

République Algérienne Démocratique et populaire
Ministère de l'enseignement supérieur et de la recherche scientifique
Université ABDERRAHMANE MIRA de Bejaia
Faculté des Sciences Economiques, Commerciales et des Sciences de
Gestion
Département : Sciences de gestion



جامعة بجاية
Tasdawit n Bgayet
Université de Béjaïa

Mémoire

Présenté pour l'obtention du **diplôme** de **MASTER**

En :Entrepreneuriat

Spécialité : Sciences de Gestion

Thème

Les facteurs déterminants à la création des entreprises. (Le cas d'ANSEJ Bejaia).

Realisé par:

- AIT HAMMA Yassine
- MESSAHLI Sihem

Encadré par :

Mme MEZIANI Henen

Membre de jury :

Mme BAKOURI

Mme DJEMAI

Promotion 2017- 2018

SOMMAIRE

INTRODUCTION GENERALE	01
-----------------------------	----

Chapitre 01 : *Le cadre théoriques et concepts de l'entrepreneuriat.*

▪ Section 1 : la théorie de l'entrepreneuriat et l'entrepreneur	04
▪ Section 2 : La création de l'entreprise acte essentiel de l'entrepreneuriat	13

Chapitre 02 : *Les déterminants de la création des PME*

▪ Section 1 : La motivation : Le cadre conceptuel	20
▪ Section 2: La motivation dans le domaine de l'entrepreneuriat	29

Chapitre 03 : *La dynamique entrepreneuriale en Algérie*

▪ Section 1 : La réalité des PME en Algérie	34
▪ Section 2 : Les PME dans la wilaya de Bejaia	44

Chapitre 04 : *Analyse les résultats de l'enquête*

▪ Section 1 : Dispositif de soutien à l'emploi des jeunes (ANSEJ BEJAIA)	58
▪ Section 2 : Méthodologie et Analyse des résultats de l'enquête	67

CONCLUSION GENERALE	86
---------------------------	----

BIBLIOGRAPHIE

LISTE DES ABREVIATIONS

INDEX DES TABLEAUX ET FIGURESANNEXES

TABLE DES MATIERE

INTRODUCTION GENERALE

Introduction

Introduction

L'entrepreneuriat est un phénomène qui existe depuis longtemps mais il reste très difficile d'en donner une définition qui fera l'unanimité. Plusieurs auteurs ont pris part de définir ce concept. Parmi eux Thierry Verstraet a défini l'entrepreneuriat comme étant un phénomène combinant un individu et une organisation. (Selon lui, ils se définissent mutuellement). Economiquement, l'entrepreneur joue un rôle principal dans l'évolution des entités. Et sur le point social contribue à l'amélioration de la situation des individus. L'acte entrepreneurial est une démarche de création qui nécessite la prise de risque, afin que l'entrepreneur puisse satisfaire ses besoins. L'innovation peut être considérée comme un moyen pour acquérir un avantage compétitif, permettant à l'entreprise de réunir les moyens pour faire réussir le projet, en entrepreneuriat c'est un point essentiel Face aux défis de la mondialisation, les nouvelles entreprises produisent de la croissance économique, des emplois et de l'innovation.

Peu nombreux sont les auteurs à avoir étudié le phénomène de la dynamique entrepreneuriale et ses impacts sur le développement territorial. Pour Bouyakoub (1996), l'adoption des changements vers la fin des années 80, et la libéralisation économique ont impulsé l'émergence de nombreuses entreprises privées par rapport à celle qui existent déjà à l'époque de l'économie centralisée. Ces nouveaux entrepreneurs et leur dynamisme créateur constituent un élément indispensable au développement économique.

L'entrepreneuriat et les petites et moyennes entreprises sont aujourd'hui reconnus dans le monde entier comme source essentielle de dynamisme, d'innovation, et de flexibilité dans les pays industrialisés avancés.

L'étude de phénomène de l'entrepreneuriat en Algérie dans notre cadre revient à s'intéresser au sujet qui porte sur le secteur de la PME. Ce choix s'explique par le fait que ce secteur manifeste un grand essor où il a été remarqué ces dernières années un rythme élevé de création d'entreprises. Plusieurs mesures ont été prises et des institutions sont créées afin de soutenir l'initiative individuelle. La mise en place de différents dispositifs de création d'entreprises (ANDI 'ex APSI', ANSEJ...), Ainsi que la direction de planification et d'aménagement du territoires (DPAT), et plein d'autre mesure prises pour soutenir les disposition individuelle dans plusieurs wilayas du pays.

