

**Le programme d'appui de l'Union européenne pour la région de la PEV-Sud
EUROPEAID/133918/C/SER/MULTI**

Amélioration de l'environnement des affaires dans la région sud de la Méditerranée

**Séminaire pour les pays du Maghreb
Algérie, Maroc, Tunisie**

**L'entrepreneuriat des femmes et le développement
des MPME dans la région du sud de la Méditerranée**

Tunis, 21 Septembre 2017



Ce projet est financé
par l'Union Européenne



Un projet mis en œuvre par
GIZ IS et Eurecna

Clause de non-responsabilité

Le contenu du présent rapport relève de la seule responsabilité de l'équipe d'assistance technique du projet dirigé par GIZ IS comprenant Eurecna et ne peut en aucun cas être considéré comme reflétant l'avis de l'Union européenne.

SOMMAIRE

| | | |
|-----------|--|-----------|
| 1. | INTRODUCTION | 4 |
| 2. | LES OBJECTIFS DE L'ATELIER..... | 5 |
| 3. | LES PARTICIPANTS | 5 |
| 4. | LE DEROULEMENT DU SEMINAIRE | 6 |
| 5. | CONCLUSIONS ET POUR ALLER DE L'AVANT..... | 21 |
| | ANNEXES | 22 |
| | ANNEXE 1 : PLANS D' ACTIONS PAR PAYS..... | 22 |
| | ANNEXE 2 : LISTE DES PARTICIPANTS | 32 |

1. INTRODUCTION

Les principales parties prenantes tunisiennes, algériennes et marocaines engagées dans le développement de l'entrepreneuriat féminin se sont réunies le 21 septembre à Tunis, pour discuter des conclusions identifiées dans le rapport « Femmes Entrepreneurs Arabes », et pour produire des initiatives concrètes et des plans d'action à court et moyen terme, visant à améliorer les politiques en faveur du développement de l'entrepreneuriat féminin au niveau national. Cet atelier constitue le premier d'une série d'ateliers organisés par le projet « Amélioration de l'environnement des affaires dans la région du sud de la Méditerranée » (EBESM) à un niveau sous régional.

Le rapport « Femmes Entrepreneurs Arabes » s'inscrit dans le cadre de l'activité « Entrepreneuriat féminin » mise en œuvre par le projet EBESM. Cette activité a pour objectif d'améliorer les politiques en vue de soutenir le développement de l'entrepreneuriat des femmes dans la région du sud de la Méditerranée (MED) et de donner un rôle plus important aux femmes dans le développement social et économique de la région. Cette démarche devrait permettre d'augmenter le nombre de femmes créant leur entreprise et ainsi, de contribuer à réduire le chômage et la pauvreté.

Le rapport traite de la promotion des femmes entrepreneurs dans la région MED. La création d'un cadre politique favorable afin d'accroître la participation des femmes à l'activité économique, notamment par le biais de l'entrepreneuriat, est une étape clé dans la promotion de la prospérité économique et sociale d'un pays.

Ce rapport évalue, par le biais d'enquêtes menées en face à face dans sept pays MED, à savoir, l'Algérie, l'Égypte, la Jordanie, le Liban, le Maroc, la Palestine et la Tunisie, les conditions économiques et sociales d'un échantillon de femmes entrepreneurs n'ayant pas un diplôme universitaire ou spécialisé. Il aborde ainsi les obstacles, les défis et les facteurs favorables liés à leurs activités entrepreneuriales. Il identifie également les bonnes pratiques et les obstacles rencontrés par ces femmes pour développer leur entreprise, informations qui pourraient s'avérer utiles aux femmes entrepreneurs pour mieux gérer leurs activités à l'avenir. Des recommandations politiques à différents niveaux institutionnels sont ensuite formulées. Les recommandations se sont basées sur les propositions des femmes entrepreneurs ayant participé à l'enquête et sur les résultats des « *focus groups* » organisés en Mars 2017, à un niveau sous régional, le premier ayant eu lieu à Tunis pour les pays du Maghreb (Algérie, Tunisie et Maroc) et le second au Caire pour les pays du Machrek (Égypte, Palestine, Jordanie et Liban).

Afin de contribuer à améliorer les politiques nationales en faveur de l'intégration économique des femmes, l'atelier a été structuré en deux phases principales. La première phase de cette journée a été consacrée à présenter les résultats clés du rapport, les bonnes pratiques identifiées ce qui a permis de réfléchir sur les politiques appropriées à mettre en œuvre à un niveau national. Durant l'après-midi, et sur cette base, il a été possible d'organiser des groupes de travail par pays afin de développer des actions prioritaires à mettre en œuvre pour améliorer la situation des femmes entrepreneurs. Il a été possible également de développer une plateforme de dialogue public-privé (DPP), identifiant les principales parties

prenantes en charge de la mise en œuvre de ces actions prioritaires. Les plans d'action et la composition des plateformes de dialogue public-privé intégrés à ce rapport synthétisent les résultats de ce travail collectif.

2. LES OBJECTIFS DE L'ATELIER

Les objectifs globaux de ces ateliers organisés par groupe de pays étaient de présenter et de discuter avec les participants les résultats du travail analytique produit par le projet EBESM afin de permettre aux pays partenaires de mettre en œuvre des réformes en faveur du développement de l'entrepreneuriat féminin.

En particulier, les objectifs spécifiques étaient de :

1. Présenter et discuter les résultats de l'étude (principaux constats, bonnes pratiques et recommandations) ;
2. Recueillir les commentaires sur le rapport et partager les expériences/bonnes pratiques nationales ;
3. Discuter de la composition d'un mécanisme de dialogue public-privé ainsi que d'un plan d'actions pour promouvoir l'entrepreneuriat féminin dans chaque pays MED.

Il est à noter que trois ateliers ont été organisés à un niveau sous régional comme suit :

- 1- Tunis, le 21 Septembre 2017 pour l'Algérie, le Maroc et la Tunisie ;
- 2- Beyrouth, le 28 septembre 2017 pour l'Egypte et le Liban ;
- 3- Amman, le 2 octobre 2017 pour la Palestine et la Jordanie.

3. LES PARTICIPANTS

L'atelier a réuni environ une trentaine de participants de l'Algérie, du Maroc et de la Tunisie. Cette bonne participation est d'autant plus remarquable car ce jour était un jour férié dans tous les pays MED ce qui démontre un fort engagement des parties prenantes à ce projet.

La délégation algérienne comprenait quatre personnes du secteur public (Agence nationale de gestion du micro-crédit), du secteur privé (Forum des chefs d'entreprises) et de la société civile (Association des femmes).

La délégation marocaine comprenait également quatre personnes du secteur public (Ministère de l'Industrie, de l'Investissement, du Commerce et de l'Economie numérique, Maroc PME), et de la société civile (Association des Femmes Chefs d'Entreprise).

Enfin, la délégation tunisienne était fortement représentée et venait d'horizons multiples, tels que le secteur public (Ministère de la Femme, Agence de la Promotion de l'Industrie et l'Innovation (APII)), de la microfinance (Taysir microfinance) et de la société civile (plusieurs associations de femmes).

4. LE DEROULEMENT DU SEMINAIRE

Les trois délégations nationales, en collaboration avec les experts EBESM, ont activement participé à cet atelier. Cette rencontre a constitué une opportunité précieuse de travailler ensemble, de discuter des résultats du rapport, d'encourager le dialogue sur les politiques publiques dans ce domaine, l'apprentissage entre les pairs, et l'échange d'expériences et de bonnes pratiques (Sud-Sud et Nord-Sud). L'atelier a aussi permis de produire des initiatives concrètes et des plans d'action à court et moyen terme, visant à améliorer les politiques en faveur du développement de l'entrepreneuriat féminin.

L'atelier s'est structuré en 5 sessions comme suit :

4.1 : Session1 : Que souhaitons-nous réaliser ensemble aujourd'hui ?

Mme Marie-Jo Char, chef d'équipe du projet EBESM, a explicité les objectifs de cet atelier, résumé les principaux résultats du rapport en mettant l'accent sur sa particularité.

Cette étude est, selon l'état actuel de nos connaissances, la première qui cible une catégorie de femmes jusque-là n'ayant pas fait l'objet d'études particulières ou approfondies. En effet, afin de compléter les travaux jusque-là effectués par d'autres organisations, notamment l'OCDE et l'ONUDI, l'enquête a porté sur des femmes entrepreneurs qui n'ont pas d'éducation universitaire, catégorie allant des illettrés aux personnes qui ont interrompu leurs études juste avant l'université. Ces femmes appartiennent généralement à la catégorie socio-économique à revenu faible ou à revenu intermédiaire de la tranche inférieure. Ces femmes ont choisi ou choisissent d'être entrepreneurs par **nécessité** plutôt que par choix.

