

**Université Abderrahmane Mira de Bejaia**

**Faculté des sciences humaines et sociales**

**Département des sciences sociales**

**Mémoire de fin de cycle**

En vue de l'obtention du diplôme de master en sociologie

Spécialité : Sociologie de travail et des Ressource Humaines

**Thème :**

**Le rôle du capital social dans la création des  
PME dans le secteur privé.**

**Etude sociologique au près des entrepreneurs  
de la région d'Akbou**

**Présenté par :**

**AMDJAHED Rachida  
ANNOUCHE Lynda**

**Encadré par :**

**M HADERBACHE**

**Année Universitaire : 2014/2015**

# *Remerciements*

Nous remercions dieu le tout puissant, de nous avoir accordé santé et courage

Pour accomplir notre cycle d'études

Mes sincères remerciements envers notre encadreur **Mr HADERBACHE.B** d'avoir accepté de nous diriger dans l'élaboration de ce modeste travail, ses critiques et suggestion m'ont permis d'évaluer mes acquis et surtout d'approfondir mes connaissances, pour l'honneur qu'il nous a fait en assurant la direction du présent mémoire.

Nos remerciements à tous ceux qui ont contribué de pré ou de loi à la réalisation de ce modeste travail.

Un grand merci aussi pour tous les membres de la famille pour leurs soutien leurs encouragement, particulièrement mes parents.

Un grand merci aussi pour les entrepreneurs des entreprises enquêtés de la région d'Akbou pour leurs aides à faire mon enquête et de leurs réponses claires aux moments des entretiens.

# ***Dédicaces***

Je dédie ce modeste travail

A mes chers parents qui m'ont beaucoup soutenu et encouragé durant tout mon cursus scolaire et qui ont veillé jour et nuit pour m'offrir ce que dont j'ai eu besoin.

A mes chères sœurs (Lynda, Faiza, Dhaouia, Sassa) et leurs enfants

A mes chers frères (Saïd, Farid et Nacer) et leurs enfants

A mon mari Younes

A ma belle famille

A mes copines

Enfin a ma fille qui viendra le moins d'Août.

A toutes les personnes qui me sont très chères et qui m'ont aidé de près ou de loin.

**Rachida**

# *Dédicaces*

*Je dédie ce modeste travail*

*A ceux qui ont été ma source de volonte, de courage, et de combat pour avoir le gout de réussite dans la vie, et qui ont été comme une bougie qui font pour m'éclairer les chemins de ma vie, dont les mots sont insuffisants pour exprimer ma gratitude, ma reconnaissance et mon profond amour.*

*A vous mes chères parents.*

*A mes chères frères : Athmane, Yassine*

*A mes chères sœur : Samia et son marie Djamel et ses enfants (zahoua, Mohamed, islam), Sabrina et son marie Rachid et ses filles kouka, aya, Kenza*

*Souad et son marie Nabil et sont fils Timassine.*

*A mes chères cousines et mes cousins*

*A tous mes voisins et voisines.*

*A une personne très chère à mon cœur. Saïd et sa famille*

*A ma binôme Rachida et son marie Younes et sa famille.*

*A ma très chère amie farroudja et sa famille*

*A, toutes mes amies, Hanane, Nadia, Lynda, Souad, Sabrina, Zahra, farroudja, kouka, Wardia.*

*A toutes les personnes qui me sont très chères et qui m'ont aidé de près ou de loin*

**LYNDA**

### **Liste des abréviations :**

Abréviation	Signification
ANGEM	Agence Nationale de Gestion de Microcrédit
ANSEJ	Agence Nationale à l'Emploi de jeune
CNAC	Caisse Nationale d'Assurance Chômage
ETB	Entreprise de Travaux Bâtiments
PME	Petite et Moyennes Entreprise
OCDE	Organisation de Coopération et de Développement Economique
SARL	Société Anonyme Responsabilité Limitée
SNC	Société au nom Collectif
TPE	Très Petite Entreprise
ANDI	Agence Nationale de Développement de l'Investissement
FGAR	Fond de Garantie aux Crédits
EURL	La Société Unie personnelle à Responsabilité Limitée
SCS	La Société Commandite Simple
SPA	La Société Par Action

## **La liste des tableaux :**

Numéro de tableau	Titre	Page
01	La répartition des enquêtés selon l'âge	81
02	La répartition des enquêtés selon le niveau d'instruction	82
03	La situation familiale des enquêtés	82
04	La situation des femmes des entrepreneurs mariés	83
05	La représentation des entrepreneurs qui ont travaillé et non jamais travaillé	84
06	L'impact de l'expérience acquise sur l'activité exercée dans l'entreprise	85
07	L'existence ou non existence de la cogérance	86
08	Les personnes ayant contribué lors de la phase de création.	90
09	L'apport de la famille dans le processus de création des entreprises	90
10	L'existence ou non existence des proches qui travaillent au sein des administrations	91
11	La contribution des personnes étrangères dans la l'accélération de processus de création	92
12	L'existence ou non existence de contre parties contre les services	94
13	Les personnes qui aident les entrepreneurs dans les moments difficiles	95
14	La nature des relations entre les entrepreneurs	96
15	L'origine de l'idée de création de l'entreprise	99
16	L'objectif de création de l'entreprise	101
17	Les difficultés rencontrées lors de la création de l'entreprise	102
18	L'origine du capital investi	104
19	Les critères de recrutements utilisés par les entrepreneurs.	105

## **Sommaire**

Introduction

### **Chapitre I : cadre méthodologique de la recherche**

Préambule

1. Les raisons du choix du thème.....	06
2. L'objectif de la recherche.....	07
3. Problématique.....	07
4. Les hypothèses de la recherche.....	12
5. Définition des concepts.....	12
6. La pré-enquête.....	22
7. La méthode et la technique utilisées.....	23
8. Choix des entrepreneurs interrogés.....	24

### **Chapitre II : Champs de l'entrepreneuriat et l'entrepreneur**

Préambule

1. Champs d'entrepreneuriat.....	27
2. L'entrepreneuriat est un phénomène économique et social.....	28
3. Les pérégrinations socio-économiques de l'entrepreneur.....	29
4. Caractéristiques et qualités d'un entrepreneur.....	30
5. Les types d'entrepreneurs.....	32
6. Motivation de création des PME.....	33
7. Le capital social et l'entrepreneur.....	33
8. Les compétences entrepreneuriales et le rôle central de dirigeant dans la création 'entreprise.....	35

## **Chapitre III : capital social et les réseaux sociaux**

### Préambule

1. Le rôle spécifique du capital social.....	37
2. La nature du réseau social et du capital social.....	39
3. La typologie des réseaux.....	43
4. La théorie des liens forts et des liens faible.....	44
5. La différence entre les liens forts et les liens faibles.....	46
6. Les liens forts liens faibles un apport pour l'entrepreneuriat.....	47
7. L'importance de réseau familial dans la phase de création de l'entreprise.....	47
8. La famille un lieu de cohésion.....	48
9. La relation entre les liens, les réseaux et le capital social.....	48

## **Chapitre IV : les PME algériennes, genèse et développement**

1. L'entrepreneuriat en Algérie.....	52
2. La création des PME en Algérie.....	53
3. Genèse de développement des PME en Algérie.....	55
4. L'évolution de création des PME depuis l'indépendance.....	57
5. Rôle et les caractéristiques des PME en Algérie.....	58
6. Les formes juridiques des sociétés en Algérie.....	61
7. Les organismes d'appui à la création des PME en Algérie.....	63
8. Les contraintes de création des PME d'entreprise en Algérie.....	67
9. Les nouveaux entrepreneurs algériens : un essai de typologie.....	70



## **Chapitre V : caractéristique des entreprises et d’entrepreneurs enquêtés.**

### Préambule

1. Présentation des entreprises et d’entrepreneurs enquêtés.....78
2. Les caractéristiques personnelles des créateurs d’entreprise.....81
3. Existence ou non existence de la cogérance .....86

## **Chapitre VI : l’apport des liens forts (proches, amis) à la concrétisation des projets d’entrepreneurs.**

### Préambule

1. Le rôle de la famille dans la phase de création d’entreprise.....89
2. Les personnes qui aident les entrepreneurs dans les moments difficiles.....95
3. La nature de relation entre les entrepreneurs.....97

## **Chapitre VII : le capital social des entrepreneurs, créateurs de PME dans la région d’Akbou.**

### Préambule

1. L’origine de l’idée de création d’entreprise.....99
2. L’origine du capital investi.....104
3. Le conseil aux jeunes désirant devenir entrepreneurs.....107

## **Conclusion**

## **La liste bibliographique**

## **Annexe**

# **Introduction Générale**

### Introduction :

Les petites et moyennes entreprises sont au cœur de la transformation des économies des pays avancés et elles portent vers le développement économique et social des pays en voie de développement, elles emploient un pourcentage important de la main d'œuvre, consomment une grande quantité de matières premières, paient les impôts, contribuent à la création.

Les PME sont devenues ces dernières années, un sujet d'intérêt pour de nombreux spécialistes, occupe la première position dans le processus de développement algérien, elles constituent donc, non seulement un facteur d'enrichissement des masses populaires mais aussi un facteur d'accroissement et de diversification.

L'ouverture économique de l'Algérie amorcée dès 1989 a entraîné un développement important du parc des entreprises privées. Ce développement concerne aussi bien le nombre de nouvelles entreprises que leur poids dans les différents secteurs d'activité. « L'économie algérienne connaît une mutation de grande ampleur, où les logiques entrepreneuriales des créateurs d'entreprises prennent une importance centrale. En passant d'un modèle de développement dirigiste à une économie de marché, elle fait porter sur eux tous les espoirs de la création d'emploi et de la croissance économique. Les différentes lois sur la restructuration des entreprises publiques, la libéralisation du commerce extérieur ou la privatisation du secteur privé marquent le début d'un processus de réhabilitation des petite et moyenne entreprise ». [Madoui. M. Gillet. A. 2005.p71].

A cet effet, l'entrepreneur dans des économies de marché est un acteur ou bien un moteur central pour la création des PME. Les chercheurs en entrepreneuriat s'accordent à signaler que nul n'est programmé génétiquement pour devenir entrepreneur, on ne naît pas entrepreneur, mais on le devient car l'entrepreneuriat est un mode de comportement qui évolue dans un environnement, comme il subit une influence par les normes et les valeurs de la société, ce qui fait de lui un acteur social toujours en interaction avec autrui et aussi avec son environnement qui se caractérise par une forte incertitude. Ce qui laisse les entrepreneurs trouver des solutions et cela en faisant appel à leur liens faibles et forts (amical, familial, professionnel). « La clé de leur réussite repose sur la diversité des ressources d'action dont disposent les entrepreneurs Algériens » [ibid. p71].

A cet effet, l'entreprise doit être au centre des préoccupations des pouvoirs publics, c'est par elle que la richesse se crée. En effet seul le travail est créateur de richesse. En effet, fonder le développement sur les ressources naturelles et minières n'est pas la solution pour faire avancer le pays, ni pour créer l'emploi.

En Algérie de nombreuses études ont été faites sur les PME et l'entrepreneuriat par différents sociologues parmi eux Mohamed Madoui, ANNE Gillet, Jean Peneff, Djilali Liabes, Ahmed HENNI etc. Mais eut d'entre elle ont souligné le rôle que joue le capital social lors de création des petites et moyennes entreprises et pourtant le capital social devient une réalité et un élément déterminant dans la concrétisation des projets d'entrepreneurs.

Dans cet ordre d'idée, nous voulons effectuer une recherche sur la création des entreprises dans la région d'Akbou, cela dans le but de démontrer et de

comprendre le rôle du capital social et la contribution des liens sociaux lors du processus de création des PME dans le secteur privé.

Pour cela, nous avons réparti notre travail en chapitre suivants :

Dans le premier chapitre nous allons représenter le cadre méthodologique de la recherche, à savoir les raisons du choix de thème et son objectif, la problématique de recherche, les hypothèses, la définition des concepts clés, la méthode et la technique utilisées, l'analyse thématique et la population d'enquête.

Dans le deuxième chapitre, on va donner un aperçu sur champs l'entrepreneuriat et de l'entrepreneur.

Dans le troisième chapitre, on va parler sur le capital social et les réseaux sociaux existants dont nous baserons sur les liens forts et les liens faibles et leur application lors du processus de création des PME.

Enfin le quatrième chapitre on parlera sur les PME en Algérie.

Ce qui concerne la partie pratique, elle est répartie en trois chapitres ; dans le cinquième chapitre nous allons présenter les caractéristiques des entreprises et d'entrepreneurs enquêtés, ainsi dans le sixième chapitre on va montrer l'apport des liens forts (proches, amis...) à la concrétisation des projets d'entrepreneurs. En dernier chapitre nous présenterons le capital social des entrepreneurs, créateurs des PME dans la région d'Akbou processus de création d'entreprise selon nos enquêtés.

Dans la dernière phase, nous avons terminé notre recherche par l'interprétation des résultats, la vérification des hypothèses, la conclusion générale et une présentation de la liste bibliographique, et les annexes.

# **Partie théorique**

# **CHAPITRE I**

## **Cadre méthodologique de la recherche**

**Préambule :**

Ce chapitre est consacré à la présentation des différentes étapes méthodologique et techniques utilisées durant l'élaboration de notre enquête, ainsi que les motivations du choix de notre thème et l'objectif général de cette recherche.

**1 .les raisons de choix du thème :**

Parmi les raisons qui nous ont poussés à choisir ce thème, on trouve une raison objective et d'autres subjectives :

**a. La raison objective :**

Le choix notre sujet est lié à l'importance et l'ampleur que les PME sont en train de prendre au niveau national et en particulier dans la région d'Akbou, ceci dit, notre étude peut éclaircir le fonctionnement des PME dans les réseaux de relations (professionnelles et personnelles) ce qui peut aider à comprendre le processus de création d'une entreprise (PME) dans la région d'Akbou. L'actualité du thème et son importance dans le monde économique.

**b. Les raisons subjectives :**

L'intérêt que représente les PME nous ont tout d'abord donné l'envie de connaître le monde de travail, mais aussi approfondir nos connaissances sur la création de l'entreprise pour réussir à créer notre propre entreprise dans l'avenir, et d'avoir des informations sur les lieux du travail (comment les gens travaillent), pour enrichir nos connaissances et d'acquérir des informations dans le domaine de l'entrepreneuriat.



**c. L'objectif de la recherche :**

Toute recherche scientifique lors de la réalisation liée a un but principal visé par la problématique .Notre recherche a pour objectif de décrire et de comprendre le rôle du capital social durant la phase de création des petites et moyennes entreprises dans secteur privé.

**1. La problématique :**

Face à l'importance économique des entrepreneurs dans le développement économique local, il est important de le considérer comme un métier à part entière comme la plupart des métiers il existe des connaissances et des compétences à acquérir favorisant le développement de ce dernier il en ver de même lorsque les personnes partagent leurs expériences autour d'un métier «L`entrepreneur définit l`objet qui va déterminer son propre devenir» [Filion 1997].

Les pratiques entrepreneuriales évoluent constamment il est bien difficile de les saisir, les pratiques d`aujourd`hui ne sont pas les mêmes de celle d`hier et elles sont différentes de celles de demain alors que la plus part des réflexions dans le domaine de l`entrepreneuriat tentent de répondre à la question «Qu`est ce que l`entrepreneuriat ». Il ne s`agit pas de présenter les tendances lourdes des pratiques actuelles en matière d`entrepreneuriat mais plutôt de déceler des perspectives qui sont en émergence. Alors l`entrepreneuriat devient la philosophie dominante des affaires, car elle présente de multiples vertus : créativité, innovation, l`initiative, flexibilité, et surtout création d`emploi. Ce mouvement économique exprime aussi une tendance profonde d`évolution de la société vers la

renaissance des valeurs personnelles, l'entrepreneur est désormais au cœur des politiques de transition vers l'économie du marché, l'entrepreneuriat décrit une relation symbolique entre un entrepreneur et une organisation. L'entrepreneur agit et engage son environnement à des fins socio-économiques son action induit du changement et conduit à une modification partielle d'un ordre existant. [Verstraete.T. 2000. P. 11].

L'étude de l'action entrepreneuriale est devenue un objet précieux de la sociologie économique. Cette dernière vise à montrer le rôle de la structure sociale dans la concrétisation de l'action économique. À cet effet, la notion du capital social devient une variable centrale dans le processus de concrétisation des projets entrepreneuriaux et un élément essentiel dans l'analyse sociologique des activités économiques. Dans le cas algérien plusieurs recherches ont souligné la prédominance des relations sociales, des liens (forts et faibles) dans l'activité entrepreneuriale ce qui laisse penser que la notion du capital social constitue un objet de recherche très précieux.

En effet, l'Algérie a connu une mutation économique très importante en raison du passage de l'économie administrée à l'économie du marché à partir de la fin des années 90. C'est dans un contexte politico-économique très difficile, marqué par une instabilité institutionnelle et une crise sécuritaire grave qu'une série de réformes inachevées ont permis au secteur privé de voir le jour. Sitôt né, le jeune secteur privé doit évoluer dans un cadre institutionnel instable, et en même temps faire face au phénomène de mondialisation qui le menace sérieusement [Khalil. A.2006 p 03].

Aussi dans le contexte de l'Algérie, les PME Algériennes ont connu deux périodes; la période de planification et la période de libéralisation.

Durant cette première période de planification centrale, l'économie Algérienne était complètement étatisée et caractérisée par un interventionnisme très élevé, où les PME privées étaient minoritaires.

Dans la deuxième période de libéralisation a été marqué au début des années 90 par l'appellation des réformes économiques. [Daoud. S 2009].

L'Etat a promulgué en 2001 l'ordonnance relative au développement de l'investissement (n°1/3du 20/08 /2001) et la loi d'orientation sur la promotion de la PME (loi n°01/18 du 12/12/2001), cette période a fixé des mesures de facilitation administratives dans la phase de création du conseil national d'investissement et la suppression de la distinction entre investissement public et privé.

A partir de l'an 2000 le poids de la PME à nettement augmenté, le nombre a presque doublé et les statistiques disponibles indiquent que plus de la moitié des PME ont été créées entre 2001 et 2007, soit 212120 entreprises, suite à la loi d'orientation sur les PME en 2001. Le nombre des PME privées a connu une évolution remarquable qui a enregistré le nombre de 398788 entreprises à la fin de 2010. contrairement au secteur public qui a enregistré la dissolution de 228 entreprises en sept ans. [Gharbi. S. 2011. P.07].

A la fin du premier semestre 2013, le paysage économique national comprend 747.934 PME. La typologie de la population des entreprises en Algérie révèle en effet une nette insuffisance en entreprises de taille moyenne et un nombre insignifiant de grandes entreprises, ce qui peut constituer un obstacle à la réalisation des grands chantiers engagés du pays et à la mise en œuvre de la nouvelle politique de développement industriel. [Bulletin.PME. 2013. P.01].

