDI, 2007, p. 121).

Selon l'auteur Gasse cité par (MASMOUDI, 2007, p. 126) dans sa thèse de doctorat la pré incubation est une période de conception et de préparation qui doit permettre au futur

entrepreneur de bien penser son projet, de réfléchir sur l'opportunité ou l'idée, de se questionner sur ce choix de carrière, de vérifier les réactions de ses proches, de se renseigner, prendre conseil, suivre des cours, monter un plan d'affaires, se trouver de l'aide, prendre des dispositions auprès de la famille... bref, de bien se conditionner avant de passer au processus de création.

Cependant, dans la méthode d'incubation anglo-saxonne, la pré incubation est un processus par lequel les porteurs créatifs explorent la demande du marché et le potentiel créatif commercial en louant des services pilotes ou des produits de l'entreprise (MASMOUDI, 2007, p. 127).

3.3.2 La phase d'incubation :

Une fois le projet intégré au système, le porteur de projet entre dans la phase d'incubation effective. A ce stade, la mission principale de l'incubateur est d'accompagner le porteur de projet dans la construction globale de son entreprise jusqu'à la création de son entreprise (MASMOUDI, 2007, p. 128).

L'étape d'incubation est le processus d'accompagnement le plus important dans le dispositif d'accompagnement à la création d'entreprise. À ce stade, Verstraet (2000) a souligné qu'il soutient « *correspondant au suivi du processus créatif en cours, en fournissant diverses ressources (matérielles et non matérielles) disponibles* » (MASMOUDI, 2007, p. 129).

Cette étape est un processus qui conduit à l'élaboration du business plan et à la création effective de l'entreprise. Il est également important d'augmenter les chances de réussite future de l'entreprise. En effet, dans un premier temps, le chef de projet (ou l'équipe) doit mener une série d'études avant de rédiger un business plan pour évaluer le marché, la faisabilité et la rentabilité de l'organisation (MASMOUDI, 2007, p. 130).

Le but de ces études est de trouver les informations nécessaires à l'élaboration d'un plan d'affaires. Le document comporte deux parties fondamentales : la planification stratégique et la planification opérationnelle (MASMOUDI, 2007, p. 130).

D'une part, la planification stratégique est une introduction à l'entreprise dans son ensemble (devis, parcours, clients, équipe, etc.) ; d'autre part, c'est la formalisation des objectifs stratégiques commerciaux, marketing et rentabilité. La planification opérationnelle décrit les moyens de marketing, de communication, les ressources matérielles et non matérielles

disponibles et toutes les ressources nécessaires pour atteindre les objectifs stratégiques (MASMOUDI, 2007, p. 130).

3.3.3 La phase de post incubation :

L'incubation post-entreprise est un processus d'accompagnement des entreprises en phase entrepreneuriale. Son objectif est d'accompagner les jeunes startups dans leurs premières opérations (commerciales, financières, comptables, administratives, etc.) et de les accompagner dans la levée des fonds nécessaires. Son rôle est de favoriser les start-ups par la mise en place de matériels (lowcosts) et de moyens immatériels (recommandations, expertise, planning), tandis que son objectif est de limiter les risques d'échec et d'assurer la pérennité de l'entreprise incubatrice (MASMOUDI, 2007, p. 135).

3.4 Les pratiques de l'incubation :

Il est possible de distinguer plusieurs phases consécutives dans le processus d'incubation des projets de création d'entreprise innovante : (BUSSILLET, LARETTE, DANI, & GIRAULT, 2006, p. 31).

3.4.1 Détection :

Le système d'incubation étant basé sur le couplage « établissement/incubateur », il appartient aux établissements d'enseignement supérieur et de recherche des membres de l'incubateur de détecter les projets « produits » de la recherche publique à travers ses services de valorisation. D'autre part, les incubateurs ont la responsabilité de s'assurer que d'autres types de projets sont testés, c'est-à-dire les projets « liés » à la recherche publique ou générés par la recherche privée, ainsi que les projets générés par l'aide concurrentielle nationale (BUSSILLET, LARETTE, DANI, & GIRAULT, 2006).

Concrètement, les incubateurs peuvent réaliser eux-mêmes des tests actifs dans des laboratoires publics et conclure des accords et/ou une coordination avec les services d'évaluation de l'entreprise. Dans tous les cas, l'incubateur, avec l'appui des services de développement, a réalisé des actions de sensibilisation/formation des chercheurs et étudiants en entrepreneuriat. Pour les projets hors recherche, la plupart des incubateurs ont mis en place un réseau régional de prescripteurs. Enfin, certaines entreprises se préparent ou recherchent déjà des entreprises susceptibles de se développer. Au final, il s'est avéré que seuls des tests "passifs" ont été effectués : les services d'évaluation et les incubateurs

se sont contentés de recevoir des candidatures d'incubation spontanées (BUSSILLET, LARETTE, DANI, & GIRAULT, 2006, p. 14).

3.4.2 La sélection :

Le mode de sélection d'un projet varie d'un incubateur à l'autre : la méthode et l'intensité de l'examen des dossiers de candidature par l'équipe de l'incubateur, le nombre et la composition des établissements impliqués dans la sélection des projets.

L'équipe de l'incubateur est généralement le premier « filtre » du projet candidat. Un ou plusieurs comités de sélection examinent les projets proposés par l'équipe et prennent la décision d'entrer dans l'incubation. Ces comités sont parfois chargés du suivi régulier du projet. Leurs membres peuvent être des universitaires (généralement des représentants des membres fondateurs), des institutions (incubateurs financeurs, etc.), des économistes (industriels ou participants au financement commercial).

On constate que depuis 2003, la plupart des incubateurs ont formalisé le processus de sélection. De plus, l'expérience acquise par l'équipe, l'appel à une expertise externe, voire les actions de projets matures/pré incubation (aide à la constitution de l'équipe, élaboration d'un business plan, etc.) ont fortement consolidé le processus de sélection (BUSSILLET, LARETTE, DANI, & GIRAULT, 2006, p. 15).

Trois problèmes principaux peuvent survenir à ce stade :

- Le comité de sélection se transforme en salle d'enregistrement des décisions de l'équipe.
- Prendre en charge le coût du projet de pré incubation sans l'accord préalable du comité de sélection ou du comité de sélection (attention : le coût de pré incubation n'est pas éligible aux subventions de l'Etat, il est donc financé par d'autres sources) ;
- Enfin, lorsque le flux de projets est faible, la sélectivité du comité diminue (BUSSILLET, LARETTE, DANI, & GIRAULT, 2006, p. 15).

3.4.3 Accompagnement :

La pratique des incubateurs dans l'accompagnement de projets s'est grandement améliorée et professionnalisée depuis 2003, notamment grâce à un phénomène d'apprentissage, ainsi que des retours d'expérience et des échanges entre incubateurs (BUSSILLET, LARETTE, DANI, & GIRAULT, 2006, p. 15).

La pratique des incubateurs dans l'accompagnement de projets s'est grandement améliorée et professionnalisée depuis 2003, notamment grâce à un phénomène d'apprentissage, ainsi que des retours d'expérience et des échanges entre incubateurs (BUSSILLET, LARETTE, DANI, & GIRAULT, 2006, pp. 15-16).

3.4.4 Le financement :

Le projet peut être hébergé en interne par l'incubateur, ou hébergé en externe sur le site supportant le laboratoire ou le partenaire économique de l'incubateur (BUSSILLET, LARETTE, DANI, & GIRAULT, 2006, p. 16). Le financement des entreprises est la plus grande valeur ajoutée des incubateurs. Elle doit favoriser et même « organiser » les circuits de financement des entreprises incubatrices. De plus, elle doit donner accès aux institutions financières et accompagner progressivement les incubateurs dans sa stratégie financière. Selon la nature du projet, les aides financières publiques et privées interviendront de différentes manières, ainsi l'incubateur met à disposition de son incubateur un catalogue d'informations sur toutes les aides, subventions et facilités financières aux niveaux local, national et international (MARCIL , 2013, pp. 104-105).

3.4.5 Réseautage :

Les gestionnaires de l'incubateur doivent évidemment inciter l'incubateur à recruter activement des clients, mais l'incubateur n'est pas une île, il doit au contraire chercher à améliorer les clusters industriels et créer de nouveaux clusters industriels. Synergie entre l'entreprise et le marché L'équipe d'incubation doit avoir des connaissances techniques, être attentive à la formation continue, et avoir une bonne capacité d'écoute, être prudente et être une aidante naturelle. De plus, certaines entreprises viendront chercher de la crédibilité sur le marché potentiel. En s'associant à des incubateurs, cette relation entre incubateurs et incubateurs peut être utilisée notamment sur le plan technique comme intermédiaire entre les deux mondes. C'est-à-dire les scientifiques et les entreprises. QIBC (2009) a rappelé qu'en raison de la communication extrêmement fluide, ce type de contact entre les institutions doit être maintenu (MARCIL , 2013, pp. 105-106).

3.4.6 post incubation :

Au départ du projet ou de l'entreprise, la mission de l'incubateur définie par le ministère prend fin, mais dans les faits, le lien entre l'entreprise sortante et l'incubateur ne s'arrête pas brutalement. Premièrement, l'incubateur doit être remboursé, ce qui nécessite de surveiller

l'avenir de l'entreprise. Ensuite, les entreprises demandent souvent conseil à l'équipe de l'incubateur de manière informelle, parfois même après avoir quitté l'incubateur pendant plus de trois ans (BUSSILLET, LARETTE, DANI, & GIRAULT, 2006, pp. 16-17).

Au départ du projet ou de l'entreprise, la mission de l'incubateur définie par le ministère prend fin, mais dans les faits, le lien entre l'entreprise sortante et l'incubateur ne s'arrête pas brutalement. Premièrement, l'incubateur doit être remboursé, ce qui nécessite de surveiller l'avenir de l'entreprise. Ensuite, les entreprises demandent souvent conseil à l'équipe de l'incubateur de manière informelle, parfois même après avoir quitté l'incubateur pendant plus de trois ans (BUSSILLET, LARETTE, DANI, & GIRAULT, 2006, p. 17).

4 : La contribution de l'incubateur dans l'entrepreneuriat féminin :

4.1 Les raisons d'incubée les femmes entrepreneures :

➤ L'incubation d'entreprises de femmes comme outil de promotion de l'écodéveloppement.

Women Business Incubation (WBI) est un outil pour créer une entreprise durable grâce au mentorat et au soutien continu aux femmes en plus de la formation, de la fourniture d'espace et de tous les services liés à toute incubation d'entreprise. De plus, l'incubation d'entreprises par les femmes est un moyen de créer des réseaux solides entre les femmes entrepreneures. Lorsqu'elles sont entre elles, les femmes entrepreneures se sentent plus à l'aise et en confiance ; elles deviennent plus ouvertes et disposées à partager leurs connaissances et leur expérience. Bien que les outils nécessaires à la réussite de l'incubation d'entreprises pour femmes ne soient pas très différents de ceux déjà utilisés dans l'incubation d'entreprises, l'approche générale doit être différente pour les femmes entrepreneures potentielles. Ce besoin est causé d'un côté par l'environnement. Pas dans toutes les régions positives envers les femmes entrepreneurs et où seules des barrières sociales ou juridiques relativement faibles existent, les femmes ont toujours la principale responsabilité de la famille. De plus, d'autres facteurs psychologiques empêchent les femmes de regarder par elles-mêmes (FIEDLER , DE LEON , & GASSAMA , 2010, p. 10).

➤ Les femmes entrepreneurs ont des exigences et des besoins spécifiques :

Dans de nombreuses sociétés, les femmes ne bénéficient pas des mêmes opportunités que les hommes. Des progrès ont été réalisés en matière d'éducation et de protection de la

santé, mais les opportunités politiques et économiques restent limitées pour les femmes. L'incubation d'entreprises par les femmes est nécessaire parce que les femmes ont des exigences différentes, elles ont également des priorités et des motivations différentes lorsqu'elles démarrent ou dirigent leur entreprise : les femmes ont besoin de réseaux spécifiques et/ou doivent être initiées aux réseaux existants ; ils préfèrent être encadrés par des femmes, de plus leur triple charge de travail (domicile, famille, entreprise) ne leur permet pas de travailler selon un horaire ordinaire, par conséquent, ils auront besoin de services différents. De plus, l'entrepreneuriat féminin doit être étudié séparément de celui des hommes pour deux raisons principales (FIEDLER , DE LEON , & GASSAMA , 2010, p. 11).

- ✓ L'entrepreneuriat féminin a été reconnu au cours de la dernière décennie comme une importante source inexploitée de croissance économique,
- ✓ Le thème de l'entrepreneuriat féminin a été largement négligé tant dans la société en général que dans les sciences sociales.

Les femmes entrepreneurs créent de nouveaux emplois pour elles-mêmes et pour les autres et elles fournissent également à la société différentes solutions aux problèmes de gestion, d'organisation et d'entreprise ainsi qu'à l'exploitation de nouvelles opportunités entrepreneuriales. Cependant, ils représentent encore une minorité de tous les entrepreneurs. Ainsi, il existe une défaillance du marché discriminant la possibilité pour les femmes de devenir entrepreneures et leur possibilité de devenir des entrepreneurs prospères. Cette défaillance du marché doit être corrigée par les décideurs politiques afin que le potentiel économique de ce groupe puisse être pleinement utilisé (FIEDLER , DE LEON , & GASSAMA , 2010, p. 11).

4.2 Incubation d'entreprise et développement de la femme entrepreneure :

L'incubation d'entreprises est cruciale pour le développement des entreprises des femmes entrepreneures. Les pépinières d'entreprises offrent idéalement aux femmes entrepreneures, ainsi qu'à tous les entrepreneurs, des locaux de travail, des conseils techniques et un accès à l'information via des installations TIC, un soutien financier par le biais de prêts, ainsi que d'autres services de développement d'entreprise sur demande afin de permettre un

démarrage, une croissance, la compétitivité et la durabilité des entreprises Les femmes entrepreneurs pourraient grandement bénéficier de ces services car elles peuvent développer des compétences pour commercialiser leurs produits en identifiant des clients potentiels et les inciter à acheter leurs produits (FLORIA, MONTERO, GODFREY, & ESTHER, 2018, pp. 3-4).

L'incubation d'entreprises permet également aux femmes entrepreneurs d'identifier des clients potentiels et de nouveaux marchés où elles pourraient vendre leurs produits à des prix élevés (FLORIA, MONTERO, GODFREY, & ESTHER, 2018, p. 4).

Les informations marketing permettent aux femmes entrepreneurs de prendre une décision éclairée quant au lieu et au moment de vendre et à quel prix, en fonction de la demande du marché. En outre, les incubateurs d'entreprises sont destinés à fournir aux femmes entrepreneurs des infrastructures telles qu'un espace de travail flexible et abordable ainsi que des services de bureau partagés (FLORIA, MONTERO, GODFREY, & ESTHER, 2018, p. 4).

De plus, les incubateurs d'entreprises offrent des services de formation aux femmes entrepreneurs pour le renforcement des capacités. La formation pourrait permettre aux femmes entrepreneurs d'acquérir des compétences pertinentes pour la production, l'emballage et la commercialisation de leur entreprise. Les programmes de formation personnalisés pour le développement des compétences sont le service le plus important pour le démarrage et le développement des entreprises (FLORIA, MONTERO, GODFREY, & ESTHER, 2018, p. 4).

CHAPITRE 2 :

CADRE MÉTHODOLOGIQUE

Section 1 : Contexte organisationnel

1 Présentation de THE ANNEX DZ :

THE ANNEX DZ est un espace de Coworking et Incubateur de start-ups installé à Alger. Il est sur le marché Algérien depuis Avril 2019 ils est son actif dans de deux (2) espaces de Coworking depuis cette date, un au niveau de Dar El Beida et l'autre au niveau de Sidi Yahia. C'est une entreprise unipersonnelle à responsabilité limitée (EURL) qui emploie une équipe de six (6) personnes. Plus qu'un espace de Coworking THE ANNEX DZ ne regroupe pas moins de quatre-vingts (80) sociétés et start-ups mais aussi des freelance et professionnels. Plusieurs profils se côtoient, ce qui permet à certains débutants ou expérimentés de créer un réseau professionnel conséquent.

Tableau 2: La bibliographie de THE ANNEX DZ.