En nous basant sur les études produites notamment par l'ONUDI sur le marché du travail qui établit que les femmes n'ayant pas une éducation universitaire représentent environ les trois-quarts de toutes les femmes ayant intégré le marché du travail dans la région du Moyen Orient Afrique du Nord (MENA), y compris dans la région MED, nous avons estimé qu'elles représentent donc aussi la majorité des femmes entrepreneurs dans cette région.

L'étude de ce groupe de femmes entrepreneurs est importante à plusieurs égards, tout d'abord pour des raisons économiques :

- Ces femmes ont **intégré le marché du travail** via de petites entreprises, alors qu'au préalable elles ne participaient pas aux activités économiques du pays ; elles étaient pour la plupart, sinon la majorité, inactives économiquement, ayant des revenus modestes, peu de richesse et un accès inexistant ou limité au capital.
- Ces femmes **contribuent au revenu du ménage**, au confort matériel et au bien-être de tous les membres de la famille. Les études l'ont suffisamment démontré : il existe un **lien très étroit entre la participation économique des femmes et la croissance et le**

bien-être économiques d'un pays. Les femmes ont une approche différente vis-à-vis de leur famille et de leur communauté ; elles réinvestissent 90 % de leurs revenus dans leur famille et leur communauté alors que les hommes ne réinvestissent que 30 à 40 % de leurs revenus.

- Il a été amplement démontré également que le fait de soutenir la participation économique des femmes a des retombées substantielles pour les familles, les communautés et l'économie.
- Cela signifie également qu'investir dans les femmes entrepreneurs sans éducation universitaire, c'est investir dans notre avenir collectif. Globalement, il s'agit d'une approche économique judicieuse.

Ceci représente la contribution la plus importante de ce rapport. Ces femmes, en intégrant le marché du travail et en devenant des femmes autonomes et indépendantes économiquement, sont devenues beaucoup plus autonomes socialement et ainsi deviennent des **actrices sociales mais parfois également des actrices politiques dans leur société.**

En résumé, l'entrepreneuriat féminin et surtout des femmes appartenant à la catégorie ciblée, contribue non seulement au bien-être et à la prospérité du ménage et de l'économie, mais au **développement social et politique du pays. A la réduction de la pauvreté surtout.**

L'une des constatations qui mérite d'être soulignée dans ce rapport est que la plupart de ces femmes se sont littéralement lancées dans l'entrepreneuriat **sans aucune expérience préalable et avec un capital extrêmement limité.** Elles ont cependant persévéré pendant des années, apprécié l'expérience et se sont montrées résolues à continuer. Elles ont été animées d'une soif d'apprendre à gérer leur entreprise, d'une grande motivation, d'un esprit d'entreprise et d'une véritable solidarité envers d'autres femmes vivant la même situation.

Elles ont donc relevé le défi en intégrant de plus en plus le marché du travail ; mais elles ont besoin d'aide. Les aider, stimuler est donc un enjeu important que nous devons relever.

Mme Char a conclu en informant les participants que l'entrepreneuriat féminin dans la région MENA, y compris MED, est le plus faible comparé à toutes les autres régions du monde (un taux d'environ 22% pour la région MENA). L'enjeu de relever ce taux est ainsi un enjeu très important.

4.2 : Session 2 : Présentation des résultats de l'étude consolidée régionale

Dr Toufic Gaspard, consultant EBESM, a présenté plus en détail la méthodologie, les principaux constats et les recommandations politiques émanant de cette étude.

Méthodologie

Le rapport repose sur une combinaison de données primaires et secondaires qui examine en détail les facteurs ayant un impact sur les performances, les réussites et les échecs des femmes entrepreneurs dans le développement de leur entreprise.

Les données primaires ont été recueillies par le biais d'entretiens en face-à-face, à l'aide d'un questionnaire détaillé. La taille de l'échantillon dans chaque pays est relativement modeste dictée par des considérations budgétaires et de temps, avec au total 157 personnes interrogées et une moyenne de 22,4 femmes par pays ; l'enquête fournit des indications initiales, plutôt que des résultats définitifs, sur les conditions économiques et sociales de ce groupe de femmes entrepreneurs, ainsi que sur les performances de leur entreprise, les problèmes auxquels elles sont confrontées et les changements qu'elles souhaiteraient voir se produire pour soutenir leurs activités. Une enquête plus vaste serait donc nécessaire.

L'enquête est complétée par une série de rapports nationaux qui décrivent l'écosystème et le cadre politique qui soutiennent les femmes entrepreneurs dans chaque pays, et également par une revue documentaire des études les plus récentes dans ce domaine.

Principaux constats

Les résultats de l'enquête montrent que la majorité de ces femmes entrepreneurs sont mariées, qu'elles sont relativement jeunes, qu'elles ont au moins deux enfants âgés de 18 ans ou moins et qu'elles n'ont aucune expérience pratique ou dans le domaine des affaires. Elles ont également des moyens financiers modestes, avec un accès au capital limité, voire inexistant.

Cependant, la plupart d'entre elles, dans tous les pays couverts par l'enquête, ont fait preuve d'une grande détermination dans leur décision de créer, d'une manière indépendante, une entreprise en investissant leurs économies personnelles, sommes qui représentent souvent une grande partie de leur richesse.

Elles ont décidé de prendre le risque d'intégrer le marché du travail en tant qu'actrices économiques indépendantes, principalement parce qu'elles se sont senties obligées, par nécessité matérielle, de chercher à obtenir des revenus supplémentaires grâce à une activité économique simple qui ne nécessiterait pas d'expérience ou un capital important.

Néanmoins, quelle que soit l'activité menée, l'entreprise impliquerait toujours une forme d'incertitude à laquelle elles ont décidé d'être confrontées pour la première fois de leur vie et un risque important auquel elles ont choisi d'être exposées.

La principale source d'assistance d'une femme est son entourage immédiat. Plus de 60 % des femmes de l'échantillon ayant reçu un soutien d'une ou plusieurs sources ont été aidées par leur famille et leurs amis. Il ressort des entretiens menés qu'elles n'ont pas de formation professionnelle et qu'elles n'ont pas la possibilité d'accéder à des réseaux ou de les exploiter. Elles bénéficient d'un soutien limité, fourni essentiellement par le biais de leur famille, et d'aides provenant de programmes d'appui au développement des entreprises, ainsi que d'agences de développement et des gouvernements.

En ce qui concerne les facteurs qui ont favorisé leur réussite, la plupart des femmes de l'échantillon mentionnent le soutien familial. Par ailleurs, pour celles qui ont bénéficié d'une aide extérieure, la formation dispensée par des ONG locales/étrangères ou des organisations de soutien aux entreprises, qui leur a permis d'acquérir des compétences

professionnelles et, dans certains cas, de maîtriser des outils de travail de base, a été jugée cruciale pour transformer une entreprise en démarrage en entreprise prospère.

S'agissant des réseaux, il ressort de l'enquête que les femmes entrepreneurs qui sont membres d'un groupe ou d'une fondation réussissent mieux que celles qui ne font partie d'aucun groupe. Ce partenariat leur donne l'occasion d'échanger des idées, de partager leurs expériences, de se tenir informées des nouvelles tendances et de mettre davantage en avant leurs produits. Le concept d'un réseau social plus vaste et plus solide devrait être interprété dans un sens plus large et inclure également la communauté « virtuelle » créée à l'aide des réseaux sociaux tels que Facebook et Instagram. Ces réseaux sociaux sont désormais des outils marketing majeurs qui permettent aux femmes entrepreneurs (travaillant principalement à partir de leur domicile) d'élargir leur clientèle.

Les résultats de l'étude montrent aussi que le manque de compétences spécifiques aux entreprises, notamment en matière de gestion, de comptabilité, de budgétisation et de marketing, sont des contraintes majeures auxquelles sont confrontées les femmes entrepreneurs pour le développement de leur entreprise. En outre, le manque de financement et d'informations sur l'accès au financement et la gestion de la dette sont des obstacles qui entravent le développement et l'expansion des entreprises.

Dans les différents pays couverts par l'enquête, une grande majorité de femmes entrepreneurs ont fait preuve de résilience et de détermination pour poursuivre leurs activités commerciales. L'idée de posséder et de gérer une entreprise, ainsi que l'autonomie qu'elle procure, est extrêmement séduisante. Cela montre que la motivation initiale pour devenir des actrices indépendantes sur le marché s'est accentuée, quels que soient les résultats financiers.

Un résultat remarquable de notre étude est que près de 90% de toutes les femmes entrepreneurs interrogées ont indiqué une forte détermination à persévérer dans leur entreprise, alors que seulement environ un tiers a déclaré une rentabilité. De toute évidence, aider à créer un environnement plus propice, ou au moins offrir des chances égales aux hommes dans leur pays, contribuerait grandement à les maintenir économiquement actives. Leur succès ou leur survie dans le monde des affaires va au-delà de l'autonomisation.