La wilaya de Bejaia comme d'autres wilayas a enregistré une dynamique de création d'entreprise et une dynamique entrepreneuriale. La zone d'activité d'Akbou est classée en deuxième position après la zone d'activité de Bejaia, elle joue un grand rôle économique dans la région de par la densité de son tissu industriel, elle s'est construite autour d'une ZAC de 50 dynamique entreprises qui s'étend sur près de 50ha, tel que (SARL Batelec,), elle est en voie de s'enrichir d'un terrain de 80ha qui le fera passer au stade de zone industrielle tout en lui permettant de répondre à la très forte demande d'investisseurs qui ont exprimé le désir de s'y s'installer. Le dynamisme de cette enclave économique a fait oublier qu'Akbou dispose déjà d'une zone industrielle avec de grandes entreprises étatiques comme Alcovel, Marc soum et Sonaric.

Aujourd'hui les PME sont les sources de compétitivité, elles occupent une position de premier plan dans le processus de développement Algérien. Elles sont considérées comme des cellules de richesse, et création massive d'emploi, dans toutes catégories socioprofessionnelles font face à des formalités multiples et variées

durant leurs phases de création, source de satisfaction des besoins économiques et sociales.

Les PME comptées sont dirigées par des entrepreneurs propriétaires et dirigeants en même temps, où ils sont obligés d'assurer le bon fonctionnement et la bonne marche de leurs entreprises, d'une manière formelle ou informelle, faisant recours aux liens sociaux qu'ils soient forts ou faibles. Comme le capital social est utilisé pour la compréhension des activités relationnelles des acteurs économiques et sociaux et peut être étendu aux organisations et aux réseaux interentreprises car tout comme les individus peuvent mobiliser, par l'intermédiaire de leurs réseaux de relations interpersonnelles, les ressources possédées par leurs contacts pour atteindre des buts qui leurs sont propres, les organisations activent les ressources que leurs relations leurs fournissent afin d'atteindre leurs propres objectifs.

En effet le capital social fournit ainsi à l'entrepreneur un soutien moral dont il a besoin (Coleman 1990) en l'aidant à faire face aux difficultés lors de la création de l'entreprise.

C'est dans cette voie nous voulons mener une recherche au près des entrepreneurs des PME, dans la région d'Akbou dont notre intérêt sera porté sur l'importance des liens sociaux et le rôle du capital social dans le processus de création des petites et moyennes entreprises, on va essayer de répondre aux questions suivantes :

- Quel est le rôle du capital social sur le processus de création? Autrement dit quand et comment l'entrepreneur mobilise ses relations pour accélérer le processus de création?
- Qui sont les personnes qui apportent leurs contributions à l'entrepreneur? En quoi consistent leurs contributions?

### **1. Les hypothèses de la recherche :**

Une hypothèse de recherche est la réponse présumée à la question qui oriente notre recherche, donc pour répondre à notre problématique nous avons opté pour les hypothèses suivantes :

1. L'entrepreneur fait appel à ses relations et proches durant la phase de création pour accélérer le processus et surmonter les problèmes et obstacles (matériels, administratifs.etc)
2. Les proches (familles et amis) sont les personnes privilégiées et concernées par la création. Ainsi ils apportent à l'entrepreneur un soutien matériel considérable (argent, locaux.etc) et interviennent auprès des instances pour accélérer le processus et dans certains cas ils apportent un soutien moral aux entrepreneurs dans les situations difficiles.

### **5. Définition des concepts :**

- **PME :**

La commission européenne en 1996 définit la PME « comme une entreprise financière, et repose sur une bonne structure managériale, employant moins de 250 salariés avec un chiffre d'affaire inférieur de 50 millions d'euros » [Terrose. O.1996.p5].

Cette définition se base sur le développement de la population des PME qui connaît une expansion importante depuis 1995

Donc le concept des PME en Algérie reste très flou en comparaison avec celui dans les pays industrialisés. [Ibid. P.05].

L'application de la définition de la PME retenue par l'Union Européenne et adopté par l'Algérie, basée sur trois critères suivants effectifs, le chiffre d'affaire, le bilan annuel de l'entreprise.

L'Algérie a adopté la Charte de Bologne sur les PME en juin 2000 et définit les différents types d'entreprises comme suit :

➤ **La moyenne entreprise :**

Est une entreprise employant de 50 à 250 salariés dont le chiffre d'affaires entre 200 millions dinars ou dont le total du bilan est entre 100 et 500 millions de dinars.

➤ **La petite entreprise :**

C'est une entreprise employant de 10 à 49 salariés dont le chiffre d'affaire plafonné à 200 millions de dinars.

➤ **Très petite entreprise :**

C'est une entreprise qui employant de 1 à 9 personnes et dont le chiffre d'affaire n'excède pas de 10 millions dinars. [Ibid. P.06].

Donc, on distingue que les PME se caractérisent à une seule définition, elle diffère d'un pays à un autre ou d'une entreprise à une autre selon la valeur d'effectifs et le total de bilan, et le chiffre d'affaire.

- **L'entrepreneuriat :**

Dés lors de nombreuses publications soulignent le caractère polysémique du mot d'entrepreneuriat, il apparait de la première importance dans des études et des recherches, et toujours chercher à préciser le sens qui donne la notion de « processus de l'entrepreneuriat ».

Donc, L'entrepreneuriat est défini comme suit : « L'entrepreneuriat est un phénomène trop complexe pour être réduit à une simple définition, son intelligible nécessitant une modalisation. Cette complexité exclut la possibilité d'une délimitation, stricte et invoque de ses frontière sémantique ». [Verstraete.T.2000.p 11].

Comme on peut proposer une définition pour le phénomène d'entrepreneuriat. « L'entrepreneuriat, initiation portée par un individu (ou plusieurs individus d'association pour l'occasion) construire ou saisissant une opportunité du mot ce qui est apprécié ou évalué comme tel, dont le profit n'est pas forcément d'ordre pécuniaire par l'impulsion d'une organisation pouvant faire naître une ou plusieurs entités et créant de valeur nouvelle (plus forte dans le cas d'une innovation) pour des parties prenantes auxquelles le projet s'adresse ». [Verstraete.T.et Fayolle.2005.p.45].

Comme on constate dans cette définition, l'entrepreneuriat est une dynamique de création et d'exploitation d'une opportunité d'affaire par un ou plusieurs individus via les créations d'une nouvelle organisation à des fins de création de valeur.

On peut dire que l'entrepreneuriat est vu comme un phénomène conduisant à la création d'une organisation impulsé un ou plusieurs individus s'étant associés pour l'association [Ibid.2005.p.37].



D'après Fayolle et Fillion l'entrepreneuriat : « c'est le processus par lequel des personnes prennent conscience que le fait de posséder leur propre entreprise constitue une option ou une solution viable, ces personnes pensent à des entreprises qu'elles pourraient créer, prennent connaissance de la marche à suivre pour devenir un entrepreneur et se lançant dans la création et démarrage d'une entreprise » [Fayolle et Fillion .J. 2006.P.245].

On peut ainsi dire que l'entrepreneuriat est avant tout une action humaine qui a pour but de créer une nouvelle entreprise et qui doit comporter des valeurs économiques et sociales répondant aux besoins des individus.

Autrement dit, que l'entrepreneuriat est une action dans le sens de savoir et le savoir faire et savoir vivre.

- **L'entrepreneur :**

L'innovation ne peut pas réaliser que si elle émane d'un homme. Cet homme c'est l'entrepreneur qui prend des risques et qui organise sont bref qui entreprend. Puisque l'entrepreneuriat est une activité humaine, il n'y a pas d'entreprise sans entrepreneur.

Donc, l'entrepreneur « c'est l'essence ou le cours même de l'entrepreneuriat, c'est celui qui innove en fonction des opportunités qui s'organise les ressources pour produire et commercialiser, tout en recherchant, son intérêt ». [Pierre- A. J. et autres. 1996. P.03].

D'après cette définition l'entrepreneur est la personne qui prend des risques pour créer des nouvelles innovations, et un phénomène vital pour la société et pour la contribution à la génération et au développement de l'économie.

Au –delà de cette définition, on propose une autre définition pour le concept de l'entrepreneur comme suit : « L'entrepreneur, apparaît également comme un acteur inséré dans des réseaux sociaux qui le modèlent et lui permettent d'avoir accès à des ressources importantes pour la réussite et développement de son projet, le moment de création est l'occasion de réactiver l'appartenance à un territoire et une ressource parmi d'autres qu'ils mobilisent très souvent dans son projet. En choisissant d'entreprendre là où ils ont leur réseaux de relations (professionnels, familiaux, amicaux), il donne ainsi toute la chance réussie à leur projet entrepreneuriale ». [Madoui.M.2012.p201].

Donc, pour notre recherche, nous considérons l'entrepreneur comme la plupart des individus responsables, essaient de prendre des risques, qui possède des capacités et des connaissances dans différents domaines, dont la mission principale consiste à produire, quelque soit le secteur d'activité (agriculture, industrie ou commerce).

Par ailleurs, l'entrepreneur contribue à créer des richesses de la notion, son travail est productif, conduisent à la reproduction de la valeur.

- **Le capital social :**

Le concept de capital social semble être utilisé pour la première fois par Bourdieu en 1980 il le définit comme suit :

« L'ensemble des ressources actuelles ou potentielles qui sont liées à la possession d'un réseau durable de relation plus ou moins institutionnalisé d'interconnaissances et d'inter reconnaissances ; ou en d'autres termes, à l'appartenance à un groupe comme ensemble d'agents qui ne sont pas seulement dotés de propriétés connues (susceptibles d'être perçue par

l'observateur par les autres au par eux même, mais sont aussi unis par des liaisons permanentes et utiles ». [Bourdieu.1980.p02].

Pour Pierre Bourdieu, le capital social est fondé sur des échanges et des réseaux que l'individu possède et que c'est l'entendu de ce réseau qui va déterminer le volume du capital social.

Woolcock et Narayanan ont défini le capital social ; « comme l'ensemble des normes et des réseaux qui facilitent l'action collective lui confèrent deux dimensions : la première le lie aux normes et aux valeurs (règles informelles) qui régissent les interactions entre agents et la seconde le détermine par ses caractéristiques structurelles. Dès lors, le capital social désigne le cadre formel au sein duquel s'établissent les relations entre les agents économiques. Le capital social est alors constitué des institutions formelles et informelles qui facilitent l'action collective. » [Perret.2010.p.06].

Dans cette définition le capital social, est la somme de rapports courtois que les individus nouent tout au long de leur vie ou au cours des opérations ou activités précises, les quelles sont susceptibles de faciliter leur épanouissement il se produit soit par les relations intra et inter familiales ou par les relations inter et intra-firmes.

« Le capital social est l'ensemble des ressources que les individus peuvent obtenir par la connaissance d'autres individus, on faisant partie d'un réseaux social avec eux, ou simplement en étant connu d'eux et ayant une bonne réputation ». [Perret. C. 2010. P.106].

En fin on signale que de nombreuses définitions ont été proposées mais elles ont toutes un point commun : qu'un acteur peut être une source de valeur, c'est - à - dire que les ressources inhérentes aux relations peuvent être

utilisées à des fins économiques. Ainsi les acteurs peuvent rentier des bénéfices de leur appartenance à des raisons sociaux.

Donc, on comprend que les relations sociales (amis, collègue, voisins) représentent un capital social pour celui qui en fait recours afin d'obtenir un soutien financier, administratif.....etc.

Enfin, dans notre recherche on peut présenter le capital social comme une ressource fondamentale pour le processus de création des entreprises.

La notion du capital recouvre la structure et le contenu des relations sociales d'un entrepreneur (un acteur) ; pour qu'il bénéficie d'un capital social trois conditions doivent être vérifiées, il doit disposer de l'opportunité d'entrer dans des transactions sociales, les membres du réseau social doivent être motivés pour agir en faveur de l'acteur, ils doivent avoir la capacité de le faire.

- **Le capital humain :**

Le capital humain est considéré comme un : « Ensemble des capacités intellectuelles, physiques au professionnelles mobilisées lors de sa participation à l'activité productive et susceptible de lui procurer un revenu » [dictionnaire science économique et social. p.69].

Ce concept est développé par Becker 1964, il comprend l'état de la santé de l'individu, son niveau d'éducation et son expérience professionnelle. Ce concept étend celui de capital à tout détour de production qui accroît la productivité future moyen investissement initial.

Donc, Becker définit le capital humain comme : « un stock de ressources productives incorporées aux individus eux-mêmes, constitué d'éléments aussi divers que le niveau d'éducation, de formation et

d'expérience professionnelle, l'état de santé ou la connaissance du système économique. Toute forme d'activité susceptible d'affecter ce stock (pour suivre ses études, se soigner, etc.) » [Gary Stanley Becker.1964.p02].

Selon la définition de l'OCDE « le capital humain recouvre des connaissances, les qualifications les compétences, et les autres qualités d'un individu qui favorisent le bien- être personnel, social, économique ». [L'OCDE, la valeur des gens. P. 30].

Ensuite dans, l'économie mondiale du savoir, le capital humain, les compétences, les apprentissages et latents déterminent la capacité des individus à gagner leur vie, mais les individus ont besoin des systèmes éducatifs efficaces pour réaliser leur potentiel.

Qui dit capital, dit investissement. Avec ce concept de capital humain s'ouvre toute une gamme d'investissement qui consiste dans l'ensemble des dépenses effectuées qui sont estimées en de temps : on a d'une part les coûts directs et de l'autre part les coûts d'opportunités. Ces derniers résident dans l'arbitrage des individus dans leur gestion de capital humain.

- **Les liens sociaux** :

Sont considérés comme un « Ensemble des relations entre les individus et groupe au sein d'une collectivité marquées par une continuité suffisantes pour assurer leur intégration et la cohésion de la collectivité ». [Dictionnaire science économique et social. p.279].

Dans cette définition, on remarque que le réseau désigne l'ensemble des relations des individus faisant partie d'un groupe social qui échangent les informations entre eux.

Donc, les réseaux sociaux sont considérés comme une ressource dans la mesure où il offre un mode d'accéder aux privilèges à d'autres ressources, et peut ainsi engendrer différentes formes d'avantage concurrentiel durable (Gulati, Nohria et Zenger). C'est la maîtrise des relations privilégiées avec d'autres entreprises ou d'autres individus qui permet de bénéficier des ressources des partenaires ou des alliés. Cette maîtrise relationnelle dépend du sentiment de proximité et de confiance existant entre les dirigeants ; son entreprise et les parties prenantes.

Donc, le réseau est une ressource intangible au même titre que la réglementation, les brevets, le savoir-faire, et difficile à observer et évaluer dans le cas d'une entreprise, il s'agit également d'une ressource dite de position. (Hall 1992). [Sébastien. G. 2009.p.113].

Comme on peut proposer d'autres définitions pour le réseau social :

« Un réseau social est l'ensemble d'acteurs (individu, groupe ou organisation), reliés par des interactions sociales ; ces interactions peuvent être de différentes natures familiales, sentimentales (lien fort) ou plus distantes, relation d'affaire de travail (lien faible). [Rémi Bachlet .novembre 2004.p06].

Pour Granovetter : « lien dont la force est une combinaison (probablement liminaire) de la qualité de temps, de l'intensité émotionnelle, et des services réciproques qui caractérisent ce lien » [Fallery.B.et Marti .C.2007.p.171].

Dans cette définition Granovetter, nous montre que c'est grâce à cette intensité de la relation, le lien sera qualifié fort, faible ou absent

Il a distingué entre les deux liens :

- Lien d'attachement (fort) : qui repose sur un sentiment d'identité commune et nous relie à notre famille, à nos amis proches, et personnes qui appartiennent à la même culture ou à la même ethnie que nous.
- Lien d'acointance (faible) : qui vont au-delà du sentiment d'identité commune et nous relie à des amis éloignés, des collègues et des associés

- **Création d'entreprise** :

« C'est l'acte fondateur de l'entrepreneuriat, encouragés par les pouvoirs publics pour développer la création d'emploi elle est freinée par de nombreux obstacles tant administratifs, économiques, sociaux, psychologiques ou culturels ». [Moreau. 2004. P35].

Au-delà de cette définition, on propose une autre définition pour la création d'entreprise : « la création d'entreprise est un moyen de la lutte contre le chômage, d'ouvrir des perspectives à ceux qui n'ont d'autre espoir pour retrouver un emploi que de créer, de pouvoir à l'indispensable renouvellement du tissu industriel, de favoriser la naissance des petites entreprises innovatrices susceptibles de contribuer à l'équilibre de la balance commerciale. [Bryat. 1993. P91].

La création d'entreprise est pour la plupart des entrepreneurs une réponse à une situation non désirée, elle répond à un besoin de création de son propre emploi qu'à une volonté d'accomplissement ou une recherche d'indépendance. La création d'entreprise devient la production de statut social en dehors de toute dépendance ou la famille intervient dans la faisabilité de l'acte entrepreneurial.

Elle est un « fait économique, technique et culturel du milieu c'est –à-dire que toutes les manières d'être de l'individu, sa formation, sa trajectoire professionnelle et relationnelle dépend du milieu socioculturel dont le quel il a évalué ». [R.Souidi.M .Frferet Aktouf.2000.p64].

La création d'entreprise est une opération qui recouvre une variété de procédures administratives nécessaires à la nature de l'activité, et divers moyens prédisposés chez les investisseurs.

Comme le principal moyen d'assurer la croissance des entreprises, par le fait même, le développement économique des régions et des nations. De plus ces entrepreneurs et organismes nous disent que la croissance économique avec une vision souvent limitée à la création de nouveaux emplois, vient principalement des petites et moyennes entreprises.

#### **6. La pré –enquête :**

A fin de savoir si le capital social a un impact sur la création des entreprises, on a effectué une pré –enquête dans les différentes entreprises et enrichie de nos lectures, aboutissant à notre question de recherche. Déroulement de celle-ci, se trouve ensuite notre problématique suivie de plusieurs hypothèses, la méthode à suivre et on a pu identifier notre terrain.

Dans le but de préciser notre question de départ à la fin à une question de recherche, on a réalisé notre pré- enquête en pratiquant quatre entretiens d'une période allons de décembre 2014. On a donc pu interroger quatre entrepreneurs, l'un des propriétaires d'un institut univers SIGA, le second celui de la couture BOUDA, et les deux derniers travaillaient dans les bâtiments (BECHROUNE), (ISADIKEN). On a pu poser des questions en général sur notre sujet.



### **7. La méthode utilisée :**

Lors de notre pré-enquête il nous ait apparu que le sujet nécessite une étude profonde, vue le manque d'études antérieures sur la création de l'entreprise (PME) et aussi la contribution de dispositif ANSEJ fait appel à la méthode qualitative qui est plus adéquate avec le thème de recherche.

Son utilisation se justifie par deux raisons : on vise la compréhension de l'importance du capital social dans la création de l'entreprise ainsi que l'importance de continuité. Cette méthode nous permet également de décrire les créateurs de l'entreprise dans la région d'AKBOU à savoir leurs activités, et leurs parcours. D'autre part le manque d'études sociologiques sur le rôle du capital social en Algérie qui à une importance dans la phase de création des entreprises algériennes qui nous donnent une image globale sur le sujet.

Il Nous impose de suivre la méthode qualitative seule capable de combler cette lacune, cela nous permettra ainsi de recueillir des informations de nature qualitative.