Nom de l'espace	THE ANNEX DZ
Marque commerciale	
Date de l'activité	Avril 2019
Forme juridique	EURL
Siege social	12 Chem. Sidi Yahia, Bir Mourad Raïs 16000
Site	https://theannexdz.net/

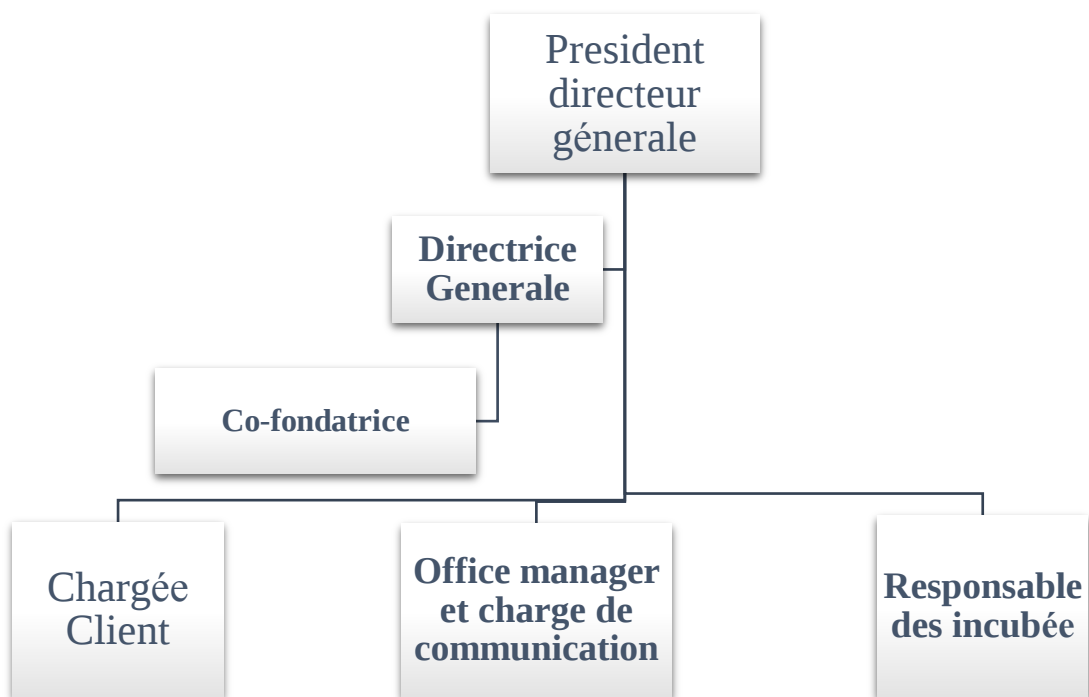
Source : Etablie par nous-même d'après les données de l'organisme d'accueil

THE ANNEX DZ a pour ambition d'aller plus loin que la simple création d'espaces de travail partagés, mais plutôt vers la création d'une communauté. Un lieu dans lequel, tout un chacun peut affirmer son identité, tout en faisant partie d'un groupe. Un lieu dans lequel la réussite se définit par l'accomplissement personnel et non plus par les seuls résultats financiers.

THE ANNEX DZ a également pour but de contribuer au renforcement des dispositifs d'accompagnement des entrepreneurs sociaux en Algérie, pour cela il offre une large gamme de services qui leur permet de se différencier de la concurrence.

2. Organigramme de THE ANNEX DZ :

Figure 4: Organigramme de THE ANNEX DZ

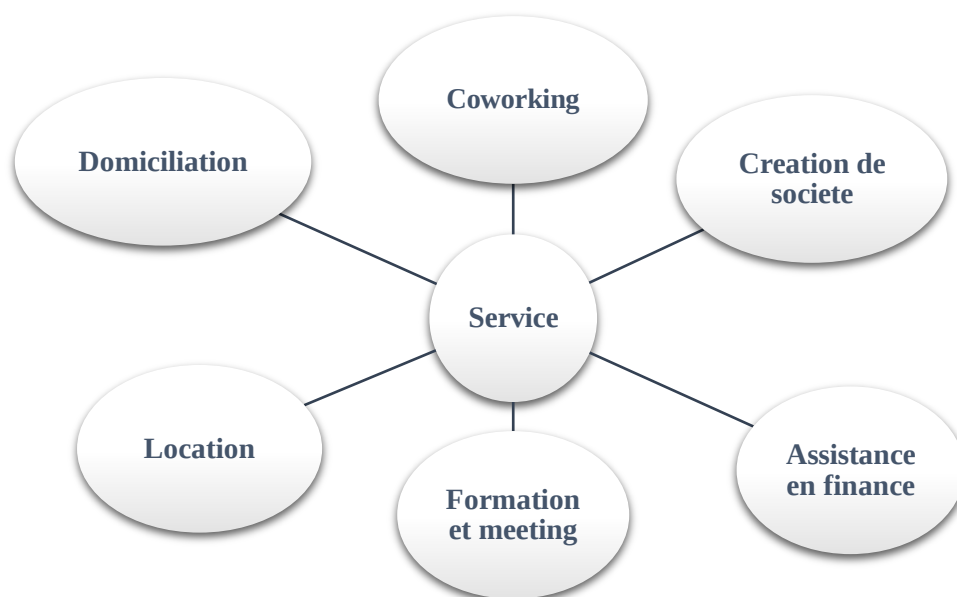


Source : Etablie par nous-même d'après les données de l'organisme d'accueil

2.3 Les services de THE ANNEX DZ :

THE ANNEX DZ propose différents services notamment du Coworking en espace ouvert et au-delà d'être seulement un espace de travail en commun, il s'engage également à fournir une adresse à travers un pack de domiciliation qu'il propose, accompagnés de toutes les commodités essentielles à l'épanouissement aussi bien professionnelle que personnel de leur client. D'autres services aux entreprises y sont proposés figurer dans le schéma suivant :

Figure 5: Les services de THE ANNEX DZ



Source : Elaborer par nous-même (THE ANNEX DZ, 2021)

➤ **Coworking :**

Chez THE ANNEXE DZ, les options d'espace de travail personnalisées peuvent être adaptées à tous les besoins professionnels. C'est une excellente option pour les Freelancer et les start-uppeurs avec des horaires flexibles qui recherchent un espace de travail abordable. Les bureaux de Coworking sont livrés avec Internet haut débit, des services d'impression et plus encore (THE ANNEX DZ, 2021).

➤ **Domiciliation :**

La domiciliation d'entreprise est la première étape de la création du projet professionnel. Disposer d'un siège social compte parmi les obligations qui incombent à un entrepreneur, qu'il s'agisse d'une société ou d'un entrepreneur individuel. L'adresse administrative figure inévitablement sur l'ensemble des documents officiels et commerciaux (THE ANNEX DZ, 2021).

➤ **Création de société :**

Les démarches de création d'entreprise sont généralement assez longues, environ un mois au minimum. Avec son service de création de société THE ANNEX DZ se charge de toutes les démarches administratives. Il déplace les porteurs de projet chez le notaire ainsi qu'au niveau des administrations (CNRC, Direction des impôts, ONS, etc. Et délivre la société clé en main (THE ANNEX DZ, 2021).

➤ **Location :**

THE ANNEXE DZ est propice au travail et à l'esprit d'entreprise et nos salles de réunion sont des endroits parfaits pour que cette ambiance vous envahisse. Comme pour tous les espaces de travail, cette option comprend une gamme complète d'avantages et d'équipements (THE ANNEX DZ, 2021).

➤ **Formation et meeting :**

THE ANNEX DZ organise des événements, formations collectives et coaching individuels animés par des Experts dans divers domaines accessibles au grand public. De même que des workshops et conférences dans des thématiques spécifiques, Telles que :

- ✓ TIC ;
- ✓ Marketing et communication ;
- ✓ Finances ;
- ✓ Market research ;
- ✓ Business plan et BMC ;
- ✓ Gestion et Management de projet.

➤ **Assistance en finance :**

Une assistance en finance & comptabilité, il mette à disposition de leur clientèle les meilleurs experts dans les domaines de la finance, les banques, et la comptabilité.

Comme indiqué, THE ANNEX DZ est bien plus qu'un espace de Coworking, il offre des opportunités à travers son incubateur WOMWORK BY THE ANNEX DZ qui permettra à plusieurs projets de se développer.

Le WOMWORK correspond au premier incubateur algérien féminin, il s'agit d'une structure d'accompagnement qui offre une méthode, des outils, des connaissances, une culture et un réseau pour réussir son aventure entrepreneuriale. De l'intuition à la création d'une entreprise et ses premiers financements, le WOMWORK est là pour favoriser la réussite des projets.

Il met à disposition des personnes incubées une équipe d'experts professionnels du monde de l'entreprise pour les accompagner tout au long de la conception de leur projet et ce dans différents domaines, ainsi qu'un lieu où ils pourront évoluer.

THE ANNEX DZ, qui est un réseau labellisé et géo localisé d'espaces de travail animés chez des partenaires : hôtels, aéroports... etc. qui a pour concept d'accueillir des hommes d'affaires, Freelancer...etc. dans un environnement de qualité à travers leur plateforme numérique THE ANNEX DZ, ils auront accès à une connexion wifi sécurisée ainsi qu'à l'ensemble de leurs services.

Comme indiqué THE ANNEX DZ est bien plus qu'un espace de Coworking, il offre des opportunités à travers son incubateur WOMWORK BY THE ANNEX DZ qui permettra à plusieurs projets de se développer.

3. Les concurrents :

La réussite de THE ANNEX DZ passe par la singularité que lui reconnaissent ses clients. Se différencier de la concurrence est dès lors essentiel pour s'imposer sur le marché, et pour prendre l'ascendant sur les autres acteurs de leur secteur, il est nécessaire de faire une analyse concurrentielle pertinente.

Parmi leurs principaux concurrents, nous retrouvons figurer dans ce schéma :

Figure 6: Les concurrents de THE ANNEX DZ



Source : Elaborer par nous même

3.1 SYLABS :

SYLABS est un hub d'entrepreneuriat et de technologie situé au cœur d'Alger. Fondé fin 2015, SYLABS correspond à l'un des premiers espaces de Coworking installé en Algérie qui œuvre pour l'inclusion des initiatives entrepreneuriales, notamment jeunes, dans le paysage économique algérien, en pleine mutation.

Afin d'atteindre cet objectif, SYLABS s'est construit un plan d'activités visant à :

- Soutenir l'entrepreneuriat dans toutes ses formes : en proposant un large panel d'outils, de conseils, d'accompagnement personnalisé et de mise en relation d'affaires à tous ceux qui souhaitent lancer ou développer leurs activités.
- Développer l'écosystème : en agissant directement auprès des décideurs publics et privés afin de faire entendre la voix des entrepreneurs et contribuer à la création d'un environnement propice aux affaires.

SYLABS offre différentes formules de Coworking avec possibilité de domiciliation, ainsi qu'un espace de formation. Il prend également en charge la gestion et l'organisation d'événements, conférences et séminaires

3.2 CAPCOWORK

Situé à Sidi Yahia, il correspond à l'espace de Coworking le plus proche de THE ANNEXDZ, il se présente comme étant un incubateur de projets spécialisé dans le conseil et l'accélération de talents. Il regroupe tout un écosystème d'entreprises sous un même toit et dispose d'une diversité de programmes et services pour tous types d'entreprises et de projets.

Il offre différentes formules de Coworking sans possibilité de domiciliation, leur incubateur propose du Coworking, networking, un accompagnement qui leur permet de structurer l'idée des porteurs de projet ainsi que d'élaborer un plan d'affaires, des formations, du monitoring et coachings qui les aide dans la Gestion administrative, une aide dans la gestion de la comptabilité, des ressources humaines et également dans le développement des affaires, la mise en place de Stratégies d'entreprise et marketing mais aussi l'apprentissage de Techniques de vente.

3.3 THE ADDRESS

Situé également à Sidi Yahia, THE ADDRESS est un espace de travail où les professionnels indépendants, trouvent les outils et équipements dont ils ont besoin pour avoir leur bureau en mobilité. Il permet aussi de bénéficier d'activités et d'événements.

THE ADDRESS propose des formules de Coworking également sous différentes formules avec possibilité de domiciliation ainsi que la location de salles de réunion. Il offre également un service de création de société mais aussi une assistance administrative. Cependant THE ADDRESS ne propose pas d'incubation de projet au sein de son espace.

3.4 LA BULLE SPACE :

Bubble Algérie a développé le concept La Bulle qui permet de réunir différents talents et énergies créatrices autour de valeurs communes afin que chacun puisse réaliser ses projets. La Bulle est un espace collaboratif où se mêlent toutes sortes de compétences, prêtes à interagir ensemble dans un objectif commun d'évolution. La bulle propose du Co Learning, ce sont des événements d'apprentissage et de développement de compétences personnelles et professionnelles. Différents thèmes y sont abordés. Plusieurs formats ont été pensés pour optimiser un apprentissage de qualité à travers l'intervention d'experts, il propose aussi du Coworking sous différentes formules avec possibilité de domiciliation ainsi la location de salles de réunion Il est à noter qu'il existe d'autres espaces de travail ceux qui ont été cités sont considérés comme étant les plus concurrentielles.

Section 2 : Cadre méthodologique

1. La démarche méthodologique :

L'objectif de ce travail de recherche est d'étudier « comment l'incubateur WOMWORK BY THE ANNEX DZ contribue au développement de l'entrepreneuriat féminin » et aussi étudier est ce que la femme incubée dans le WOMWORK est entrain de bénéficier pour réaliser leurs projets.

Pour répondre à cette problématique de recherche, nous avons opté une approche méthodologique qualitative exploratoire qui se base sur les sources suivantes (Observations, Documentation de l'entreprise ouvrage et articles scientifique, Entretiens) qui est désormais la plus appropriées et la plus adéquate. Elle nous a permis également de mieux présenter les différentes notions liées à notre sujet dans la partie théorique. Cette approche méthodologique adoptée s'articule sur les travaux de (FLORIA, MONTERO, GODFREY, & ESTHER, 2018)et selon le modèle LACASSE.

Selon (Saidatou, 2019, p. 113) La méthode qualitative « *est la génération ou la découverte inductive des théories à partir des données empiriques et elle est particulièrement puissante en tant que source de théorie enracinée, théorie générée de manière inductive à partir du travail sur le terrain, c'est-à-dire théorie qui émerge des observations du chercheur et des interviews dans le monde réel plutôt que dans le laboratoire ou à l'université ou le monde universitaire* ».

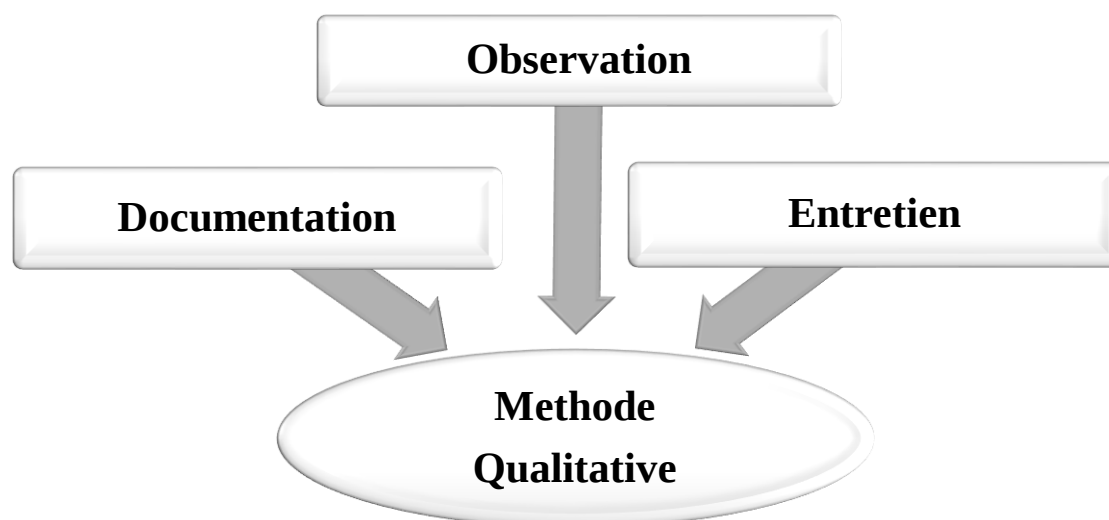
La raison de choisir cette approche qualitative est de bien approfondir dans notre étude et de bien générer beaucoup plus d'informations qui nous aiderons à bien apporter une meilleure description de la réalité en se basant sur les propos et les comportements des acteurs interrogés sur le terrain et assurer une compréhension du contexte réel.

2. Instrument de collecte de données :

(Saidatou, 2019, p. 183) « *Dans les études qualitatives, il existe quatre principales sources de données : le questionnaire, l'observation (participative ou non), le guide d'entrevue et les sources documentaires (archives ainsi que tout autre document utile et accessible)* ».

Pour bien et pouvoir réaliser notre travail de recherche nous avons opté sur les trois instruments suivants figurer dans le schéma suivant :

Figure 7: Outils de collecte de données



Source : Elaborer par nous-même d'après les informations de (Saidatou, 2019).

2.1 Consultation documentaire :

Plusieurs documents ont été consultés pour mieux refléter les principales idées et orientations de notre sujet de recherche.

➤ Documentation externe :

Pour beaucoup mieux comprendre notre travail, nous avons commencé par une recherche bibliographique qui nous a permis de bien cerner et enrichir notre travail théorique par la consultation de plusieurs articles dans plusieurs bibliothèques et plateforme numérique tel que SCRIBD, ASJP, SNDL, CREAD, Google Scholar, et ainsi pour la rédaction de la revue littérature. De plus, nous avons eu recours à plusieurs ouvrages au sein de la bibliothèque de notre école ENSM, et aussi les articles qui sont au sein de la salle périodique, le guide méthodologique fournit par l'école afin de bien structurer et élaborer notre mémoire de fin d'étude.