Recommandations politiques

Dr Gaspard a conclu sa présentation en disant que les recommandations politiques les plus importantes pour améliorer le développement de l'entrepreneuriat féminin devraient se concentrer sur deux types d'assistance : la formation en gestion et marketing et l'accès au capital. Par conséquent, le retour sur l'investissement nécessaire pour la fourniture de ce type d'assistance devrait être assez élevé. Les femmes entrepreneurs, qui ont clairement exprimé leur volonté de rester en affaires, seraient alors mieux à même de poursuivre leur activité et auraient également de meilleures chances de prospérer et de jouer le rôle économique et social qui leur revient naturellement dans leur pays.

4.3 : Session 3 : Présentation des résultats des études des pays du Maghreb, principaux constats, bonnes pratiques et recommandations

La troisième session de ce séminaire a porté sur la présentation des résultats de l'étude sur l'entrepreneuriat des femmes et le développement des PME dans les trois pays du Maghreb : l'Algérie, le Maroc et la Tunisie - résultats-clés et bonnes pratiques.

Lors de cette session, dans un premier temps, Mme Najoua Soudi, experte EBESM, a présenté les résultats-clés et les bonnes pratiques pour le Maroc

En introduction, elle a rappelé la réalité de l'entrepreneuriat féminin au Maroc. Selon l'Association des Femmes Chefs d'Entreprise du Maroc, les femmes marocaines sont moins nombreuses à se lancer en affaires comparées à leurs consœurs dans les autres pays de la région MED. En effet, les entreprises fondées par des femmes ne représentent que 11% des entreprises créées au Maroc. Par ailleurs, le Maroc, comparé aux autres pays de la région MED, enregistre le taux le plus élevé de femmes illettrées.

Les entreprises dirigées par des femmes sont généralement limitées aux secteurs de la pâtisserie, du textile et du commerce de détail.

Les principaux obstacles rencontrés par les femmes à développer leur entreprises sont de plusieurs ordres comme suit :

- L'accès au financement ; la microfinance demeure la principale source de financement;
- La garde des enfants, mais aussi la prise en charge des parents âgés/malades pose problème, car ces responsabilités incombent surtout aux femmes.
- Le manque de savoir-faire dans la gestion d'une entreprise.

En ce qui concerne les bonnes pratiques observées, il en existe plusieurs telles que mentionnées dans le rapport, dont le programme « Min Ajliki » qui soutient l'entrepreneuriat féminin en renforçant les structures et les capacités de quatre institutions marocaines opérant directement dans le volet de l'entrepreneuriat, notamment: le Département de la Formation Professionnelle (DFP), l'Agence Nationale de la Promotion de l'Emploi et des Compétences (ANAPEC), l'Association des Femmes Chefs d'Entreprise du Maroc (AFEM) et Al Amana Micro-finance.

Le programme Min Ajliki cible toutes les femmes entrepreneurs actives ou potentielles en leur offrant de la sensibilisation, de la formation, de l'accompagnement à la création d'entreprise, de l'incubation de leurs projets, de l'accompagnement post création et du mentorat.

Dans un deuxième temps, Mme Raja Cherif et Mme Najoua Soudi, expertes EBESM ont présenté les résultats-clés et les bonnes pratiques pour l'Algérie.

Une première partie sur les résultats clés et les principaux enseignements de l'étude a été présentée par Mme Raja CHERIF. Elle a mis l'accent sur :

- Les motivations des femmes entrepreneurs

- Le profil des femmes entrepreneurs et celui de leurs entreprises
- Les difficultés rencontrées
- Les besoins des femmes entrepreneurs

L'exposé a relevé les éléments suivants :

- L'investissement de l'entrepreneuriat par la femme en Algérie : pour les femmes venant d'un milieu conservateur, l'étude traduit la recherche par les femmes entrepreneurs de la liberté et de l'autonomie financière en vue d'améliorer leur situation personnelle et surtout familiale.
- Motivations à entreprendre : la majorité des femmes interrogées lors de cette enquête se sont lancées dans l'aventure entrepreneuriale par nécessité et non par choix. Le changement de la situation socio-économique due à un nouveau contexte familial (un divorce, le décès du mari qui était la seule source de revenu de la famille ou le chômage de celui-ci) pousse les femmes à créer par nécessité un projet pour générer des revenus qui leur permettent de subvenir aux besoins de leur famille et de leurs enfants.
- L'acquisition des compétences: le profil des femmes entrepreneurs de l'enquête montre que ce sont des femmes qui ont un savoir-faire ou un métier qu'elles ont appris au sein de la famille. Certaines ont acquis des qualifications grâce à des formations complémentaires avant ou après la création de leur entreprise.
- Le choix de l'activité : c'est souvent un cumul de formations et un changement récurrent de métier qui leur permet de s'adapter à la demande du marché. Plusieurs femmes saisissent des opportunités de proximité en lançant des projets de commerce ou de services de proximité dans les quartiers. De nombreuses femmes sont dans le secteur informel.
- Les références entrepreneuriales des femmes interrogées sont souvent la mère ou la grand-mère qui ont des activités et un mode de vie plutôt traditionnel et conservateur. L'exploitation de l'activité de son entreprise donne à la femme entrepreneur un nouveau mode de vie et une nouvelle conception de l'entrepreneuriat.
- Sources de financement : les femmes ont des difficultés à trouver le capital nécessaire au démarrage de leur activité. Le capital de départ est composé des économies personnelles de la femme et de fonds propres alimentés par le soutien financier de la famille et des amis.
- Les difficultés rencontrées lors du démarrage de l'entreprise:
 - Financement - les réponses des femmes entrepreneurs interrogées témoignent de: difficultés à réunir la somme d'argent nécessaire pour le démarrage de l'activité de l'entreprise, de manque d'information et d'incompréhension de la réglementation en vigueur, d'autocensure de la part des femmes pour la demande de financement.
 - Procédures administratives: la lourdeur et la longueur des procédures administratives sont perçues par les femmes entrepreneurs comme un frein au démarrage de leurs activités.
- Les difficultés post-crédation :
 - Problèmes de commercialisation: une fois que le projet existe, les femmes entrepreneurs interrogées trouvent des difficultés à vendre leurs produits, à trouver des marchés et à maîtriser les coûts liés aux produits et/ou services de leurs entreprises.

- Les besoins exprimés par les femmes interrogées lors de cette enquête sont :
 - un besoin de plus d'informations, de clarté des procédures administratives et de l'accompagnement pour la phase création.
 - une meilleure organisation du réseau de distribution de leurs produits.
 - une valorisation des métiers de l'artisanat.
 - un meilleur accès au financement.

Une deuxième partie sur les bonnes pratiques a été présentée par Mme Najoua Soudi. Elle a présenté :

- Les dispositifs de financements de projets
- Les formations et encadrement
- Les initiatives entrepreneuriales

En Algérie, les pouvoirs publics ont mis en place de nombreux dispositifs ANSEJ, CNAC, ANGEM, ADS qui constituent des opportunités pour les femmes pour créer des activités économiques génératrices d'emploi et de valeur ajoutée. Plusieurs initiatives et programmes existent en Algérie, principalement :

- Le dispositif d'alphabétisation- qualification qui permet aux femmes qui n'ont jamais été scolarisées d'acquérir un savoir-faire pour l'apprentissage d'un métier.
- Les différentes initiatives de formation au profit des femmes, des jeunes filles et des femmes vivant en milieu rural, comme cité ci-dessus (la formation de proximité, la formation au profit de la femme au foyer, les centres de proximité (télé-centres)).
- "Germe" (Gérez mieux votre entreprise) du Bureau international du travail (BIT) qui est un programme en collaboration avec le Ministère du Travail, de l'Emploi et de la Sécurité Sociale et le Ministère Délégué à l'Artisanat qui vise à renforcer les compétences humaines du secteur de l'artisanat pour développer l'esprit de l'entrepreneuriat à travers l'élargissement des programmes de formation que supervisent les chambres de l'artisanat et des métiers. Depuis 2014, 19.436 artisans ont bénéficié du programme de formation.

Pour une meilleure insertion des femmes dans la vie économique, ces dispositifs gagneraient à être connus et intégrés dans des programmes globaux de développement. Pour répondre à cet objectif il faut s'interroger sur les moyens efficaces de disséminer l'information sur ces dispositifs notamment dans les régions les plus éloignées pour permettre aux femmes de mieux les connaître et d'en bénéficier.

Il serait aussi fondamental que les données relatives aux personnes bénéficiant de la formation soient ventilées par sexe de façon à mieux appréhender la participation des femmes entrepreneurs et l'efficacité des formations auprès de celles-ci.