#### **• La technique utilisée :**

Parmi les techniques de la méthode qualitative, nous avons choisi l'entretien non directif et cela dans le but de recueillir des données qualitatives et puisque notre population est restreinte, ce qui fait le meilleur moyen qui va nous permettre de recueillir des faits auprès des chefs d'entreprises (entrepreneur) et leur partenaires. Donc l'entretien non directif nous a permis de comprendre le rôle du capital social dans la création des PME dans le secteur privé.

Pour pouvoir recueillir des données sur notre thème de recherche, nous avons élaboré un guide d'entretien qui contient une série de questions qu'on a répartie en axes suivants :

- ❖ Le premier axe est consacré aux caractéristiques des entreprises et d'entrepreneurs.
  - ❖ Le deuxième axe concerne l'apport des liens forts (proches, amis..) à la concrétisation des projets d'entrepreneurs.
  - ❖ Le troisième axe est concerne le capital social des entrepreneurs, créateur de PME dans la région d'Akbou.
- **Choix des entrepreneurs interrogés :**

Nous avons pu réaliser 11 entretiens avec des entrepreneurs dirigeants, ils se sont déroulés dans les conditions favorables, le lieu du déroulement de ces entretiens était dans les lieux de travail (bureaux des entrepreneurs).

Notre enquête de terrain s'est réalisée dans une période de trois semaines d'une durée moyenne de 30 minutes à une heure pour chaque entretien.

Vu l'objectif de notre recherche, ainsi comme il n'est pas possible de construire une liste exhaustive de notre population nous avons procédé à une méthode d'échantillonnage probabiliste. A cet effet le choix des entrepreneurs de notre population d'étude s'est effectué à l'aide des réseaux des amis et la famille.

Ainsi, on a pu réaliser une de (11) entretiens individuels dans la région d'AKBOU, ce chiffre est jugé suffisant vu l'objectif de notre étude qui ne vise pas à généraliser les résultats mais de comprendre le rôle du capital social dans la création des entreprises ainsi l'importance de continuité.

- **L'analyse thématique :**

Après avoir rassemblé toutes les informations liées à notre thème de recherche auprès des entrepreneurs de la région d'AkBOU, nous avons opté pour l'analyse thématique qui consiste à procéder thématiquement au repérage et au regroupement des thèmes.

Parmi les thèmes recensés pour notre étude on site :

- Les anciennes activités exercées par les entrepreneurs.
- L'apport de la famille dans le processus de création de l'entreprise.
- L'origine du capital investi dans l'entreprise.
- Le rôle des liens dans la création d'entreprise.
- La nature des relations entre les entrepreneurs.

# **CHAPITRE II**

## **Champs de l'entrepreneuriat et l'entrepreneur**

**Préambule :**

Dans ce chapitre nous présenterons un aperçu sur le processus entrepreneurial spécialement sur l'entrepreneuriat et son élément moteur qui est l'entrepreneur.

**1. Champ d'entrepreneuriat :**

L'entrepreneuriat tient, une place de plus en plus importante dans l'économie nationale et régionale. Ceci se vérifie notamment les grandes entreprises d'hier ont disparu au profit d'une restructuration autour des petites et moyennes entreprises. Parallèlement à cette évolution, il convient de constater que plus de la moitié des entreprises ont disparu au bout de cinq ans et que près de 80 % des artisans ont changé en l'espace de 10 ans (INSEE, 2004). Ces différents chiffres sous-entendent qu'entreprendre ne s'improvise pas, loin de là. [Bayad. M et autres p02].

Admettre que l'entrepreneuriat puisse constituer l'une des voies principales du développement conduit à en faire un objet de recherche. L'appréhension n'en est pourtant pas simple. Dans la littérature, le terme «entrepreneuriat» peut renvoyer à la création de l'entreprise, à l'entrepreneur lui-même, à l'esprit de l'entreprise ou bien à l'action d'entreprendre dans sa globalité (résultat de l'action, organisation, créée, reprise ou transformée)

## 2. L'entrepreneuriat est un phénomène économique et social :

Il a toujours été reconnu que l'entrepreneuriat et l'innovation sont des moteurs importants du développement économique et social. L'entrepreneuriat est souvent décrit comme un facteur essentiel pour

Transformer des connaissances ou idées nouvelles, et ce dans tous les types d'organisations : «l'entrepreneuriat apparaît inséparablement de la création d'une dynamique : l'entrepreneur agit, structure et engage son environnement à des fins socio-économiques» [Verstraet. T. p12]

Pour ce qu'est dimension économique, l'entrepreneur a un rôle particulier et indispensable dans l'évolution du système économique libéral. Mais il est associé à la dimension sociale car il crée des normes.

Fayolle a identifié trois problématiques dans le champ de l'entrepreneuriat dont celle du phénomène économique et social car elle «s'intéresse à des effets à des résultats de l'acte d'entreprendre; la création d'entreprise et d'emploi, l'innovation, le renouvellement des entreprises, la réinsertion, les changements d'états d'esprit».

La performance du phénomène entrepreneuriat doit être globale : économique, sociale, environnementale. Peu importe la façon dont on va entreprendre avec l'entrepreneuriat économique et social, il n'y a pas de contradiction dans la mesure où l'objectif est bien de créer de l'activité, de la valeur, d'avoir une vision de l'économie qui se retrouve au service de l'homme.

### **3. Les pérégrinations socio-économiques de l'entrepreneur :**

Le long chemin de l'entrepreneur, qu'était un imposteur à l'époque, est un parcours dans lequel il est possible de repérer des temps forts, des changements dans la nature de l'activité. On peut voir la notion d'entrepreneur comme l'équation suivante :

Entrepreneur = coordination + risque + innovation + valeur. Ces éléments ont évolué dans le temps avec la pensée économique sociale. Selon les théoriciens économiques le mot entrepreneur est :

❖ Le preneur du risque : Richard Cantillon, le premier à avoir défini l'entrepreneur, il le représente comme celui qui assume le risque de l'incertain peu importe ce secteur. «En effet, les revenus de ces entrepreneurs sont incertains, en raison des variations des prix sur les marchés. Les entrepreneurs prêts à acheter à un prix certain et vendre à un prix incertain. Il ne fait donc pas de doute que Cantillon établit une distinction claire entre la fonction de l'entrepreneur et celle du capitaliste, la fonction de l'entrepreneur étant essentiellement une fonction d'assomption, du risque».

❖ Un coordinateur : selon Jean-Baptiste Say l'entrepreneur est au centre de la production puisque c'est lui qui coordonne, contrôle, prévient, organise tous les acteurs économiques et pour cela il faut qu'il soit doté d'un bon jugement.

❖ Innovateur : Schumpeter ici attribué à l'entrepreneur l'image de celui qui introduit et conduit l'innovation tout en prenant des risques.

«Schumpeter a montré de manière convaincante que le développement économique dépend de l'innovation et que l'agent de celle-ci est une personnalité hors du commun : l'entrepreneur. Celui-ci possède quelques qualités très spécifiques : la vision d'un progrès possible, une énergie et un goût du risque suffisant pour le mettre en œuvre, un pouvoir de conviction capable de lui amener les concours et les ressources nécessaires». [Woot. P. 2005 p93]

❖ Créateur de valeur : la création de valeurs a été empiriquement identifiée comme un thème situer au cœur de l'entrepreneuriat par Bruyat(1993) : « l'objet scientifique étudier dans le champ de l'entrepreneur ship et le dialogique individu/ création de valeur».

Pour cet auteur, le champ de l'entrepreneuriat s'ancre dans la relation liant un individu à la valeur nouvelle que ce dernier créer, ou peut crée. Avec tous les changements socio-économiques, l'entrepreneur a pris une autre dimension, celui de créateur de valeur et des normes. [Thierry. V. 1999. P.14].

On peut donc dire que l'entrepreneur socio-économique peut être considéré comme celui qui prend des risques, associe des ressources de manière cohérente et efficiente, innove en créant des nouveaux services, produit ou procédés, pour l'intérêt général et de la richesse sociale.

#### **4. Quelques caractéristiques et qualités d'un entrepreneur :**

Un entrepreneur est censé posséder certaines des caractéristiques, présentées dans le tableau 1. Les qualités correspondantes lui permettent de conceptualiser des projets, de rassembler toutes ressources nécessaires à leur mise en œuvre et de mener l'entreprise à la réalisation des ses objectifs déjà préétablis.



<b>caractéristiques</b>	<b>qualités</b>
Confiance en soi	Croit en ses propres capacités Indépendant Optimiste
volonté déterminée	Obstiné et persévérant Déterminé
Concentré sur la tâche à accomplir ou les résultats à atteindre	Soucieux de la réussite Bûcheur, dynamique, énergique Prend des initiatives
Acception des risques	Prend des risques calculés Aime les défis
Étoffe d'un chef	Bon communicateur Bon contact avec les autres Attentif aux suggestions et aux critiques S'intéresse aux autres Concerné par le développement des autres
originalité	Innovateur, créatif Souple et ouvert d'esprit Ingénieux S'adapte rapidement et facilement
Tourné vers l'avenir	Prévoyant, Visionnaire Intuitif

**Source :** Bayad. M. Rôle de la diversité dans le processus entrepreneurial.

2006. p03.

D'un autre côté, l'entrepreneur doit accomplir outre ses tâches propres d'innover, arbitrer, risquer et connecter les autres fonctions incombant traditionnellement aux gestionnaires. Ces fonctions recouvrent les techniques relatives à la planification, l'organisation, la direction, la coordination et le contrôle. Le chef d'entreprise exécute ces différentes fonctions liées à la gestion dans tous les domaines fonctionnels clés de la petite entreprise, à savoir la commercialisation, le financement, la production, le personnel, etc.

En définitive, l'entrepreneur doit veiller à la bonne santé de son entreprise et tirer de l'environnement les ressources nécessaires à sa survie. Pour y parvenir, il doit faire face à la complexité passant continuellement des opérations détaillées à une vision stratégique plus globale. De plus, l'entrepreneur doit passer d'une vue interne à une vue externe. Le niveau de complexité de ses fonctions sera bien évidemment déterminé par la taille et la complexité du fonctionnement de l'entreprise. [Ibid. p03].

### **5. Les types d'entrepreneurs :**

- L'entrepreneur technologique : figure mythique du capitalisme contemporain, il crée une entreprise dans le secteur des technologies de pointe, sa réussite ne s'improvise pas, mais le résultat d'une politique publique de long haleine qui combine enseignement recherche industrie

- L'entrepreneur de proximité : est situé à l'autre extrémité de la hiérarchie sociale comparée à l'entrepreneur technologique, bien qu'il soit apparu lui aussi avec la crise. Il est directement le produit des mesures politiques publiques mis en œuvre depuis le milieu des années 1980 dans

- nombre de pays industriels pour tenter de remédier à la précarité économique de certains individus.

- L'entrepreneur traditionnel ou routinier : dont la fonction semble immuable est présent tant en période de croissance que de crise, parce qu'il positionne sur des marchés à l'abri de la concurrence des grandes entreprises ou parce qu'il entretient des relations de coopération avec les grandes entreprises. [Dimitri. UZUNIDITE. 2001. P09].

### **6. Motivation de création des PME :**

Les entrepreneurs sont-ils motivés principalement par l'argent ou le pouvoir sur les autres, contrairement aux idées reçues les entrepreneurs, quelque soit le pays considéré, mettent plus souvent en avant des motivations comme :

- Le besoin d'accomplissement.
- La recherche d'indépendance.
- L'envie de développer ses propres idées.
- Le besoin de connaissance ou la recherche d'un statut social.
- Le goût du défi, l'envie de relever des challenges.
- Le besoin d'estime personnel.

L'appât du gain et la recherche de pouvoir ne sont pas des motivations essentielles. Les entrepreneurs ne travaillent pas plus durement, ni ne sont amenés à faire n'importe quoi pour s'enrichir personnellement. [Fayolle. A. 2004. P.55].

### **7. Le capital social et les entrepreneurs :**

Plusieurs chercheurs considèrent le capital social comme la base de la culture entrepreneuriale et donc, de la multiplication plus ou moins marquée des entreprises sur un territoire ; ils font toutefois une distinction entre les ressources disponibles et l'ambiance générale créée par cette

culture entrepreneuriale. De toute façon, en plus des ressources humaines et financières, le capital social fournit à l'entrepreneur le soutien moral dont il a besoin (Coleman, 1990), d'une part, en lui proposant des modèles, dont nous avons parlé précédemment, d'autre part, en l'aidant à faire face aux difficultés lors de la création ou de la consolidation de son entreprise (Adler et Know, 2002). Bourdieu (1980, p. 2) définit le capital social comme « l'ensemble des ressources qui sont liées à la possession d'un réseau durable de relations plus ou moins institutionnalisées, d'intercommunications et d'interconnaissances ; ou, en d'autres mots, qui sont liées à l'appartenance à un groupe, comme ensemble d'agents qui ne sont pas dotés de propriétés communes, mais sont aussi unies par des liaisons permanentes et utiles ». Le capital social se trouve ainsi à l'intersection du comportement des entreprises et de celui de la société en général. Il favorise l'accès à ces différentes ressources matérielles et immatérielles.

Le capital social représente ainsi le flux d'échanges sociaux à l'origine de la formation des réseaux et de leurs interactions soutenant la recherche d'occasions de création des entreprises. Par son aspect structurel, il peut s'apparenter à un adhésif, qui renforce les relations à l'intérieur d'un groupe social, mais aussi à un lubrifiant qui y accélère les interrelations en instaurant un climat de confiance et de probité. Lorsque les interrelations procurent une information riche, le capital social facilite la production de sens, car les connaissances sont partagées de façon plus ou moins diffuse. [Christophe. S. 2008. P. 28].

### **8. Les compétences entrepreneuriales et le rôle central du dirigeant dans la création d'entreprise :**

Les compétences de l'entrepreneur lors de la préparation de son projet, surtout au cours de son mise en œuvre jouent probablement un rôle décisif dans l'issue finale. On estime, en effet qu'il ne suffit pas qu'une entreprise possède les ressources nécessaires à la poursuite de ses avantages distinctifs, encore faut-il que son personnel dispose des connaissances, des savoir-faire et à la limite des attributs d'ordre culturel sans lesquels ces ressources ne pourront être convenablement activées. Transposé au domaine qui nous intéresse ici, cette préoccupation débouche sur une définition proposée par Per Davidson des compétences entrepreneuriales : «ensembles des connaissances, savoir-faire et talent fonctionnels permettant à un entrepreneur d'exercer les compétences propices à la découverte et à l'exploitation d'une occasion d'affaire». En effet un créateur d'entreprise peut connaître le succès à la suite d'un événement chanceux. [Verstraet. T. 2006. P. 137, 231].

### **Conclusion du chapitre :**

Dans ce chapitre on a pu voir d'une manière générale le phénomène entrepreneurial qui est lié à la révolution industrielle et à l'apparition du capitalisme, ils ont engendré des changements profonds dans les sociétés émergentes, créées de nouvelles catégories sociales ainsi que de nouveaux agents économiques.

**Chapitre III**  
**Capital social**  
**et**  
**les réseaux sociaux**

**Préambule :**

Les réseaux sociaux ou les relations sociales ont considérablement modifié les relations humaines dans le monde, ils se caractérisent pas seulement par le partage et la connaissance entre l'humanité mais aussi entre les organisations c'est ce qu'on va expliquer dans notre modeste travail.

**1. Le rôle spécifique du capital social :**

Il s'agit d'expliquer le statut social atteint, l'intervention du capital social ne se réduit pas à redoubler celle des autres formes de capitaux. Toutes choses égales d'ailleurs, le type de réseau sollicite pour trouver un emploi principalement susceptible de modifier la relation entre niveau d'éducation et niveau socioprofessionnel. De plus, parmi ceux qui sont à la recherche d'un emploi. Le recours au réseau des vingt dernières années, d'autres données montrent que la confiance dont les autres croître dans la plus part des pays, et que la participation à la vie associative n'a connu aucun déclin. Au total le capital social joue un rôle propre et son importance a plutôt augmenter.

Durant les années 1960 des économistes tels que Schultz(1961) ou Becker(1964) ont proposé d'étendre le concept du capital, Classiquement considérer sous son aspect matériel, résidant par exemple dans un équipement productif à ses aspects humains.

Si du capital physique est créé par des outils facilitant une production du capital humain l'est aussi par les capacités et qualification de ceux qui les manient. Selon cette même logique comment ne pas remarquer que les relations entre individus constitue tout autant une part essentielle du capital? Lorsque les relations changent de telle manière que l'action

productive est facilitée du capital social est crée la théorie complète du capital à laquelle on parvient en distinguant ses trois dimensions fondamentales, physique, humaine et sociale, n'a pas cependant aucune raison de rester limitée à la seule sphère des actions à finalité purement économique. Dès lors que la réalisation d'un objectif implique une interaction entre plusieurs individus, la même conceptualisation est utilisable. Telle est du moins la thèse qu'a soutenue Coleman(1988) et qui a été à l'origine de nombreux travaux aussi bien en sociologie, qu'on science politique ou économique certain de ces recherche débouchent pourtant sur deux questions qui, quoique d'une manière différente pourraient amener à relativiser l'importance du capital social. En regard des dimensions plus traditionnellement retenus par les sociologues, peut-on vraiment pensé que le capital social joue un rôle propre? Selon Bourdieu(1979) par exemple, le capital social est étroitement dépendant des capitaux économiques et culturels, eux même très fortement liés à l'origine sociale.

Granovetter constate que les catégories supérieures qui utilisent leurs liens faibles sont en mesure de trouver des meilleurs emplois (mais d'autre études n'ont pas toujours corroboré l'hypothèse de l'efficacité des liens faibles (Wegener, 1991), Granovetter n'a pas véritablement formulé de lien explicite entre statut social et force de lien.

Ayant servi à acquérir ce statut, cette formulation fût le résultat indirect d'une étude sur les réseaux du petit monde menée par Lin, nous formulons dans le sens d'une théorie liant plus explicitement capital social et acquisition du statut :

- Le capital social veut dire les ressources auxquelles un individu accède à travers son réseau à un effet sur le résultat de ses actions instrumentales et par conséquent sur l'acquisition du statut.



- Le capital social dépend de la position originelle des individus considéré (statut assignés ou statut acquis antérieurement à l'action instrumentale étudiée)
- Le capital social mobilisable est plus important lorsque cet individu peut accéder à des liens faibles, s'il peut les mobiliser effectivement, il se donne de meilleures chances de voir son action aboutir (une recherche d'emploi par exemple)
- Au sein de la hiérarchie, comme ces liens relient d'avantage des niveaux différents ils sont plus propices à une éventuelle mobilité (entre un statut assigné et un statut acquis antérieurement et celui obtenu par l'action instrumentale étudiée)

Ces hypothèses conduisent à une théorie de l'acquisition du statut qui cherche non pas à se substituer aux théories classiques existantes, mais plutôt à les compléter en suggérant une prise en compte plus systématique de la dimension réticulaire. [Forsé. M. 2001 p189, 190, 195].