La wilaya de Bejaia est dotée d'un tissu économique important qui la classe parmi les premières wilayas du pays en termes de nombre d'entreprises privées, elle compte parmi les régions qui jouissent d'un certain pouvoir d'attractivité et de compétitivité.

Introduction

La création d'entreprise n'est pas le résultat d'une génération descende. Elle est en fait le fruit d'un enchainement qui remonte au milieu des années 80. La création d'entreprise présente une alternative favorable à l'entrepreneur afin de se réaliser soi-même.

Le but de ce travail de recherche s'accumule sur l'étude de cas de l'ANSEJ de Bejaia une étude de certain nombre questionnaire portance pour cerner la problématique de l'activité entrepreneuriale dans la wilaya de Bejaia et à s'intéresser aux différents points de ce thème. Notre travail de recherche se prononcera sous une question centrale comme suite :

Quelles sont les déterminants et les raison qui poussent l'entrepreneur à créer son entreprise ?

Pour mieux cerner cette problématique principale, on s'appuie sur les questions secondaires suivantes :

- Quelles sont les motivations des entrepreneurs qui sont à l'origine de la création de leur entreprise ?
- Quelle est la réalité des PME en Algérie ?
- Quelle est la contribution de l'ANSEJ au développement économique de la région ?

Avant de répondre à ces questions certaines hypothèses s'imposent :

▪ **Hypothèse 1** : La plupart des entrepreneurs de la wilaya de Bejaia, proviennent de famille; les parents (un des parents entrepreneur ou les deux) ou autres personnes proches sont des entrepreneurs. Autrement dit, Le background entrepreneurial familial favorise le développement de la motivation entrepreneurial chez les entrepreneurs.

▪ **Hypothèse 2** : La disponibilité des moyens de financement qui permet aux entrepreneurs de se lancer en affaire, soit par leur propres moyens ou à l'aide de certains organismes (ANSEJ). .

Afin d'affirmer ou infirmer nos hypothèses, nous nous sommes engagés dans une étude qui tourne autour des d'entrepreneurs de PME privées. Notre étude est réalisée à l'aide d'une enquête par un questionnaire administré auprès d'un échantillon représentatif, qui est composé de 22 PME privées

Le premier chapitre sera consacré à présenter le phénomène d'entrepreneuriat. Ce chapitre sera divisé en deux sections ; la première c'est traite le phénomène de l'entrepreneuriat, et aussi l'entrepreneur ces caractéristiques, les différentes typologies d'entrepreneurs qui existent. La deuxième présentera la création de l'entreprise, acte essentiel de l'entrepreneuriat.

Introduction

Dans le deuxième chapitre nous allons aborder les déterminants de la création de l'entreprise: dans la première section les facteurs motivationnels de l'entrepreneuriat. La deuxième section sera consacrée pour les facteurs de motivation des entrepreneurs.

Pour le troisième chapitre, nous allons présenter secteur des PME en Algérie : dans la première section la réalité de la petite et moyenne entreprise en Algérie. La deuxième section sera consacrée pour la PME à Bejaia.

L'objet du dernier chapitre s'articule autour de l'enquête que nous menons auprès d'un échantillon de 22 PME privée dans la wilaya de Bejaïa, Les résultats nous permettront de répondre aux préoccupations de notre problématique. Les éléments essentiels de ce chapitre concerneront la présentation de la méthodologie à suivre dans l'accomplissement de l'enquête et l'analyse des résultats obtenus de cette enquête, et une étude de cas sur l'ANSEJ de Bejaïa.

PREMIER CHAPITRE

Les concepts de bas de **L'entrepreneuriat**

Chapitre I : Le cadre théorique et concepts de l'entrepreneuriat

L'entrepreneuriat prend de plus en plus d'importance dans notre société. Les attentes sont multiples et revêtent des formes différentes et complémentaires. En tant que phénomène économique et social, l'entrepreneuriat est censé dynamiser les entreprises, participer à la création d'emplois.