Dans un troisième temps, Mme Raja Cherif a présenté les résultats-clés et les bonnes pratiques pour l'étude menée en Tunisie.

Pour introduire le sujet, elle a présenté :

- un aperçu sur l'Entrepreneuriat Féminin en Tunisie.
- le contexte d'émergence et d'évolution de l'entrepreneuriat féminin en Tunisie.
- le profil type de la femme entrepreneure tunisienne.

Ensuite sa présentation s'est structurée en trois points :

- Le premier point portait sur les principaux constats de l'étude et les difficultés vécues par les femmes entrepreneurs. Les éléments suivants ont été présentés: les motivations des femmes entrepreneurs interrogées, leurs forces et leurs faiblesses, le financement de la création de l'entreprise et les contraintes liées à la commercialisation des produits et/ou des services.
- Le deuxième point portait sur les résultats clés de l'étude et les principaux enseignements, notamment les besoins exprimés par les femmes entrepreneurs interrogées.
- Le troisième point portait sur la politique et les bonnes pratiques en faveur de l'entrepreneuriat féminin en Tunisie

Contexte d'émergence de l'entrepreneuriat féminin en Tunisie :

- L'entrepreneuriat féminin en Tunisie est apparu formellement à la fin des années 60 avec la publication dans la rubrique – les Annonces du Journal Officiel de la République Tunisienne – de la création de trois entreprises fondées (?) par des femmes.
- C'est l'entrée massive des femmes dans le marché du travail dans les années 70 qui a favorisé l'émergence de l'entrepreneuriat féminin en Tunisie.
- Malgré le manque de statistiques pour cerner l'ampleur et la diversité de l'entrepreneuriat féminin en Tunisie, quelques chiffres indiquent que :
 - En 1998, le dixième des entreprises créées appartenaient à des femmes (CNFCE¹)
 - Les femmes chefs d'entreprises qui sont une entité juridique représentent moins de 20% de ce type d'entreprise (OIT², 2016).
 - Près de 23% des entreprises de type personne physique sont dirigées par des femmes. La majorité est dans l'artisanat et dans l'agriculture (deux secteurs comptant également un grand nombre d'entrepreneurs informels). La majorité est concentrée dans les régions de l'Est, fonctionne sans employés et opère dans les services.
- La grande partie de l'entrepreneuriat féminin se trouve dans l'économie informelle (estimation 3/4), essentiellement en raison des coûts liés à la fiscalité et aux charges sociales.

Profil type de la femme entrepreneur en Tunisie et caractéristiques de son entreprise :

- La femme entrepreneur a en général la quarantaine. Elle est mariée avec deux enfants.
- Son entreprise opère dans le commerce et les services. Très peu de femmes entrepreneurs sont dans l'industrie.
- Diplômée de l'enseignement supérieur, elle débute une carrière en tant que salariée ou cadre, puis lance un projet personnel comme choix afin d'assurer son indépendance financière et son autonomisation.

¹ Chambre Nationale des Femmes Chefs d'Entreprises : c'est la chambre syndicale des femmes patrons qui relève de l'Union Tunisienne de l'Industrie et de l'Artisanat en Tunisie.

² Organisation Internationale du Travail.

- Les activités sont en général dans la couture, la pâtisserie, la création et la fabrication des bijoux, la fabrication de produits qui relèvent de la petite industrie artisanale et des activités de services de proximité.

Les principaux constats de l'étude et les difficultés vécues par les femmes entrepreneurs :

Les motivations des femmes vis-à-vis de l'entrepreneuriat : selon les résultats de l'enquête, les femmes entrepreneurs interrogées créent leurs entreprises par alternative au salariat. Il s'agit de créer leur propre emploi qui leur permet de rester dans leur lieu de résidence. L'entrepreneuriat leur permet la conciliation entre une activité professionnelle et leur responsabilité familiale.

Les difficultés vécues par les femmes interrogées : la majorité des femmes interrogées déplorent l'absence de formation ou d'accompagnement pour la création de leur entreprise et l'absence d'aide à l'accès au financement. Elles ont créé leur propre projet par nécessité. Elles ont fait appel à leur savoir-faire familial. Elles pensent aussi que l'absence d'étude de l'opportunité du projet est une lacune dans leur démarche entrepreneuriale.

Leur force au moment de la création, c'est la perception d'une opportunité et le passage à l'acte. La création repose sur un savoir-faire qui leur a été transmis par la famille et par leurs parents.

Le type d'activité liée à l'informel démontre leur faiblesse. Cette dernière se résume en un travail personnel, souvent peu lucratif qui leur permet de pénétrer uniquement des marchés de proximité à des prix peu élevés. Les femmes entrepreneurs disent qu'elles sont exposées au risque de faillite ou de marginalisation de leur activité économique en dépit de leurs savoir-faire, de leur détermination et de leurs résultats.

Les facteurs qui expliquent ces faiblesses sont soit endogènes à la femme entrepreneur: absence de compétences entrepreneuriales, soit exogènes, à savoir: l'augmentation du prix des matières premières ou l'entrée sur le marché de nouveaux concurrents avec des moyens plus efficaces.

Par ailleurs, l'absence d'accès au financement est vécue comme une importante contrainte pour démarrer et développer l'activité entrepreneuriale. Le capital de départ est souvent un micro-crédit qui s'avère être, pour certaines, une principale source de financement pour concrétiser et lancer leur entreprise.

L'absence d'accès au financement est vécue par les femmes interrogées comme une importante contrainte pour démarrer et développer l'activité entrepreneuriale. La plupart étant averses au risque, elles préfèrent le financement par des fonds propres en puisant dans leurs économies personnelles ou l'endettement auprès des proches. Les crédits bancaires et les micro-crédits sont perçus comme une prise de risque difficile à assumer. Elles trouvent que les taux pratiqués sont élevés, que les délais de remboursement sont difficilement gérables et elles ressentent qu'elles courent une insécurité financière en l'absence de garanties disponibles.

Les femmes entrepreneurs qui ont réussi à surmonter leurs difficultés ont trouvé des solutions comme :

- la création ou l'adhésion à une association de femmes entrepreneurs qui représente leur communauté et leur métier.
- le recours à un «role model» : c'est l'apprentissage auprès d'autres femmes entrepreneurs qui ont réussi afin d'échanger des informations, des expériences et des contacts.
- la participation aux foires locales et nationales pour se faire connaître et commercialiser leurs produits.

Le recours à ces solutions permet à certaines femmes la transition de l'informel vers le formel.

Les résultats clés de l'étude et les principaux enseignements :

Cette enquête nous montre que les femmes sont conscientes des limites de leurs capacités en création et en gestion d'entreprise. Parmi les principaux enseignements de cette étude, c'est l'expression par les femmes entrepreneurs interrogées de besoins spécifiques comme le désir d'étendre les activités de leurs entreprises. Les femmes expriment leur besoin de garder leur autonomisation économique. Elles ont la volonté de faire face au chômage et à la pauvreté. Il y a aussi un fort besoin chez ces femmes d'être écoutées et soutenues. Elles parlent notamment d'accompagnement par les structures publiques pendant les phases de création et de post-crétion de l'entreprise. Elles ont aussi besoin d'acquérir ou de développer des capacités dans les domaines suivants : gestion, marketing, fiscalité, comptabilité et innovation dans le métier.

La politique et les bonnes pratiques en faveur de l'entrepreneuriat féminin en Tunisie :

En Tunisie, il existe toute une stratégie nationale de développement de l'entrepreneuriat avec un nombre important de mécanismes d'aide et de soutien à la création d'entreprises qui se sont multipliés dans les années 90 et 2000. Dans le cadre de cette stratégie nationale, il n'existait pas d'axe dédié aux femmes entrepreneurs.

Cette situation a évolué depuis quelques années. La Tunisie a été **un des premiers pays à développer en 2016 une politique et une stratégie nationale ciblant précisément cette catégorie de femmes entrepreneurs n'ayant pas de diplôme universitaire.**

Dans le cadre du plan quinquennal 2016–2020 de développement, à l'initiative du MFFE, le plan national de l'entrepreneuriat féminin a vu le jour : RAIDA.

Ce plan national est soutenu par la société civile, notamment des ONG engagées en entrepreneuriat en Tunisie comme : le Réseau Entreprendre Tunisie, la CNFCE, le CIFE et la CONECT. Les objectifs sont :

- Améliorer la participation des femmes à la vie économique.
- Réduire leur taux de chômage qui est plus élevé que celui des hommes.

- Encourager les femmes à prendre des initiatives entrepreneuriales.
- Atteindre en 2020 un taux d'activité de 35% chez les femmes.