## **2. La nature du réseau et du capital social :**

La nouvelle sociologie de l'économie va nous aider à comprendre comment les acteurs s'approprient les ressources nécessaires au développement de leurs réseaux relationnels au sein des entreprises, car l'entrepreneur n'est plus uniquement guidé par son intérêt personnel, mais aussi par d'autres dimensions essentiellement relationnelles comme la confiance, statut, l'approbation, la recherche du prestige, les normes et le pouvoir dans l'origine est à chercher dans le contexte social.

Selon Granovetter et Swedberg en 2001 « beaucoup de problèmes économiques, qui par la tradition, sont vue comme appartenant au camp de l'économiste, peuvent être mieux analysés en tenant compte des considérations sociologiques.

### **2.1. La nature du capital social :**

Le capital social nourrit le réseau social. En effet, chaque individu ou groupe d'individus détient un portefeuille de relations personnels duquel il tentera d'obtenir des informations et privilèges. « Le capital social est essentiel pour accéder à et naviguer dans des réseaux.» [Fayolle.A. 2005 p119]

Le capital social selon Bourdieu introduit l'idée de l'utilité des ressources. Les ressources mobilisées par l'acteur social lui permettront d'obtenir de l'information ainsi qu'un certain pouvoir basé sur l'appui de son réseau. Pour Bourdieu (1980). Le capital social correspond à la dimension de son réseau relationnel et à la qualité de celui-ci.

### **2.2. La constitution du capital social :**

On constate que le coût du développement de relations personnelles et l'entretien de ces relations constituent le prix minimum à payer pour la construction du capital social. L'appartenance personnelle à crée son capital qui peut varier selon l'expérience, la situation socioprofessionnelle et le réseau personnel patrimonial (amical, familiale).

«Les constitutions de capitaux sociaux semblent se réaliser individuellement dans un premier temps avant de passer à un niveau

collectif. Mais tout en restant sous le contrôle de l'intérieur du réseau». [Fayolle. A.2005p123].

Pour qu'un acteur bénéficie d'un capital social. Trois conditions doivent être vérifiées;

- Il doit disposer de l'opportunité d'entrer dans des transactions sociales (les connections du réseau social)
- Les membres du réseau social doivent être motivés pour agir en faveur de l'acteur
- Ils doivent avoir la capacité de le faire [Arrégle. I.L.2004p17]

### **2.3. La nature du réseau social :**

Les réseaux sociaux impliquent la participation d'acteurs de sorte que, se crée puis se développe le capital social qui « une valeur pour le travail de gestion et que les trois caractéristiques du réseau que sont la taille, la densité et la hiérarchie ont un effet significatif sur cette valeur». [Brut.R .1995 P 608]

Tout d'abord on peut distinguer des paramètres caractérisant la structure des relations entre les acteurs. Ils ya trois notions sur ce point

- La taille elle correspond au nombre de personnes qui appartiennent au réseau personnel. «elle a un impact significatif sur la capacité à identifier des opportunités, une taille importante est en effet censée permettre à l'entrepreneur d'avoir accès à une grande quantité d'information». [Chollet. B. 2002 p03]
- La densité du réseau social exprime le rapport entre les nombres de liens qui existent entre ses membres «la densité des relations au

sein d'un réseau rapport le nombre de relations existantes au nombre de relations possible» [Fayolle. A. opcit p117]

- La hiérarchie «un réseau est hiérarchisé dans la mesure où il est organisé autour de l'un des contacts qui le compose. [Brut. R. 2008 p616]

Le critère de la densité est souvent associé à la rapidité de circulation de l'information. Toutes défaillances ou stratégies de rétention de l'information de la part de la densité sont largement étudiées par R. Brut.

A côté des paramètres de structure, on distingue ceux qui caractérisent la nature des réseaux qui existent entre les individus. On distingue classiquement les liens forts et les liens faibles.

#### **2.4. La constitution d'un réseau social :**

La constitution d'un réseau social se forge dans un contexte de compétitivité dans lequel certains individus développent et mobilisent un réseau social afin d'obtenir des informations qui les conduiront à la réalisation de leurs projets.

«Le réseau de liaison est produit de stratégie d'investissement social consciemment et inconsciemment orienté vers l'institution ou la reproduction de relations sociales directement utilisables, à court ou long terme, contingents en relations à la fois nécessaire et élective, impliquant des obligations durables, subjectivement ressenties (sentiment de reconnaissance, de respect, d'amitié,...etc.) . ou institutionnellement garanties(droit) cela grâce à l'alchimie de l'échange de paroles, des dons,...etc.»[Bourdieu. 1980 p02]

Autrement dit, la présence de connexion établies par des liens entre les individus et à la base même de la constitution des réseaux. Cela dit la simple présence de connexion n'est pas suffisante pour parler de réseau, il faut qu'il y ait des mises en commun qu'il s'agisse de normes, de compétitivités d'information, de ressources humaines ou du capital social.

Comme on constate le capital social s'apparenté à un portefeuille de relations, celui-ci dispose d'une potentialité que l'individu mobilisera afin d'entrer en contact avec d'autres ou d'intégrer un réseau relationnel. Ainsi, la démarche d'une constitution d'un capital social s'apparente un peu à la démarche d'un réseau social.

### **3. La typologie des réseaux :**

La prise en considération des différents types des réseaux permet d'envisager des relations sociales fondée sur la confiance, basé sur des valeurs communes sur le respect du même principe d'autorité, sur la connaissance d'une même source de légitimité, il existe plusieurs sortes de réseaux de partage d'information, du point de vue économique on peu différencie :

- Les réseaux personnels sont généralement «formés de quelque membres du personnel (cadre ou employé clés), de membre de famille proche ou élargie, d'amis ou de collègue d'étude, d'un client particulier, d'un membre spécifique de l'association d'entrepreneur». [Julien-A et Lachance et autre. 2004. p. 183]

Cela veut dire; des personnes qui on confiances pour discuter de développement d'entreprise, étant donné l'importance de la dimension affective dans les échanges que l'on a avec elles.

- Les réseaux d'affaires ce sont tous les interventions des diverses transactions de l'entreprise sur deux cotés. En premier lieu on trouve en amont les fournisseurs qui peuvent nous donner des conseils quand le coût des produits fluctue. En seconde lieu en aval ce sont tous les clients ou intermédiaires (grossistes, publicitaires...) qui on une influence sur le marché.

Cependant les réseaux d'affaires peuvent faire partie des réseaux personnels à partir du moment où ils gagnent la confiance de l'entrepreneur, de point de vue sociologique.

On distingue des réseaux à liens forts et à liens faibles.

- Les liens forts ce sont ceux que l'on a avec des amis proches (il s'agit des relations soutenues et fréquentes) et dans les zones un peu fermés facilitent la redondance de l'information entre les membres d'une même zone.

- Les liens faibles ce sont les contacts avec qui nous passons peu de temps, et où l'émotionnel et l'affectif est peu présent voire nul. Ils favorisent l'intégration sociale et la circulation de l'information.

#### **4. La théorie des liens forts et des liens faibles :**

D'une manière générale, le lien social est perçu comme l'ensemble des rapports, des traits ou interactions voire de tous les diverses mécanismes qui permet d'interagir les individus entre eux. L'origine des travaux du sociologue Marck Granovetter en 1973 et concerne l'effet de relation sur la recherche d'emploi. La définition qu'a donnée Granovetter est la suivante «lien dont la force est une combinaison (probablement linéaire) de la quantité de temps, de l'intensité émotionnelle, de l'intimité

(la confiance mutuelle) et des services réciproques qui caractérisent ce lien». [Fallery. B. et Marti.C. 2007 p170]

On constate alors que c'est en fonction de l'intensité de la relation que le lien sera qualifié de fort, faible ou absent.

De plus, l'intensité des liens modifie la disposition des agents à innover. La nature des liens introduit l'implication dont fait preuve un individu dans sa démarche de construction de relations personnelles

Marck Granovetter à classer les liens interpersonnels en fonction de leurs forces selon quatre critères (la durée de la relation, l'intensité émotionnelle, l'intimité et les services réciproques que se rendre les partenaires). [Degne. A et Forsé. M 2004p127].

Pour Granovetter (1982, 1995) les liens forts entraînent le plus souvent un approfondissement des relations entre les interlocuteurs. Les intermédiaires entre ses liens forts favorisent le rapprochement, la transition entre les sources pour créer de plus en plus de redondance et donc de moins en moins d'informations nouvelles. «Les liens forts ont tendances à créer des zones fermés, à reproduire les mêmes représentations mentales, à fournir de l'information qui se recoupe ».

Les liens faibles quand à eux impliquent moins les acteurs. Ils permettent d'être plus réactif et plus rapide dans la réalisation des informations disponibles et donc plus rapide dans la réalisation des projets: «Les liens faibles constituent des ponts pouvant donner accès à d'autre réseaux pour des informations spécifiques et le plus souvent nouvelles, même si elles sont partielles». [Ibid. p185].

**5. La différence entre les liens forts et les liens faibles :**

- Les liens forts donnent lieu à des relations plus fréquentes que les liens faibles, on y consacre plus du temps
- Il ya plus d'intimité, sous forme de confiance mutuelle, dans les liens forts que dans les liens faibles.
- Il y'a plus d'intensité émotionnelle dans les liens forts que dans les liens faibles.
- Les services réciproques rendus sont plus fréquents dans les liens forts que dans les liens faibles.
- La multiplicité de la relation est plus grande dans les liens forts cela veut dire que les « proches» sont reliés entre eux dans des domaines plus divers que les « connaissances».

De ces différences entre ces derniers, il découle que les réseaux de liens forts prendront généralement des configurations différentes de celles des liens faibles.

Les raisons des liens forts ont donc tendance à se fermer sur eux-mêmes d'avantage que les réseaux sociaux de liens faibles, qu'ont plutôt tendance à s'ouvrir vers l'extérieur. Il en est ainsi de la circulation de l'information entre les proches, d'une part de connaissances, d'autre part, les proches, qui se voient fréquemment se transmettront moins d'information nouvelle que les connaissances, qui se rencontrent moins fréquemment.

[Lemieux. Et autre. 2004. P44].



**6. Liens fort, liens faibles : un apport pour l'entrepreneuriat :**

Les réseaux sociaux des entrepreneurs peuvent être un déterminant important de réussite ou d'échec du projet car il représente une clef d'identification et d'opportunité. Compte tenu de leurs ressources limitées « les PME doivent recourir à différents réseaux afin d'obtenir une information riche, le rôle de ses réseaux est d'aider ces entreprises à profiter de sources informationnelles diverses, les auteurs rappellent que dans les PME les réseaux sont essentiellement des réseaux personnels et d'affaires qui sont les plus souvent des réseaux forts (les clients, fournisseurs...), mais certains réseaux plus purement informationnels, qui peuvent comprendre aussi bien des réseaux sociaux qu'institutionnels, servent alors à réseau à liens faibles sont sociologiquement plus éloigné du dirigeant. Néanmoins, ils peuvent justement favoriser le repérage des signaux faibles que préconisent, afin d'aider l'ensemble de l'entreprise à apprendre de façon permanente». [Degne. A et Forsé. M 2004p172].

**7. L'importance du réseau familiale dans la phase de création de l'entreprise :**

Les entreprises familiales occupent aujourd'hui une place prépondérante dans le tissu économique national, l'investissement privé en Algérie à été marqué en 2010 par une forte concentration d'entreprises familiales qui représente la quasi-totalité des projets déclarés au prés de l'agence nationale de développement des investissements (ANDI). Par conséquent, l'entreprise familiale en Algérie se replie dans son indépendance toute en étant conservatrice de ses pratiques régies et dictées par la famille.

En effet «lors de la création de l'entreprise, le capital investi est souvent le fait du réseau familial et amical. (Parfois les membres de la famille sont associés). En plus des économies personnelles de l'entrepreneur souvent est associé à la création de l'entreprise, un membre de la famille (frère, père, enfants) ou des amis, les réseaux de connaissances (famille, amis, professionnel) jouent aussi fortement, par exemple intervenir dans le secteur de l'administration.» [Gillet. A. 2005p11, 12].

### **8. La famille un lieu de cohésion :**

Ces PME sont en générale, issues de l'activité commerciale et la principale motivation de leurs créateurs, son relative à l'indépendance, au fait d'être leur propres patron et à la création de leur emploi, elles sont plutôt concentrées dans des niches ou des créneaux que le secteur public a délaissé ce qui a donné des positions confortables de monopole à l'entreprise.

La PME est avant tout une affaire de famille qui mobilise toute la solidarité familiale (de l'élaboration du projet jusqu'à sa concrétisation) en vue de garder une cohésion entre eux.

### **9. La relation entre les liens, les réseaux et le capital social :**

Les réseaux et les relations qui les supposent tiennent une place primordiale dans l'analyse effectuée dans la mesure où la forte densité de ces dernières (accrue et consolidée par les normes et la confiance) est une condition nécessaire de réussite des négociations politiques

et économiques. «Le capital social renvoie aux caractéristiques de l'organisation sociale telles que les réseaux, les normes, et la confiance sociale qui facilitent la coordination et la coopération pour un bénéfice mutuel». [Putnam. R. D. 1995. P67].

En règle générale, on définit le capital social, comme un ensemble de réseaux, de normes et de valeurs qui contribuent à aider les divers acteurs et institutions à atteindre des objectifs communs (OCDE, 2001). Par conséquent la simple existence des relations sociales ne suffit pas, il faut que ces réseaux sociaux en question soient mobilisés dans un objectif stratégique. Ainsi, dans le cas du dirigeant d'entreprise, son réseau social ou une partie de celui-ci prend la forme de capital social lorsqu'il se l'approprie pour l'utiliser dans la satisfaction de buts entrepreneuriaux. Le capital social se présente alors comme un canal permettant d'accéder à des opportunités. C'est pourquoi, recourir à ce concept nous paraît plus approprié dans une optique entrepreneuriale. Le capital social a permis de mettre en évidence le rôle indispensable de ressources qui ne peuvent être réduites au capital physique ou au travail dans les organisations socio-économiques. Les actions économiques mobilisent des ressources autres que financières, physiques et humaines qui peuvent être regroupées sous le concept du capital social. [Ranie. D. B. 2008. P133]

**Conclusion du chapitre :**

Dans ce chapitre on a parlé d'une manière générale sur le capital social dans le monde et son apport avec la sociologie économique comme on à essayé d'expliquer les réseaux sociaux ou les relations en générale et donner une typologie, mais dans le cadre de notre recherche en science humaine et sociale on se focalise sur la théorie des liens faibles et des liens forts où on a démontré leurs spécificité et comment elle influence l'action au sein d'une organisation.

# **CHAPITRE IV**

## **La PME algérienne, genèse et développement**

**Préambule :**

Face à la crise, l'Algérie s'est engagé depuis 1988, dans un vaste chantier de réformes afin de rétablir les grands équilibres au sein d'une économie administrée marquée par sa particularité disproportionnelle basée en majeure partie sur les produits tirés de la rente des hydrocarbures et leurs dérivés, et regagner une économie du marché.

Pour cela nous vous présenterons, l'aperçu historique de la PME en Algérie, ses caractéristiques, ainsi le processus de création.

**1. L'entrepreneuriat en Algérie :**

L'Algérie a connu un bouleversement économique, en passant d'une économie socialiste à une phase de transition, vers l'économie du marché.

Le gouvernement Algérien a engagé à un certain nombre de réformes économiques, s'éloignant du modèle socialiste qui se caractérise par « un mécanisme de gestion et coordination de type planifié et la propriété publique sur l'outil de production et de distribution ». [Boukharine.2009.P02].

Donc, l'entrepreneuriat en Algérie est né grâce aux réformes engagées par les pouvoirs publics il y a un peu plus de 20 ans. C'est à partir des années 1990, suite aux changements sur tous les plans, internes et externes, que l'Algérie s'oriente vers une nouvelle organisation ayant pour pierre angulaire d'encourager et de développer l'esprit d'entreprendre.

Cependant, l'activité entrepreneuriale a pris tout son essor lorsque les entrepreneurs ont eu la liberté de créer des entreprises dans le secteur de leur choix, et ce grâce à la levée du monopole de l'Etat sur l'activité économique, libérant des initiatives privées où l'Etat a été pendant plus de 30ans le principal entrepreneur.

Les pouvoirs publics sont désormais conscients et ont développé l'esprit d'entreprise et la culture entrepreneuriale. Ils ont assigné à des institutions publiques les tâches de concevoir des politiques spécialement ciblées sur l'entreprenariat.

Dans le cadre de réforme, les autorités publiques ont mis en place des organes et des dispositifs nationaux destinés à l'initiative individuelle et à stimuler l'activité entrepreneuriale et le goût d'entreprendre à l'image de l'ANSEJ, ANDI, CNAC, ANGEM .....

« Conscients de l'importance et des jeux qui l'entourent, les pouvoirs publics ont créé des structures de promotion, de soutien et d'accompagnement des PME/PMI, pour mieux cerner les points de faiblesse qui entravent la survie et le bon fonctionnement de ces entreprises, des centres de facilitation, des pépinières d'entreprises, des sociétés financières spécialisées (SFS) »[Gharbi.2001.p.10].

## **2. La création des PME en Algérie :**

La majorité des PME en Algérie (notamment les PME privées), sont créées à partir des années 90. Nous distinguons deux périodes principales de l'évolution de la création des PME: la période de la planification centrale et celle de la libéralisation.

### **2.1 La PME dans l'économie administrée :**

Durant cette période l'économie algérienne était complètement étatisée et caractérisée par un interventionnisme étatique très élevé. La grande entreprise publique occupait une place importante dans la stratégie de développement. La PME a été reléguée au second rang et cantonnée dans des activités périphériques (les PME privées étaient minoritaires). C'est un système hyper-centralisé non flexible. Les plans de développement étaient

planifiés par l'administration centrale (ministère de la planification). Cette représentation de l'industrialisation s'est distinguée par une faiblesse de la dynamique entrepreneuriale favorisant des entreprises à très faible productivité, assistées par la rente pétrolière.

Les pouvoirs publics ont tenté de repenser le secteur public de manière à ce que d'une part, les entreprises privées ne se trouvent pas en situation associée aux entreprises publiques et d'autre part, pour que le secteur public de son côté, soit capable d'exiger sa logique de fonctionnement au secteur privé tout en préservant sa position de monopole.

Bien que l'État fût programmeur et prospecteur en publiant des plans de développement quadriennaux et même quinquennaux, il n'est pas parvenu à leur réalisation par manque de souplesse. Et bien qu'il était le principal promoteur et investisseur, et que les entreprises publiques ont joué le rôle que les pouvoirs publics l'ont attribués, à savoir le développement social, distribution de la rente, développement local...etc.), et les PME privées sont orientées juste vers la spéculation. [Barrah. K. Boukrif. M. 2013.P03]

## **2.2. La PME dans la mutation de l'économie algérienne :**

Cette période a été marquée dès le début de la décennie quatre vingt dix par l'application des réformes économiques. La PME s'est vue reconnaître un rôle essentiel dans la relance de l'économie nationale. De nouveaux paramètres s'articulent autour de l'économie du marché, de la mondialisation et de la compétitivité dans lesquelles l'entreprise privée, en l'occurrence la PME, s'érige aujourd'hui comme acteur principal. « La mutation profonde de l'environnement fait sortir les anciennes PME/PMI des stratégies de niches et rentes, et les met sur un pied d'égalité avec les nouvelles firmes face à un marché global ». [ASSALA. K.2006.P 09].