Nous consacrerons ce chapitre à présenter quelques théories principales de la notion de l'entrepreneuriat et de l'entrepreneur et nous allons étudier l'entrepreneuriat en tant que phénomène économique et social et les type de création de l'entreprise.

Section 1 : La théorie de l'entrepreneuriat et l'entrepreneur

L'entrepreneuriat est un phénomène économique et social qui signifie différentes choses, plusieurs auteurs et économistes ont donné différentes définitions à ce concept.

1-1-Definition de l'entrepreneuriat

L'entrepreneuriat est le phénomène l'émergence et d'exploitation des nouvelles opportunités créatives de valeur économique ou sociale

- Selon Thierry Verstraete T(2000) « l'entrepreneuriat est un phénomène combinant un individu et une organisation, l'un se définit par rapport à l'autre et vice versa ». ¹

- Selon Julien et Marchesnay, le mot entrepreneuriat a été choisi au Québec par le conseil de la langue française, au détriment du terme anglais « entrepreneurship ». Ce mot désigne «L'état (la qualité) de celui ou de ceux qui sont entrepreneurs. Cet état résulte de plusieurs facteurs plus ou moins complémentaires, l'esprit d'entreprise, la création de l'entreprise et l'action d'entreprendre ou de conduire une entreprise en étant entrepreneur »².

- Selon Robert Hisrich, pour sa part, a préféré le terme d'entrepreneurance à celui d'entrepreneuriat : « l'entrepreneurance est le processus qui consiste à créer quelque chose de différent et possédant une valeur, en lui consacrant le temps et le travail nécessaires, en assumant les risques financiers

¹Verstraete T, Histoire d'entreprendre, les réalités d'entrepreneuriat, Edition EMS, 2000, P12.

² Henri Mahe de BOISLANDELLE: « Dictionnaire de gestion : vocabulaire, concept et outils, Economica, 1991, P11

Chapitre I : Le cadre théorique et concepts de l'entrepreneuriat

psychologiques et sociaux correspondants et à en recevoir les fruits sous forme de satisfaction pécuniaire et personnelle. »³

- Dans le dictionnaire des sciences de gestion, l'entrepreneuriat désigne l'état de celui ou de ceux qui sont entrepreneurs .Cet état résulte de trois éléments indissociables ; l'esprit d'entreprise, la création d'entreprise, et l'entrepreneur lui – même.⁴

1.2 Quelques écoles de pensée dans l'étude de l'entrepreneuriat

Les difficultés rencontrées dans la définition de l'entrepreneuriat se retrouvent aussi dans les différentes approches de l'étude de l'entrepreneuriat⁵.

1-2-1-L'école des « grands hommes »

Tel que mentionné dans Cunningham et Lischeron, voit que l'entrepreneuriat comme très lié au leadership. Pour elle, les grands entrepreneurs sont des êtres exceptionnels, intuitifs, à l'instinct inné, qui sont aussi de grands leaders et ont besoin des qualités de leadership pour réussir (capacité de présenter ses idées, ses visions, habilités intuitives pour bien « sentir » les problèmes, instinct, etc.). On peut conclure qu'il existe pour les défenseurs de cette école, une personnalité « entrepreneur inné » qui émerge en dépit d'un environnement ou d'une culture non propice au développement de l'esprit d'entreprise.

1-2-2-L'école des caractéristiques psychologiques

Elle met l'accent sur les caractéristiques personnelles et les valeurs propres aux entrepreneurs. A la différence de l'école des grands hommes, cette école articule son originalité autour des caractéristiques psychologiques de l'entrepreneur telles que les individuelles sont les conditions préliminaires nécessaires à l'entrepreneuriat attitudes, les besoins. Les défenseurs de cette école croient que certains besoins et valeurs

1-2-3-L'école classique

³ Robert D. Hisrich, Michael p. Peters : « entrepreneurship : lancer, élaborer et gérer une entreprise », Economica, paris, 1991, P.11

⁴ Henri Mahe de BOISLANDELLE, opcit, p 21.

⁵Azzedine Tounés, « L'intention entrepreneuriale des étudiants : le cas français », *La Revue des Sciences de Gestion* 2006/3 (n°219), p. 60.