➤ Documentation interne :

Le fait de faire partie de la famille de l'espace de coworking THE ANNEX DZ nous a facilité l'accès à la documentation interne de l'espace et aussi l'accès au Workspace Gmail

de l'incubateur WOMWORK et THE ANNEX DZ qui nous a permis de décrire et présenter l'espace THE ANNEX DZ et avoir les informations nécessaires des différentes fonctions de responsable et l'organisation interne de l'unité d'analyse et aussi rédiger notre côté pratique à l'utilisation des document et publication quel que soit écrite ou bien sous forme de vidéo.

Tous les documents que nous avons utilisés pour réaliser le présent travail sont mentionnés dans la bibliographie.

2.2 Observation :

Dans le but d'interpréter et de mieux percevoir la situation de l'organisme d'accueil et son environnement nous avons opté à un autre instrument de la recherche qualitative, à savoir l'observation.

Selon (GASPARD, 2019) « *L'observation non participante exclut l'enquêteur du cadre social étudié. Il n'est pas vu par le/les individu(s) observé(s) et peut avoir recours à des images vidéo* ».

Dans notre cas, l'observation était présente durant toute la période du stage dans l'espace de coworking THE ANNEX DZ. Elle nous a permis de bien comprendre le déroulement des différentes activités de l'espace de coworking et cela d'après les visites qu'on a faites avec notre tutrice et qui nous a permis de confirmer les informations recueillies.

2.3 Entretien :

L'entretien est un autre outil que nous avons utilisé pour la collecte des données pendant notre stage pratique.

Nous avons mené un entretien auprès des femmes entrepreneures incubée auprès de WOMWORK au niveau de l'espace THE ANNEX DZ à travers l'élaboration d'un entretien regroupant une série de questions relatives à notre étude, l'enquête de terrain qui a principalement pour objectif de cerner les pratiques et d'en matière de savoir est ce que les femmes entrepreneures interrogées sont entrain de bénéficier des services de l'incubateur et qu'elles réalisent leurs propres projets.

Ces entretiens se sont concentrés sur l'identification des facteurs, à la fois structurels et individuels, qui affectent la participation des femmes aux programmes de l'incubateur et à déterminer les pratiques réussies que le programme de WOMWORK peut entreprendre

pour mieux recruter et soutenir les femmes entrepreneures. Les entrevues individuelles ont été adaptées au contexte du sujet de l'entrevue et se sont appuyées sur les principales constatations soulevées au cours de l'entrevue.

Selon « une interaction verbale entre des personnes qui s'engagent volontairement dans pareille relation afin de partager un savoir d'expertise, et ce, pour mieux dégager conjointement une compréhension d'un phénomène d'intérêt pour les personnes en présence » (Saidatou, 2019, pp. 183-184).

Dans le cadre de notre étude nous avons mené des entretiens individuels semi-directifs ont été faits avec les femmes entrepreneures porteuses de projets incubées au sein de l'organisme d'accueil WOMWORK BY THE ANNEX DZ.

Notre guide d'entretien a pour objectif de générer diverses informations sur les femmes entrepreneures incubées à WOMWORK BY THE ANNEX DZ, nous avons élaboré un guide de 12 questions réparties sur 03 thématiques que sont : **(Voir l'ANNEX B)**

Première thématique : Le profil socio-professionnel des femmes entrepreneures

Deuxième thématique : L'écosystème entrepreneurial – L'entrepreneuriat Féminin

Troisième thématique : le rôle de l'incubateur dans la promotion de l'entrepreneuriat féminin.

Nous avons commencé notre entretien par une brève présentation personnelle : Nom, Prénom, Diplôme préparé, le thème de la thèse, l'objet de rencontre, les considérations éthiques (Anonymat, Confidentialité...) afin de mettre les interviewés en confiance.

Vu la situation actuelle vécue dans le monde entier, le déroulement des entretiens a été complexe pour nous j'étais obligé de les effectuer à distance (par mail, téléphone, ZOOM), et tout cela est fait après avoir convaincu les interlocuteurs que ce travail est nécessaire dans le processus de recherche et qu'aucune autre partie n'en bénéficiera, et que les informations obtenues sont soumises à la confidentialité.

Avant de faire les entretiens, nous avons demandé l'autorisation d'enregistrement de la conversation et nous avons bien évidemment respecté la décision des responsables qui ont refusé. L'objectif de l'enregistrement était de recueillir l'ensemble de conversation qui permet d'alléger le travail de prise de notes.

3. L'échantillon de recherche :

L'étude de recherche menée porte sur un échantillon de quatre femmes créatrices d'entreprises dans le cadre de l'incubateur WOMWORK BY THE ANNEX DZ.

La constitution de notre échantillon a été faite sur la base d'une liste limitée mise à notre disposition par l'organisme d'accueil, et le choix a été effectué d'une manière aléatoire.

A présent, nous résumons l'ensemble des informations collectées lors des entretiens réalisés auprès des femmes incubées porteuses de projet en fonction de leur disponibilité et le temps écoulé.

Tableau 3: Les informations liées au interviewées

Interviewées	Nom des Projets	Date	Durée d'entretien
M ^{me} R.H	BH Advisory	26/07/2021	22min 33 secondes.
M ^{me} . B. F	N'BOOKINI	17/08/2021	37 min et 21 secondes.
M ^{me} D. N	Les Gants intelligent	18/08/2021	44 min et 50 secondes.
M ^{me} B. I	MED'WAK	19/08/2021.	30 min et 58 secondes.

Source : élaborer par nous même

Ses interviewées sont choisis car, elles sont les mieux placées pour nous aider dans notre démarche.

4.L'analyse des donnés qualitative :

Les données recueillies dans le cadre d'une recherche qualitative sont souvent sous forme narrative, sous forme de discours. C'est notamment le cas de la transcription des entrevues ou des notes d'observation participante ou non participante. C'est aussi le cas de données documentaires. Par conséquent, ces données sont généralement analysées de la grille d'analyse voire **ANNEX(C)** et le modèle Lacasse cité dans notre revue littérature et aussi d'après notre cadre conceptuel.

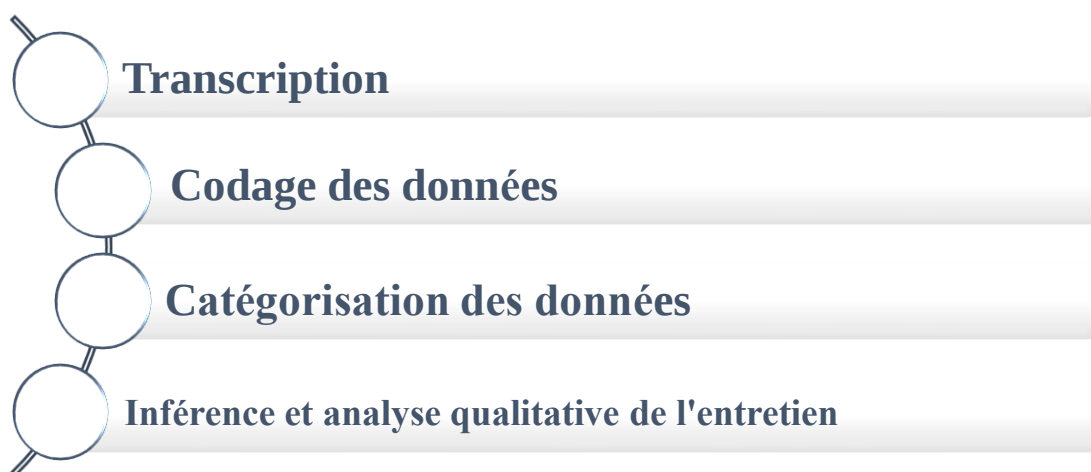
Dans notre étude de recherche, nous avons choisi un **traitement sémantique** pour traiter nos données, car l'interprétation des informations acquises se fait manuellement sans

l'utilisation de logiciel informatique. Cette méthode nécessite une bonne compréhension des idées et des réponses fournies par l'enquêté.

Quand on dit analyse de contenu on pense méthode, code et classement. Quatre étapes sont nécessaires pour mener à bien l'analyse thématique de contenu :

- La retranscription pour la lecture du document à analyser qui va être faite de façon exhaustive
- Le codage pour la mise en évidence des sous-thèmes abordés
- La catégorisation pour l'organisation des thèmes qui vont surgir et leur classement
- L'inférence pour l'analyse interprétative des données (HOUBRE & KIVITS, 2021).

Figure 8: Analyse des données d'entretien qualitative



Source : Elaborer par nous-même d'après les données de (HOUBRE & KIVITS, 2021)

4.1 La transcription :

Dans un premier temps, nous avons réécrit fidèlement les entretiens, nous avons retranscrit littéralement tous les entretiens effectués avec les femmes entrepreneures sous forme de texte mot à mot.

4.2 Le codage :

Dans le cadre de notre analyse de contenu, c'est habituellement le sous thème qu'on a choisi en tant qu'unité d'enregistrement. Il correspond donc à un découpage sémantique.

4.3 Catégorisation :

Cette étape nous a facilité l'analyse et l'interprétation. La catégorisation est une opération de classification des sous-thèmes par regroupement en thèmes (HOUBRE & KIVITS, 2021).

4.4 Inférence et analyse qualitative de l'entretien :

Arrivé à ce stade de l'analyse, nous avons essentiellement s'agir d'approfondir l'analyse de résultats en sortant d'une logique comptable pour interroger davantage le sens des entretiens réalisés.

CHAPITRE 3:

RÉSULTAT ET DISCUSSION

Section 1 : présentation résultats

1. L'analyse de contenu « Vidéo » :

D'après l'analyse du vidéo qui était diffuser sur le réseau Facebook qui porte essentiellement d'un entretien sur l'incubateur WOMWORK qui a été réalisé avec la directrice générale WOMWORK « Sarah AIT HAMOU » et la journaliste de CANAL ALGÉRIE dans une émission « Bonjour l'Algérie » dont nous avons recueillies les informations sur le WOMWORK et ces différents services fournis aux femmes algériennes et le feedback de tous les femmes entrepreneurs incubées et comment se déroule le programme et le processus d'incubation au sein de l'incubateur WOMWORK et tous les partenaires et investisseurs qui aident les femmes à financer leur projet et en dernier le rôle que l'incubateur WOMWORK BY THE ANNEX DZ joue dans la promotion de l'entrepreneuriat féminin en Algérie.

1.1 Analyse de l'Incubateur WOMWORK :

L'incubateur Annex Dz se démarque en fournissant des services d'incubation WOMWORK sans précédent en Algérie et en Afrique. Il touche principalement les femmes, principalement des groupes de femmes ou des projets menés par des hommes, dans le but d'améliorer les femmes et leurs conditions de vie.

Plus qu'un simple projet, il s'agit bien d'une mission qui permet à l'équipe d'Annex Dz de se sentir engagée, une mission qui vise à générer un impact social, culturel et économique. En effet, la mission principale de l'incubateur est de promouvoir, encourager, soutenir et réaliser l'entrepreneuriat féminin à travers des projets majoritairement portés par des femmes, afin de créer des opportunités d'emploi pour les femmes. Il s'agit donc d'aider au développement et au financement de ces projets pour qu'ils voient le jour et grandissent, c'est l'aspect économique.

Pour la dimension humaine et sociale, cela consiste aussi à aider les femmes à accéder à leur plein potentiel et à en faire profiter la société toute entière, car le travail des femmes représente véritablement un cadeau pour la société, c'est ce que l'on appelle l'empowerment féminin.

Par ailleurs, le programme WOMWORK a pour but de changer la donne en ce qui concerne la sous-représentation des femmes dans le monde de l'entrepreneuriat et davantage dans le récent marché des start-ups représenté par l'innovation à l'exemple du digital, le

numérique, la fintech, etc..., et ainsi éradiquer l'inégalité hommes-femmes dans le monde du digital et du numérique.

« THE ANNEX DZ c'est la source de WOMWORK c'est ça que la nomination est WOMWORK BY THE ANNEX DZ c'est un espace de coworking qui propose différents services aux entreprises et domiciliation, coworking et des accompagnements et au fil du temps ont rencontré des femmes qui ont plusieurs problèmes au niveau de créations d'entreprise, de leur business plan, structure d'entreprise et leur projet au niveau du financement, du coaching en ce moment-là est venue l'incubateur WOMWORK et aussi on a eu des exemples de femmes qui ont entrepris qui en plus de valeur et à notre rôle moi et ma collaboratrice d'aider ces femmes » (AIT HAMOU, 2020).

De nombreux experts, aussi bien en Algérie, qu'au niveau international, comme certains membres de la diaspora algérienne en France, au Canada, en Suisse etc., font profiter au WOMWORK de leur expertise via un partage d'expérience et de compétences à distance ou en présentiel profitant directement à leurs porteurs de projet.

1.2 Les services fournis par l'incubateur :

D'après l'interview avec la directrice générale Sarah AIT HAMOU et les informations accueillies au sein de l'espace l'objectif du programme est d'apporter l'ensemble des outils nécessaires au bon déroulement du projet et au développement d'une posture entrepreneuriale. Cela consiste à passer d'un pool d'idées potentiellement bonnes, à un concept robuste qui va rencontrer un marché. Les projets incubés chez The Annex Dz bénéficieront d'un accompagnement stratégique et sur-mesure pendant un an. Pour cela le WOMWORK met à disposition de ses incubées les structures suivantes :

1.2.1 Les services administratifs :

- Réception d'appels téléphoniques et de fax
- Consommation d'eau, de gaz, d'internet et d'électricité
- Apporter un soutien en termes de fournitures en fournissant du matériel de bureau et des supports informatiques.

1.2.2 Les services d'accompagnement :

- Une équipe pour accompagner : Méthodologie pour atteindre l'objectif final, recherche de financement, mise en réseau avec l'écosystème ...etc.

- Un lieu pour travailler : Mise à la disposition de l'espace de Coworking 24/24 et 7 jours sur 7, ce qui permettra l'échange avec le reste des startups et porteurs d'idées ;
- Des experts professionnels du monde de l'entreprise pour un soutien et du coaching dans différentes thématiques ;
- Des événements pour élargir le réseau par le biais d'afterwork, réunions et salons ...etc.
- Des approches entrepreneuriales probantes: Lean start-up, business model new generation, growth hacking, inbound marketing, effectuation Etc.

1.2.3 Les services financières :

- L'étude financière
- Avoir des fonds financiers à l'aide des investisseurs

1.2.4 Les services de marketing :

- La publicité
- Organisations d'expositions locales nationales et internationales.

« Nous proposons différents services au niveau de notre incubateur le premier service est l'accompagnement au long du cycle d'incubation par des séances de coaching dans différents domaines, le programme est basé sur différents modules qui touchent à tous les modules de l'entrepreneuriat commençant de comment construire une posture entrepreneuriale, comment savoir choisir son statut juridique, comment créer sa startup (le business plan, défendre son projet, prendre la parole, construire son plan marketing et construire son plan marketing...) et prototyper le projet et surtout travailler plus sur l'aspect psychologique (comment avoir confiance en soi et de ne pas avoir peur) et aller chercher des investisseurs » (AIT HAMOU , 2020).

1.3 Elaboration du programme :

Le programme s'appuie sur des contenus variés : il s'est d'abord développé à travers un grand nombre de webinaires créés lors d'événements organisés par différents partenaires (tels que RALIAI ou Africa'innov), et il a été également assuré par l'obtention de partenaires (tels que Africannov) Développé pour la formation à l'incubation. Offrir 50 heures de formation pour WOMWORK. De même, l'équipe responsable de l'incubateur s'appuie également sur ses propres connaissances professionnelles et contributions d'experts en communication, finance et financement, stratégie entrepreneuriale, opérations de démarrage d'entreprise, leadership et gestion. Il s'appuie également sur les contributions

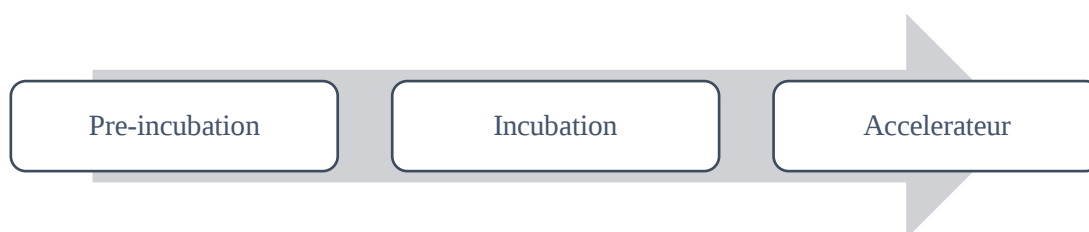
substantielles des coachs (coachs d'affaires, coachs spécialisés en entrepreneuriat) pour apporter leur propre contenu et l'utiliser pour leurs porteurs de projets.

Enfin, de nombreux experts en Algérie et à l'international, comme certains membres de la diaspora algérienne en France, au Canada, en Suisse et ailleurs, apportent à WOMWORK leur expertise en partageant expériences et connaissances. Des compétences à distance ou en présentiel qui profitent directement à leur porteur de projet. A moyen et long terme, les meilleurs de ces experts (ceux qui ont fait preuve des meilleures compétences et ont une relation étroite avec The Annex Dz et l'incubateur) deviendront partie intégrante du contrat de WOMWORK à travers le salaire.