### **3. Genèse de développement des PME en Algérie :**

La majorité des PME en Algérie sont née a partir de la fin des années 1980.on peut distinguer trois période de l'évolution de la PME depuis l'indépendance.

#### **3.1. La période 1962-1982 :**

Après l'indépendance, la plupart des PME, ces entreprises ont été confiées à des comités de gestion après le départ de leur propriétaire étranger ; elles furent intégrées à partir de 1967 dans des sociétés nationales.

Cette période est caractérisée par l'adaptation d'une économie, et d'une industrialisation basée sur des industries de bien d'équipements et des produits d'intermédiaires.

« En 1963 le premier code d'investissement à été promulgué, et malgré les avantages et les garanties proposées aux investisseurs, ce code n'a pas abouti aux résultats attendus pour développer le secteur des PME/PMI suit à cet échec, un autre code d'investissement N°66 /284 qui à été prologue le 15 /09/1966, ce code a essayé de faire jouer un secteur privé, son rôle dans le développement économique. Tout en prévoyant une place prédominante pour le secteur public sur les secteurs stratégiques de l'économie » [Gharbi. S. 2011. p 05].

La PME est considérée durant cette période comme appoint au secteur publique ; car toutes les politiques sont concentrées sur le développement de ce dernier.

De ce fait, le promoteur privé a investi des créneaux qui nécessitent peu une maitrise de technologie et une présence d'une main d'œuvre qualifiée, à savoir le commerce et le service. [Marzouk .F .2006.P.02].

### **3.2. La période 1982-1988 :**

Durant cette période, les réformes ont été amorcées toujours sous le système de l'économie administrée. L'entrepreneuriat privé se voit promu à partir de 1982, avec le début d'avoir une complémentarité avec le secteur publique.

La nouvelle politique à donné naissance à deux quinquennaux (1980/1984) et (1985/1988), montre que les réformes entamées sont en faveur du secteur privé, il y a en parallèle une promulgation d'un nouveau cadre législatif et réglementaire relatif à l'investissement privé loi n°81-11, et le 21/08/1982.

### **3.3. A partir de 1988 :**

L'Algérie a connu à partir de 1988 une phase de transition vers l'économie de marché .Ce changement-là introduit à établir des la relations avec des institutions internationales tels que le fond monétaire international (FMI) et la banque mondiale pour atténuer la crise de dette extérieure d'une part, et à l'application d'un régime de politique monétaire, financière, économique et commerciale, et d'une part qui lui a dicté la privation de nombreuses entreprises publiques et a contribué au développement des petites et moyennes entreprises.

En effet, en 1993 dans le cadre de la volonté d'ouverture de l'économie et d'une nouvelle politique qui adopte le décret législatif 05/10/1993 relatif à la promotion de l'investissement. Depuis l'adoption d'un nouveau code des investissements en 1993 qui se veut être la pierre angulaire de la volonté d'ouverture de l'économie et d'une nouvelle politique de promotion de l'investissement, le nombre de PME connaît une croissance continue. Les statistiques démontrent que près de 75% des PME recensées en 2005 ont été

créées après ce nouveau code, et que plus de 35% ont été créées durant les 5 dernières années (2000-2005). [Khalil. A.2006.P.02].

#### **4. L'évolution de la création des PME depuis l'indépendance :**

A partir de 2000, le poids de la PME dans le tissu national a nettement augmenté, leur nombre à plus que doublé et la densité des entreprises a presque quadruplé. A la fin des années 2008 il connaît une évolution positive par rapport à l'année 2007. [Marzouk. F.2006.P.04].

Dans ce sens, le cadre législatif et réglementaire a été renforcé dans l'objectif de relancer de l'investissement. Il précise toutes les garanties attribuées aux investisseurs en mettant en place un dispositif d'incitation qui change selon la localisation et la nature de l'investissement. La loi d'orientation sur la promotion des petites et moyennes entreprises, promulguées le 12 décembre 2001, encourage leur création. Elle élimine toutes les différenciations entre investissement public et investissement privé.

[Berrah .k.2013.P03].

« Après avoir représenté uniquement 40% de la valeur ajoutée totale créée durant les années 1990, la plupart des PME privées est passée à 87,64% en 2007, en passant par 84% en 2002 et 85,90% en 2005, soit une moyenne de 85,80 .A titre comparatif, la valeur ajoutée des PME en Union Européenne correspond à 57,6% du total en 2005 ». [Opcit. 2006. P 05].

Alors, le nombre des PME créées chaque année durant la période 2004 – 2013, a connu une croissance continue, surtout la PME privée avec un nombre de créations le plus important en passant de 18 987 créations en 2004 à 30 541 en 2009, soit une évolution de 60,85%. Environ 54% des PME ont été créées durant les années 2001-2008, soit 212 120 unités. Et l'effectif total des

PME à la fin de juin 2013 est de 191549<sup>2</sup>, dont seulement 46132 relèvent de PME public, il a progressé de 8,2% par rapport à 2012.

Aujourd'hui, et suite au désengagement de l'Etat Algérienne et à la fin du son monopole, c'est le secteur privé qui prédomine dans la plupart des secteurs d'activités économiques. Malgré les difficultés et les obstacles que rencontrent les petits entrepreneurs depuis des années et la stigmatisation dont fait l'objet l'initiative privée.

## **5. Rôle et les caractéristiques des PME en Algérie :**

### **5.1. Rôle des PME en Algérie :**

Nul ne peut nier le rôle et l'importance de la PME/PMI dans toutes les économies, car elle permet et contribue à la croissance et au développement économique, par :

- La création d'emploi.
- La création de valeur ajoutée.
- La distribution des revenus.

#### **5.1.1. La création d'emploi :**

L'intérêt des pouvoirs publics Algériens dans la création d'entreprise est apparu comme une alternative à la relance des investissements et à l'essoufflement du modèle d'industrialisation de base qui s'est attesté par l'effondrement du secteur économique publique. C'est aussi un instrument efficace pour créer des emplois, lutte contre la pauvreté et pour aider certains segments de la population à se prendre en charge. Alors que, la tendance constatée ces dernières années dans l'évolution du taux de chômage en

Algérie continue à s'inscrire globalement à la baisse, en raison de la contribution du secteur de PME qui a créé de l'emploi, plus particulièrement par le secteur privé et les artisans, ainsi les données de chômage en Algérie ont connu durant les deux années successives 2005/2006 de 15,3% et 12,3%.

Donc l'Algérie comme beaucoup d'autre pays, a pris un apport important pour l'emploi. [Gharbi.2011.P.08].

#### 5.1.1. La création de valeur ajoutée :

La valeur ajoutée se mesure la différence entre le coût de production d'un bien et le prix de vente, 1994, la valeur ajoutée de secteur public était de 617,4 milliard de dinars présentent 53,5% du total national. (1178 milliard pour le secteur privé). [Ibid. P.09].

#### 5.1.2. La distribution des revenus :

La valeur ajoutée créée par chaque PME/PMI recouvre l'ensemble des rémunérations des services qui ont été rendus au cours du processus de production et au fonctionnement des administrations, elle servira :

- ✓ Rémunérer les services, force du travail, capital, moyen financiers (il s'agira alors des salariés, de dividende ou d'intérêt).
- ✓ Contribuer au fonctionnement des administrations en particulier en versant des emplois.

Donc, l'entreprise quelle que soit sa taille, en créant de la valeur ajoutée et en redistribuant ce surplus sous des formes diverses aux autres agents, remplit un rôle essentiel dans l'activité d'un pays. [Ibid. P.10].

### 5.1.3. Densification du tissu industriel :

La PME reste un bon moyen pour renforcer et densifier le tissu industriel, la concurrence entre les firmes pose la spécialisation comme un moyen incontournable pour se maintenir sur le marché. C'est ainsi que naissent de nombreuses PME spécialisées dans le domaine indispensable aux grandes firmes (sous-traitance).

Elles viennent renforcer celles existantes pour rendre le tissu industriel plus dense, donnant lieu à un pôle industriel.

### 5.2. Les caractéristiques des PME/PMI en Algérie :

La consultation des statistiques publiées par le ministère de la PME et l'artisanat, nous permet d'avoir une vision sur la structure globale des PME Algérienne privées.

A la fin de l'année 2007 et début de l'année 2008, cette population était à environ de 294000, ces PME sont plus concentrées dans et autour des grandes agglomérations.

- Les petite et moyenne entreprises (PME) privées recensées en 2007, un nombre de 13600 PME actives dans le secteur de service soit un taux de 46,26% et 100250 PME actives dans le secteur du bâtiment et travaux public (BTP), soit un taux de 34,10%.

. Les très petite et moyenne entreprises (TPE) ou la micro entreprise d'envergure familiale domine la structure globale des PME en Algérie, et l'examen de la structure de la pop des PME selon le nombre de salariés déclaré est de 24140 à la fin de 2007.

A la fin du 1er semestre 2013, la population globale des PME s'élève à 747 934 entités dont près de 60% sont constituées en personnes morales, le reste est constitué soit de personnes physiques (18,27%), soit d'entités exerçant dans les activités artisanales (22,57%). On recense, par ailleurs, 547 entreprises de type EPE.

## 6. Les formes juridiques des sociétés en Algérie :

- Définition de la société :

La société est « un contrat par lequel deux ou plusieurs personnes physiques ou morales conviennent de contribuer à une activité commune, par la prestation d'apports en industrie, en nature ou en numéraire, dans le but de partager le bénéfice qui pourra en résulter, de réaliser une économie, ou encore de viser un objectif économique d'intérêt commun. Ils supportent les pertes qui pourraient en résulter » Article 416 du code civil.

Il existe plusieurs structures juridiques qui permettent de créer seul ou avec les partenaires de votre choix. Celle-ci est constituée sous différentes formes juridique.

### 1. La société à responsabilité limitée(S.A.R.L) :

Le SARL correspond au statut d'une PME, est régie par les articles 564 suivant du code de commerce, elle est instituée par deux ou plusieurs associés, elle est organisée autour d'associé dont le nombre est limité à 20et d'un ou plusieurs gérants, personne physique. Son capital ne peut être inférieur à100 000 da.

## 2. La société par action (S.P.A) :

La SPA est régie par l'article 592 et suivant du code de commerce, les associés ont le choix entre deux formes d'organisation d'administration, elle peut être administrée par un conseil d'administration et un président (article 610) ou par un directoire et un conseil de surveillance (article 642).

## 3. La société unie personnelle à responsabilité limitée (EURL) :

C'est une SARL dont le nombre d'associés est limité à un. Elle est favorisée privée de l'entrepreneur individuel auxquels elle permet d'accéder aux mêmes types d'activité que la SARL, y compris le commerce extérieur, tout en préservant leur patrimoine qui reste indépendant de celui de la société.

## 4. La société en nom collectif (S.N.C) :

La SNC est régie par les articles 511 et suivant du code commerce, dans cette catégorie tous les associés ont individuellement la qualité de commerçant, ils sont indéfiniment et solidairement responsables des dettes sociales. Les parts sociales sont nominatives et ne peuvent être cédées qu'avec le consentement unanime des associés.

## 5. La société commandite simple(S.C.S) :

Est régie par les articles 563 du code de commerce, ses règles sont calquées sur celles de la société en non collectif. Elle est composée des commandites dont le statut est identique à celui des associés d'une société non collective, sauf que les commanditaires ne répondent du passif social qu'a concurrence de leur apport.



#### 6. La société commandite par action(S.C.A) :

La S.C.A est régie par l'article. 715 et suivant du code du commerce, cette société est une forme hybride entre la société en non collectif et la société par actions. [Arcofin, Newsletter juridique.2010.P02].

#### 7. Le regroupement :

Il peut être constitué sans capital social, entre deux ou plusieurs personnes morales, pour une durée déterminée, vue de mettre en économique de ses membres à améliorer ou accroître les résultats de leur activités. [Ibid. p.03].

#### 7. Les organismes appui à la création des PME en Algérie:

Les organismes existants en Algérie pouvant avoir un rôle d'appui auprès des PME pour leur développement sous forme d'agences nationales chargées de l'exécution des politiques publiques d'assistance et de soutien à la création d'entreprises (BOUTALEB. K, 2006). Parmi les dispositifs les plus importants mis en place par l'Etat pour promouvoir la PME, à savoir : l'ANDI, L'ANSEJ, la CNAC et l'ANGM

#### 1- L'Agence Nationale de Développement des Investissements (ANDI) :

L'ANDI est créée en 2001. Elle est chargée de la promotion, le développement et la continuation des investissements en Algérie ; accueillir, conseiller et accompagner les investisseurs nationaux et étrangers. Leur principal rôle est de faciliter les procédures et simplifier les formalités de création d'entreprise de développement des investissements.

Cet organisme d'appui a créé 155 905 postes d'emploi en 2009, soit un total de 945 998 emplois de 2002 à 2009.

## **2- L'Agence Nationale pour le Soutien à l'emploi des Jeunes (ANSEJ) :**

Créé en 1996 c'est un dispositif qui permet aux jeunes chômeurs (19 à 35 - 40 ans) de créer leur propre emploi et de réaliser leur projet professionnel, selon leurs qualifications, en étroite collaboration avec les banques publiques. (Décret n°96-269 du 08 décembre 1996 fixant les statuts de l'ANSEJ) Mise en place en 1997, il appuie sur les créations et le financement des micros entreprises mais aussi leur expansion. Considéré comme le plus important dispositif de lutte contre le chômage en Algérie, avec la création de 274 741 emplois permanents en 2008.

## **3- La Caisse Nationale d'Allocation Chômage (CNAC) :**

Créée en 1996, en tant qu'institution publique de sécurité sociale, la caisse nationale d'assurance chômage avait pour vocation d'atténuer et amortir les effets sociaux consécutifs aux licenciements massifs des travailleurs salariés du secteur économique décidés en application du plan d'ajustement structurel (PAS) à partir de 2004 et dans le cadre de la politique nationale de lutte contre le chômage et la précarité, a mis en œuvre un dispositif de soutien à la création de l'activité économique et en application du décret présidentiel n°03-514 du 30 décembre 2003, par un appui financier aux chômeurs de 30 à 50 ans, en offrant plusieurs avantages, pour un montant d'investissement pouvant atteindre 10 millions de DA, la possibilité d'extension de la capacité de production des biens et des services pour les entrepreneurs déjà en activité. Concernant les risques de crédits, l'organisme

accompagne les banques partenaires par un fonds de garantie couvrant 70% du montant du crédit accordé.

#### **4- L'Agence Nationale de Gestion du Microcrédit (ANGEM) :**

Agence créée aux dispositions de l'article 07 du décret présidentiel n°04-13 du janvier 2004 relatif aux dispositions du micro crédit, organisme à caractère spécifique régi par les dispositions du décret exécutif n°04-14 du 20 janvier en 2004, l'Agence représente un autre outil de lutte contre le chômage et la fragilité sociale grandissante, dont l'objectif est de soutenir le développement des capacités individuelles. Elle est représentée sur l'ensemble du territoire national par un réseau de 49 agences de wilayas, assistées par des antennes d'accompagnement dans 85% des Daïras. Elle a repris le portefeuille des crédits accordés par l'Agence de Développement Social. Depuis 2005, les microcrédits inférieurs à 30 000 DA sont décaissés directement par l'Agence. Pour les montants considérables, l'ANGEM a signé des conventions avec les banques publiques (BNA, BADR, BDL, BEA, CPA).

A coté de ces quatre organismes on trouve aussi de nombreuses structures et instruments, dont la finalité est toujours l'instauration d'un climat favorable à la création et au développement des PME a partir des années 2000, ont peut citer :

#### **➤ Le Fonds de Garantie des Crédits aux PME :(FGAR) :**

La FGAR est un organisme public sous tutelle du ministre de la petite et moyen entreprise et de l'artisanat il est créée par le décret par l'exécution n°373-02 du 11 novembre 2002, sa principale mission est de faciliter l'accès aux financements bancaires à moyen terme afin de supporter le démarrage et

l'expansion des PME, en accordant des garanties de crédits aux banques commerciales (taux plafonné à 80 % du crédit, pour des projets de 5 à 50 millions DA), afin de compléter le montage financier des projets d'investissements viables et orientés vers la création et/ou le développement d'entreprises.

➤ **L'Agence Nationale de Développement de la PME :**

Cette caisse est créée par exécutif n°05-165 du 03 mai 2005 à l'initiative des pouvoirs publics elle est chargée de mettre en œuvre la stratégie sectorielle en matière de promotion et de développement de la PME, de mettre en œuvre le programme national de mise à niveau des PME et d'en assurer le suivi, de promouvoir l'expertise et le conseil pour les dirigeants des PME ; de suivre la démographie des PME en termes de création, de cessation et de changement d'activité, de mener des études de filières et de diffuser l'information économique et financière.

➤ **La Caisse de Garantie des crédits à l'investissement des PME (CGCI-PME) :**

Créée par le décret n°04-134 du 19 avril 2004, elle constitue un autre instrument de soutien à la création et au développement des PME, en leur facilitant l'accès au financement. Elle a pour rôle de couvrir les risques relatifs aux crédits d'investissements consentis aux PME. [Yousef. K. p.13. ].

## 8. Les contraintes de création d'entreprise en Algérie :

Malgré la multiplicité des dispositifs et structures d'appui à la création d'entreprises, les résultats restent encore faibles. C'est d'ailleurs l'objet de cette section où nous essayerons d'énumérer les principales contraintes à la fois économiques et sociales qui freinent l'activité entrepreneuriale en Algérie.

En effet les contraintes les plus souvent relevées et dénoncées par tous les opérateurs économiques que toutes les enquêtes nationales ou locales permettent de dire que le territoire algérien, en même temps, qu'il confère des opportunités pour l'implantation et donc la création des entreprises de manière générale et privées de façon particulière présentent également des forces répulsives dont la typologie se fixe autour des contraintes suivantes :

### 8.1. Les contraintes géographiques :

Celles-ci sont issues de la nature même du territoire. Elles représentent des obstacles préliminaires que les promoteurs de projets industriels subissent avant d'entamer leurs démarches pour la mise en œuvre de leur projet d'investissement. Les contraintes géographiques peuvent être appréhendées à travers de deux principaux critères : le relief et l'état du foncier.

#### 8.1.1 **le relief :**

Pour ce qui est du relief, l'espace algérien se caractérise par un ensemble de montagnes et quelques plaines au nord tandis que le sud est complètement désertique. Les autres éléments (climat, réseau hydrique...) sont aléatoires surtout ces dernières années. Ceci rend difficile le processus d'implantation des activités économiques en général et industrielles en

particulier. Le relief hostile engendre un déséquilibre spatial en termes d'entreprises et une hypertrophie au niveau des espaces urbains.

En effet, les caractéristiques du relief plutôt désavantageuses pour la localisation des activités économiques fait que l'état du foncier industriel, considéré comme l'un des principaux facteurs recherchés par les entreprises, est une ressource rare.

### 8.1.2 La problématique du foncier industriel

Le foncier constitue une ressource clé limitée et un élément déterminant dans toutes les politiques de développement économique. Il est l'un des plus importants problèmes socioéconomiques rencontrés dans la création des PME en Algérie et il demeure incontestablement une contrainte majeure pour les investisseurs.