Les femmes entrepreneurs qui sont bénéficiaires de programme sont :

- les femmes entrepreneurs aux moyens limités avec une qualification ou un métier.
- les jeunes femmes de formation professionnelle ou universitaire porteuses d'idées de projets.
- les femmes qualifiées disposant d'une initiative et désirant s'installer à leur propre compte, en particulier celles qui ont perdu leur emploi.

Ces dernières années, la Tunisie a vu des bailleurs de fonds favoriser la mise en place de programmes pour la création d'emplois, à travers la création d'entreprises et l'entrepreneuriat avec des montants conséquents. L'une des priorités de ces programmes, c'est la création d'entreprises par les jeunes et par les femmes dans des régions vulnérables, ciblant notamment les femmes non éduquées.

Les institutions qui entreprennent des actions en faveur de l'entrepreneuriat féminin sont de plus en plus nombreuses favorisant un écosystème en faveur de l'entrepreneuriat féminin en Tunisie. La spécificité de cet écosystème est l'engagement de l'état, le partenariat public-privé entre des institutions de l'état et le monde de l'entreprise et la participation active de la société civile à travers des ONG et des fondations fortement impliquées dans cette dynamique.

Les bonnes pratiques sont multiples et variées. La plus marquante et la plus ancienne est l'ONG *Enda Inter Arabe* qui œuvre en faveur des femmes entrepreneurs dans les quartiers défavorisés en Tunisie depuis plus de vingt-sept ans. Enda contribue à l'autonomisation financière des populations marginalisées, notamment des femmes. Plus récemment, Enda a créé *Enda Tamweel*, société de micro-finance qui offre une gamme de services pour le soutien financier et la promotion de l'entrepreneuriat.

D'autres ONG, comme CAWTAR œuvre dans le domaine de la recherche et de la formation féminines, menant des actions pour les femmes entrepreneurs rendant plus visible leur potentiel entrepreneurial. Nous pouvons aussi citer l'engagement récent de certaines institutions publiques ayant pour mission le développement de l'entrepreneuriat comme l'Agence de Développement de l'Industrie et de l'Innovation qui met en place des actions, et initiatives concrètes pour renforcer le développement de l'entrepreneuriat féminin en Tunisie.

Par ailleurs, certaines initiatives de la société civile pallient aux difficultés des femmes entrepreneurs interrogées lors de cette enquête. Par exemple, un réseau de networking pour l'entrepreneuriat féminin qui s'appelle *NextWomen* a été développé en Tunisie depuis 2016. Il existe aussi en Europe. Il connecte les femmes entrepreneurs entre elles et de les fait travailler ensemble. Ce réseau a aussi la particularité de créer des liens entre les femmes entrepreneurs à Tunis et celles qui sont dans les régions.

Pour résumer, la dynamique dans l'écosystème de l'entrepreneuriat féminin en Tunisie est plutôt récente et dans certaines régions du pays embryonnaire. La Tunisie a vu naître après 2010 et notamment à partir de 2016 la multiplication des actions en faveur de l'entrepreneuriat féminin dont la spécificité est :

- les partenariats entre associations de la société civile ;

- les partenariats ONG –Institutions Publiques (Ministères, BFPME, ANETI, etc.)
- la participation du secteur privé, à travers des actions de responsabilité sociale de l'entreprise qui sont encore timide mais actives (comme Orange ou Microsoft).

Orientées dans leur majorité vers les femmes diplômées d'universités, les actions développées sont des programmes de formation, de renforcement des compétences des ONG et de création de centres de développement des entreprises.

Le constat est le manque d'accompagnement auprès des femmes non diplômées d'universités, notamment pour l'étude de leur projet en phase de création, le soutien pour l'accès au financement et leur accompagnement post-crétion.

La recommandation serait de développer des actions de formation où les contenus ne soient pas standardisés, qui soient plutôt adaptés aux besoins des femmes entrepreneurs, la prise en compte du cycle de vie de l'entreprise et la taille du projet.

Il est fort utile aussi de mettre en place des programmes pour développer chez les femmes entrepreneur un plus grand esprit d'innovation, la capacité à détecter les opportunités dans leurs lieu de résidence, de renforcer les compétences des ONG en matière de coaching et d'accompagnement différencié selon le processus entrepreneurial (comme par exemple : phase idée, création, post-crétion, croissance) et de mutualiser les efforts, de partager, capitaliser les expériences et les bonnes pratiques entre des différents intervenants dans ce nouveau écosystème de l'entrepreneuriat féminin en Tunisie.

Discussions et débats

Un débat a permis de recueillir les commentaires et le feedback des participants aux différentes présentations, notamment de la part des membres représentant l'Algérie :

- Les femmes sont porteuses de paix et de progrès. Le statut de la femme dans les pays du Maghreb est une question de survie pour elles. L'entrepreneuriat est une voie vers laquelle s'orientent de plus en plus de femmes parce que c'est leur survie ; l'équilibre de leur famille et l'avenir de leurs enfants en dépendent.
- Cet atelier permet de faire bénéficier les différents pays des expériences réciproques des femmes entrepreneurs dans chacun des pays du Maghreb qui n'ont pas de diplôme universitaires ainsi que des programmes d'autonomisation et de lutte contre la pauvreté mis en œuvre dans chacun de ces pays;
- Pour construire des recommandations, il est important de partir d'un état des lieux qui soit le plus objectif possible ;
- Une discussion a porté sur la diversité de l'entrepreneuriat féminin et la distinction entre le secteur formel et informel ;
- une intervention de l'Algérie a décrit comment une procédure accomplie par des femmes entrepreneurs qui créent des activités génératrices de revenus dans le secteur formel leur permet d'être déclarées et assurées par la sécurité sociale. Elles deviennent éligibles aux aides financières et à différents dispositifs d'aide et de soutien à la création d'entreprise. Par exemple, les mécanismes de financement mis en place par l'ANGEM

en Algérie sont destinés aux femmes d'origine modeste, sans formation. C'est souvent sur la base de leur savoir-faire qu'elles vont pouvoir financer l'achat de matière première. Un autre type de financement permet aux femmes de créer une entité si elles sont inscrites au registre du commerce.

- L'Algérie a un dispositif important qui est mentionné dans le Rapport National EBESM ainsi que les actions pilotes et la stratégie du gouvernement.
- Le débat a aussi porté sur l'absence déplorée de liaison et coordination entre l'université et la sphère des affaires ;
- Aussi, une intervention a mis la lumière sur l'importance de l'éducation pour démystifier la création d'entreprise et cultiver l'esprit d'entrepreneuriat pour les femmes dès l'école ;
- Enfin l'importance du networking professionnel a été mentionné et combien celui ci peut aider les femmes entrepreneurs à réussir.

4.4 : Session 4 : Témoignages de femmes entrepreneurs

Dans le cadre de ce séminaire, trois femmes entrepreneurs ont été invitées à témoigner. Elles ont présenté leurs motivations vis-à-vis de l'entrepreneuriat, décrit les obstacles et les difficultés qu'elles ont rencontré dans leur parcours.

Ces femmes ont expliqué comment elles ont réussi à mettre en œuvre leurs projets. Elles ont aussi raconté comment elles ont trouvé des obstacles, des contraintes qui ont freiné leur élan entrepreneurial et ralenti l'exploitation d'activité de leurs entreprises respectives.

1^{er} témoignage - Mme F Textiles et Design d'artisanat

Mme F se présente comme une jeune femme battante qui a mis tout en œuvre pour produire sa propre matière première textile afin de fabriquer un produit fait-main de haute qualité qui lui permet de vendre dans des marchés européens et américains. Elle a participé à des foires dans plusieurs villes, notamment Milan, Francfort et New York. Son parcours montre qu'elle s'est beaucoup investie dans le renforcement des capacités des femmes artisanes sur lesquelles repose son entreprise pour réaliser les commandes. Malgré l'ampleur des difficultés et la multiplication des embûches, elle réussit à persévérer et à créer sa propre marque « l'art du luxe ». Elle a eu plusieurs expériences de travail en tant que décoratrice d'intérieur, styliste, formatrice et animatrice à la télévision.

.Elle a présenté de 2009 à 2013 une rubrique de loisirs décoratifs dans une émission de télévision de la chaîne nationale en Tunisie. Pendant ces quatre ans, elle a appris à beaucoup de femmes des métiers du fait-main. Ces émissions ont donné une chance aux femmes qui travaillaient chez elle d'explorer leurs capacités et de développer leurs compétences, permettant à celles-ci de réaliser des microprojets d'artisanat.