1.4 Elaboration des volets d'incubation

La structure est dotée de plusieurs volets, et est constituée d'une multitude de programme présente dans schéma suivant :

Figure 9: Les volet d'incubation de WOMWORK



Source : Élaborer par nous-même d'après les données de WOMWORK.

1.4.1 Volet Pré incubation

➤ Situation :

Cas de figure : La personne ou l'équipe porteuse d'idée, d'un produit ou d'un service original ou innovant sur le marché mais qui doute des attentes de ce dernier.

➤ Solution :

WOMWORK offre un espace de découverte de principes et d'outils, qui permettront de tester des produits ou services proposés sur le marché. Si le problème client identifié et sa solution sont convaincants, il sera présenté au comité de sélection pour entrer dans la phase d'incubation.

Ainsi, la partie préincubation durera un mois, son objectif est de déterminer l'hypothèse des problèmes rencontrés par le marché, et d'évaluer la valeur ajoutée que l'idée peut apporter

pour résoudre les problèmes du marché, afin de déterminer le projet leader et rivaliser avec ceux de l'écosystème.

1.4.1 Volet incubation

WOMWORK accompagne et participe à la réalisation du projet en tant que start-up, de la l'idée à la création d'entreprise commerciale. Ce volet dure de six (6) à douze (12) mois et vise à acquérir le premier lot de clients et à vérifier le business plan. A cet effet, il faut :

- ✓ Explorer le marché pour vérifier les modèles d'affaires ;
- ✓ Former une équipe entrepreneuriale adaptée avec le marché cible ;
- ✓ Formuler les moyens d'entrer sur le marché : formuler et initier une stratégie de financement ;
- ✓ Identifier et acquérir de nouveaux clients en testant le marché pour générer les premiers revenus.

1.4.2 Volet accélérateur

Cette étape réservée aux start-ups au plus fort potentiel de croissance, celles-ci peuvent susciter l'intérêt des investisseurs en capital. WOMWORK fournira des moyens supplémentaires pour accélérer le déploiement commercial et augmenter la valeur de l'entreprise.

La durée de cette composante est de deux (2) mois à six (6) mois et aura les objectifs suivants:

- ✓ Développement commercial pour générer des revenus récurrents ;
- ✓ Financement pour rendre le modèle d'affaires évolutif en faisant du financement de série A une réalité ;
- ✓ Construire la structure en recrutant des profils stratégiques pour des équipes complémentaires ;
- ✓ Couverture médiatique pour accroître la sensibilisation et l'audience.

1.5 Processus et critères de sélection

La sélection correspond aux étapes de décision liées à l'accompagnement du candidat. Le document se compose d'une fiche d'inscription et d'un document qui précisera le parcours et les motivations du candidat. Après lecture de divers rapports et documents relatifs au projet, chaque membre du premier jury évaluera individuellement le projet. À cette fin, il évaluera les projets en fonction de la liste de critères suivante, et chaque projet sera

catégorisé selon un domaine d'activité spécifique. Il devrait être possible de déterminer si un projet sera soutenu en lisant les documents de candidature pour l'évaluation personnelle de chaque membre. Le meilleur candidat sera auditionné et soumis à un jury final composé d'investisseurs potentiels, et le jury final déterminera le gagnant (**Voir Annex D**).

1.5.1 Critères de sélections :

- ✓ Innovation technologique ou utilisateur : une évolution majeure des produits, services ou procédés de fabrication, apportant de nouvelles choses sur le marché ;
- ✓ Projet B to B : Le modèle économique doit être orienté vers les entreprises ;
- ✓ Tous domaines d'activité : santé, réseaux, ingénierie, chimie, électronique, logiciel, etc.
- ✓ Modèle économique de démonstration ;
- ✓ Forte ambition, besoin de prendre des risques pour monter en puissance ;
- ✓ Clients et processus commerciaux participants (hors biotechnologie) ;
- ✓ Prévisions financières à trois ans ;
- ✓ Au moins 6 mois en espèces pour payer les dépenses.

1.5.2 Programme de l'incubateur :

➤ La phase d'émergence :

Ainsi, le programme s'adresse aux porteurs de projets qui ont l'idée de créer des entreprises innovantes. Son objectif est de fournir tous les outils nécessaires au bon déroulement du projet et au développement d'une attitude entrepreneuriale. Le plan organisera alternativement des séminaires de groupe pour maîtriser les outils et un accompagnement personnalisé pour la mise en œuvre opérationnelle. À la fin du programme, l'idée sera suffisamment mûre pour entrer dans la phase expérimentale et rechercher un premier financement.

La formation permettra également à l'incubateur d'acquérir diverses compétences entrepreneuriales et comportementales nécessaires au fonctionnement normal de son entreprise, notamment :

- ✓ L'entrepreneuriat par l'entrepreneuriat ;
- ✓ Cultiver l'esprit d'entreprise ;
- ✓ Préciser la proposition de valeur ;
- ✓ Savoir bien communiquer sur votre projet ;
- ✓ Prototypes et expérimentations en mode agile ;

- ✓ Comprendre les différents modèles économiques et les adapter à votre projet ;
- ✓ Élaborez votre plan d'affaires ;
- ✓ Responsable du mode collaboratif.

➤ **La démarche pédagogique**

Cette méthode pédagogique est un moyen d'orienter les activités de formation pour atteindre les objectifs de construction de projet et de création d'entreprise. A cet effet, une alternance d'apports théoriques et pratiques sera proposée.

Ainsi, un plan composé de six (6) modules a été établi, qui permettra à l'incubateur d'acquérir de nouvelles connaissances en gestion et des compétences de développement personnel. Une méthode d'évaluation a également été établie, qui permettra de suivre l'avancement du projet (livrables écrits correspondant à l'application spécifique à chaque module étudié, accompagnés d'un rapport oral).

1.6 Partenariat et investissement

1.6.1 Partenaires :

Pour les partenaires contractés avec WOMWORK, les contributions sont diverses. En effet, l'objectif n'est pas seulement d'obtenir des financements (publics et privés) de partenaires nationaux, régionaux et internationaux, mais aussi la gratuité des formations :

➤ **Afric'innov :**

Afric'innov est un programme de renforcement des capacités qui offre une structure d'accompagnement aux porteurs de projets d'innovation dans différents pays d'Afrique, financé par l'Agence Française de Développement et exécuté par l'Association Bondi Innovation. Il s'agit du premier partenariat obtenu, incluant la certification et l'obtention du label Afric'innov. C'est aussi bénéficier de 50 heures de formation destinée à accompagner l'incubation. Dans un futur proche, Africa'innov pourra également financer des startups au sein de WOMWORK en fonction des besoins.

➤ **Bond'innov, Incub'innov :**

Tous deux correspondent à des incubateurs généralistes spécialisés dans les projets d'innovation entrepreneuriale. Nous avons également conclu un partenariat tacite avec eux, dans l'attente de l'échange du projet, c'est-à-dire récupérer les porteurs de projet de la diaspora algérienne éclos à Incub'innov, et les incuber dans WOMWORK, au cas où Le

projet en question convient pour le marché algérien. Il s'agira plutôt d'exporter des incubateurs au sein de WOMWORK vers Incub'innov via leur programme Visa Talents, qui comprend l'accompagnement de ces startups et leur installation en France (un service de facturation des startups via WOMWORK).

➤ **Algeria Startup Initiative (ASI)**

En tant que partenaire, WOMWORK partagera l'appel d'offres américain obtenu par ASI avec WOMWORK et le confiera à la partie formation féminine d'incubation de Hassi Messaoud. Le processus d'incubation n'a pas encore été évoqué, que ce soit à distance ou en présentiel.

➤ **Casbah Business Angels (CBA)**

Il correspond au seul club privé de Business Angels en Algérie. CBA fournira des conseils et un partage d'expérience dans la mise en place de Business Angels. Ils fournissent également un réseau complet d'experts internationaux des Business Angels, notamment américains, mais aussi des experts et membres de l'EBAN (European Business Angel Network).

➤ **MEST**

Correspond à un Programme panafricain de formation à l'entrepreneuriat avec lequel l'incubateur est actuellement en négociation, afin de bénéficier de leur programme de formation pour les Incubés au sein du WOMWORK.

➤ **DZHOSTER**

DZHOSTER est une filiale d'AYRADE, centrée sur les particuliers (startups, étudiants, boîtes de communication, distributeurs, indépendants, etc.). Leurs compétences et leur savoir-faire dans le domaine de l'hébergement s'appuient sur un accompagnement technique de qualité assuré par un personnel expérimenté et motivé. Quel que soit le projet, ils accompagnent en identifiant tous les besoins pour qu'ils soient satisfaits au mieux.

➤ **ORCLOUD**

ORCLOUD intervient dans le domaine du digital et propose différents services d'accompagnement pour les sociétés en leur assurant une forte présence numérique.

L'intérêt de ce partenariat réside dans la complémentarité des compétences des deux structures partenaires, ce qui passe par la mise à disposition de moyens humains, techniques et matériels.

➤ **Le réseau RALIAI :**

RALIAI est un cluster, représentant un réseau d'acteurs innovants en Algérie, regroupant de nombreux incubateurs et espaces de coworking. Le RALIAI a été fondé par L'Annexe Dz. Par ce type de participation, il espère former une force de propositions et d'actions auprès des membres qui le composent, ainsi que des membres des services publics et des collectivités territoriales. Son objectif est d'agir pour soutenir l'entrepreneuriat féminin en Algérie et changer le statu quo, et de faire pression sur les pouvoirs publics à travers le réseau.

Tous les partenaires mentionnés ci-dessus sont des partenaires qui ont conclu ou sont en train de négocier. D'autres restent à lancer, comme les incubateurs féminins français (Les pionnières et les primes) ou maghrébins (Labess en Tunisie, Les pionnières au Maroc) ou les investissements en Afrique et/ou les grandes entreprises françaises actuellement en Algérie ou investissant dans l'entrepreneuriat féminin tel que Total, Orange... etc.

« Le réseau RALIAI il contient des incubateurs, et des acteurs d'innovations des startups, ils ont un travail collectif et collaboratif pour être une force de proposition, pour améliorer l'entrepreneuriat féminin et aussi l'économie algérien » (AIT HAMOU , 2020).

Figure 10: Les principaux partenaires de l'incubateur WOMWORK



Source : Élaboré par l'étudiant à partir de la documentation

➤ Le mentoring :

Une autre forme de partenariat est le mentorat. Le principe est de bénéficier de connaissances et de compétences en incubation, Business Angels, capital-risque, leadership, etc. Sous forme de contributions volontaires. En échange, les experts qui se sont portés volontaires pour contribuer gagneront en visibilité, notamment en apparaissant au conseil consultatif de The Annex Dz, et en participant à la mobilisation du renseignement et de la collaboration en tant que mission, cela aura un impact économique et social.

Exemples d'accompagnement dont bénéficiera l'incubateur : Candice Johnson, Présidente émérite d'EBAN (European Business Angel Network), elle est également l'inventrice du satellite Astra.

➤ **Le coaching :**

Au moins pour la première année, les entraîneurs répondent aux contributions volontaires sous la même forme que l'entraînement. En effet, l'objectif est de maximiser les compétences de l'incubateur dans divers domaines et d'en faire bénéficier le porteur de projet, puis de maintenir les meilleures compétences en leur apportant des salaires ou des prestations ou une rémunération en freelance à moyen terme.

1.6.2 Les investisseurs :

➤ **Le Nissaa Business Angels (NBA)**

Annex Dz a également créé un club privé de Business Angels femmes entrepreneures à succès qui espèrent investir dans des start-ups et encourager d'autres femmes à écrire et à obtenir leurs success stories. Il s'agira d'investissements réalisés via des Business Angels pour aider les start-ups à leurs débuts, en échange d'une ouverture du capital des start-ups aux investisseurs via le pourcentage négocié entre les start-ups et les Business Angels. NBA, Nissaa Business Angels est un club d'investisseurs privés avec cinq (5) membres fondateurs d'entrepreneurs à succès :

- ✓ Dr. Sarah AIT HAMOU et Dr. Sara REBATI AIT HAMOU CEO et fondatrices de l'incubateur 100% féminin WOMWORK DZ
- ✓ Leila Akli CEO de la société de relations publiques Pi-Relations ;
- ✓ Yasmine BRIKI Fondatrice de Gouvernance MAG, premier THINK TANK en format magazine, illustratrice de livres pour enfants, mais aussi Chargée du développement international de "HOOX" le smartphone crypté le plus sécurisé au monde au sein du groupe Atos ;
- ✓ Faiza ANTRI BOUZAR styliste Haute couture fondatrice de la maison FAB.

Ces femmes Business Angels rejoignent le NBA afin d'investir financièrement dans des Start-ups en plein décollage.

Dès lors, leur principale motivation est d'accompagner les femmes porteuses de projets pour pénétrer le marché des jeunes pousses, entreprendre et réussir, écrivant ainsi leurs success stories, comme l'ont fait les Business Angels avant elles.

Plus qu'un simple investissement, il soutient en réalité une mission qui se veut forte et avoir un impact sur la société, la culture et l'économie ; encourager les femmes à créer leur

propre entreprise et créer des emplois pour les femmes ; créer des opportunités économiques ; investir dans les femmes dans la start-up marché pour atteindre l'égalité et éliminer les TIC et les inégalités entre les sexes dans le monde numérique, etc. En effet, ils croient fermement que la mission d'autonomisation des femmes permettra aux femmes d'obtenir leur statut mérité dans la société, tout en apportant à cette dernière une réelle valeur économique supplémentaire.

Leur vision est très large, à moyen et long terme, incluant le Maghreb, l'Afrique et le Moyen-Orient.

1.7 Stratégie marketing

Le WOMWORK, se pose à la fois comme un catalyseur d'innovation, un accélérateur d'opportunités, un défenseur de jeunes entrepreneurs, un détecteur de projets. Il ambitionne donc l'accompagnement de l'entrepreneur dans la matérialisation de son projet.

Pour cela une stratégie qui permettra de faire savoir le savoir-faire de l'incubateur, son programme, son accompagnement ainsi que de sa plus-value dans l'écosystème innovateur algérien a été établi, afin d'attirer les meilleures idées de projet, elle met également en avant l'authenticité du concept, sa qualité en étant l'unique incubateur féminin algérien **Voir ANNEX (E).**

2. Analyse d'entretien :

A présent, nous résumons l'ensemble des informations collectées lors des entretiens réalisés auprès des femmes incubées porteuses de projet en fonction de leur disponibilité et le temps écoulé.

2.1 Le profil socio-professionnel des femmes entrepreneures incubées à WOMWORK :

Selon l'étude réalisée sur un échantillon de femmes entrepreneures incubées à WOMWORK By THE ANNEX DZ, nous pouvons déduire les caractéristiques sociologiques et professionnelles de celles-ci.

2.1.1 Les caractéristiques personnelles des femmes entrepreneures

Les femmes rencontrées en sont à des étapes très différentes de leurs parcours de vie, tant en ce qui concerne leur carrière professionnelle que leur vie familiale et personnelle.

La moyenne d'âge de la majorité des femmes entrepreneurs était de 20-26 ans, celles de plus de 24 ans sont surtout clairement plus nombreuses comme les deux femmes interviewées **D.N**, et **B.I**, âge auquel elles sont relativement libérées des responsabilités matrimoniales, et d'éducation de leurs enfants qui sont généralement jeunes ce qui leur poussent de bien se lancer et de créer leur projet. Contre seulement une femme à l'âge entre 27 et 39 ans, correspondant probablement au « période des maternités et d'éducation des enfants ». Ce qui nous pousse à dire que le mariage n'est pas un braquage à la création de leur entreprise. Bien au contraire, certaines d'entre elles confirment le rôle très particulier du conjoint pour surmonter les diverses contraintes qu'elles rencontrent et même servir comme première ressource d'alimentation de leur projet. Ce qui a été confirmé par l'une des enquêtées *« Je suis F.B j'ai 28 ans Mariée et maman de deux enfants et je n'ai aucun souci de continuer mon projet »*.

2.1.2 L'entrée entrepreneurial des femmes

➤ Projet pour création d'entreprise

Les projets envisagés ou réalisés par les femmes que nous avons rencontrées sont très diversifiés **Voir ANNEX (F)**

MED'WAK :

B. I *« Notre projet consiste à faire une aide à la décision pour aider dans le domaine médical, c'est un système informatique intelligent qui va aider les médecins et autres pour faire une diagnostic médicale »* **co-fondatrice du projet.**

N'BOOKINI :

B.F *« Alors mon projet c'est une application qui porte une solution aux aveugles qui ne peuvent pas lire et aussi je sais y'a des gens qui ne lisent pas comme moi donc voilà c'est une solution pour eux, c'est une application des livres sonores ces livres sont des livres algériennes traduit par plusieurs langues françaises et anglais »*. **Co-fondatrice du projet.**

Les Gants intelligent :

D.N *« Mon projet c'est un gant intelligent qui consiste à convertir geste a de parole et une application qui fait l'inverse qui convertit les paroles a des gestes »*.

BH ADVISORY

D.N « *Y'a des projets similaires qui ont les mêmes caractéristiques mais ils sont très lourd et très chers et même leur utilisation très difficile* ».