En dépit de la diversité et de la multiplicité des mesures et des réformes multidimensionnelles qui sont menées au pas de charges en faveur du secteur de la Pme, les résultats ne sont pas encore à la hauteur des attentes du secteur dus essentiellement à la persistance de certaines entraves qui sont souvent dénoncés par les porteurs de projets, notamment, sur la difficulté d'accès au foncier, l'absence d'information sur les disponibilités foncières, la gestion obsolète des zones industrielles et d'activités, la non régularisation des titres de propriétés, les prix inaccessibles.[Barrah. K et Boukri. M. 2013. p07]

### 8.2. Les contraintes d'ordre administratif et judiciaire :

L'un des problèmes les plus rencontrés par les PME algériennes au cours de chaque étape du processus de leur développement (création, expansion...) est bien celui de la complexité des démarches

administratives. N'ayant jamais fait l'objet d'aucune mise à niveau, l'administration publique algérienne est devenue un obstacle majeur à l'émergence d'une économie de marché, basée sur la libre concurrence et la promotion de l'investissement privé. Une situation qui découle du manque de transparence dans le traitement des dossiers, de la lourdeur des procédures administratives, du non engagement des institutions concernées, du manque de coordination et de connexion entre les divers organismes impliqués, de l'absence de structures d'accueil et d'encadrement. [Youcef. K. P. 12]

### **8.3. Les contraintes relatives au marché de travail :**

En Algérie, le marché de travail est encore instable et sujet à tous les dépassements possibles. Les contraintes qu'il subit sont multiples. On peut citer les plus importantes :

- Le manque accru des experts en management, des gestionnaires, des techniciens qualifiés... ;
- L'existence de fortes contraintes dans la gestion des ressources humaines (la gestion des contrats, des procédures et des coûts de licenciement...);
- L'inexistence d'Instituts de formations spécialisées et la faiblesse de la qualité des programmes assurés ;
- L'inadaptation des formations dispensées par les universités avec les besoins réels des entreprises et en matière des techniques modernes de management, gestion et de marketing.
- Difficultés de la pratique des langues étrangères chez la plupart des nouveaux diplômés. [Ibid. p 12].

#### **8.4. Les contraintes technologiques (D'information) :**

Tout processus de création d'entreprises nécessite une technologie et des équipements qui, en Algérie, s'acquièrent généralement auprès de pays étrangers notamment le marché européen (France, Espagne, Italie, Allemagne..). Ce qui implique la maîtrise de la technologie incorporant des systèmes informatiques et électroniques nécessitent des compétences adéquates, les porteurs de projets sont limités par leur formation et leur expérience, non seulement, en matière commerciale et managériale mais surtout dans le domaine technologique.

#### **7.5. Les contraintes de financement :**

La question du financement, a été de tout temps, au centre de la problématique de création et développement des PME en Algérie. Ces dernières rencontrent des obstacles à l'accès au financement notamment à cause des taux d'intérêts élevés, le manque et l'insuffisance du montant accordé par rapport à la taille du projet, des lourdeurs dans l'octroi des crédits et l'absence d'institutions de micro finance ; lenteurs dans la décision d'octroi de crédit ; consistance de garantie. A cet effet, les banquiers algériens sont toujours réticents à accorder leur concours aux PME. [opcit.2013.p 09].

### **9 Les nouveaux entrepreneurs algériens : un essai de typologie :**

Dans les études de l'entrepreneur en Algérie on trouve certains auteurs qui ont essayé d'analyser l'étude d'entrepreneur algérienne depuis l'indépendance. « Disons semble que très peu d'enquêtes sociologiques ont concerné l'étude des entrepreneurs Algériens et que depuis l'indépendance



l'ensemble des travaux concernaient plutôt la condition rurale et les travailleurs agricoles ». [Madoui. M. 2012. P.69].

➤ **Analyse de pierre Bourdieu :**

L'enquête conduite par Pierre Bourdieu, à la fin des années 1950 et début des années 1960 a mené une enquête en Algérie dans son ouvrage intitulé Travail et travailleur en Algérie. Il a démontré les transformations économiques de la société algérienne pendant la période coloniale, comme il présente « les artisans et les entrepreneurs à l'époque coloniale comme de potentiels industriels de l'Algérie post indépendante ». [Ibid.70].

Bourdieu définit l'artisan par son référence implicite à l'agriculture et au travailleur salarié.

Il détermine trois groupes d'artisan :

- Les artisans de basse catégorie : c'est la catégorie la plus pauvre.
- Les artisans moyens : ils sont différents par leurs origines sociales et leurs ambitions de développer leurs entreprises.
  - Les artisans frontières : les petits patrons qui gardent leur travail en tant que salarié et avec le statut de travailleur libre.

➤ **Analyse de Jean Peneff :**

A la fin des années 1970, Jean Peneff a réalisé une étude sous forme de questionnaire et d'entretien biographique dont l'objectif est de déterminer l'origine des entrepreneurs, leur trajectoire sociale et professionnelle des industriels algérois, dont il élabore une typologie des entrepreneurs, regroupant trois types idéaux de petit entrepreneur, il distingue comme suit :

- Anciens négociants : ils sont d'origine du sud de l'Algérie.
- Anciens commerçants : ils viennent de marchands Kabyles suivi la tradition familiale.
- Ancien ouvriers : Il apparait deux types d'entrepreneurs issus des classes populaires.

Cette enquête a montré le rôle joué dans la création des entreprises par les jeunes commerçants d'origine rurale venus en ville pour étudier et obtenir un emploi salarié sans abandonner leur commerce. [Ibid.69].

➤ **Analyse d'Ahmed Henni et de Djilali Liabés :**

Au début des années 1980 Ahmed Henni et Djilali Liabés « ont eux aussi consacré des travaux remarquables sur les patrons d'industrie en Algérie où ils ont surtout souligné le rôle du réseau familial dans la construction du capital d'entreprise et la prépondérance de l'autofinancement du capital dans la construction du potentiel productif ». [Madoui. M.2012.P.69].

Toute fois, ils partagent un certain nombre de contrainte liée d'une part, à l'environnement macro-économique et institutionnel, et d'autre part, la nature même du marché du travail algérien. (Manque de qualification et de formation de personnel). Un autre élément influençant très fortement les mécanismes de création, d'organisation ou de gestion d'entreprise est le rapport à la sphère familiale et à sa logique domestique.

Les études de Djilali Liabés ont soulevé deux observations pour l'entrepreneur algérien :

- La prééminence du groupe familial : cela veut dire que l'entrepreneur algérien n'est pas à l'image de celle de Schumpeter. Pour l'auteur, l'individu ne doit son existence (économique et sociale).

- La poly-fonctionnalité de l'entrepreneur Algérien : l'auteur a constaté que les entrepreneurs algériens sont polyvalents dans leur travail.

Ahmed Henni donne la typologie suivant les entrepreneurs algériens :

- L'ancien fonctionnaire
- Le contraint : avec les vagues de privatisations il se met à son compte pour des petits travaux.
- Les immigrés : ceux qui reviennent par opportunisme ou pour cause d'expériences ratées en France par exemple.
- Les héritiers d'anciennes grandes familles : après avoir perdu leur capital durant les nationalisations, ils réinvestissent dans l'industrie et les services.
- Les jeunes entrepreneurs : sont des gens qui sont soutenus par l'ANSEJ, minoritaires, moins marqués que leurs aînés par les expériences historiques difficiles.

- **Les caractéristiques des entrepreneurs Algériens :**

Pour la réussite de l'entreprise privée est habituellement liée aux caractéristiques des créateurs d'entreprises. Pour avoir plus sur les caractéristiques des entrepreneurs algériens une enquête menée par Madoui et Gillet en 2003 « la construction de notre typologie repose sur l'analyse de contenu des entretiens effectués auprès des chef d'entreprise rencontrés et longuement interviewés. Des thèmes principaux comme les trajectoires socioprofessionnelles et les motivations qui sous tendent leur décision à s'engager dans la création d'entreprise sont révélateurs d'un ensemble varié de modalités d'entreprendre ». [Madoui. M.2012.P.70].

Cette recherche permet de dégager cinq types d'entrepreneurs algériens :

- ❖ L'entrepreneur reconverti : se sont les anciens fonctionnaires et cadres du secteur public des années 1990. Ils ont un niveau élevé de formation initiale et ils ont bénéficié de formation continue
- ❖ L'entrepreneur immigrant : ils ont immigré en France et ont eu l'idée de créer leurs propres entreprises avec leurs moyens et expériences acquises en France.
- ❖ L'entrepreneur héritier : ce sont tous ceux qui ont hérité les leurs, ce qui veut dire qu'ils ont pris la relève de leur entreprise familiale ou de l'expérience de leurs parents.
- ❖ L'entrepreneur de tradition entrepreneuriale : chez ses entrepreneurs, il existe une longue expérience d'entrepreneur et une forte tradition familiale commerciale, leur but est de faire une entreprise à vocation familiale.
- ❖ L'entrepreneur ouvrier : se sont des entrepreneurs qui ont travaillé comme ouvrier et ont eu la chance de créer une entreprise relative à leurs métiers.

**Conclusion du chapitre :**

Dans ce chapitre on a constaté que, la majorité des PME en Algérie sont nées à partir de la fin des années 1980, avant cette data la PME n'a joué qu'un rôle secondaire. Le processus du développement des PME a connu plusieurs périodes, mais c'est à partir de 1988 qu'elle a connu une phase de transition vers l'économie de marché.

# **Partie pratique**

**Chapitre V**  
**Les caractéristiques**  
**des entreprises**  
**et d'entrepreneurs**  
**enquêtés**

**Préambule :**

Dans cette partie on va procéder à la présentation de l'ensemble des entreprises formant notre échantillon d'étude, qui se compose de 11 entreprises qui se situent dans la zone d'activité d'Akbou, le but est d'identifier les types, les formes juridiques et les activités de ces entreprises, et les différentes caractéristiques des entrepreneurs interrogés. Ensuite, on exposera le rôle du capital social et enfin on parlera sur le processus de création d'entreprise.

**Présentation des entreprises et les entrepreneurs interrogés :**

Dans ce sous chapitre nous présenterons les entreprises et les entrepreneurs enquêtés où on a pris en considération le facteur de la taille afin de toucher les trois types des PME et on a eu :

Trois micro-entreprises, d'un effectif moins de 10 salariés.

Trois petites entreprises, d'un effectif entre 10 et 49 salariés

Cinq moyennes entreprises, d'un effectif qui varie entre 50 et 250 salariés

**I. Micro-entreprises :****1. Ets BOUDA**

- L'activité de l'entreprise : la broderie industrielle
- La forme juridique : individuelle (Ets)
- La date de création : 2011
- Le nombre de salariés : 08

**2. Opticien LAHNECHE :**

- L'activité de l'entreprise : Exécution des ordonnances ophtalmologiste.



- La forme juridique : individuelle (Ets)
- La date de création : 1993
- Le nombre de salariés : 04

3. Boulangerie ALLITOUCHE :

- L'activité de l'entreprise : les gâteaux orientaux
- La forme juridique : individuelle
- La date de création : 2011
- Le nombre de salariés : 05

**II. Petites entreprises :**

1. BATELEC :

- L'activité de l'entreprise : fabrication et commercialisation du matériel électrique
- La forme juridique : SARL
- La date de création : 1997
- Nombre de salariés : 60

2. Institut Univers :

- L'activité de l'entreprise : école de formation et de conseil aux entreprises
- La forme juridique : SNC
- La date de création : 2005
- Nombre de salariés : 30

3. BENGHANEM :

- L'activité de l'entreprise : Extrusion des tubes PVC avec des diamètres différents

- La forme juridique : SNC
- La date de création : 2005
- Le nombre de salariés : 30

#### **4. Boulangerie TIZIT :**

- L'activité de l'entreprise : boulangerie et pâtisserie
- La forme juridique : Ets
- La date de création : 2008
- Nombre de salariés : 14

### **III. Moyennes entreprises :**

#### **1. DJARMOULI :**

- L'activité de l'entreprise : entreprise travaux bâtiment
- La forme juridique : Ets
- La date de création : 1999
- Nombre de salariés : 150

#### **2. Eau javel DOZ :**

- L'activité de l'entreprise : production des produits d'entretien
- La forme juridique : SARL
- La date de création : 2006
- Nombre de salariés : 91

#### **3. ALL PLAST :**

- L'activité de l'entreprise: transformation du plastique.
- La forme juridique : SARL
- La date de création : 1997
- Nombre de salariés : 135

**4. QUNIAA**

- L'activité de l'entreprise : production d'eau minérale et de boissons diverses
- La forme juridique : EURL
- La date de création : 2007
- Nombre de salariés : 80
- 

**Les caractéristiques socioprofessionnelles des entrepreneurs enquêtés :**

Nous allons présenter ici les données personnelles des enquêtés à savoir leurs âges, leurs niveaux d'instruction, leurs situations familiales, leurs objectifs de création et leurs expériences acquises.

**Tableau n°01** : La présentation des enquêtés selon l'âge

L'âge des enquêtés	F	%
28ans-38ans	03	27,27%
39ans-49ans	06	54 ,54%
50ans-60ans	02	18 ,18%
Total	11	100%

On constate d'après ce tableau que l'âge des entrepreneurs varie entre 28 et 60 ans et qui sont répartis en trois catégories :

On premier lieu, la catégorie des entrepreneurs qui domine notre échantillon avec une fréquence de (06) ce qui signifie que elle est intéressée par la réalisation des projets et même d'assumer les responsabilités.

Puis, vient la deuxième catégorie qu'est varié entre 39 ans et 49 ans avec une fréquence de (03). Suivi de deux d'entrepreneurs dont l'âge est varié entre 50 et 60 ans.

Alors, d'après l'enquête effectuée on peut dire que les institutions étatiques, qui sont notamment impliquées dans les mécanismes de la création d'entreprise ont poussé et encouragé les jeunes à créer leurs propres entreprises.

**Tableau n°02 :** La répartition des enquêtés selon leur niveaux d'instruction

Niveau d'instruction	F	%
Universitaire	05	45,45%
Secondaire	04	36,36%
Moyen	02	18,18%
Total	11	100%

D'après les résultats de ce tableau on constate que le niveau d'instruction universitaire d'une fréquence de (05). Qui veut dire la tranche des diplômés universitaires sont intéressés par la création d'entreprise. On note aussi dans la deuxième catégorie des entrepreneurs ayant le niveau d'instruction secondaire d'une fréquence de (04). Enfin, deux entre eux ont un niveau moyen.

On peut donc déduire qu'aucun niveau d'instruction n'est requis pour créer une entreprise. Toute personne ayant la volonté de réaliser un projet peut en concrétiser.

**Tableau n°03 :** La situation familiale

Situation familiale	F	%
marié	10	90,90%
célibataire	01	09,09%
Total	11	100%

On constate d'après les résultats de ce tableau, que la majorité des entrepreneurs sont mariés avec une fréquence de (10). Ce qui veut dire que ces entrepreneurs sont des personnes stables et qui assument des responsabilités familiales, ainsi qu'à leurs statuts dans la société.

L'un de nos entrepreneurs est célibataire, il veut créer son propre mode de vie dans le but d'améliorer et d'avoir la richesse. Comme il affirme : « je ne pense pas au mariage dans l'immédiat ». propriétaire : broderie industrielle Bouda.

Alors on remarque que la plus part des enquêtés ont des enfants, avec une fréquence de (08), et deux entre eux n'ont pas encore d'enfants. Le premier il vient de se marier et l'autre célibataire.

**Tableau n°04** : La situation des femmes des entrepreneurs mariés :

Profession de conjoint	F	%
Femme au foyer	05	50%
Femme travailleuse	05	50%
Total	10	100%

D'après ce tableau ci-dessus, on constate que les deux catégories sont d'une fréquence de (05) qui veut dire la moitié des femmes de ces entrepreneurs sont des travailleuses et l'autre moitié sont des femmes au foyer. La première catégorie perçoit que le travail de leurs femmes est nécessaire pour améliorer leurs situations, et la deuxième voit qu'il n'est pas nécessaire, car eux-mêmes sont capables de subvenir à leurs besoins vitaux.

**Tableau n°05** : représente les entrepreneurs qui ont déjà travaillé et ceux qui ne l'ont jamais été.

Situation des entrepreneurs	F	%
Déjà travaillé	10	90,90 %
Jamais travaillé	01	09,09%
Total	11	100%

Dans ce tableau, la majorité des enquêtés ont déjà travaillé, dans différents secteurs privés et publics, et qui ont vécu des expériences professionnelles dans un domaine d'activité avec une fréquence de (10). Ce qui leurs permis de créer leurs propres entreprises avec une influence professionnelle très pratique.

On deuxième lieu, on trouve un seul entrepreneur qui n'a jamais travaillé, et n'a jamais eu de contact avec le monde de travail, ni exercé une activité simple, mais qui s'est engagé dans la création de sa propre entreprise dans laquelle il espère la réussite.

**Tableau n°06** : L'impact de l'expérience acquise sur l'activité exercée dans l'entreprise

L'impact de l'expérience	F	%
Avoir de l'expérience et des connaissances dans le domaine des relations et de la gestion	06	54,54%
L'expérience acquise n'a pas d'impact sur l'activité	03	27,27%
Pas d'expérience avant	02	18,18%
Total	11	100%

D'après ce tableau la plupart des entrepreneurs interrogés ont eu de l'expérience et des connaissances avant de créer leur entreprise avec une fréquence de (06), qui veut dire que cette expérience acquise a sa part dans la création et même dans le choix de l'activité de cette dernière, d'abord savoir communiquer avec la clientèle, la manier de trouver des marchés pour l'entreprise ; donc tout ça est une pré-expérience pour la création d'entreprise.

En deuxième lieu, on a les interrogés qui ont de l'expérience avant d'avoir une entreprise mais cette expérience n'avait aucune influence ou impact sur l'activité de l'entreprise avec une fréquence de (03) par ce que l'ancienne activité n'est plus la même exercée dans son entreprise actuelle.

En troisième lieu, deux entrepreneurs qui n'ont jamais eux de l'expérience au par avant car ils n'ont jamais eu de travail ou ils n'ont

pas trouvé de travail, ils ont créée juste après la fin de leur formation initiale ou l'obtention de leur diplôme.

Donc on peut dire que l'expérience acquise avant n'a pas d'influence sur l'activité exercée car on peut avoir de l'expérience mais sans l'utiliser dans notre entreprise.

**Tableau n°07** : l'existence ou non existence de la cogérance :

La cogérance	F	%
Elle n'existe pas	06	55,55%
Elle existe	05	45 ,45%
Total	11	100%

D'après les résultats de ce tableau, on constate que la majorité de nos entrepreneurs gèrent seul leur entreprise avec une fréquence de (09). Cela montre que l'entrepreneur n'a pas besoin d'être aidé pour gérer son affaire. Ils préfèrent être seul à gérer l'entreprise car ils pensent que les cogérants pourraient devenir plus tard des concurrents en s'accaparant de l'entreprise. Pour eux la réussite de l'entreprise dépend des objectifs qu'ils ont fixés individuellement le premier jour.