Elle participait chaque année au salon de l'artisanat et a commencé à dessiner des modèles. En 2011, elle a participé au plus grand salon de textile de maison en Allemagne. Elle a rencontré une dame qui est l'ex-directrice du centre technique d'habit-tissage en Tunisie qui l'a sollicitée pour travailler dans ce centre. Une convention d'une année lui a permis de travailler en tant que designer, de côtoyer des artisans, d'avoir des informations concernant son métier et d'élargir son réseau de connaissances. La même année elle a créé sa première collection qu'elle a présentée en Italie, puis en Allemagne en 2012. Lorsqu'elle elle a commencé à avoir de petites commandes, elle n'était pas en mesure d'y répondre ne pouvant pas financer son activité.

Malgré tout elle parvient à ouvrir une boutique. A la même époque, toutefois un problème de santé l'oblige à arrêter toute activité et lui impose un repos d'un an.

Après avoir suivi une formation avec CEEDⁱⁱ en 2015, elle reprend ses activités en 2015. Cette formation lui permet permis de voir l'entrepreneuriat autrement, et en reprenant son activité, elle relance son enseigne à l'international. Elle a participé avec l'Office National de l'Artisanat au salon de New York où elle rencontre une importante cliente, décoratrice d'intérieur aux Etats Unis. Depuis une quinzaine d'années, Mme F est la première exportatrice de Tunisie vers les Etats Unis de tapis tunisien, de tissu artisanal et fauteuils en bois d'olivier, faisant travailler deux cents femmes artisanes.

Dans son témoignage, Mme F a évoqué les difficultés rencontrées et le manque de soutien de la part des organismes officiels en Tunisie. Elle a raconté comment son travail a été saboté afin que ses commandes à l'exportation ne se réalisent pas et ne soient pas livrées à temps. Elle a aussi souffert de comportements « misogines » de la part d'hommes responsables au sein de sa banque refusant de lui donner un chéquier ou une avance sur facture. Pour respecter ses engagements vis-à-vis de ses clients à l'étranger et livrer ses commandes à temps, elle a du tout payer en cash-flow. Pour cela, elle a été obligée de vendre sa voiture, d'emprunter de l'argent à sa famille et aux amis.

Parmi ses difficultés, elle a fait part du refus de l'organisateur d'un salon de l'artisanat en Tunisie où elle avait réservé un stand et fabriqué des articles, de lui permettre de participer au salon.

Depuis l'été 2017, les commandes d'un nouveau client américain lui ont permis de poursuivre son activité.

Actuellement, elle a créé son propre atelier de tissage, grâce au soutien financier d'un ami, dans la ville de Kairouan où elle emploie une soixantaine de femmes. L'emprunt sans intérêt sera remboursé au fur et à mesure de ses possibilités.

Mme F a aussi obtenu le soutien d'Enda Inter Arabeⁱⁱⁱ, une ONG de micro-crédit qui a soutenu et financé dans des délais très courts ses activités, notamment la finalisation et la livraison d'une commande destinée à l'exportation.

Elle témoigne qu'elle a toujours beaucoup de difficultés de financement, devant vivre « au jour le jour ». La réalisation de ses commandes repose sur la contribution et le travail d'une trentaine de femmes artisanes qu'elle continue d'accompagner.

Elle pense que malgré toutes ces difficultés et toutes ces barrières, c'est sa persévérance, sa détermination et sa motivation qui lui ont permis de poursuivre son parcours entrepreneurial.

2^{ème} témoignage – Mme C
Linge de Maison

Mme C s'est retrouvée au chômage après avoir perdu son emploi salarié et son autonomie financière. Devenue dépendante de son mari, une situation qui lui est insupportable, elle trouve une nouvelle activité. Grâce à son savoir-faire de couturière.. elle crée une petite collection de linge de maison qu'elle vend dans son entourage.

N'ayant aucune formation académique, Mme C va bénéficier de plusieurs formations en gestion, en finance et en communication auprès d'Enda. Cette ONG la formera aussi à connaître les démarches administratives liées à la création et à la gestion d'une entreprise ou les procédures relatives la sécurité sociale.

Avec l'appui d'Enda, elle participe à des foires où elle expose comme lui permettant de se faire connaître, de constituer une clientèle conséquente et d'améliorer les revenus de son activité.

Actuellement, sa difficulté majeure est l'absence d'un local permanent et visible où vendre ses articles. Elle pense qu'un village professionnel qui regroupe plusieurs artisanes pourrait être une solution. Leur permettant de proposer des articles complémentaires et diversifiés, s'inspirant du concept du commerce solidaire. Toutefois pour que cette démarche réussisse, ces artisanes ont besoin d'un soutien car elles ne parviennent pas à financer leur loyer.

3^{ème} témoignage – Mme K
Décoration et organisation d'évènementiel

Mme K était femme au foyer, ses enfants ayant grandi, elle s'est investie pendant quelques années dans la vente de produits Tupperware. Encouragée par sa sœur elle-même entrepreneur. Elle se lance dans la fabrication d'articles pour l'entretien et l'hygiène de la maison qu'elle vend à des supermarchés.

Son entreprise est petite de taille et l'absence de personnel exige qu'elle gère elle-même tous les aspects liés à son fonctionnement. Elle est à la fois secrétaire, chauffeur, livreur, démarcheur, responsable commercial et responsable financier. Mais, sa détermination la pousse à se concentrer sur son objectif qui consiste à livrer au client à temps et en quantités demandées. Elle se trouve souvent être la seule femme parmi de nombreux livreurs masculins. Ce témoignage montre que la femme entrepreneur investit l'espace public avec un statut nouveau, celui de femme patron et souvent dans des lieux et à des horaires généralement réservés aux hommes.

Mme K manquait de compétences en finance, marketing et informatique, malgré ses six années d'expérience dans l'entrepreneuriat. Elle a essayé de faire évoluer son entreprise mais elle a jugé que ses moyens étaient limités, à ses débuts, elle ne savait pas compter sa marge bénéficiaire avec exactitude. Elle est toutefois parvenue à combler ces lacunes grâce au soutien de ses enfants devenus universitaires et au recours à des formations.

Ce cas nous montre que réussir dans le domaine de l'entrepreneuriat féminin exige de

du courage et également un changement par rapport aux normes sociales stéréotypées liées aux femmes.

Toutefois, la concurrence accrue avec d'autres produits dans les hypermarchés la baisse continue des prix ont réduit la marge bénéficiaire de Mme K et l'ont fait abandonner cette activité. Depuis 2007, elle travaille dans la décoration ayant fondé une entreprise qui s'occupe des événements comme les mariages, les soirées organisées par des associations ou des entreprises.. Depuis, le lancement de « déco-rêves », elle met toute son expérience entrepreneuriale au profit de sa nouvelle entreprise.

5. CONCLUSIONS ET POUR ALLER DE L'AVANT

Cette journée a permis de mettre l'accent sur l'urgence du soutien aux femmes entrepreneurs qui permettrait de réduire la pauvreté dans les pays. Afin d'améliorer les politiques existantes, il serait important de mener des actions impliquant tous les principaux acteurs ; autorités centrales et locales/ONG/femmes. L'absence de coordination entre ces trois acteurs limite la portée des initiatives dans le temps et l'espace.

Les discussions ont montré qu'il est important de mettre en place des plateformes formelles de dialogue public-privé au niveau national, mais aussi des passerelles actives d'échanges entre les pays MED à travers lesquelles les parties prenantes pourraient échanger les expériences et les bonnes pratiques. Enfin, des femmes entrepreneurs « modèles » ou ayant réussi, devraient être identifiées et leur histoire amplement diffusée afin de motiver les autres, mais aussi d'inverser les idées préconçues et les préjugés relatifs au travail des femmes dans cette région du monde.

ANNEXES

ANNEXE 1 : PLANS D' ACTIONS PAR PAYS

Annexe 1. A : Plan d'action Algérie

Algérie : Afin que l'écosystème de l'entrepreneuriat féminin puisse réaliser un vrai progrès, le pays aurait besoin de se munir de mécanismes multiples qui ne se limitent pas au mentorat et aux formations mais incluent la création d'espaces de réseautage et de mutualisation des fonctions de support et de services.

Cela passe aussi par la création d'un cadre réglementaire favorable pour le développement du statut des femmes entrepreneurs tout en veillant à l'amélioration de leurs accès aux marchés. Les participants de l'Algérie proposent un plan d'action dont les objectifs sont :

- Structurer et adopter une politique de l'entrepreneuriat féminin en Algérie ;
- Développer les capacités des femmes entrepreneurs à appréhender leurs activités ;
- Diversifier les secteurs d'activités auxquels se consacrent les femmes entrepreneurs ;
- Augmenter et renforcer les aptitudes au leadership des femmes entrepreneurs ;
- Renforcer les partenariats entre l'administration et les ONGs ;
- Rendre visible auprès du public les activités des femmes dans le secteur socio-économique afin de faire évoluer les mentalités sur le rôle de la femme dans la société;

1. Les **mécanismes et les outils** à utiliser pour atteindre les objectifs :

- Renforcement de la formation de proximité et mentorat ;
- Accompagnement spécifique et/ou personnalisé ;
- Renforcement des capacités du personnel intervenant - qui et où ?
- Développer des espaces d'échange et de concertation (pour les besoins de mise à jour, développer les S.F, réglementations, etc.) ;
- Créer des services de micro finance dédiés aux femmes à l'instar des dispositifs à 0 intérêt ;
- Concevoir un dispositif pour la diffusion de l'information ;
- Mettre en place un dispositif de lutte contre le harcèlement et la corruption dont les femmes entrepreneurs sont victimes.