Chapitre I : Le cadre théorique et concepts de l'entrepreneuriat

Elle s'intéresse principalement à la création de nouvelle organisation. Sa définition de l'entrepreneuriat inclut des éléments de créativité, d'innovation, de risque. L'approche est plus centrée sur l'action de faire (réaliser de nouvelles combinaisons) plutôt que de posséder une entreprise, et sur l'exploitation d'une opportunité. Cette école note aussi que la créativité est généralement associée à des comportements individualistes et que le créateur est motivé par des besoins très personnels⁶.

1-2-4-L'école du leadership

Elle recommande, pour l'entrepreneur, des capacités à adapter leur style aux besoins des autres : ce sont des leaders, L'entrepreneur joue donc un rôle dans la motivation, la direction et la conduite de son personnel.

1-2-5-L'école du management

Dont Stevenson et Gumpert (1985) Churchill et Lewis (1983) et Lefebvre (1991) seraient de bons exemples, regardent les qualités nécessaires à l'entrepreneur pour, d'une part, bien gérer la croissance de sa nouvelle entreprise (planification, organisation, budget) et, d'autre part, faire en sorte que des gens le suivent dans sa vision (motivation des autres)⁷.

1-2-6-L'école de l'intrapreneurship

L'intrapreneuriat, en tant que développement d'« unités indépendantes pour créer de nouveaux marchés et de nouveaux produits » (Fayolle, 1999⁸) permet aux entreprises d'innover, de se développer et de diversifier leurs activités dans d'autres domaines. Les compétences entrepreneuriales peuvent ainsi être utilisées avec profit dans les organisations existantes.

Le tableau ci-dessous résume les postulats de chaque école sur une échelle de valeur, allant de l'inné à l'acquis selon l'importance que chacune d'elle accorde à l'un des pôles de cette échelle.

⁶ W. D. Bygrave & C. W. Hofer, «Theorizing about Entrepreneurship», Entrepreneurship Theory and Practice , vol. 16, n° 2, 1991, p 13 -22

⁷ Benata Mohamed :<influence de la culture et de l'environnement sur l'intention entrepreneuriale, doctorat dans option science économiques, université telmcen,2015,p17

⁸ A. Fayolle (2009), «Editorial », in Revue de l'Entrepreneuriat, Vol.8, N°1, p. I-III.

Chapitre I : Le cadre théorique et concepts de l'entrepreneuriat

Tableau 1: synthèse des postulats des écoles (Cunningham et Lischeron, 1991)

L

Modèle Entrepreneurial	Proposition Principale	Hypothèse en matière de formation et d'accompagnement	Comportement et qualités	situation
Ecole des « grands hommes »	L'entrepreneur possède une capacité intuitive, un sixième sens et des traits de caractère et d'instincts avec lequel il est né	Sans cette intuition innée, l'entrepreneur ressemblerait au commun des mortels	Intuition, vigueur, énergie, persistance	Start –up
Ecole des caractéristique psychologiques	L'entrepreneur possède des valeurs, des attitudes et des besoins uniques qui le conduisent	Les personnes se comportent-en accord avec leurs valeurs	Valeurs personnelles, prise de risques, réalisation de soi	Start –up
Ecole classique	La caractéristique principale du comportement entrepreneurial est l'innovation	L'aspect critique de l'entrepreneurship est les processus de faire plutôt que de posséder	Innovation, créativité et recherche	Start –up et croissance primaire
Ecole du Management	Les entrepreneurs sont les organisateurs d'une nouvelle activité économique. Ce sont des personnes qui organisent du management et qui assument les risques	Les entrepreneurs peuvent être formés dans les fonctions techniques	Organization, capitalisation, budgétisation	Croissance primaire et maturité
Ecole du Leadership	Les entrepreneurs sont des leaders. Ils ont la capacité d'adapter leur style aux besoins des gens	Un entrepreneur ne peut pas atteindre ses buts tout seul, il dépend d'autres personnes	Motivation, directif, leader	Croissance primaire et maturité

Chapitre I : Le cadre théorique et concepts de l'entrepreneuriat

Ecole de l'entrepreneuriat	les compétences entrepreneuriales peuvent être utiles dans une organisation existante. L'intrapreneurship est le développement d'unités indépendantes créatrices de nouveaux marchés	Les organisations ont besoin de s'adapter pour suivre : les activités entrepreneuriales mènent la croissance de l'organisation et les entrepreneurs deviennent des managers	Détecteur d'opportunités	Maturité et changement
-----------------------------------	---	---	--------------------------	------------------------

Source : Moussa-Mouloungui, Thèse doctorat : processus de transformation des intentions en actions entrepreneuriales. Université Charles de Gaulle - Lille III, 2012, p11.