➤ **Parcours universitaire**

Les femmes interrogées sont celles qui possèdent un niveau d'instruction supérieure universitaire. Les données recueillis soulignent la diversification des secteurs d'activités, les femmes enquêtées sont davantage présentes dans les prestations de service (Informatique-Internet-Télécom, Médecine, Technologie, Finance, Management ...) que dans l'industrie (ex : Electronique-Mécanique.).

D.N « *J'ai un diplôme de master en génie biomédicale et j'ai un enclin à la technologie, l'informatique et les médias électroniques, et le génie biomédical combine entre les deux domaines ; la médecine et la technologie* »

B.F ajoute « *J'ai une License en science de l'information de la communication spécialité audiovisuelle promo 2015 et j'ai un master en media éducation diplôme de la première promotion nationale* ».

B.I confirme : « *Alors je commence par mon parcours universitaire alors j'ai un master en informatique visuelle je l'ai obtenue à l'université de L'USTHB promo 2020* »

R.H « *J'ai une licence en finance technique bancaire et ingénieur en commerce internationale et management* ».

➤ **Parcours professionnels**

Généralement le choix de l'activité est de même nature que le diplôme universitaire obtenu, et c'est ce qui facilite le chemin entrepreneurial de ces femmes, et leur startup se sont leur projet de fin d'études tous ces quatre femme entrepreneures sont des salariées. Beaucoup d'entre eux travaillent à domicile et utilisent les connaissances et l'expérience qu'ils y ont acquises. D'autres sont des professionnels expérimentés qui ont occupé des postes de direction dans d'autres entreprises avant de créer leur propre entreprise, les femmes enquêtées sont à la fois propriétaires et gérantes. Ces résultats peuvent être s'expliquer par l'envi de ces entrepreneures d'avoir leur autonomie financière. Comme elles affirment :

D.N« Je suis ingénieure en biomédicale, la porteuse de projet les gants intelligents des sourds muets... C'est un projet de fin d'étude ... Comme je suis ingénieure en biomédicale dans le domaine de la santé et de la technologie ».

B.F« Alors mon projet il a une relation directe avec ma spécialité, j'ai une licence en science de l'information de la communication spécialité audiovisuelle et j'ai un master en media éducation ».

B.I« J'ai commencé à travailler dans une entreprise pendant 11 mois ensuite j'ai changé maintenant je suis comme étant ingénieure en services professionnelles dans une multinationale je m'intéresse à tout ce qui est domaine de technologie IT, et je suis porteuse de projet comme étant co-fondatrice d'une startup »

R.H« Alors j'ai une école de formation je suis consultante en tout ce qui est vente et management et stratégie de vente.... J'ai créé ma société en début d'année sachant que j'étais consultante dans une autre école et que j'étais directrice de formation ».

2.1.3 Les motivations à entreprendre :

Les entrepreneures interrogées dans notre enquête sont motivées par plusieurs facteurs pour créer leur propre entreprise. Parmi les sources de motivation à la création d'une entreprise, le souhait d'organiser le travail soi-même, le besoin d'autonomie professionnel, et le besoin d'accomplissement personnel. Il s'agit d'une minorité entre elles qui sont motivées par le besoin et les raisons familiales.

➤ **Autonomie :**

La majorité des femmes interviewées ont déclaré que leur but pour entreprendre est qu'elles veulent être autonomes.

B.I« Déjà pourquoi avons-nous pensé à entreprendre ? Pourquoi ne pas être ordinaire comme tout le monde et travailler dans une entreprise ? Alors nous ne voudrions simplement pas être des simples salariés et ça c'était notre premier motivation ».

➤ **Besoin d'indépendance financière :**

Toutes les femmes interrogées ont mentionné que l'indépendance économique est la première raison de l'entrepreneuriat féminin, et leur besoin d'indépendance comme facteur de nécessité, comme elles l'affirment :

D.N « *Y'a pas un entrepreneur qui ne veut pas gagner de l'argent, ma famille a préféré d'un travail stable mais j'ai préféré de réaliser mon projet et gagnez de l'argent* ».

➤ **Besoin de nécessité :**

Les femmes enquêtées sont plus nombreuses que les hommes à se lancer par nécessité dans la création d'entreprise.

➤ **Aimer le métier :**

Certaines femmes interrogées ont mentionné que l'amour de l'industrie est le moteur de l'entrepreneuriat. Ces femmes rêvent de devenir entrepreneur depuis leur plus jeune âge, en créant leurs propres projets dans leurs domaines de passion, l'une entre elles affirmer :

R.H « *En effet c'était quelque chose ... c'était un projet depuis que j'ai commencé à travailler et d'arriver à un certain moment où je devais faire un truc pour moi, en fait elle est venue quand j'étais manager d'une équipe j'ai aimé partager et faire des formations de mon équipe et à partir de là j'ai développé la capacité de faire des formations et des coaching* ».

➤ **L'expérience :**

Certaines femmes entrepreneures confirment que le facteur de base pour démarrer une entreprise est d'avoir de l'expérience et d'espérer utiliser leurs compétences et leurs connaissances en développant de nouvelles méthodes dans un domaine spécifique.

➤ **Besoin de réalisation**

Les femmes entrepreneures interrogées, concevaient de la création de leur propre entreprise comme vecteur de « *satisfaction d'elles-mêmes* ». L'autonomie de ces femmes est donc un élément indispensable pour exprimer son désir d'affirmation de soi. En dernier, comme source de motivation pour le besoin de la réalisation d'une entreprise, la variable d'opportunité : « *relever un défi* » n'enregistre que peu d'intérêt pour ces femmes.

➤ **Apporter le plus au marché algérien :**

La totalité des femmes entrepreneures enquêtées ont répondu qu'elles veulent ajouter un plus au marché algérien et changer les vies des personnes et donner des solutions.

2.1.4 Les obstacles des femmes

Notre enquête nous a permis de connaître les difficultés rencontrées par les femmes entrepreneures lors de la création de leurs entreprises, nous remarquons que les entrepreneures ont déclarées que les principaux obstacles que rencontrent les femmes entrepreneures algériennes c'est le manque d'organismes de soutien et d'accompagnement destinées aux femmes entrepreneures, la majorité disent que ce sont les contraintes sociales, et aussi déclarent que les obstacles sont au niveau culturel et enfin le manque de confiance en soi.

➤ **Financement et matériels :**

Notre recherche montre que la plupart des femmes entrepreneures interrogées ont des difficultés à financer et à obtenir des matériaux de projet.

L'obtention de fonds demeure sans aucun doute un obstacle majeur pour les femmes. Elles ont expliqué que les difficultés rencontrées pour obtenir des fonds sont causées par diverses raisons telles que la complexité et la nature du projet. L'importance du financement dans le développement des PME, dans la phase de sa création, de la consolidation de ses activités ou dans la période de son développement. Les femmes enquêtées insistent sur la nécessité de faciliter l'accès au financement. Affirment les femmes enquêtées :

B.F « *Quand en parle en générale pour une personne par au service de l'incubation, ou bien aime l'incubation autant que nous somme incubées, c'est le côté financement c'est ça l'obstacle pour moi il me faut peut près un milliard pour commencer le projet, si je peux pour mon propre argent je n'ai pas besoin de l'incubateur malgré ils m'encouragent* »

D.N « *Les investisseurs algériens n'encouragent pas le domaine de la technologie, toujours il finance les projets de l'agriculture, de l'industrie etc...* ».

B.I « *le côté financement, déjà nous devons avoir un locale, et du matériel aussi pour commencer notre déploiement chez les clients mais c'est coûteux, et moi autant que salarié je n'arrive pas à trouver le chiffre d'affaires, même si je me dirige vers une banque elle n'aura pas pu être une possibilité de fournir tous le montant* ».

➤ **Une lenteur administrative :**

Pour certaines des entrepreneures, les procédures administratives (la bureaucratie) sont un facteur démotivant à la création d'entreprise, et c'est un phénomène vécu sur tout le territoire national qui est dû à l'absence de l'ordre dans ces administrations, les femmes

entrepreneures interviewées se plaignent avant tout, d'un climat défavorable, indépendamment du genre, notamment en matière de lourdeur bureaucratique et de charges fiscales insupportables, comme elles mentionnent :

B.I « *le grand problème c'est la paperasse, malgré que le ministre et les autorités chaque fois viennent pour annoncer que voilà ... nous avons éliminé telle ou telle pièce, nous avons allégé le dossier mais ce n'est pas juste, c'est trop compliqué pour faire un statut de startup en Algérie* »

➤ **Accès au marché et à l'information :**

Les femmes entrepreneurs ressentent fortement le besoin de formation. Dans notre enquête, des femmes ont mentionné que le manque de formation a causé de grands obstacles à leurs activités entrepreneuriales, notamment en gestion. Ils ont constaté qu'avant qu'une femme puisse démarrer une activité, elle doit posséder certaines compétences, qui lui permettront de bien performer et de gérer, telles que des compétences de gestion, telles que l'argumentation comme l'argumente **B.I** :

« *Malgré que WOMWORK est là pour nous conseiller mais nous personnellement au tant que startup on ne trouve pas sa suffisant, et on ne peut pas entreprendre avec des informations que nous avons* ».

Les femmes entrepreneurs ont soulevé le manque de soutien pour entrer sur le marché et les difficultés associées à la recherche d'informations. Créer une entreprise est facile, mais il est encore très difficile pour les femmes entrepreneurs algériennes d'analyser et d'entrer sur le marché. Parmi les femmes interrogées, l'une a affirmé que le marché algérien est très avide de technologie.

B.I« *Nous avons remarqué que le marché algérien c'est un marché qui est très pauvre en matière de tout ce qui est technologie, malgré ce marché demande et qui est soif, et malheureusement il n'existe pas des sociétés qui font la technologie nouvelle* »

2.2 L'écosystème entrepreneurial – L'entrepreneuriat Féminin :

2.2.1 L'entrepreneuriat féminin dans l'économie algérienne :

Les études d'empire ont bien dévoilé le rôle que pourraient jouer les femmes entrepreneures algériennes comme facteur de développement dans l'économie locale, Plusieurs arguments militent en faveur d'intégration de cette vision.

A propos de leur impression générale sur l'entrepreneuriat féminin, une grande partie d'entre elles ont une vision positive sur l'avenir de la femme entrepreneure dans le niveau national, malgré les échecs qu'elles rencontrent.

Les femmes entrepreneures interrogées trouvent que l'entrepreneuriat féminin dans le niveau national est dans la bonne voie, et de plus en plus évolue par rapport aux années précédentes et ça garce à ouvrir le Ministère des Startup et l'Economie de la Connaissance, ces femmes porteuse de projets ont trouvé beaucoup d'opportunité pour lancer leurs projets et aussi à travers de participer à des compétitions comme le concours de SHE'S IN TECH CHALLENGE et aussi les incubateurs qui facilite leur travail et l'accompagnement comme le WOMWORK qui est dédié juste pour eux, elles jouent un rôle de plus en plus actif dans la diversité des secteurs d'activités (agroalimentaire, l'industrie, l'artisanat ...etc.)

Certains d'entre eux montre que les femmes entrepreneures en Algérie elles exercent dans l'activité entrepreneuriale dans leur foyer sans être immatriculées au registre de commerce argumente une d'entre elles :

B.F « *Sur le terrain je trouve beaucoup de femme entrepreneures qui n'ont pas un registre de commerce* »

Toutes les femmes interrogées ont souligné l'importance des relations comme moyen de maintenir la réconciliation entre les femmes entrepreneurs, contribuant ainsi à accroître leur potentiel de développement économique national. Les méthodes de réseau pour la circulation de l'information (diffusion des connaissances) peuvent maintenir efficacement la diffusion des connaissances et de l'expérience, améliorant ou favorisant ainsi les efforts entrepreneuriaux des femmes entrepreneures algériennes, la forte majorité des femmes des enquêtées ont répondu positivement sur l'importance de s'adhérer à des réseaux relationnels, et elles le font souvent par le moyen de la messagerie électronique (e-mailing) le téléphone, des cas profitent des réunions ou des rencontres souvent à travers les groupes relationnels, Affirme une d'entre elles :

D.N « *Après la pandémie du COVID-19, maintenant tout est ligne, les femmes sont les premières à s'engager à faire des projets et évoluer l'économie juste à travers les réseaux sociaux* ».

2.2.2 La création d'emploi :

L'entrepreneuriat féminin est devenu un excellent dispositif d'intégration de la femme dans la vie active, en lui offrant un statut social très important. En effet, nos rencontres avec ces femmes nous ont permis de déceler une forte personnalité chez elles et une grande disponibilité à faire face aux défis quotidiens et aussi d'intégrer d'autres femmes ou à créer des opportunités d'activités.

D'après les résultats obtenus par rapport à la création d'emploi pour les femmes enquêtées. On remarque que toutes les femmes interrogées tentent de recruter des femmes dans leur projet afin promouvoir le développement de l'emploi féminin en Algérie et aussi d'acquérir leur indépendance financière.

Chacune de ces femmes entrepreneures recrutent d'un nombre important dans leur future entreprise, dans différents domaines, comme elles affirment :

D.N « *je vais recruter des ingénieures biomédicales quatre minimum et un développeur web* »

B.F « *il y'aurait quatre ou cinq voix off et aussi des employées dans la gestion, le commerce et bien sûr ces postes seront des femmes qualifiées* »

B.I « *Dans notre cas nous sommes quatre co-fondatrices et nous avons une amie qui nous aide car nous ne pouvons pas recruter maintenant dans la première phase de startup, mais sinon quand la startup devienne plus mature, cependant on pourra recruter des femmes qualifiées* ».

2.2.3 L'innovation :

Les entrepreneures interrogées ont une initiative structurante à même de transformer l'organisation à partir d'offrir des nouveaux services et élargir ou consolider le marché ou bâtir un nouveau tremplin de croissance.

WOMWORK après la phase de présélection des projets les jurys choisissent les projets qui apportent le plus de valeur à l'économie locale et aussi pour améliorer l'entrepreneuriat féminin et la situation de la femme algérienne et apporter des nouveautés dans le marché algérien, les femmes interrogées elles contribuent aussi dans le développement ou bien dire apportent une plus-value dans le marché, et apportent aussi une solution.

2.2.4 L'investissement :

Les femmes entrepreneures enquêtées montrent leurs attentions particulières envers investir dans d'autres projets, si leur projet actuel ne va pas se réaliser, et elles tentent d'investir dans le même domaine de leur activités actuelle.

Citant l'exemple des femmes enquêtées « *Déjà nous sommes à peu près d'accord sur un point dans cette aventure, si notre projet ne va pas se réaliser et c'est quelque chose de normal pour nous, on va investir dans un autre projet qui sera toujours liée à l'informatique et l'intelligence artificielle et au domaine qu'on aime beaucoup* » **B.I**

« *Je veux ouvrir une chaîne d'enfant mais toujours dans le même domaine de journalisme* ». **B.F.**

Pour d'autres femmes tentent encore d'investir dans plus de deux projets citons l'exemple d'une enquêtée :

« *Alors pour moi si ça ne marche pas dans ce projet alors y aura toujours plusieurs projets à réaliser comme les lunettes intelligentes pour les aveugles, un site web pour digitaliser le document médicaux* ».

Étant donné que ces femmes semblent être entrées dans un nouveau domaine et sont confrontées à un environnement ouvert et mondialisé, incertain et changeant, elles ont souvent besoin d'échanger des expériences, des informations et des connaissances pertinentes afin de saisir des opportunités ou de trouver des solutions aux problèmes des entreprises.

2.3 l'Incubateur et le processus de création de l'entreprise :

2.3.1 Les raisons de choisir l'accompagnement de l'Incubateur WOMWORK lors de la création de l'entreprise :

D'après les réponses des femmes interviewées démontrent que la majorité d'elles se sont renseignées sur l'incubateur WOMWORK et d'autres ont pris des informations et l'aide de leur connaissance et leur famille affirme une d'elles :

R.H« *Ben... Moi autant que je suis consultante je cherche à faire des coachings et aussi de me développer moi-même j'ai entendu parler à l'aide d'une amie à moi* ».

Et d'autres femmes ont trouvé des annonces dans les réseaux sociaux sur l'appel à projet affirment deux femmes interrogées :

D.N « *J'ai vu une annonce sur le réseau Facebook à l'appel à projet et j'ai tenté ma chance et bien que je fusse parmi les gagnantes* ».

B.F « *J'ai une annonce a un coach sur les réseaux sociaux (Instagram) et j'ai tenté ma chance j'ai envoyé ma lettre et bien qu'elles m'aient accepté dans les présélections et elles ont adoré mon projet* ».

Tandis qu'une femme interrogée a entendus parler de l'incubateur lors une conférence affirme **B.I** :

« Alors pour WOMWORK c'est du nouveau pour moi je n'avais aucune idée de ce qu'il s'agit vers le mois dernier de 2019 j'ai rencontré WOMWORK dans une conférence sur les incubateurs et c'était la première conférence nationale en Algérie j'ai rencontré M.A et Sarah A.H elles ont vu moi et mon binôme ce qu'on a présenté comme projet et elles nous ont proposer de y accéder WOMWORRK et voilà elles ont lancer l'appel à projet et elles nous ont choisis voilà ».