On remarque que cinq entrepreneurs ne gèrent pas seuls leur entreprise. Ce qui veut dire qu'ils ont des cogérants. Ils préfèrent déléguer certaines tâches à des personnes plus aptes c'est-à-dire à des spécialistes de la gestion des affaires. Certains font également de la cogérance car ils sont régulièrement en déplacement et sont plus souvent à l'étranger.



En effet, parmi ces cogérences on trouve la plupart sont des membres de leurs famille (conjoint, frères et fils), grâce à cette relation familiale ils développent un climat favorable et social pour l'environnement du travail.

On déduit alors que dans les cas où la cogérance existe, une bonne ambiance entre le patron et le cogérant facilite les initiatives, renforce la solidarité et favorise la performance mais il faut qu'elle soit amicale ou familiale pour pouvoir gérer l'entreprise sans problèmes.

### **La conclusion du chapitre :**

D'après notre enquête sur la vie sociale des entrepreneurs, on déduit qu'il n'y a pas d'âge idéal pour créer une entreprise et que chaque personne peut la créer sans aucun niveau d'instruction où une formation est nécessaire pour réussir dans le domaine, sauf avoir de l'ambition et une envie de réaliser ces buts et ces projets.

Donc, on peut dire que les enquêtés sont des personnes stables dans leurs vies ainsi, ils cherchent toujours à satisfaire autrui car ils ont un sentiment d'appartenance très fort vers leur région. Comme on trouve des autres entrepreneurs qui font appel à la cogérance car leur entreprise est grande et ils sont en déplacement d'où la confiance.

**Chapitre VI**

**L'apport des liens  
forts (proches, amis) à la  
concrétisation des projets  
d'entrepreneurs**

**Préambule :**

Ce chapitre est réservé pour présenter l'apport des liens à la concrétisation des projets d'entrepreneurs, où nous allons présenter le rôle de la famille dans la phase de création d'entreprise, puis on va parler sur l'existence et la nature des relations entre les entrepreneurs.

**Le rôle de la famille dans la phase de création des entreprises :**

Des recherches sont faites sur le rôle de la famille dans le processus entrepreneurial malgré l'intégration implicite de la dimension familiale dans de nombreux modèles de création d'entreprise (Lacasse, 1990, Bygrave, 1989, Gasse2003). Parmi les études dans ce domaine, on peut citer celle d'Anderson et Miller(2003) qui ont exploré l'impact de la famille sur le développement entrepreneurial à travers deux capitaux à savoir le capital humain et le capital social, et celle de Simon et Hitt (2003), qui ont étudié ces capitaux en termes d'avantages et d'inconvénients sur les entreprises.

Cette intégration donne un caractère distinctif aux entreprises familiales, Sirmon et Hitt (2003) ont identifié cinq types de capitaux spécifiques aux entreprises familiales dont le capital humain, le capital social, le capital financier latent, le capital de survie et la structure de gouvernances.

**Tableau n°08 :** les personnes ayant contribué lors de la phase de création d'entreprise

Les personnes contribuées	F	%
Père	08	47,05%
Frère	08	47,05%
Fils	01	5,88%
Total	17	100%

On constate d'après les données de ce tableau que les entrepreneurs ont eu leurs aides à partir de leurs parents directement, c'est logique. Le père qui aide son fils. Avec une fréquence de (08).

Vient l'aide des frères avec une fréquence de (08), par contre on a une faible domination de contribution des fils dans notre échantillon qui signifie que le soutien des fils est presque absent parce que ses entrepreneurs n'ont pas des fils qui ont contribué lors de la phase de création. On remarque que durant cette phase de création que les pères et les frères qui aident les entrepreneurs à réaliser leurs objectifs.

**Tableau n°09:** L'apport de la famille dans le processus de création des entreprises

L'apport de la famille	F	%
L'argent	06	35,29%
Soutien moral	06	35,29%
Savoir, savoir faire	05	29,41%
Total	17	100%

D'après les résultats de ce tableau on remarque que l'apport de la famille vient en premier lieu dans l'aide de financement par exemple l'argent et/ou bien des locaux avec une fréquence de (06) comme il le confirme l'un de nos enquêtés « le capital familial m'a beaucoup facilité la tâche dans la phase initiale de l'investissement » [propriétaire boulangerie et pâtisserie TIZIT].

Ensuite le soutien moral est de la même fréquence, on considère l'apport moral de la famille désire voire leur membre enrichir, qui a aidé les entrepreneurs à influencer la réussite c'est bien la disposition du savoir – avoir des connaissances intellectuelles –, et du savoir faire – avoir des connaissances de moyens permettant l'accomplissement de la tâche – dans tous les cotés et les domaines sans oublier leurs conseils et leurs encouragements avec une fréquence de (05), et ces aides de la part de la famille des entrepreneurs sont des aides qui consistent en argent qui n'est pas remboursable car elles sont des offres qui parviennent de membres de leurs familles.

**Tableau n°10 :** L'existence ou non existence des proches qui travaillent au sein des administrations (impôt, ANSEJ).

Existence ou non existence	F	%
Oui	06	45,45%
Non	05	54,54%
Total	11	100%

On constate d'après les données de ce tableau que les enquêtés qu'ont des transactions avec des administrations (impôt, assurance...) affirment l'existence des proches au sein des organismes cités au paravent quelque soit des amis ou membres de la famille, où ils interviennent dans la prise en charge de quelques problèmes dont ils affirment la souffrance d'entraves administratives et qui est l'obstacle le plus fréquent dans le domaine de l'entrepreneuriat. Par exemple pour l'assurance des ouvriers. Ils affirment aussi qu'ils sont toujours en contact avec eux parce qu'ils font partie soit de leurs famille ou leurs amis. Alors le recours aux liens est toujours nécessaire pour accomplir les besoins socio-professionnels.

Dans la dernière catégorie on trouve la fréquence de (05) qui représente les entrepreneurs dont ils affirment la non existence des proches aux seins des administrations et qu'ils respectent les procédures.

**Tableau n°11** : la contribution des personnes étrangères dans l'accélération de processus de création

Personnes étrangères	F	%
Oui	06	54,54%
Non	05	45,45%
Total	11	100%

On constate d'après les données de ce tableaux que ces créateurs d'entreprise ont fait appel à des personnes étrangères pour l'accélération de processus et le lancement de l'activité de l'entreprise et aussi d'avoir une part des projets destinés aux entrepreneurs avec une fréquence de (06). Par contre, il y a d'autres qui n'ont pas fait appel à des personnes étrangères, d'une fréquence de (05).

Les entrepreneurs ont signalé que l'apport des personnes étrangères était seulement dans l'accélération de processus de création d'entreprise, certains créateurs ont toujours gardé leurs relations avec eux, car ils auraient besoin d'eux dans l'avenir, pour eux ou même pour les autres. Ensuite il y a des échanges entre eux, par exemple échanges financiers soit avec l'argent ou la régulation des machines ou la construction et l'utilisation de la matière première. Selon Mark Granovetter, on trouve une résonance particulière dans les relations développées par les individus, est un élément d'explication du succès remporté par les réseaux sociaux. Il convient de distingué deux type de relation pour un individu : celles qui le relie à sa famille et ses amis proche, et celles formées par

un réseau généralement plus étendu et plus distant « les liens faible permettre de jeter des ponts locaux entre des individus qui, autrement, resteraient isolés ». Il constitueraient ainsi une source de cohésion social.

**Tableau n°12** : existence ou non existence des contre parties contre les services

Existence des contres partie	F	%
Oui	06	54,54%
Non	05	45,45%
Total	11	100%

On s'aperçoit que la plus part des entrepreneurs pour régler certains problèmes demandent des contre parties de leur service, en effet six (06) entrepreneurs interrogés nous avons évoqué ces pratiques, ils expliquent que chaque service rendu n'est pas gratuit. Généralement pour les administrateurs publics par exemple : il faut donner un billet d'argent pour obtenir un passeport.

On a aussi noté parmi les contre parties qu'ils ont cité il y a le mot « tchipa » ou bien les pots de-vin versés contre le service rendu, par exemple pour les appels d'offre, certains de nos entrepreneurs affirment qu'ils ont le prix de l'enveloppe avant tout le monde, pour être moins disant car ils ont recours à la « tchipa » ou bien il leur paient « kahwa »,



s'ils ne le font pas, leur dossier va trainer des jours et qu'il n'auront jamais le marché.

**Tableau n°13** : Les personnes qui aident les entrepreneurs dans les moments difficiles.

Les personnes qui aident	F	%
Amis	09	40,90%
Famille	07	31,81%
Conjoint	06	27,27%
Total	22	100%

On constate d'après les résultats de ce tableau que la plupart des entrepreneurs font appel à des amis lors de difficultés pour les résoudre d'une fréquence de (09). Par ce que d'après leur contribution à la phase de création peut donner des solutions au moment difficile et aident à accélérer les procédures (administrations, fournisseurs, banques, impôts...). Nos enquêtés expliquent que généralement, ils se font aider par une tierce personne que leur amis et que ces personnes devient des amis au fil du temps, ce qui les aident à gérer la crise de la bureaucratie en Algérie.

Dans la deuxième catégorie les entrepreneurs font appel à leur famille d'une fréquence de (07), parce que c'est eux qui l'aident a trouvé des solutions aux difficultés et obstacles. Cela veut dire que les membres de la famille peuvent aider à la résolution des problèmes soit financement ou de faire recours à leurs liens.

En dernier lieu vient la catégorie du conjoint d'une fréquence de (06) où les entrepreneurs ont l'aide de leur conjoint qui les aide à dépasser leurs difficultés, soit parce qu'ils ont déjà vécu ce genre de problèmes ou au moins ils donnent un soutien moral.

Un de nos entrepreneurs trouve qu'il y a des difficultés qu'il ne peut pas les discuter avec leurs amis et avec leur conjoint et d'autres c'est l'inverse.

Chacun a ses rapports personnels et des fréquentations diverses, et d'après leurs fréquentations, chaque entrepreneur se dirige vers la personne la plus proche afin de régler les problèmes socio-professionnels.

On déduit que lors de création d'entreprise, les entrepreneurs font appel beaucoup plus à des amis, parce qu'à travers leurs aides, ils ont pu réussir.

**Tableau n°14** : La nature des relations entre les entrepreneurs :

La nature de relation	F	%
Professionnelle	08	57,14%
Personnelle	06	42,85%
Total	14	100%

D'après les données de ce tableau, nous remarquons que la nature des relations entre les entrepreneurs est une relation professionnelle, avec une fréquence de (08) ceci dit que ces derniers développent et gardent ses relations professionnelles, par ce qu'ils s'échangent d'informations demandent conseil auprès d'un autre sur la qualité de matériel que les

fournisseurs leurs fournissent, ou comment attirer la clientèle et la meilleure gestion de l'entreprise.

Enfin, nos enquêtés affirment que la nature de la relation entre les entrepreneurs est personnelle d'une fréquence de (06), certains d'eux notent que pour avoir des informations sur un projet qui existe. Il faut faire recours aux liens, car un jour ils détiendront une information que d'autre n'auront pas.

D'autres entrepreneurs ont déclaré qu'ils travaillent beaucoup plus avec les gens qu'ils connaissent.

On déduit qu'il existe plusieurs types de relations entre les entrepreneurs de nature personnelle, mais qui est la plupart du temps professionnels ce qui nous aide à comprendre le rôle des liens dans le cadre de travail et avec qui dont ils ont confiance.

### **Conclusion du chapitre :**

Dans ce chapitre, on remarque que les entrepreneurs de la région d'Akbou fait recours aux liens sociaux (liens personnels) dans la phase de création.

Ainsi les entrepreneurs ont tendance à élargir leur réseau personnel, fait appel à d'autres personnes à part leurs amis et familles, qui veut dire (une tierce personne) soit présenté pour leurs amis ou par le hasard, cela en fonction de l'importance de l'affaire.

**Chapitre VII**  
**Le capital social des**  
**entrepreneurs**  
**créateurs des PME dans**  
**la région d'Akbou**

**Préambule :**

Dans ce chapitre nous allons présenter le capital social des entrepreneurs, créateurs des PME dans la région d'Akbou où on a essayé de présenter les étapes essentielles de création d'entreprise, débutons par l'idée de création, les objectifs, les difficultés rencontrés et ses solutions, ainsi le capital investi et enfin le point de vue des entrepreneurs sur l'entrepreneuriat en Algérie et les conseils donnée aux jeunes créateurs de PME.

**Tableau n°15** : l'origine de l'idée de création d'entreprise selon les entrepreneurs

L'origine de l'idée	F	%
L'amour et la maîtrise du métier	05	50%
Métier de la famille	02	20%
L'opportunité d'étude	01	10%
L'injustice	01	10%
Le manque de proposition du travail	01	10%
Total	10	100%

On constate d'après le résultat de ce tableau que les raisons qui ont poussé les entrepreneurs à créer leur propre entreprise, est en premier lieu la maîtrise et l'amour du métier d'une fréquence de (05) c'est pour le goût du travail et la fierté d'exercer un métier et de le maîtriser au sens propre du terme sont fondamentaux dans une vie et cet amour devient une passion qui passe à réussir comme il affirme l'un des enquêtés

---

«J'ai un amour pour ce métier quand j'ai travaillé dans une boulangerie chez ma famille » [propriétaire d'une boulangerie et de gâteaux orientaux Allitouche].

En deuxième lieu, on remarque que deux entrepreneurs effectuent un simple héritage, ce qui confirme l'importance et le rôle de la famille dans l'influence du choix du métier, comme ils affirment «c'est un métier de la famille donc c'est le métier qui nous a choisi » [propriétaire d'ETB Djarmouli].

D'après la typologie de Madoui ce type d'entrepreneur porte de dénomination de l'entrepreneur «héritier ». Elle se caractérise par la présence dans la famille d'une longue tradition commerçante et entrepreneuriale qui remonte parfois à plusieurs générations.

En troisième lieu, on trouve l'opportunité d'étude où les entrepreneurs trouvent des occasions favorables à ne pas rater comme il indique l'un de nos enquêtés « j'ai une opportunité d'étude c'est pour ça que j'ai eu l'idée de créer mon entreprise » propriétaire 61ans d'une PTB.

L'un de nos enquêtés a donné une nouveau sous thème qui diffère aux autres où il nous a raconté toute une histoire qui l'a poussé à créer son entreprise et faire de son mieux pour réussir et arriver à réaliser ces buts où il a dit «j'ai travaillé dans une boulangerie (chez BOUKIR) où il nous considère comme des esclaves on nettoyait juste le magasin, et un jour il m'a dit toi tu réussiras jamais dans ta vie ».[ Propriétaire d'une boulangerie et de pâtisserie TIZIT].

On déduit que le choix du domaine de l'entrepreneuriat, peut être non seulement un choix par amour ou une maîtrise du métier, mais aussi un héritage qui devient une obligation de continuité dans le domaine, et aussi le sentiment d'avoir son propre emploi et avoir la liberté et l'autonomie.

**Tableau n°16 :** Présentation des objectifs de création d'entreprise d'après les enquêtés

Les objectifs de création	F	%
L'amélioration de la vie professionnelle	07	53,84%
Continuité dans la formation	04	30,76%
Se positionner sur le marché	02	15,38%
Total	13	100%

En premier lieu, pour certains de nos interviewés, l'objectif est l'amélioration de la vie professionnelle d'une fréquence de (07) qui veut dire que ces entrepreneurs veulent avoir de l'argent pour l'amélioration de leur mode de vie et d'être riche. Comme il affirme l'un de nos enquêtés « Travailler pour mieux vivre et améliorer la production ». Propriétaire d'une usine de construction et production du matériel électrique.

En deuxième lieu, les entrepreneurs indiquent qu'ils avaient comme objectif de donner de plus à leurs formations et élargir leurs savoirs et faire apprendre aux gens le métier d'une fréquence de (04) cela veut dire que ses entrepreneurs veulent avoir une réussite personnelle, une satisfaction et être reconnus de la part des clients et des fournisseurs.

En troisième lieu, deux entrepreneurs affirment que leurs objectifs lors de la création de leur entreprise, est d'être positionné sur le marché du travail parce qu'ils voulaient fournir de nouveau service et produit dans le but d'avoir la confiance des fournisseurs et la clientèle comme il affirme l'un d'eux « Je veux avoir une position sur le marché du travail pour améliorer l'économie Algérienne ». Propriétaire d'une usine de production minérale et de diverses boissons.

En dernier lieu on trouve la catégorie autre qui représente un entrepreneur qui ne voulait pas répondre sur cette question qui concerne les objectifs visés lors de la création et les considère comme quelque chose de personnel.

Les objectifs des entrepreneurs lors de création de leur entreprise sont donc multiples, cela dépend du point de vue duquel on se place, mais on remarque que la plupart d'entre eux ont créé leur entreprise pour améliorer leurs situations professionnelles, personnelles et financière.

**Tableau n°17 :** les difficultés rencontrées lors de la création de l'entreprise

Les difficultés rencontrées	F	%
Difficultés financières et administratives	14	87,50%
Pas de difficultés	02	12,50%
Total	16	100%



On constate d'après les résultats de ce tableau ci-dessus que la plupart des enquêtés avaient rencontré des difficultés lors de la création de leur entreprise. La fréquence de (11) représente les entrepreneurs qui ont des difficultés financières et même administratives pour certaines qui voulaient créer des entreprises mais ils n'ont pas d'argent et en plus les problèmes de paperasse et lourdeur des réponses des agents administratifs et surtout les moyens financiers, le temps de réalisation.

En deuxième lieu, deux entrepreneurs n'ont jamais eu des difficultés lors de la création de leur entreprise, ce qui veut dire que la création dernièrement est facile suite aux dispositifs d'aide mis à la disposition des créateurs (ENSEJ, ANDI...), ou par ce que financement n'ont pas de problèmes.

Pour la résolution de ces problèmes, les entrepreneurs affirment qu'uniquement par leur résistance qu'on peut résoudre ces problèmes c'est-à-dire supporter toutes les lourdeurs et les va et vient demandés par les administrateurs et même utiliser les connaissances et les liens soit propre à eux ou même les connaissances des autres (amis ou famille) plus la patience, le courage et la persistance comme. Par exemple pour l'acquisition d'un crédit bancaire, l'accélération dans l'étude de dossier, l'acquisition de résultat dans les brefs délais.

On déduit que, non seulement être patient suffit pour régler certains problèmes, mais des fois ça nécessite d'avoir des liens et des connaissances de proche ou de loin qui peuvent intervenir pour avancer les procédures ou pour régler les problèmes, exemple un des enquêté a un problème au niveau d'une administration s'il connaît quelqu'un dans la

dernière il le règle plus facilement et rapidement par ce qu'il a utilisé ces liens pour avancer dans cette affaire.

**Tableaux n°18** : l'origine du capital investi :

L'origine du capital	F	%
Capital personnel	09	52,94%
Capital bancaire	08	47,05%
Total	17	100%

On constate d'après ce tableau ci-dessus que la plus part des entrepreneurs ont créé leur entreprise grâce à des fonds personnels dérivés à partir de plusieurs travaux effectués avant la création, pour d'autres leurs fonds personnels sont dus d'un héritage de famille ou ce sont des offres de la part de ses parent avec une fréquence de (09).