Nous pourrions conclure à partir de la présentation synthétisée de Cunningham et Lischeron⁹ (1991), quatre objets d'analyse peuvent se dégager constituant autant de perspectives grâce auxquelles la dynamique entrepreneuriale peut être observée. Chaque niveau d'analyse catégorise l'intérêt accordé par chaque école :

- L'individu : école des « grands hommes » et école des caractéristiques psychologiques.
- Les opportunités (capacité à détecter et les exploiter) : école classique.
- L'action et la gestion : école du management et école du leadership.
- Le contexte d'action entrepreneuriale : école de l'entrepreneuriat.

1-3 Importance de l'entrepreneuriat

L'importante place qu'occupe l'entrepreneuriat dans les recherches et les politiques Économiques revient essentiellement aux intérêts qu'il apporte à l'économie et à la société¹⁰ :

1-3-1-Entrepreneuriat et croissance économique

L'activité entrepreneuriale n'a pas pu être un effet direct sur la croissance économique mais l'accélère, grâce à la présence d'une population nombreuse d'individus entrepreneurs et ce résultat était prouvé par une étude de GEM : qui a proposé un modèle comparant entre différents pays sur diverses dimensions sociales et culturelles. Ce programme a montré que dans les pays à activité

⁹ Cunningham, Lischeron: "Defining entrepreneurship", Journal of Small Business Management, 29(1), 1991 ,p 06.

¹⁰Thierry VERSTRAET : « histoire d'entreprendre : les réalités de l'entrepreneuriat » , éditions EM management et société , paris ,2000,p22.

Chapitre I : Le cadre théorique et concepts de l'entrepreneuriat

entrepreneuriat élevée, la proportion du PIB qui provient des projets entrepreneuriaux progresse chaque année.

1-3-2-Entrepreneuriat et création d'emploi

L'entrepreneuriat constitue un moyen pour la résorption du chômage, il est considéré comme entreprendre est devenu une nécessité pour l'intégration sociale pour l'entrepreneur et pour ses membres de famille.

1-3-3-Entrepreneuriat et renouvellement du parc d'entreprises

L'entrepreneuriat permet de renouveler et reconstruire le tissu économique par la création des entreprises ex-nihilo ou par la reprise des entreprises et même par la réactivation et le redémarrage d'entreprises ce qui permet de constituer un contrepoids et une compensation aux disparitions et l'échec d'autres entreprises existantes.

1-3-4-Entrepreneuriat et Innovation

La fonction d'innovation est importante, d'après Schumpeter, les entrepreneurs constituent le moteur de l'innovation en identifiant les opportunités que les autres acteurs ne voient pas et en développant les technologies et les concepts qui vont donner naissance à des nouvelles activités économiques.

1-4 Définition de l'entrepreneur

Le phénomène entrepreneurial est constitué de trois dimensions permanentes, à savoir l'organisation créée, l'environnement et l'entrepreneur. Ce dernier constitue le sujet et l'acteur du phénomène, c'est de son action et de ses caractéristiques et compétence que résulte l'émergence d'une organisation.¹⁰

¹⁰ BERREZIGA AMINA ET MEZIANE AMINE : « LA CULTURE ENTREPRENEURIALE CHEZ LES ENTREPRENEURS ALGERIENS », Colloque national sur les stratégies d'organisation et d'accompagnement des PME en Algérie, Université KasdiMerbahOuargla, P4.Voir le lien : https://dspace.univouargla.dz/jspui/bitstream/123456789/2705/1/BERREZIGA_AMINA.pdf

Chapitre I : Le cadre théorique et concepts de l'entrepreneuriat

➤ Pour **B.SAY** (1803) (le deuxième économiste à s'être préoccupé de l'entrepreneur, il place l'entrepreneur comme levier du système productif ; c.-à-d. qu'il ne prend pas seulement les risques de commercialisation, mais aussi, il prend des risques liés à la production). L'entrepreneur est « celui qui entreprend de créer pour son compte, à son profit et à ses risques, un produit quelconque ».