Selon les réponses des femmes interrogés la première raison de se lancer à l'incubateur WOMWORK est le type de formations et les coaching fournis au sein d l'espace de THE ANNEX DZ et aussi l'accès à l'espace de coworking. Et d'autres femmes on déclarer leurs raisons de choisir l'incubateur est la proximité de l'incubateur à leur lieu de résidence et d'autre à cause d'avoir un fonds d'investissement.

Ces facteurs sont qui ont motivé les femmes entrepreneures s'inscrire dans cet incubateur.

2.3.2 La satisfaction de l'accueil et les services fournis par WOMWORK :

D'après les résultats obtenus par apport à l'appréciation de la qualité de services et prestations qu'offre l'incubateur WOMWORK pour les femmes interrogées. On remarque que toutes les femmes interrogées ont une appréciation positive, et cela prouve qu'elles sont globalement satisfaites de cet incubateur.

Affirme une d'elles :

D.N « *Je suis très satisfaite autant que je suis incubée dans le WOMWORK j'ai reçu beaucoup de formations qu'ils m'ont enrichie et qu'ils m'ont aidé lors de la création de mon entreprise* ».

2.3.3 Les services offerts que l'Incubateur WOMWORK qui facilite aux porteuses de projets :

➤ Formation, accompagnement et mentorat

Les femmes incubées interrogée, elles ont déclaré le principal service offert par WOMWORK est le coaching et les formations. C'est aussi le principal incitatif. En effet,

en étant admis dans WOMWORK, les femmes incubées reçoivent un accompagnement pour une durée de six mois à douze mois ça dépend le type de projet.

La majorité des personnes interrogées sont d'accord avec l'affirmation selon laquelle les pépinières d'entreprises facilitent la formation des femmes entrepreneurs. De plus, les résultats d'un entretien approfondi avec des informateurs clés ont montré que les incubateurs d'entreprises et de technologies dotaient les femmes des compétences commerciales nécessaires. Les résultats reflètent une satisfaction générale à l'égard des incubateurs d'entreprises et de technologies pour l'amélioration de la formation des femmes entrepreneurs.

Elles doivent pouvoir gérer, développer un marché et saisir des opportunités d'affaires, s'adapter rapidement et faire des contacts d'affaires. La coopérative existe pour leur donner un coup de pouce afin d'y arriver, sans toutefois faire les choses à leur place.

Ces femmes entrepreneures interrogées dans nos enquêtes déclarent que l'offre de services de soutien est variée et vaste. En plus du coaching offert par des coaches et des spécialistes dans plusieurs domaines et elles bénéficient des formations offertes par ces coaches, de services administratifs et de formations ou conseils à la carte.

Si des connaissances nouvelles ou spécifiques n'étant pas prévues au programme sont essentielles pour un cas particulier, WOMWORK aide ces femmes incubées à faire les démarches nécessaires et à poursuivre sa formation spécifique affirme une d'entre elles :

B.F « *les formations était vraiment intéressante, les coachings quel que soit en groupe ou bien individuelles aussi, j'ai vraiment aimé les coachings individuels, j'ai senti qu'il y'a du sérieux, une chose qui est rare, quand tu participe dans la formation je sors avec un bon bagage et un très bon résultat sois en distanciel ou bien en présentiel* ».

Les incubés ont non seulement les services de la structure d'un incubateur, mais ils ont de la formation et des services qui leur permettent de vraiment se consacrer à leur projet d'affaires, affirme une d'entre elles :

B.I « *ils nous fournis des formations en ligne, ont formé sur plusieurs aspects, de comment construire une posture entrepreneuriale, et comment savoir choisir son statut juridique, jusqu'à la création de la startup* ».

Dans cet accompagnement qui d'ailleurs se rapproche beaucoup du mentorat, le personnel du WOMWORK et de THE ANNEX DZ implique également les entrepreneurs de la région qui agissent alors à titre de mentors.

➤ **Bureau et services administratifs**

En plus d'un accompagnement ultra personnalisé, notre étude montre que tous les femmes entrepreneures femmes de WOMWORK ont droit à un bureau, à des ressources électroniques (connexion internet haute vitesse), à la location de la salle de conférences ainsi qu'à l'assistance de l'adjointe administrative. Cette ressource s'occupe principalement de la réception, du transfert des appels, de même que de la gestion des comptes courants et de la comptabilité de l'incubateur mais donne également un coup de main pour la comptabilité des projets des incubés. Ces services sont totalement gratuits et offerts autant aux membres salariés qu'aux membres utilisateurs.

Avant même d'avoir arrêté leur choix sur une personne en particulier, les gens se questionnant sur des mesures de rétention ont trouvé là un facteur de valeur ajoutée pour les incubées, étant donné qu'ils ne trouveraient pas de services comparables à meilleurs prix ailleurs. Cela les a poussés à croire que les gens choisiraient de demeurer dans l'incubateur, plutôt que de s'installer ailleurs après leur période d'incubation comme l'argumente :

B.F : *« Ils nous donnent l'espace des bureau coworking le temps quand veulent, pour moi c'est un avantage car je n'ai pas un espace ou je travaille, donc je peux gérer mon entreprise dans l'espace et faire des réunions et je peux me déplacer à l'incubateur avec mon équipe, donc c'est une service très bénéfique ».*

B.I : *« Alors il faut d'abord savoir qu'un incubateur doit fournir un espace de travail et des séances de coaching aux incubes et c'était les services fournis par WOMWORK, ils nous ont ouvert leur espace de coworking qui est situé à Sidiyahiya et il y'en a d'autre incubateur mais j'ai choisi WOMWORK à cause de la proximité, mais bon eux ils nous ont déclaré clairement que voilà vous pouvez utiliser notre espace pour travailler, pour faire des réunions et autre... »*

➤ **Réseautage interne : (entre incubées)**

Pour répondre à la question : « Participez-vous à des activités en ligne ? », la grande majorité des personnes ont donné une réponse positive. De plus, elles atteignent

généralement cet objectif par le biais de messages électroniques (e-mail). Certaines personnes utilisent souvent des réunions ou des rassemblements via des groupes d'affiliation, utiliser l'avantage de la proximité il est donc évident que le développement des NTIC et l'expansion de l'utilisation d'Internet contribuent à améliorer voire à consolider le système relationnel entre femmes entrepreneures.

Un autre aspect sur lequel les femmes entrepreneures incubées misaient était l'échange entre eux. D'ailleurs, la dynamique d'entraide au sein de l'incubateur WOMWORK était palpable. Sans nécessairement parler de synergie, il va sans dire que l'effet de groupe aide et motive les femmes incubées. Ce sont eux qui le disent : « *ça fait du bien de ne pas se sentir seul* ». Une femme interrogée déclare qu'elle a est arrivé à quelques reprises qu'elle se réunisse, discute de son projet en particulier et cherchent des réponses en groupe. C'est, entre autres, ainsi qu'elle a déterminé le nom de son entreprise. Chaque femmes entrepreneures salarié doit se présenter au bureau chaque jour, ce qui multiplie les rencontres informelles et évite l'isolement. Elles ont créé une ambiance familiale à l'intérieur de l'incubateur. D'ailleurs, les deux co-fondatrices Sarah AIT HAMOU et Sarah REBATI sont toujours disponible pour aider ses les femmes incubées et elles lui en sont très reconnaissants argumente deux entre elles :

D.N« *Mon cas était un peu spéciale je ne peux pas y accéder et me déplacer à l'incubateur paracerque c'est trop loin où j'habite, mais ce n'a pas empêcher de partager et faire des cours et des formations au contraire elles me répondent et elles me conseils et Mme Sarah était toujours là pour moi* ».

B.F « *Dans l'espace il y'avait le partage d'idée y'avait pas de complexité entre les incubées, on s'entraide et voilà ...* »

➤ **Réseautage externe :**

Dans notre étude les femmes interrogées mentionnent que WOMWORK fait partie d'un très grand réseau externe, ce réseau contient des incubateurs, des collaborateurs, des partenariats que ce soit en Algérie ou à l'étranger, des investisseurs et elles sont bénéficiaires de ce réseau et ça pour être forte dans leur proposition pour améliorer leurs projets, pour les aider et les encourager et aussi de leurs financier leur projet.

2.3.4 Le rôle des avantages disponibles chez l'incubateur WOMWORK dans le développement de votre intention entrepreneuriale :

Le rôle les avantages qu'offre l'incubateur WOMWORK d'après les femmes entrepreneures interrogées sont :

- ✓ Des formations gratuites.
- ✓ Les avantages fiscaux :
- ✓ Le soutien et l'encouragement.
- ✓ La communication, l'information et la relation familiarisée entre les acteurs qui travaillent à l'antenne.
- ✓ Pas de limite d'âge : Les femmes peuvent être incubée à l'âge qu'elles veulent et le temps qu'elles veulent et toutes les catégories d'âges.
- ✓ Le pouvoir de créer votre propre entreprise.
- ✓ Facilité des tâches administratives.
- ✓ L'accès à l'espace de coworking
- ✓ Avoir des partenariats avec plein de constitution et d'autre fonds d'investissement.
- ✓ L'aide des incubées par les femmes entrepreneures de Business Angels quel que soit un aide économique ou bien par le biais de contacte, d'accompagnement, ou bien être le guide qui est avec le WOMWORK.

Ces femmes considèrent que l'incubateur WOMWORK comme une opportunité exploitable et joue positivement sur leur intention entrepreneuriale et ainsi le développement de l'entrepreneuriat féminin en Algérie quel que soit était des avantages fiscaux ou des aides financières, l'accompagnement et le suivi

Section 2: Discussion :

Selon les études antérieures déjà mentionnées dans notre revue de littérature et d'après l'approche du genre qui était à la base de l'apparitions du modèle Lacasse, le modèle sur lequel on s'est basé pour effectuer notre enquête afin de définir et bien déterminer l'environnement dans lequel évolue les femmes entrepreneures, en se basent sur les trois ensembles de variables : les variables sociologiques, de situation, et l'accessibilité aux ressources qui représente les éléments fondamentaux de notre modèle d'étude.

Les participants de ces études comprenaient des répondantes de différents groupes d'âge de niveau d'éducation, d'état matrimonial et d'expérience dans l'entreprise. Nous avons réalisé que ces variables démographiques ont une implication pour que les femmes s'inscrivent dans l'incubateur. Parmi les femmes entrepreneures échantillonnées, les répondantes des cohortes d'âge entre 20-40 ans dominaient la population étudiée probablement, ce qui est le contraire de l'étude de (FLORIA, MONTERO, GODFREY, & ESTHER, 2018) les femmes sont entre (35-44) et (45-54) ans.

Dans le cadre de notre étude, nous avons réalisé que le mariage n'a jamais été un obstacle dans la création d'un nouveau projet chez les femmes. Par contre (JANSSEN, 2016) dans son étude que le mariage d'où l'éducation des enfants est beaucoup plus une crainte pour les femmes entrepreneures.

Les participantes à cette étude comprenaient des répondants venant de différentes formations initiales, ce qui nous a permis de réaliser que cette dernière influe directement l'idée du projet de sa porteuse car, et grâce à notre échange avec les différentes

entrepreneures, nous avons constaté que l'idée du projet a toujours été liée directement à la formation initiale de son porteur conformément à l'étude de (FLORIA, MONTERO, GODFREY, & ESTHER, 2018).

Malgré les différents types de motivations qui poussent ces derniers à s'engager dans le domaine entrepreneurial, nous avons trouvé que l'autonomie et le besoin financier sont généralement les principaux facteurs de motivations chez les femmes interviewées qui représente l'élément déclencheur pour s'engager dans la création de leur microentreprise, ces dernières sont directement liées aux motivations citées dans le type pull (Léger-Jarniou, 2013) et conformément aux études de (SELAMI, 2015).

Tout en mentionnant que lors de leur transition vers le statut d'entrepreneur, ils ont rencontré plusieurs obstacles et difficultés dont on cite le manque d'informations et d'investissement dans le domaine des TIC en Algérie ainsi que la bureaucratie conformément à l'étude (FLORIA, MONTERO, GODFREY, & ESTHER, 2018).

L'étude a également affirmé que les services financiers sont essentiels à la croissance des entreprises des femmes entrepreneures. Cependant, l'étude a révélé qu'un certain nombre de groupes interdisait aux femmes entrepreneurs d'accéder aux services financiers. L'étude a révélé, par exemple, que des critères d'éligibilité rigides pour accéder aux services financiers, qui incluent le fait d'avoir une entreprise enregistrée, une licence commerciale et des plans d'affaires, rendent le processus d'acquisition de financement stressant voir (ABEDOU, BOUYAKOUB, & EL KAINA, 2019).

L'étude a affirmé que malgré les difficultés rencontrées, l'entreprenariat féminin contribue de façon directe dans le développement de l'économie algérienne par la proposition des nouveaux produits sur le marché algérien et la création des postes de travail au sein de leurs entreprises surtout avec l'importance et l'appui donné de la part du gouvernement aux start-up ce qui a permis le lancement de plusieurs projets innovants (SELAMI, 2015). En outre, l'étude a établi que la formation dispensée par les incubateurs doit être contextualisée aux besoins locaux des incubés. Notre étude met en évidence la nécessité d'un changement de paradigme vers la contextualisation des services des incubateurs pour les rendre plus accessibles et pertinents aux besoins réels dans le domaine des incubés. En ce qui concerne l'importance perçue des affaires et de la technologie dans l'expansion du réseau d'affaires, les résultats indiquent que l'incubateur a quelque peu permis aux femmes entrepreneurs d'étendre leurs réseaux d'affaires grâce aux programmes interactifs qu'elles créent. La majorité des participants ont affirmé que WOMWORK était leur premier choix comme incubateur et cela grâce à sa bonne réputation, l'accompagnement et les services de

qualité que propose ce dernier ; WOMWORK qui a fourni à ses incubées un coaching individuel et plusieurs formations dans divers domaines, avait une très grande part de responsabilité dans leur réussite puisque il a mis à leur disposition ses espaces de coworking, et des spécialistes formés pour aider les jeunes entrepreneurs à mettre au point le business plan et le business model adéquat pour chaque projet ; sans oublier le fait de partager son networking et la liste de ses partenaires avec ses incubées pour qu'ils puissent trouver un investisseur qui pourra par la suite financer leur projet.

Les incubateurs d'entreprises sont devenus des gadgets répandus pour la promotion des entreprises des femmes entrepreneurs. Les conclusions sont cohérentes avec celles de **(FLORIA, MONTERO, GODFREY, & ESTHER, 2018)** qui indiquent que l'expansion des réseaux d'affaires permet aux femmes entrepreneurs d'accéder aux informations du marché sur les clients potentiels, les prix du marché et la demande pour les produits.

Conclusion Générale

CONCLUSION :

L'incubateur est devenu de nos jours une entité importante et nécessaire pour le développement de l'économie des pays, cela est dû au fait qu'il joue un rôle crucial dans le lancement des start-ups et l'accompagnement des porteurs de projet depuis la conception de leur business plan jusqu'à la concrétisation du projet.

Notre objectif à travers ce travail de recherche est d'essayer de mettre en exergue le rôle important de l'incubateur WOMWORK dans le développement de l'entrepreneuriat féminin en Algérie et sa contribution dans le processus de lancement des projets des femmes entrepreneures.

Pour répondre à la question de recherche principal « quelle est l'utilité de l'incubateur WOMWORK dans le développement de l'entrepreneuriat féminin ? », nous avons établies un entretien auprès des femmes entrepreneures porteuses de projet incubées a WOMWORK BY THE ANNEX DZ.

Pour mieux comprendre les difficultés rencontrées par les femmes et les inciter à créer des entreprises innovantes et à briser le plafond de verre que la société a construit au-dessus d'elles, un incubateur de femmes a été créé.

D'après notre étude établie avec les femmes entrepreneures au sein de cet incubateur féminin WOMWORK elles ont confirmé le rôle majeur que joue ce dernier dans le développement de l'entrepreneuriat féminin, à travers sa contribution de différentes structures :

- ✓ L'incubateur WOMWORK a mis une stratégie de développement allant à l'incubation d'entreprises jusqu'à leurs insertions dans le marché économique à travers des formations, un accompagnement, les aides financières, le conseil, le coaching etc.
- ✓ L'incubateur WOMWORK héberge ces femmes entrepreneures au sein de l'espace THE ANNEX DZ en leurs faisant bénéficier de son réseau et ses partenaires.
- ✓ L'incubateur WOMWORK met en disposition un investisseur dédié juste pour les femmes NBA qui a pour mission d'encourager les femmes à entreprendre qui choisit les cinq bons projets innovants qui ont un fort potentiel de croissance économique en Algérie, afin de les accompagner et leur fournir les ressources matérielles et humaines.
- ✓ L'incubateur WOMWORK porte essentiellement une stratégie marketing qui attire une les femmes qui possède un meilleur profil et les meilleurs projets innovant.

Le WOMWORK est le premier incubateur 100% féminin et c'est quelque chose de nouveau en Algérie, cependant ce type de structure d'accompagnement féminin encourage la prise d'initiative de la part des femmes comme nous l'avons remarqué et révélé dans notre étude à l'incubateur WOMWORK, qui contribue et joue un rôle crucial dans le développement de l'entrepreneuriat féminin et aussi leur impact social et économique en Algérie.