Au deuxième lieu on trouve les créateurs qui ont fait appel au crédit bancaire avec une fréquence de (08), car ils veulent profiter de l'occasion mise à leur disposition, ou même par ce qu'ils n'ont pas du fonds pour réaliser leurs projets, donc c'est la seule procédure idéale.

Concernant le remboursement d'un crédit, certains entrepreneurs ont acquitté leurs crédits, et certains d'autres affirment qu'ils viennent juste de lancer leur entreprise, cela veut dire qu'ils n'ont pas eu les moyens financiers pour lancer leur entreprise au moment conçu.

Enfin, on a deux entrepreneurs qui n'ont pas de dettes, parce qu'ils ont investi leurs propres fonds.

**Tableau n°19** : les critères de recrutement utilisé selon les entrepreneurs

Les critères de recrutement	F	%
L'ANEM	11	40,47%
Les proches	08	29,62%
Selon le diplôme, expérience et les compétences	08	29,62%
Total	27	100%

D'après ce tableau, on constate que tous les entrepreneurs enquêtés recrutent des personnes qui travaillent au sein de leur entreprise à partir de l'organisme « ANEM » d'une fréquence de (11), où ils sont obligés d'être inscrits, et les entrepreneurs n'ont pas le droit de recruter quelqu'un sans passer par les bureaux de main d'œuvre. Et que ces ouvriers ont beaucoup plus de chance de trouver un emploi.

En deuxième catégorie, on trouve les proches d'une fréquence de (08) parce que pour les enquêtés l'aide de leur proches est nécessaire lors de la phase de création. Par exemple lors de création d'entreprise, les proches donnent un apport soit moral ou financier, à cause de la confiance liée entre ces membres.

En dernier lieu, on trouve les exigences de poste d'une fréquence de (08) par exemple, l'offre d'un poste de technicien exige le diplôme, l'expérience, et les compétences pour mieux gérer l'entreprise et ils sont des facteurs nécessaires pour sa gestion.

Pour le meilleur fonctionnement de l'entreprise, l'exigence de l'expérience de certains ouvriers est primordiale, ou la présentation d'une attestation ou diplôme faisant fois.

### **Le point de vue des entrepreneurs sur l'entrepreneuriat en Algérie :**

D'après les interrogés, chacun d'eux a son propre avis sur l'entrepreneuriat en Algérie, et qui se résume comme suit :

L'entrepreneuriat en Algérie est malhonnête, nos enquêtés expliquent cela par le mauvais climat des affaires car pour eux il diminue l'atmosphère de travail et la compétitive, ils expliquent aussi de l'activité de l'entrepreneuriat est banalisée, tout le monde se lance ce qui fait qu'ils se retrouvent avec des nouveaux concurrents qui cassent le prix et travaillent gratuitement. Mais un autre point de vue sur l'entrepreneuriat en Algérie qui est selon eux une bonne affaire, selon eux, il a absorbé le chômage, le client a le choix et cela rapporte de l'argent, en offrant des occasions à ne pas rater, il affirme que « l'entrepreneuriat c'est quelque chose de bien et je souhaite qu'elle serait un facteur nécessaire pour le développement du pays ». Propriétaire boulangerie pâtisserie.

Donc, on peut dire que l'entrepreneuriat en Algérie peut être vu à la fois comme malhonnête, et efficace.

**Les conseils aux jeunes désirant devenir entrepreneurs :**

Au cours de nos entretiens avec les entrepreneurs, des conseils sont proposés aux jeunes désirant devenir entrepreneurs. On trouve une catégorie d'entrepreneurs les orientent vers une étude de marché pour mieux connaître le terrain, et mieux savoir les concurrents, pour arriver à la réussite, parce qu'on ne peut pas trouver un même produit dans plusieurs entreprises, car ce dernier mène l'entrepreneur à la faillite.

Ensuite, il faut avoir de patience et de courage pour atteindre des objectifs par exemple : la paperasse, qui est vraiment un problème durant la phase de création, ainsi on trouve la maîtrise et l'expérience, qui n'est pas nécessaire de maîtriser et d'avoir l'expérience avant de créer l'entreprise, et l'expérience vient avec le temps et en travaillant dans le même domaine.

On déduit, que la plupart des conseils donnée aux jeunes créateurs c'est de faire une étude de marché pour réussir.

**Conclusion du chapitre :**

Dans ce dernier chapitre, on conclut que la création d'entreprise est devenue de plus en plus une chose importante dans la vie individuelle des gens, par ce qu'à partir de là ils réalisent en premier lieu leurs objectifs et ils trouvent leur autonomie.

Donc on peut dire que la création d'entreprise est un résultat de plusieurs étapes et phase.

## **Présentation des résultats de l'enquête :**

L'étude effectuée au sein des PME de la région d'Akbou, nous a permis de recueillir des informations très importantes concernant notre thème de recherche, comme elle nous a permis de répondre aux questions posées dans la problématique, le fonctionnement des transactions entre l'entreprise et ses différents partenaires socio-économiques, ainsi les réseaux les plus fréquents entre eux et l'apport de la structure sociale dans la phase de création des PME.

D'après les résultats de l'enquête, on a constaté qu'il n'y a pas d'âge ou de formation nécessaire pour entretenir une entreprise.

La plupart de nos entrepreneurs, ont créé leur entreprise pour des raisons économiques, d'une fréquence de (11), dans le but d'améliorer leurs situations financières ou bien professionnelles, ou de créer des emplois.

Pour atteindre leur objectif, ces PME cherchent toujours à développer leur bien et service afin d'exploiter les marchés, ainsi qu'elle est en interaction de l'environnement externe (banque, assurance, impôt).

Comme on a constaté, que ces entrepreneurs préfèrent travailler avec des organismes externes de nature privée est cela pour la qualité de service, c'est pour cela, que les entrepreneurs mettent des critères pour sélectionner les partenaires avec lesquels ils vont entamer des relations à long terme.

Alors que, la plupart des entrepreneurs pensent au service de ces organismes externes, avec lesquels ils font des transactions, ils ont fait référence à l'administration de la fonction publique, ils la considèrent comme un freinage dans leur travail.

Nos interrogés ont démontré aussi, que le seul moyen pour dépasser les barrières bureaucratiques, et de faire appel à leur liens personnels qui travaillent

dans le secteur. Mais neuf (09) entrepreneurs affirment qu'ils font appel en premier lieu à leurs amis (lien fort). Ce qui confirme notre hypothèse, l'entrepreneur fait appel à ses relations et proches durant la phase de création pour accélérer le processus et surmonter les problèmes et les obstacles (matériels, administratif...etc.).

L'enquête nous a permis de constater qu'il y'a des contre parties aux services rendus, six (06) entrepreneurs ont déclaré que la majorité des services rendus ne sont pas gratuits « dans les petites entreprise algérienne, les relations sociales se réduisent à une multitude d'arrangement interpersonnels et informels ». [Madoui. M. 2009.p.08].

Car en vu aussi de l'apport de la famille et les proches dans le processus de création de l'entreprise joue un rôle important, premièrement l'apport moral d'une fréquence de (06), cela veut dire que l'apport moral de la famille comme une réalité sociale parce que toute famille désire assister à la réussite de ses enfants.

Ainsi qu'on trouve l'apport financier d'une fréquence de (06), cela on peut le considérer comme des grandes influences par rapport aux avantages, et les facilités qu'offre l'investisseur (argent, locaux), et que l'apport financier familial est serviable, utile dans la pénétration dans le monde des investisseurs.

Donc, l'apport familial est présent dans le processus de création d'entreprise, Et ce que se soit moral ou financier et même d'ordre d'information et renseignement. Ce qui confirme notre deuxième hypothèse, les proches (famille, amie) sont les personnes privilégiées et concernées par la création, ainsi qu'il apportent à l'entrepreneur un soutien matériel et dans certains cas ils apportent un soutien moral aux entrepreneurs dans les situations difficiles.

Nous avons déduit aussi qu'il existe plusieurs relations entre les entrepreneures (professionnelles, personnelles), mais la plupart du temps, c'est

d'une relation professionnelle qui devient personnelle avec le temps, ce qui nous aide à mieux comprendre le rôle des liens amicaux dans le secteur de travail.

Quant au point de vue des entrepreneurs sur l'innovation au sein de leur entreprise, il diffère d'une entreprise à une autre, il y a ceux qui sont toujours à sa recherche (il cherche à se démarquer de quelque chose de nouveau par rapport aux autres) et ceux qui disent qu'il n'y a pas de motivation.



# **Conclusion générale**

## **La conclusion :**

D'après notre étude réalisée sur le processus de création d'entreprise en Algérie, nous avons su que les réformes économiques qu'a connues l'Algérie depuis les deux dernières décennies, ont donné lieu à l'apparition de plusieurs organismes d'aide et soutien de l'investissement dans le secteur privé, ce qui a offert aux créateurs d'entreprise l'alternative de concevoir la trajectoire adéquate à leurs projets et leur aptitudes.

Au fil de notre enquête effectuée au sein des entreprises privées à Akbou, nous sommes parvenues à conclure que plusieurs raisons essentielles indiquent l'engagement massif des investisseurs dans le secteur des PME dans la région d'Akbou, ainsi nous avons constaté que les liens forts jouent un rôle dans le processus de création, comme on a constaté les points des liens dans l'accélération des procédures administrative (l'obtention de crédit bancaire).

Donc les entrepreneurs font le recours à des relations personnelles et cela qu'elle que soit le prix, dans le but de saisir les opportunités offertes, ainsi que leur apporter le soutien nécessaire afin d'assurer le bon fonctionnement de leur entreprise.

Notre recherche nous a permis de prendre connaissance d'autres thématiques liées à la PME et qui pourront être clarifiées par les prochaines recherches, comme le rôle du capital social dans la gestion de l'entreprise.

# **Liste bibliographique**

## **Ouvrage :**

1. Alain Degenne. Michel Forcé. Les réseaux sociaux. 2<sup>ème</sup> Edition Armand colin, paris, 2004.
2. Alain Fayolle Introduction à l'entrepreneuriat. Edition Dunod, paris, 2005.
3. Alain Fayolle. Entrepreneuriat, apprendre a Entreprise. Edition Dunod, paris, 2004.
4. Mohamed Madoui. Entreprise et entrepreneur en Algérie et dans l'immigration, essai de la sociologie économique. Edition Karthala, paris. 2012.
5. Pierre André Julien, Michel Marchesnay. L'entrepreneuriat .49, rue Héricart 75014. Paris. 2004.
6. Verstaete Thierry. Histoire d'entreprendre.les réalité de l'entrepreneur. Edition Ems management et société, paris. 2000.

## **Thèse de doctorat :**

1. Frédéric DE CONINCK. Mobilités et lien social, sphère privée et professionnelle à l'épreuve du quotidien, 02 Novembre. 2009.
2. MOREAU. L'émergence organisationnelle: le cas des entreprises nouvelles technologiques, paris. 2004.

## **7. Revues :**

1. Anne Gillet. Les femmes créatrices des petites et moyennes entreprises en Algérie : motivation, parcours socioprofessionnelles et stratégies d'existence. Edition l'Harmattan, paris, 2005.

2. Barthélemy CHOLLET. « L'analyse des réseaux sociaux : quelle implication pour le champ de l'entrepreneuriat » ? In : 6eme congrès international francophone sur la PME, Université Grenoble II, octobre 2002.
3. Bernards FALLERY. Carole MARTI. « Vers des nouveaux types de réseaux sur internet ? Les réseaux à lien faible du dirigeant de petite entreprise ». In : Revue management et avenir, 2007. N°13.
4. Bourdieu pierre. « le capital social ». In : Actes de la recherche en science sociales. Vol. 31. janvier 1980.
5. CAILLE Alaine .La Démission des clercs. La crise des sciences sociales et l'oubli du politique, Edition la découverte, paris 1993.
6. CHELLIL Abdelatif, AYAD Sidi Mohamed PME en Algérie, réalité et perspectives. Université de Tlemcen. Algérie. 2008.
7. Dimitri Uzunidis, « l'entrepreneur, création d'entreprises et désordre économique ».In : université du littoral côté Dopale. N°45 septembre 2001.
8. Farida Merzouk, PME et compétitivité en Algérie. Université de Bouira, Algérie. 2008
9. Kafia.Barrah.et Moussa. Boukrif. La problématique de création des entreprises : une application sur le PME algérienne. novembre 21 23. 2013.
- 10.Khalil ASSALA. « L'internalisation des PME et ses conséquences sur les stratégies entrepreneurial » 25 26 27 octobre. 2006. Haute école de gestion (HEG) Fribourg. Suisse.
11. Mohamed Boukhari. « La vulnérabilité des TPE et des PME dans un environnement mondialisé ».In : 11emes Journées scientifique du Réseaux Entrepreneuriat, INRPME. Canda. mai 2009.
12. Mohamed Madoui. Ann Gillet « crise et mutation du modèle de développement Algérienne, du gignantisme industrielle au développement

- de PME/PMI ». In : international travail et emploi N°101, janvier mars 2005.
13. Mohamed BAYAD et autres .L'équipe entrepreneurial : rôle de la diversité dans le processus entrepreneurial. Université Nancy 2, 2007.
  14. Perret Cécile. « Capital social et Nuclei d'entreprises en Algérie ». In : Mondes en développement. 2010 /1 N° 149.
  15. Pierre-André Julien et Richard Lachance. L'entrepreneuriat régional encadré. Les cas du Centre-du-Québec et de la Mauricie, Vol.47.
  16. Pierre-André JULIEN. Richard LACHANCE et Martin MORIN. « Signaux fort et signaux faible : une enquête sur les liens réticulaires dans les PME dynamiques ». In : Géographie économie société 2004 /2, Vol. 6.
  17. Ronald. Brut. « Le capital social, les traux structuraux et l'entrepreneur ». In : revue française de sociologie Vol.36, analyse des réseaux et structures relationnelles. 1995.
  18. Samia Gharbi. « Les PME/PME en Algérie, Etat des lieux ». In : Les cahiers de LAB. RII, N°238, mars 2011.
  19. Les cahiers de CREAD, Les entrepreneurs, le territoire et la création d'entreprise. Alger. CREAD N° 51, 1<sup>er</sup> trimestre 2000.
  20. Sébastien Geinde. Revue international PME, économie et gestion de la PME. Vol. 22. n°34. 2009.
  21. Torres. Olivier. « Le management stratégique en PME » 2005.
  22. Thierry Verstaete. Alain Fayolle. « Paradigmes et entrepreneuriat ». In : revue de l'entrepreneuriat, Vol 4 N°1 2005.
  23. Woot Philippe. L'entrepreneur, Reflet et perspectives de la vie économique, 2005 /1 Tome XLIV. DOI : 10.3917/ rpve. 0093.

### **Référence électronique :**

1. <http://www.angem.dz.org>.
2. [http : www. Contre point.org /2014 /05/05. 48578 capital humain.](http://www.Contrepoint.org/2014/05/05.48578capitalhumain) (consulté le 25.03.2015).
3. [www.OCDE.org / fr / l'essentiels / capital humain. la valeur des gens.](http://www.OCDE.org/fr/l'essentiels/capitalhumain.lavaleurdesgens) Htm. (consulté le 25.03.2015).
4. [www.algermedia.](http://www.algermedia.com) Com. Newsletter service juridique ARCOFINA janvier 2010. (consulté le 22.02.2015).
5. Khalil Assala. PME en Algérie : de la création à la mondialisation, 8eme congrès international francophone en entrepreneuriat et pme. Université du sud Toulon-var. octobre 2006. [en ligne] [http/www.Allafrica.com](http://www.Allafrica.com) PDF. (consulté le 27.02.2015).
6. Ministère de développement industriel et de la promotion de l'investissement Direction Général de la Veille Stratégique, des Etude économique et des Statistique, bulletin d'information statistique de le PME, n°23 novembre 2013, [www.mipmepi.gov.dz](http://www.mipmepi.gov.dz),(consulté le 10.04.2015).

### **Loi et décret :**

1. Décret exécutif n°96-296 du 08 décembre 1996 fixant les statuts de l'ANSEJ.
2. Décret exécutif n°94-188 du 06 juillet 1994 portant statuts de la CNAC.

### **Dictionnaire :**

1. Alain Bruno et autres. Dictionnaire d'économie et science sociales. Edition. Ellipses Marketing. 2005.

# **Annexe**



## **Guide d'entretien**

### **Les données sur l'entreprise :**

1. Quelle est l'activité exercée dans votre entreprise ?
2. Quelle est la forme juridique de votre entreprise ?
3. Quelle est la date de sa création ?
4. Quelle est le nombre de vos salariés ?

### **Les données personnelles (sur l'entrepreneur) :**

1. Quelle est votre âge ?
2. Quelle est votre niveau d'instruction ?
3. Êtes-vous marié ? Si oui quel est le nombre d'enfant que vous avez ?
4. Profession du conjoint ?
5. Avez-vous travaillé avant de créer votre entreprise ? Si oui Quelle est l'impact de cette expérience sur la création ?

### **Question sur le processus de création :**

1. Comment avez-vous eu l'idée de créer une entreprise ?
2. Quel sont les objectif visés lors de création de votre entreprise ?
3. Avez-vous rencontré des difficultés lors de création de votre entreprise (administratives, financières .... ? Si oui, les quelle et comment vous les avez résolu ?
4. Est \_ ce que les membres de votre famille ont contribué lors du le processus de création ? Qui sont ces personnes ?
  - Père
  - Frère
  - Cousin
  - Autres personnes citez les.....
5. Quel est l'apport de chacun d'eux ?
6. Avez-vous des proches ou des amis qui travaillent au sein des administrations (impôts, ansej .etc ? si oui êtes en contact avec eux ?

- 7.** Lors de création avez-vous fait appel à des personnes étrangères (qui ne font pas partie de votre entourage)? Si oui pour quoi et quel est leur apport ?
- 8.** Y'a-t-il des contreparties aux services et aides apportés par vos proches et amis ou personnes étrangères qui vous ont aidés lors de la création ? si oui lesquelles ?
- 9.** Quel est l'origine du capital investi dans votre entreprise ?
- 10.** Avez-vous bénéficié de crédit bancaire lors de création de votre entreprise ? Si non pour quoi ?
- 11.** Actuellement avez-vous remboursé vos dettes ?
- 12.** Est-ce que vous gérez votre entreprise seul ? Si non qui sont les personnes qui vous aident ?
- 13.** Qui sont les personnes qui travaillent au sein de votre entreprise ? comment vous les avez recrutés ?
- 14.** Êtes-vous en contact avec d'autres entrepreneurs ? Si oui qu'elle est la nature de ces relations avec eux (professionnelles, personnelles) ?
- 15.** Dans les moments difficiles (problèmes liés à votre entreprise, angoisse... etc ) à qui vous faites appel pour vous aider à dépasser ces situations ? pour quoi ces personnes ?
- 16.** Quel est votre avis sur l'entrepreneuriat en Algérie ?
- 17.** Quel conseil donnez-vous pour un jeune entrepreneur désireux de créer une entreprise ?