➤ **Joseph Schumpeter**, estime que l'entrepreneur est l'investigateur de l'innovation au sein de l'organisation : « l'essence de l'entrepreneuriat se situe dans la perception et l'exploitation de nouvelles opportunités dans le domaine de l'entreprise... » . L'entrepreneur peut introduire l'innovation au moyen de nouvelles méthodes de production, d'une nouvelle offre, de nouvelles règles de gestion...etc.

➤ D'une autre part du point de vue économique, les chercheurs en entrepreneuriat notent que la notion d'entrepreneur remonte à **Cantillon** (1697-1755) pour cet auteur, l'entrepreneur est un preneur de risque.

➤ **Jkierzner**(1973) a défini l'entrepreneur comme quelqu'un qui exploite les opportunités qui se présentent devant lui en faisant valoir son sens d'alerte.

➤ **Ghartner**(1988) l'entrepreneur se définit par l'ensemble des activités qu'il met en place pour créer une organisation.

➤ **Casson** (1991) un entrepreneur est spécialisé dans la prise intuitive de décisions réfléchies à la coordination de ressources rares.

➤ **Shaver et scott**(1991) l'entrepreneur se définit par un certain nombre d'attributs psychologiques que l'on a autant par la personnalité que par les processus cognitifs et activités .

➤ **P.A.julien et M.Marchesnay**(1996) l'entrepreneur c'est l'essence ou le cœur même de l'entrepreneuriat .celui qui innove en fonction des opportunités qui se présente mais aussi qui organise les ressources pour produire et commercialiser .

1-5 Les caractéristiques de l'entrepreneur

L'entrepreneur doit avoir quelques caractéristiques qui distinguent des personnes ordinaires et devraient avoir des traits de personnalité exceptionnels qui l'incitent à l'activité d'entrepreneuriat, d'après la recherche des deux auteurs P.A julien et M.Marchesnay (1996), ils distinguent différentes caractéristiques comme suite :

Chapitre I : Le cadre théorique et concepts de l'entrepreneuriat

1-5-1- Les traits de caractères

La littérature montre que les traits de personnalité de l'entrepreneur assimiles ses caractéristique. les entrepreneurs présentent des besoins d'accomplissement et d'indépendance , un attrait du risque et une sensation de maîtrise de leur destinée .Parmi les caractères primitifs que chaque jeune créateur doit avoir dans le but de créer sa propre entreprise et devenir un entrepreneur nous citons :

- *L'indépendance* : les entrepreneurs ont un sens d'autonomie particulièrement poussée.
- *Une forte confiance en eux* : ils sont optimistes, il cherche à exercer un certain contrôle sur eux – même, et développer leur propre projet dans l'entreprise. Cette Confiance en soi permet de réduire l'incertitude et le niveau du risque, elle donne à l'entrepreneur la capacité à écouter sans être facilement désarçonné et intimidé, l'habilité à relever les défis.
- *La persévérance* : le succès ne viendra pas tout de suite et la réussite nécessite du temps .Afin de surmonter les obstacles, la persévérance ne sera que le fruit de ses capacités individuelles .son besoin de réalisation et ses talents à faire preuve de son existence.
- *L'amour du risque* : qui sera acquis en ayant la volonte qu'il faut .la confiance en soi et puis par la suite bien sûr une fois qu'on a confiance en son projet.
- La prise de l'initiative : viendra automatique par la suite, puisque le jeune créateur est animé par toutes les qualités (qualifiées par un ensemble de facteurs personnels) qu'on vient de voir précédemment, qui assez convaincant pour prendre la décision de devenir entrepreneur.

Cependant, les caractéristiques suscitées, ne sont pas propres aux entrepreneurs car elles existent un peu partout dans la société .En outre l'entrepreneur est caractérisé par la vision stratégique, les relations humaines, la capacité à motiver autrui, l'intégrité, la sincérité La pleine disponibilité d'aller jusqu'au bout dans ce processus quel que soit le temps de l'effort que ceci pourra demander.