Avant de terminer, il est important de déterminer les insuffisances que nous avons constatées lors de notre travail de recherche qui a pu gêner l'interprétation de nos résultats :

- Étant donné qu'en Algérie, il n'y a qu'un seul incubateur travaillant spécifiquement pour les femmes. La petite taille de l'échantillon de l'étude est inévitable. Cette petite taille d'échantillon met un point d'interrogation sur la généralisabilité des résultats de l'étude.
- La deuxième limite concerne l'étude des clients (locataires) de l'incubateur uniquement. D'autres parties prenantes telles que la direction de l'incubateur, les fournisseurs, le gouvernement, etc. auraient pu être étudiées. Cependant, cette limitation met en évidence une opportunité pour de futures recherches où plus de parties prenantes peuvent être étudiées. Des études comparatives peuvent être menées en incluant d'autres incubateurs opérationnels dans d'autres pays ainsi qu'en Algérie.

En référence à tout ce qui a été dit et à propos des résultats et afin de bien encourager les femmes de bien se cerner dans le monde entrepreneurial je recommande quelques suggestions :

- Promouvoir l'entrepreneuriat féminin et faciliter le comportement entrepreneurial des femmes à travers de placer différents incubateurs féminins dans le pays Algérien.
- Donner l'importance aux femmes porteuses de projet dans leur début de carrière étudiante et d'implanter des incubateurs féminins au sein des universités et pourquoi pas aussi dans tout le territoire algérien.
- Augmenter le nombre de investisseurs pour les porteurs de projets, en particulier les femmes, et cela pour leur capacité à créer des entreprises algériennes et à prouver au monde que les femmes algériennes ont des institutions innovantes.

Avec cette thèse, je souhaite apporter ma modeste contribution au domaine de l'entrepreneuriat féminin. Cependant, peu importe comment j'essaie de le présenter, le sujet que j'ai choisi restera toujours large et inépuisable.

BIBLIOGRAPHIE

Bibliographie

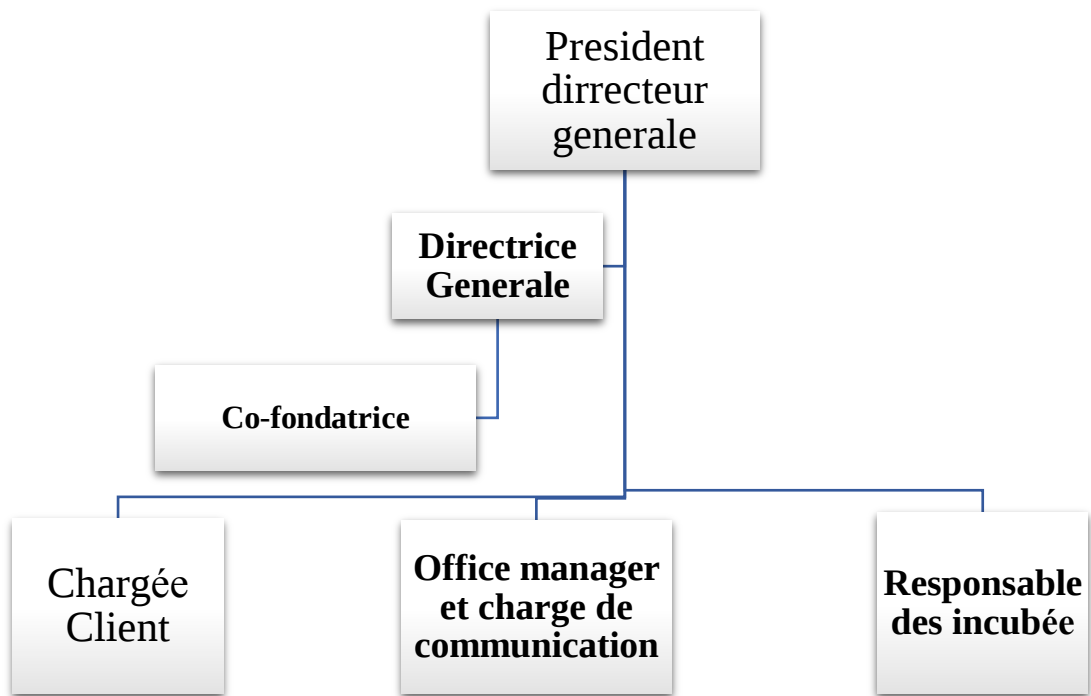
1. ABEDOU , A., BOUYAKOUB , A., & EL KAINA, H. (2019). *L'entrepreneuriat féminin en Algerie, Une réalité en construction*. Alger: CREAD et KONRAD ADENAUER STIFTUNG.
2. AIT HAMOU , S. (2020, Decembre 07). Les incubateurs féminin. (N. BOUZEGAOU, Intervieweur) Récupéré sur <https://www.facebook.com/watch/?v=1559724671083416>
3. AKONO , G., & AKONO, E. (2018). *L'entrepreneuriat au féminin- Modèle de développement socio-économique* (éd. 1er édition). France: JETS D'encre.
4. BAHRI, B., & BERKANE, Y. (2020, juin 01). Revue d'economie et statistique appliquée. *l'entrepreneurriat féminin un enjeu pour ameliorer l'employabilite des diplomes algeriennes*, pp. 118-133.
5. BESSOUH , N. (2016). *L'entrepreneuriat féminin et son accompagnement en Algerie- Bilan et perspectives*. pp. 16-26.
6. BLOOM, D., KUHN, M., & KLAUS, P. (2017). *Les femmes atout de prospérité* . Princeton University Press.
7. BOUGHANEM, F. (2012). Memoire en vue de l'obtention du diplome de magister en sciences economiques. *L'entrepreneuriat féminin et son accopagnement: cas de l'accoompagnement par l'ANSEJ des femmes entreneures de la wilaya de TIZI-OUZOU*. Tizi-Ouzou, Departement des sciences economiques.
8. BUSSILLET, S., LARETTE, P., DANI, S., & GIRAULT, C. (2006). *Les incubateurs d'entreprise innovante liés a la recherche publique: Panoorama du dispositif d'incubation*. Paris: TECHNOPOLIS.
9. CARVALLHO, M., & MOREIRA, A. (2012). Incubcubation of new Ideas: Extending Incubation Models to LEss-FavoredRegions. *Entrepreneurship-Creativity and Innovative Businnes Model*.
10. Christian, B. (1993, octobre 20). These pour doctorat en science et gestion. *Création d'entreprise: contribution épistémologique et modélisation*. France, Business administartion: Université Pierre Mendes-France-Grenoble.
11. CONSTANTINDIS, C., & CORNET, A. (2006). *Les femmes repreneuses d'une entreprise familiale : difficultés et stratégies*. Belgique: CIFE& PME.
12. COTIS , J.-P. (2014). *Comprendre la croissance economique* . Paris: OCDE.
13. DJERMANE, R. (2003, Decembre 20). Création et démarrage d'entreprises: le concept d'incubateur. *Revue scientifique Humaine*, pp. 77-86.
14. FAYOLLE, A. (2005). *Introduction a l'entrepreneuriat*. Paris: DUNOD.
15. FAYOLLE, A. (2012). *Entrepreneuriat: aprendre a entreprendre* (éd. 2e). Paris: DUNOD.

16. FELAKI, A., & TOUMI, M. (2018, Decembre 02). Emploi Éducation Société Magazine. *Le rôle des pépinières d'entreprises en tant qu'établissement public dans la promotion de l'accompagnement entrepreneurial, l'expérience algérienne et internationale*, pp. 16-45.
17. FIEDLER, H., DE LEON, N., & GASSAMA, M. (2010, April). International Women Workin group. *Gateway to Economic Development through Women Empowerment and Entrepreneurship*, pp. 1-79.
18. FILION, L. j. (2000, octobre 20). Typologie d'entrepreneur: est-ce-vraiment utile?
19. FLORIA, A., MONTERO, S. C., GODFREY, M. I., & ESTHER, R. M. (2018). Exploring the contribution of business and technology incubators to women entrepreneurs development in Dar es Salaam, Tanzania. *Journal of entrepreneurship research*.
20. GASPARD, C. (2019, Decembre 04). *La méthode de l'observation pour vos recherches : définition, types et exemple*. Récupéré sur Scribbr: <https://www.scribbr.fr/methodologie/observation/>
21. Gilles, S.-P., & FORTIN, P.-A. (2003). Rencontre destinée aux leaders et décideurs de la République islamique de Mauritanie. *La culture entrepreneuriale: Un antidote à la pauvreté*. Québec, Canada: République Islamique de Maritime. Récupéré sur https://www.cjoint.com/doc/21_05/KErbc7ouaab_culture-entrepreneuriale-antidote-pauvrete.pdf
22. HAMMACHE, E. (2020, janvier 01). *Contribution de la recherche féminine à la valorisation de l'entrepreneuriat féminin en algerie*, pp. 267-288.
23. Henry, C. (2009). *Entrepreneuriat et création d'entreprise, facteurs déterminants de l'esprit d'entreprise*. Bruxelles: De Boek.
24. Himrane, M., & ZINE, R. (2019, 12 03). Revue Algerienne de développement économique. *L'entrepreneuriat féminin dans le maghre: une étude au niveau micro*, pp. 315-328.
25. HOMLQUIST, C., & CARTER, S. (2013, mai). The Diana project: pionnering women studying pioneering women, Small Business Economics. *Femmes dirigeantes en PME: Bilan et perspectives*, p. 122.
26. HOUBRE, B., & KIVITS, J. (2021, 09 30). *Investigation en santé publique : méthodes qualitatives - Principes et outils*. Récupéré sur l'analyse thematique de contenu : https://fad.univ-lorraine.fr/pluginfile.php/23858/mod_resource/content/1/co/Analyse_them.html
27. ijgtje. (2108). *kjergr*.
28. JANSSEN, F. (2016). *Entreprendre une introduction à l'entrepreneuriat* (éd. 2em édition). Bruxelles: de boek.
29. Jea-luc, G., & Rompaey, B. V. (2002). Revue de la littérature et état de la recherche. *Entrepreneuriat et creation d'entreprise*. Namur, Wallon: Service des études de statistique.

30. KHEDIM , A., & BELHADJ, F. (2017, Novembre 04). AL- MOASHEER Journal of Economic Studies. *Evolution de l'entrepreneuriat féminin en Algerie (2007-2016)*, pp. 258-271.
31. KHURAN , S., QAMAR, A., Ullah BAJWA, S., & SHAHID, A. (2012, April 15). Asian Journal of Business Management. *Role of Incubation in Women Entrepreneurship Development in Pakistan*, pp. 200-208.
32. KOUNTA , S. A. (1997). Memoire presente comme exogence partielle de la maitrise en gerstion des organisations. *Caractéristiques de l'entrepreneuship féminin au mali* . Quebec, Canada: Universite de Quebec.
33. LATOUCHE , c. (2006). *L'observatoire de l'entrepreneuriat féminin*. France: FUDICIAL. Récupéré sur <https://docplayer.fr/16968403-L-observatoire-fiducial-de-l-entrepreneuriat-feminin-janvier-2006.html>
34. LAVOIE, D. (1988). *Les entrepreneures: pour une economie canadienne renouvelée*. Ottawa: Conseil consultatif sur la situation de la femme.
35. Léger-Jarniou, C. (2013). *Le Grand Livre de L'entrepreneuriat* . Paris : DUNOD.
36. LOARNE-LEMAIRE, S. L., CUPILLARD, V., RAHMOUNI BEMHIDA, B., NIKINA, A., & SHELTON, L. M. (2012). *Femme et entrepreneur, c'est possible!* France: PEARSON.
37. MADOUCHE , Y., & TOURI , K. (2014, Avril 30). *L'entrepreneuriat des femmes : L'importance , les opportunités et les obstacles*.
38. MARCIL , F. (2013). Incuber l'entrepreneur pour développer l'économie locale. Québec, Administration des affaires, CANADA: Universite de Québec a Trois-Rivières.
39. MASMOUDI, M. R. (2007). These pour obtention du doctorat. *Etude Exploratoire des Processus et Modèles d'incubation en Entrepreneuriat: Cas de pepiniere tunisienne*. France, Science et Gestion: Universite du Sud Toulon-Var.
40. MOUMEN , L. (2020). Journal Al-Midan d'études sportives, sociales et humaines. *Presentation des paradigmes de l'entrepreneuriat*, pp. 391-397.
41. Nour, D. (s.d.).
42. OCDE. (2014). *Pallier la pénurie d'entrepreneures-politique d'entrepreneuriat inclusif en Europe*. Europe: OCDE et Commission européenne. Consulté le 09 18, 2021, sur <https://fr.scribd.com/doc/244723985/Pallier-la-penurie-d-entrepreneurs-Politiques-d-entrepreneuriat-inclusif-en-Europe>
43. Organisation Internationale de Travail OIT . (2017). *Evaluvation nationale du developpemtn de l'entrepreneuriat féminin en Algerie* . Algerie: OIT.
44. padavic, E. (2007).
45. Phillipe, A., GAYNOR, L., & BERNASCONI, M. (2002). *Les incubateurs: emergence d'une nouvelle industrie*. France.

46. RAO, P., & KALYANI, P. (2017, Mars 03). International Journal of Science Technology and Management. *ROLE OF BUSINESS INCUBATORS IN PROMOTING WOMEN ENTREPRENEURSHIP*, pp. 438-443.
47. Rapport European Commission Entreprise. (2002). *Benchmarking of Business Incubators*. Belgium: Centre for Strategy & Evaluation .
48. REBRAB, O. S. (2021). *L'entrepreneuriat féminin "Etude Statistique sur la dispersion de l'entrepreneuriat féminin en Algérie*. Alger: LASAP et ENSSEA.
49. RENAUD, R. C. (2006, Février). Pour une approche genre de l'entrepreneuriat. pp. 1-72.
50. Saidatou, D. (2019). *Méthodologie de recherche et théories en science comptable* . Québec: Presses de l'Université de Québec.
51. SALEH, L. (2013, janvier 15). l'entrepreneuriat féminin . *Les modèles de l'entrepreneuriat féminin* . Alger.
52. SAOUDI , A., & HIJAB , A. (2017, juin). Évaluer le rôle des incubateurs d'entreprises dans la mise en place et l'accompagnement de projets entrepreneuriaux en Algérie. *Revue d'économie commerciale et financière*, pp. 100-119.
53. SAPORTA , B., & Thierry, V. (2016). *Création d'entreprise et entrepreneuriat* (éd. 1er édition). France: L'ADREG.
54. SELAMI , M. (2015, Avril 26). Thèse de doctorat. *étudier et analyser la réalité de l'entrepreneuriat féminin*. Ouargla, Algérie: Université KASDI Rabeh .
55. SELAMI, M., & KORAYCHI, Y. (2014). Magazine de la performance des institutions algériennes. *L'entrepreneuriat féministe en Algérie, la réalité de la construction et les défis du climat des affaires*, pp. 86-104.
56. THE ANNEX DZ. (2021, Septembre 27). *THE ANNEX DZ*. Récupéré sur Les services de THE ANNEX DZ: <https://theannexdz.net/services/>
57. WANG , Y. (2010, Septembre 28). L'évolution de l'intention et le développement de l'esprit d'entreprendre des élèves ingénieurs d'une école française: étude longitudinale. *Mémoire en vue de l'adoption du diplôme de doctorat*. Lille, Ecole centrale de Lille, France: Ecole centrale de lille.
58. Zellal , A. (2018). *Cours d'entrepreneuriat*. Alger: Office des publications universitaires.

ANNEX (A)
L'ORGANIGRAMME DE THE ANNEX
DZ



ANNEX (B)

LE GUIDE D'ENTRETIEN



Thème : la contribution de l'incubateur dans le développement de l'entrepreneuriat féminin

Date :

Poste :

Objectifs :

Je suis étudiante en Master spécialité Entrepreneuriat et Management de Projet à l'école nationale supérieure de management- Pôle universitaire Kolea – Tipaza.

L'entretien d'aujourd'hui fait partie d'une recherche scientifique élaborée dans le cadre d'un mémoire de fin de cycle pour l'obtention de Diplôme de Master.

Cette recherche porte essentiellement sur le rôle de l'entrepreneuriat féminin dans le mouvement de la roue économique et aussi le l'importance de l'incubateur WOMWORK dans la création des projets innovants.

1. Pouvez-vous vous présenter brièvement (l'âge, Situation Civile) ?
2. Comment s'est passé votre entrer dans le domaine de la création d'entreprise ?
3. Pour l'idée du projet de création d'une microentreprise, pouvez-vous nous expliquer vos motivations pour entreprendre dans ce domaine ?
4. Pendant la création de votre microentreprise ; quelles sont les obstacles et les difficultés que vous avez rencontrées ?
5. Comment voyez-vous la femme entrepreneure dans l'économie algérienne ?
6. Créez-vous des opportunités de travail pour des femmes qualifier ? combien d'employées avez-vous déjà recruté ?
7. En quoi votre projet est-il innovant ? et quelle est sa valeur ajoutée ?
8. Si votre projet ne va pas être réaliser est allez-vous tentez investir dans un autre projet ? et lequel ?
9. Pouvez-vous nous expliquer les raisons dont avez-vous choisi l'accompagnement de l'incubateur WOMWORK lors de votre création de l'entreprise ? est-il votre premier choix ?
10. Comment trouvez-vous l'accueil et les premières informations fournies par l'organisme de WOMWORK et ses différents services ?
11. Quels sont les services fournis que l'incubateur WOMWORK qui facilite aux porteuses de projets ?
12. Quel est le rôle des avantages qui offre l'incubateur WOMWORK dans le développement de votre intention entrepreneuriale ?