2. Les **parties prenantes** de ce plan d'action :

- La société civile ;
- Les autorités locales ;
- Les élus qui pourront faire le plaidoyer des projets et des textes réglementaires pour promouvoir l'entrepreneuriat féminin
- Les dispositifs de financement et d'accompagnement à la création d'entreprises ;
- La formation professionnelle ;

- Le secteur éducatif.
3. Les **coûts** liés à la mise en œuvre du plan d'action (y compris les coûts de personnel)
 - Elaborer une cartographie des fonds et des dispositifs existants ;
 - Permettre une optimisation de ces fonds ;
 - Lever le critère d'éligibilité lié à l'âge des dispositifs
 4. Les **risques** liés à la mise en œuvre du plan d'action :
 - Le harcèlement ;
 - La corruption ;
 - La bureaucratie ;
 - Les contraintes sociales et l'isolement.
 5. Les **critères d'évaluation** de ce plan d'action :
 - Le nombre de projets et de création d'entreprises par les femmes ;
 - Le nombre de femmes formées et accompagnées en entrepreneuriat ;
 - Le taux de survie des entreprises et la pérennisation de leurs activités ;
 - Le nombre d'entreprises formelles créées et déclarées.

| Action | Quoi | Qui | Comment | Quand |
|---|---|--|--|-------|
| Créer un espace de concertation équivalent à la tripartite au niveau local qui définit la démarche à entreprendre | Développer des espaces d'échange et de concertation, d'information et d'échange au niveau local qui répondent aux besoins spécifiques des femmes entrepreneurs et qui les informent quant à la réglementation en vigueur et aux démarches à réaliser auprès des administrations | La société civile Les autorités locales Les dispositifs d'accompagnement | Conception d'une feuille de route pour le développement des opportunités au niveau local Recensement des potentialités des services et des activités adaptées à la localité | 2018 |

| | | | | |
|--|---|---|---|------|
| | | | | |
| Mettre en place des formations spécifiques simples et adaptées au niveau des femmes entrepreneurs peu qualifiées | Renforcer la formation de proximité et le mentorat avec un accompagnement spécifique et/ou personnalisé pour chaque femme entrepreneur | La société civile Les autorités locales Les dispositifs d'accompagnement La formation professionnelle Le secteur éducatif | Renforcement et recyclage permanent des capacités du personnel intervenant comme les accompagnateurs et les formateurs | 2018 |
| Elaborer une stratégie de communication ciblant la femme entrepreneur dans sa localité | Développer une stratégie de communication via les radios, les télévisions, les journaux locaux et les réseaux sociaux pour rendre visible les femmes entrepreneurs et leurs entreprises | La société civile Les autorités locales Les dispositifs d'accompagnement | Concevoir un dispositif pour la diffusion de l'information Communiquer pour rendre visibles les « success stories » de femmes entrepreneurs pour que les femmes à succès soient un modèle pour les autres et pour faire évoluer les mentalités quant au rôle des femmes dans la société. | 2018 |
| Mutualiser les dispositifs et créer des passerelles pour la viabilité des activités | Organiser des groupes de travail thématiques et à cadence régulière entre les différents acteurs pour prendre des décisions communes | La société civile Les autorités locales Les dispositifs d'accompagnement La formation professionnelle | Revisiter la réglementation en vigueur Créer une charte qui permet la mutualisation des dispositifs en faveur de cette catégorie de femmes entrepreneurs | 2019 |
| Former du personnel au | Faciliter l'accès des | Les dispositifs de | Former des équipes qui créeront des produits | 2019 |

| | | | | |
|---|---|--|---|------|
| niveau des banques pour s'occuper de services de financement dédiés aux femmes à l'instar des dispositifs à 0 intérêt | femmes au financement et augmenter leurs activités | financement et d'accompagnement Les élus | financiers adaptés aux femmes entrepreneurs | |
| Elaborer une cartographie des fonds et des dispositifs existants | Permettre une optimisation de ces fonds Lever le critère d'éligibilité lié à l'âge des dispositifs | Les dispositifs d'accompagnement et de financement Les élus | Travailler sur la réglementation | 2019 |
| Mettre en place un dispositif de lutte contre le harcèlement et la corruption dont les femmes entrepreneurs sont victimes | Améliorer et faciliter le cadre de vie des femmes entrepreneurs, notamment dans leurs localités | La société civile Les autorités locales Les élus | Sensibiliser les élus locaux | 2019 |

Annexe 1. B : Plan d'action Maroc

Maroc : si le développement de l'entrepreneuriat féminin est tributaire de l'efficacité des mesures mise en place en faveur d'un environnement des affaires plus favorable pour les femmes entrepreneures, leur manque d'accès aux sources de financement a été fortement déploré par les participants. A cela, s'ajoute la nécessité de faire éclore de nouvelles associations professionnelles et de renforcer celles existantes [pour quoi faire ?]. D'autre part, une attention particulière a été accordée aux solutions liées aux espaces de travail et d'échanges de bonnes pratiques. Les objectifs du plan d'action proposés par les participants sont les suivants :

- L'accès au financement à travers la création de fonds de garantie ;
- La montée en compétence des femmes entrepreneurs par :
 - Le suivi et l'évaluation des programmes pré et post-crétion des entreprises;
 - La création de réseaux de femmes entrepreneurs par secteur d'activité ;
 - La création d'espaces communs de vente avec des expositions permanentes
- La sensibilisation des différents acteurs de l'écosystème de l'entrepreneuriat féminin
 - L'introduction de l'esprit entrepreneurial dans les programmes éducatifs ;
 - La réalisation d'actions d'informations auprès des femmes entrepreneurs sur les opportunités offertes, notamment les produits financiers ;
 - La modélisation de l'entrepreneuriat féminin à succès.

| Action | Quoi | Qui | Comment | Quand |
|--|----------------------------------|---|---|-------|
| Créer un fond de garantie d'Etat pour que les organismes financiers puissent réduire le taux d'intérêt lié à d'atténuation de la notion de risque et que les femmes puissent faire valoir auprès des banque l'obtention d'une garantie | Faciliter l'accès au financement | Ministère des Finances/ Banques marocaines Ministère de la famille, de la solidarité, de l'égalité, et du développement social. Banque Mondiale/ Banque Africaine de Développement/ | Construire un partenariat avec ces différents organismes en vue de constituer, financer et gérer ce fond. | 2018 |

| | | CGEM | | |
|--|---|---|---|------|
| Développer un ensemble de formations qui répondent aux besoins réels des femmes entrepreneurs et leur offrir un mentorat individuel personnalisé | Assurer une montée en compétences des femmes entrepreneurs qui n'ont pas eu accès aux formations universitaires et qui sont dans des zones rurales | ANAPEC (pour les formations professionnelles) Les ONG (pour l'accompagnement) Les ministères concernés | Mettre en place des programmes qui associent ces différents partenaires autour d'un accompagnement complet des femmes entrepreneures en pré-création et en post-création. | 2018 |
| Créer des points « Show Room » et des « Co-Working Spaces » sur tout le territoire marocain | Développement des opportunités de « networking » et d'accès à l'information | Les municipalités Les collectivités territoriales Les centres d'apprentissages Le Ministère de l'industrie | Les institutions citées sont invitées à mettre à la disposition des femmes entrepreneurs dans leur localité des espaces pour qu'elles puissent y travailler de manière permanente lorsqu'elles n'ont pas de local ou d'y exposer leurs produits de manière périodique | 2019 |
| Renforcer le réseautage des femmes entrepreneurs et créer les associations professionnelles des femmes entrepreneures pour éviter l'isolement chez cette catégorie de femmes | Permettre l'accès à l'information, développer des opportunités d'accès à de nouveaux marchés, développer l'effet miroir et le sentiment d'appartenance à un groupe et la modélisation par les « success stories » | Les Ministères de l'Artisanat et de l'Industrie La CGEM et les confédérations professionnelles | Favoriser l'accès des femmes entrepreneurs aux différents programmes d'appui des PME à travers l'adhésion aux confédérations professionnelles | 2019 |

| | | | | |
|---|---|--|--|------|
| Sensibiliser les différentes parties prenantes de l'écosystème entrepreneurial à l'importance de la cohérence entre les actions des différents départements | Assurer l'information de l'entrepreneuriat sur les activités réalisées par les femmes entrepreneurs | Ministère de l'Industrie Ministère de la Solidarité CGEM | Mener des campagnes annuelles de sensibilisation à l'instar des initiatives locales d'emploi | 2018 |
|---|---|--|--|------|