1-5-2- L'entrepreneur est un opportuniste

Est un innovateur qui sait discerner les occasions d'affaire dans l'économie , en développant un nouveau produit , en le produisant ou en le mettant en marche de façon nouvelle , en organisant les ressources de façon différente bref en étant à l'affût d'opportunité ou de nouveauté , de manière à

Chapitre I : Le cadre théorique et concepts de l'entrepreneuriat

mieux répondre au marché . « Entreprendre c'est conquérir une place sur le marché »¹¹c'est ainsi entre d'autres firmes pour remporter une affaire et la poursuivre et de faire face à la concurrence.

1-5-3- L'entrepreneur est un joueur

Caractérisé par la prise du risque et l'incertitude, dans ces cas l'entrepreneur n'est jamais sûr de la réussite mais comme il a l'esprit, il se lance les risques sont de différentes natures, le premier risque est financier : la création nécessite des moyens financiers très importants , et en cas d'échec , l'entrepreneur devra rembourser ses dettes pendant des années ; le second est professionnel : quitter un emploi pour créer, c'est renoncer à certaines choses vers l'inconnu ; le troisième est d'ordre familial ; créer une entreprise c'est consacrer plus de temps à son travail et moins à sa famille ; le dernier est d'ordre psychique ; souvent l'engagement personnel du créateur vis-à-vis de son entreprise est tel qu'il s'y identifie totalement.

1-5-4-L'entrepreneur est un organisateur

L'entrepreneur représente l'être perspicace qui sait judicieusement organiser des ressources absolument limitées autrement dit, celui qui sait désigner les facteurs de production, et les ressources utiles, se les procurer, les assembler et mettre en œuvre avec profit ,il coordonne les ressources rares d'une façon dynamique et recherche en permanence l'amélioration du processus de production .ce type d'entrepreneur correspond mais il faut être un organisateur pour développer et commercialiser l'innovation.

1-5-5- L'entrepreneur est motivé

Parmi les motivations de l'entrepreneur, le défi, le succès, la fortune mais il existe d'autres objectifs et motivations de l'entrepreneur : l'ambition, la nécessité d'avoir un emploi assure un revenu modeste, ou de l'emploi pour sa famille ...etc., ces motifs souvent implicites, complexes et complémentaires, la stratégie de l'entreprise de l'entreprise sera fortement influencée par les intérêts personnels et familiaux de l'entrepreneur.

¹¹P.A.Julien et M.Mrchesnay : « entreprenariat »,Ed.Economica,paris ,1996 .p52

Section 02 : La création de l'entreprise acte essentiel de l'entrepreneuriat

Plusieurs auteurs ont étudié le concept de la PME nous allons essayer de citer quelques un et nous essayons de toucher à tous les points essentiels.

2. Généralité sur la création d'entreprise et la PME

Jusqu'au milieu des années soixante-dix, la vision dominante dans le monde de l'entreprise était celle de la grande taille et qui tirait des avantages relatifs à cette dimension à l'image des économistes d'échelle et la diversification des activités. Mais la crise des années 1970, consécutive à la fin du boom économique des trente glorieuses, a progressivement remis en cause cette conception au profit de la petite entreprise ce Julien (1997)¹² a résumé en disant : « toutes les données convergent pour démontrer la montée autour de 1970 d'un nouveau dynamisme des PME dans les pays industrialisés ».

En effet, un mouvement de prise de conscience de l'importance de la petite entreprise s'est amorcé dans le monde et particulièrement aux Etats-Unis avec la parution de l'ouvrage de Schumacher (1978), « Small Is Beautiful »¹³ où la petite entreprise est présentée comme la cellule socioéconomique de base pour les sociétés de futur.

2-2 Définition de la PME

Aujourd'hui le sigle de PME est le nouveau sens estimé de la petite structure de la part des pays (développés et en voie de développement) vu qu'il est fortement plus maîtrisable, contrairement aux grandes entreprises dotées de structures centralisées et complexes péniblement contrôlables suivant les différentes définitions conçues par différents auteurs de la littérature, nous allons proposer quelque une, afin d'essayer de comprendre le terme PME.