ANNEX(C)

LA GRILLE D'ANALYSE

Le profil socio-professionnel des femmes entrepreneures incubée a WOMWORK

	Mme D. N	Mme B. F	Mme B. I	Mme R.H	Analyse
1.Pouvez-vous vous présenter brièvement (l'âge, Situation Civile) ?	Elle a 24 ans, célibataire	Elle a 28 ans, Mariée avec deux enfants.	24 ans, célibataire	37 ans Célibataire	La moyenne d'âge des femmes entrepreneurs était de 20-40 ans.
2.Comment s'est passé votre entré dans le domaine de la création d'entreprise ?	Universitaire, fraîchement diplômée en master biomédicale maintenant elle est ingénieure en biomédicale domaine santé et technologie sa microentreprise c'est un projet fin d'étude qui porte essentiellement sur « Les gants intelligents pour les sourds-muets ».	Diplôme Licence en science de l'information et de la communication spécialité audiovisuel et master en media éducation elle travaille comme voix off en freelance, son projet est application de livre audio « N'BOOKINI » qui a une relation directe avec son parcours universitaire.	Diplôme master en informatique visuelle, elle est ingénieure en services professionnelles dans une multinationale avant ça elle était dans une société publique pour 11 mois son projet « MED'WAK » c'est une application consiste à faire une aide à la décision pour aider les médecins dans le domaine médicale pour faire un diagnostic très rapide.	Licencier en finance technique bancaire et ingénieure en commerce internationale et management elle est consultante en stratégie de vente, négociation et management elle est possède une école de formation à son nom propose des programmes de formations pour les sociétés et régler les problèmes des sociétés.	Les projets sont directement liés avec leur études universitaire
Idée du projet de création d'une micro-entreprise, Pouvez-vous nous expliquer vos motivations pour entreprendre dans ce domaine ?	L'incitation d'aider les gens et le besoin financier et l'autonomie.	Vouloir créer une première application des livres sonores en Algérie. (Inspiration d'une entreprise jordanienne).	L'autonomie, apporter des produits technologiques dans le marché algérien, apporter des solutions dans le domaine médical.	Un rêve depuis qu'elle a commencé à travailler, aimer partager et aimer former les gens, l'autonomie.	Leurs incitations de créer leur entreprise est le besoin de l'autonomie et le besoin financier.

	4. Pendant la création de votre micro-entreprise, quelles ont été les obstacles et les difficultés ?	Manque d'investissement dans le domaine de TIC et la paperasse le manque de soutien de la part de l'entourage.	Manque de financement et manque d'information et de compétences.	Manque de formations, la paperasse et manque d'investissement, pas de locale pour commencer.	La paperasse, le manque de trouver des clients.	La majorité des femmes ont des problèmes de la bureaucratie. La bureaucratie, manque d'investissement
--	--	--	--	--	---	---

		D.N	B.F	B. I	R.H	Analyse
L'écosystème entrepreneurial – L'entrepreneuriat Féminin	1-Comment voyez-vous la femme entrepreneure dans l'économie algérienne ?	Elle voit que c'est difficile d'être une femme entrepreneure ici en Algérie, et elle contribue à l'économie dans divers secteurs mais d'un pourcentage faible. Le rôle des projets e-commerce dans l'évolution de l'économie gérée par les femmes est en évolution par rapport aux années précédentes.	L'entrepreneuriat féminin s'est développé avec l'appui du gouvernement aux startups, à travers la création du ministère de l'entrepreneuriat, ainsi qu'avec la présence de nombreux incubateurs.	La femme elle a une importance dans l'économie locale comme l'homme dans divers secteurs.	C'est un peu difficile pour une femme algérienne qu'elle soit entrepreneure et ça cause des procédures administratives, mais ces dernières années elles voient que la femme elle a approuvé son rôle dans l'économie dans le marché du travail et aussi dans la production de nouveaux produits.	Elle est une voie de développement à l'aide du soutien du gouvernement et aussi les incubateurs et jouent un rôle majeur au développement de l'économie à travers la création de nouvelles entreprises.
	2-Est-ce que vous créez des opportunités d'emplois pour des femmes qualifiées ? Combien d'employées avez-vous déjà recruté ?	Elle recrute juste des femmes elle a besoin d'une développeuse web, quatre ingénieures en électronique et une ingénieure en biomédicale.	Elle recrute des femmes : cinq voix off et des commerçantes et gestionnaires.	Elle ne recrute pas car dans son projet il y a quatre cofondatrices et il y a une amie qu'elles aident, mais avec la maturité de la startup elles peuvent recruter.	Elle a beaucoup de femmes formatrices et consultantes dans son école de formation.	La majorité des femmes tentent de créer de nouvelles entreprises.

3-En quoi votre projet est-il innovant ? Quelle est la valeur ajoutée de votre projet ?	C'est un premier dispositif médical dédié pour les sourds-muets d'un prix moins chère et de bonne qualité.	La première application de livre sonore en Algérie gratuitement pour les aveugles.	Le premier système intelligent intégrer dans le domaine médical en Algérie.	Le projet il n'est pas innovant il y a beaucoup d'école de formation en Algérie mais la chose la plus-value c'est que d'apporte le nouveau et trouver les solutions aux personnes.	La majorité de leur projet sont innovant et une plus-value dans l'économie.
4-Si votre projet ne va pas être réalisé est aller-vous tentez investir dans un autre projet ? Et lequel ?	Les lunettes intelligentes pour les aveugles et une application pour digitaliser les documents médicaux et aussi les sacs biodégradables.	Une chaîne d'enfant.	Elle va investir dans un projet qui sera toujours liés dans son domaine à l'informatique et l'intelligence artificielle.	Elle tente d'ouvrir une école à l'internationale.	Toute la femme tente investir dans un autre projet dans le domaine mais elles sont sûres qu'elles vont réussir.

Troisième thématique :

		DAHEL Nour	BENSLIME Férial	BAKOUR Imène	RAHEM Hind	Analyse
Troisième thème : Présentation de l'Incubateur et le processus de création de l'entreprise	Pouvez-vous nous expliquer les raisons dont avez-vous choisi l'accompagnement de l'Incubateur WOMWORK lors de votre création de l'entreprise ? est-il votre premier choix ?	C'était le 1er choix, elle a entendu parler de genre d'incubateur sur Facebook dont elle avait besoin d'investisseur et l'accompagnement et l'accompagnement et cherchée l'autonomie.	C'était le 1 ^{er} choix sur le réseau social Facebook, les raisons d'être à WOMWORK sont : être challengée, entourée et conseillée, construire un modèle économique viable, Disposer d'un espace de travail ou encore d'une mise en réseau. Accompagner la recherche de financement. Mobiliser des spécialistes juridiques, économiques.	C'est le seul incubateur qu'elle connaît lors d'une conférence et elle voulut d'être accompagnée, et aussi de d'avoir un espace pour travailler.	C'était le premier incubateur c'est une proposition d'une amie elle a choisis d'être incubée pour des raisons d'accompagnement et aussi l'accès à l'espace pour travailler.	C'était le premier choix, à cause de la réputation de ses services.
	Comment trouvez-vous l'accueil et les premières informations fournies par l'organisme de WOMWORK et ses différents services ?	L'accueil était satisfait pour elle tous était à distance, et les premières informations était très bénéfique pour son projet.	L'accueil était satisfaisant, les informations était très bénéfique.	L'accueil était satisfaisant.	L'accueil était satisfaisant.	L'accueil était satisfaisant pour la majorité de femmes interviewées.

Quels sont les services fournis que l'Incubateur WOMWORK qui facilite aux porteuses de projets ?	Les coachings individuels et l'accompagnement et les investisseurs.	L'espace de coworking, l'accompagnement, les échanges d'informations entre les incubées et aussi à l'externe comme les partenaires.	L'accompagnement, l'espace de coworking, matériel de bureau et technologie.	Accès à l'espace de coworking et l'accompagnement.	La majorité des femmes ont déclaré que les services les plus bénéficiaires pour eux sont : l'espace de coworking et l'accompagnement.
Quel est le rôle des avantages disponibles chez l'incubateur WOMWORK dans le développement de votre intention entrepreneuriale ?	Facilite les tâches administratives, créer sa propre entreprise, avoir un fond pour démarrer le projet. Faire un business plan, l'étude de marche.	Le savoir-faire nécessaire à la rédaction du business-model et du business-plan, à la gestion de tous les aspects juridiques et ceux liés à la propriété intellectuelle et à la levée de fonds, l'incubateur les solutions pour nous aider à comprendre notre marché et les opportunités qui s'y trouvent.	Avoir un investissement pour financier le projet, savoir gérer les couts, savoir négocier avec les clients...	Avoir un locale pour bien gérer l'entreprise, avoir des clients par le réseau de l'incubateur, avoir l'investissement.	Les avantages et de leur augmenter leur intention entrepreneuriale

ANNEX(D)

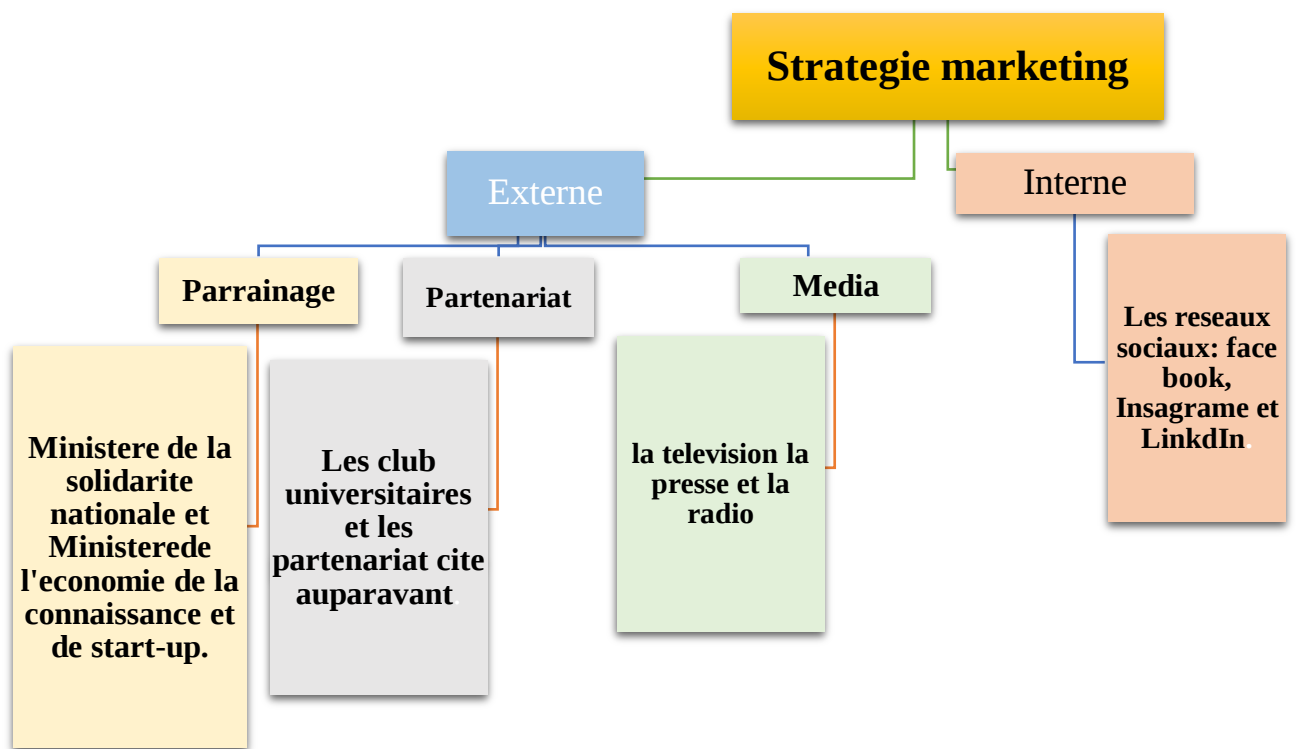
PROCESSUS DE L'INCUBATIONS A

WOMWORK

Processus de selection des projets

Appels à projet ? Entrée au fil de l'eau	Présélection	Sélection	Pre-incubation	Incubation	Création
1. Diffusion de l'appel à projet	Pre-comite interne : 1. Vérification de l'éligibilité.	Comité technique : 1. Audition des projets présélectionnés	Equipe technique : 1- Qualification des projets pré-incubes	Equipe technique : 1. Appui des projets sur le concept innovant, leur faisabilité économique, technique et juridique.	Equipe technique : 1. Accompanement à la création de l'entreprise.
2. Rencontre territoriales d'information	2. présélection des projets à auditionner	2. Avis motivé sur l'entrés en pré-sélection (favorable, défavorable, ajournement)	2- Mobilisations des prestataires sur la faisabilité des projets.		
3. Dépôt des projets	3. Motifs de nom présélectionner		Jury de sélection : 1- Audition en fin de préincubation		

ANNEX(E)
STRATEGIE MARKETING



ANNEX(F)

**LES PROJETS CREE PAR LES
FEMMES ENTREPRENEURES**

Nom du Projet	Description du Projet
MED'WAK	Ce projet consiste à concevoir une solution (comprenant une application web, et un ensemble de services sur mesure), destinée aux acteurs de santé (professionnels, centres d'imagerie, laboratoires d'analyses, ...) pour permettre l'analogie et l'accès sécurisé aux données des patients. La solution est basée sur les concepts suivants : • Une application web, hébergée dans un environnement cloud, qui fournit une gamme de services de gestion de documents, d'historiques des patients (ordonnances, soins...) et gère l'agenda commun. • Service de type abonnement pour les professionnels (médecins généralistes/spécialistes, laboratoires d'analyses, cliniques/établissements de santé). Ce projet c'est un nouveau système qui sera le premier système intelligent intégrer dans le domaine médical en Algérie et c'est la chose la plus-value dans le marché algérien.
N'BOOKINI :	L'idée du projet : La technologie dans la diffusion des livres audio et l'émergence de nombreuses applications qui leur sont dédiées, et les livres audios sont désormais devenus une alternative aux livres électroniques et papier, donc à la place de la lecture, ce qui peut être possible du tout fois, vous pouvez écouter votre livre préféré n'importe où via votre smartphone. C'est une nouvelle application en Algérie des livres sonores, c'est la première application de ce genre un livre qui répond à plusieurs problèmes pour les gens qui ne veulent pas lire des livres. C'est une solution unique dans le marché algérien pour les aveugles qui ne peuvent pas lire les livres.
LES GANTS INTELLIGENTS	Cette entreprise est considérée comme l'une des entreprises émergentes qui s'est donné pour mission de fournir aux personnes ayant des besoins particuliers (sourds et muets) à l'échelle nationale une solution pour faciliter leur communication entre elles et le monde entier et améliorer l'égalité dans le monde social et professionnel et permettre aux personnes qui souffrent de ces maladies d'entendre et de communiquer. En plus de travailler sur un nouveau concept d'aide à la décision et d'intégrer l'une des méthodes les plus puissantes de l'intelligence artificielle afin de faciliter la détection d'anomalies en

	imagerie médicale, qu'il s'agisse d'imagerie par résonance magnétique, de radiographie, ou autres. Pour ce faire, aussi longtemps que la technique d'apprentissage en profondeur et de renforcement. L'appareil prend des milliers de millions de photos à chaque fois qu'il acquiert des connaissances et apprend de ses erreurs. La chose plus-value dans le marché que c'est le premier gant intelligent en Algérie ou au marché algérien, facile à utiliser avec des prix moins chers par rapport au gant fabriqués hors l'Algérie.
BH Advisory	BH Advisory est un cabinet de conseil en Stratégie et Management qui propose des solutions sur mesure aux entreprises et autres acteurs privés et publics. Sa mission est d'accompagner ces divers acteurs sur l'ensemble de la chaîne de valeur : de la définition de leur stratégie à la mise en place des processus opérationnels, de même que l'amélioration continue de leur performance. Conscientes de l'évolution incessante des besoins de leurs clients, souvent dans un contexte concurrentiel fort, les entreprises se doivent plus que jamais d'innover et d'être agiles, dans une dynamique d'intelligence collective et collaborative s'inscrivant dans l'open innovation. Ce sont les valeurs communes qui nous définissent et par conséquent nous rapprochent. La société c'est une personne physique c'est au nom de la fondatrice H.R, c'est une école de formation qui propose des programmes de formations pour les sociétés qui souffrent de problèmes, que ce soit du côté marketing ou du côté de la stratégie commerciale, et ces formations sont utiles pour trouver des solutions et faire face à ces problèmes.