Annexe 1. C : Plan d'action Tunisie

Tunisie : les objectifs du plan d'action proposés par les participants de la Tunisie apportent des réponses aux difficultés qui ont été soulevés par l'étude, à savoir :

- Améliorer l'accès au financement des femmes entrepreneurs rurales et non instruites ;
- Instaurer un cadre réglementaire favorable pour le développement du statut de la femme entrepreneur ;
- Améliorer l'accès à l'information et à la formation ;
- Faciliter et améliorer l'accès des femmes entrepreneurs aux marchés qui s'est avéré être un frein au développement de leurs entreprises.

| Action | Quoi | Qui | Comment | Quand |
|--|--|--|--|--------------|
| Création du statut d'auto-entrepreneur | Construire et proposer un projet de loi qui institutionnalise le statut de l'auto-entrepreneur | Le Ministère de l'Emploi Le Ministère des Finances Le Ministère des Industries et de la PME L'APII | Initier un partenariat et un dialogue public - privé Réaliser la concertation entre le public et le privé pour aboutir à la proposition d'un projet de loi pour le soumettre à l'Assemblée des Représentants du Peuple Mener une campagne de plaidoyer pour ce projet de loi | Janvier 2018 |
| Proposer de nouveaux produits financiers | Créer des produits de crédit ayant des taux d'intérêt préférentiels et des plafonds supérieurs à ceux proposés par le microcrédit qui permettraient aux femmes entrepreneurs de développer davantage | Les institutions de financières La Banque Centrale de Tunisie L'Autorité de Régulation de la Microfinance Toutes les institutions d'appui à l'entrepreneu | Réaliser le montage de produits financiers adéquats aux besoins des femmes entrepreneurs Identifier les montants qui permettent aux femmes entrepreneurs de développer leurs activités Identifier le prix qu'elles sont prêtes à payer pour développer leurs activités | Janvier 2018 |

| | leurs activités | riat | | |
|---|---|---|---|--------------------|
| Développer des formations adaptées aux femmes non universitaires et peu instruites qui se trouvent dans les régions | Formations adaptées et de proximité incluant les formations en technologies de l'information et de la communication | Les ONG qui travaillent pour l'entrepreneuriat féminin Les Institutions de la microfinance Les institutions de soutien à l'entrepreneuriat (APII, pépinières d'entreprise, centres d'affaires, etc.) Les autorités locales | Analyser les besoins en formation en écoutant les femmes par rapport à leurs besoins en formation Développer des modules adaptés d'après une analyse des formations actuelles proposées par les institutions Développer la formation de formateurs locaux | Le plutôt possible |
| Développer des supports d'information et de communication | Informar les femmes rurales des dispositifs et des instruments qui sont à leurs disposition | Le MAFFF Les ONG Les médias Les autorités locales | Développer des stratégies de communication avec des supports qui soient dédiées et adaptées aux femmes rurales | 2018 |
| Créer des lieux de « networking » pour les femmes entrepreneures dans les régions | Créer des espaces de rencontres et d'échanges dédiées aux femmes entrepreneurs pour pallier au manque de réseautage et développer des opportunités de | Les réseaux existants Les autorités locales Les ONG spécialisées dans le réseautage Les représentations des confédérations | Mise à disposition par les autorités locales de locaux | 2018 |

| | | | | |
|---|---|--|--|------|
| | « networking » et d'accès à l'information | patronales dans les régions | | |
| Créer des plateformes numériques de vente en ligne | Développer des opportunités d'accès à de nouveaux marchés pour les femmes entrepreneurs et leur permettre de faire connaître leurs produits au niveau local et international | Entreprises des secteurs de la technologies | Elaborer un programme et un agenda spécifiques pour le lancement de la plateforme | 2018 |

ANNEXE 2 : LISTE DES PARTICIPANTS

| Sub-regional workshop on Women Entrepreneurship 21st of September 2017, Tunis – Golden Tulip El Mechtel List of Participants | | | | | | |
|---|-------|-----------|------------|--|---|----------------------------------|
| # | Title | Last Name | First Name | Function | Institution/Company | Email |
| 1 | Ms | EL ABZIZI | Boutaina | Cadre à la Division de la Coopération Internationale et des Partenariats | Ministère de l'Industrie, de l'Investissement, du Commerce et de l'Economie Numérique - Maroc | belabzizi@mcinet.gov.ma |
| 2 | Ms | ALAOUI | Ouafae | Présidente de la Délégation Régionale de Rabat | Association des Femmes Chefs d'Entreprises du Maroc | envidepp.bte@gmail.com |
| 3 | Ms | MEROUAH | Zineb | Cadre - Service Partenariats Internationaux | Maroc PME – Agence Nationale pour la Promotion de la Petite et Moyenne Entreprise | zineb.merouah@marocpme.ma |
| 4 | Mr | Loukili | Mohieddine | Chef de service développement | Chef de service développement, Microfinance - Maroc | louk.moh@gmail.com |
| 5 | Ms | HADDAD | NACIRA | Directrice gérante | INCOSYN - Algérie | nacira.haddad@fce.dz |
| 6 | Ms | Bergheul | Karima | Présidente | Association des femmes en économie verte - Algerie | Karima.bergheul@yahoo.fr |
| 7 | Ms | Batel | Naima | Membre | Association des femmes en économie verte | batelnaima@gmail.com |
| 8 | Ms | MILOUDI | Sabiha | Directrice d'études à la Direction Générale de l'ANGEM | Agence Nationale de Gestion du Micro Crédit - Algérie | miloudisabiha@gmail.com |
| 9 | Ms | ZAROOUR | Assia | Chef d'études à la Direction Générale des Investissements | Ministère de l'Industrie et des Mines - Algérie | zarourassiindustrie@gmail.com |
| 10 | Ms | BEN SABER | Raouda | | CNFCE | r.bensaber@plastiform.com.tn |
| 11 | Ms | Gharbi | Douja | | CONNECT | Douja.gharbi@connect.org.tn |
| 12 | Ms | Talbi | Sihem | | ENDA TAMWEEL | Sihem.talbi@endatamweel.tn |
| 13 | Ms | Azzi | Abir | | TAYSIR MICROFINANCE | abir.azzi@taysirmicrofinance.com |

| | | | | | | |
|----|----|------------|-------------|--|---|--|
| 14 | Ms | BRUMELHIES | Caroline | | THE NEXT WOMEN | caroline@thenextwomen.com |
| 15 | Ms | Turki | Sirine | | ASSOCIATION FACE | contact.facetunisie@fondationface.org |
| 16 | Ms | ELOUAER | Darine | | TAMSS | darinebenhadjassine@gmail.com |
| 17 | Mr | NEFFATI | Wajdi | Sous-directeur chargé de la Coopération Internationale | Agence de Promotion de l'Industrie et de l'Innovation | Wajdi.NEFFATI@apii.tn |
| 18 | Mr | BOUKHARI | Najmedddine | Chargé de la Coopération Internationale | Agence de Promotion de l'Industrie et de l'Innovation | Najmeddine.BOUKHARI@apii.tn |
| 19 | Ms | CHAOUACHI | Abir | APII | Agence de Promotion de l'Industrie et de l'Innovation | |
| 20 | Mr | TOUHAMI | Ahmed | | Agence de Promotion de l'Industrie et de l'Innovation | |
| 21 | Ms | CHEMEK | Raja | Attachee de presse | Agence de Promotion de l'Industrie et de l'Innovation | rchemek@yahoo.fr |
| 22 | Ms | ABID | Iman | Chargé de la Qualité | ENDA TAMWEEL | abid.imen@endatamweel.tn |
| 23 | Ms | NAFTI | Khalifa | Gestionnaire projet | | |
| 24 | Mr | GDOURA | Ahmed | Consultant | BID Consulting | ahmed.gdoura@gnet.tn |
| 25 | Ms | CHAR | Marie-Jo | Team Leader | EBESM/GIZ | m.j.char.giz@outlook.com |
| 26 | Mr | GASPARD | Toufic | Expert | EBESM/GIZ | gaspall5@cyberia.net.lb |
| 27 | Ms | SOUDI | Najoua | Expert | EBESM/GIZ | najouasoudi@gmail.com |
| 28 | Ms | CHERIF | Raja | Expert | EBESM/GIZ | sounines@yahoo.fr |