➤ Selon Bucaille et Beauregard (1986) affirment que : « La PME est diversifiée elle l'est dans son marché, dans ses comportements, dans ses hommes, dans son évolution, dans ses technologies ou dans ses risques. Aucune PME ne ressemble totalement à une autre »¹⁴.

¹² Julien P.-A, Marchesnay M : « économie et stratégie industrielle », édition economica, 1997, France, p47.

¹³ Torres Olivier : « les PME », Ed Flammarion, Paris, 1999, P7.

¹⁴ Colot Olivier : « la transmission des PME familiales non cotées : approche de la transmission en Wallonie et impact sur la performance des entreprises », Thèse de doctorat, Université de Mons Hainaut. 2007, p 19.

⁵³ Idem, p20.

Chapitre I : Le cadre théorique et concepts de l'entrepreneuriat

➤ Selon Weber (1988) « les entreprises diffèrent par la taille, le métier, la nature du capital (personnel, familial, étranger, ...); mais aussi par le degré d'autonomie (société indépendante, filiale, sous-traitante ...), le rapport à l'économie mondiale (secteur protégé, en expansion ou en déclin, ...) à l'origine sociale de son chef, son capital culturel et relationnel, son identité patronale »¹⁵.

➤ Selon Wtterwulaghe « pour obéir à des impératifs d'efficacité, la PME est souvent définie au moyen de paramètres quantitatifs tels que chiffre d'affaires, le total bilantaire, le bénéfice ou le plus souvent l'emploi, ceux-ci visent en effet à cerner le critère de la taille »¹⁶.

➤ Selon Torres Olivier « les PME sont considérées comme des entreprises aux multiples vertus : adaptabilité, flexibilité, créativité, ambiance de travail conviviale »¹⁷.

➤ Selon Julien et Morel (1986) « La PME est un concept flou dont les définitions varient »¹⁸.

Aussi, les définitions de la PME peuvent se subdiviser en deux approches distinctes selon les critères de référence utilisés ; d'une part, les définitions se basent sur des critères endogènes à l'entreprise tel que la dimension, le chiffre d'affaire, et d'autre part, celles utilisent les critères exogènes à cette dernière comme le secteur d'activité et la forme juridique.

2-3 Caractéristique des PME

Les PME sont d'une structure souple et maniable et d'une activité vulnérable, Vu que la présentation de celle-ci est vaste, et pour mieux cerner ce concept, le modèle de Julien P.A (1997) nous a aidé à mettre en évidence caractéristiques suivantes :

▪ *Une faible spécialisation du travail* : tant du point de vue de l'entrepreneur sur les employés (cette polyvalence donne à l'entreprise une flexibilité et une souplesse permettant l'adaptation aux changements).

▪ *Une gestion personnalisée* : tenant à la très forte interdépendance entre l'entreprise et l'entrepreneur, Ainsi, plus la taille de l'entreprise est petite, plus le rôle du dirigeant peut prendre de l'importance.

¹⁵Idem, p 20.

¹⁶Wtterwulaghe, La PME une entreprise humaine, Ed de Boeck université, paris, 1998, p14.

¹⁷Torres Olivier opcit, P13.

¹⁸ Julien et Morel (1986) in : « Wtterwulaghe, La PME est une entreprise humaine, Ed, De Boeck, Paris, 1998, p 13" »

Chapitre I : Le cadre théorique et concepts de l'entrepreneuriat

- *Un système d'information peu complexe* : permettant une diffusion rapide et réciproque des informations entre direction et employés.
- *La recherche d'un environnement stable* : malgré l'accélération du changement, car la petite entreprise n'a que peu de poids sur son environnement.
- *Une stratégie implicite* : issue d'un processus de décision, traduit par le schéma (intuitions-décision-action).

2-4 Les types des créations

Alain Fayolle¹⁹ construit une typologie qui met en évidence différents types de processus de création d'entreprise, qui sont comme suite :

- ***la création de reproduction*** : Elle est caractérisée par une faible intensité du changement pour le créateur et une faible intensité de la nouveauté pour l'environnement. Dans ce cas le niveau d'incertitude n'est pas très élevé. La création de reproduction c'est le fait de créer une entreprise rassemblant à d'autres connues. Les changements pour le créateur sont faibles en ampleur car il possède le savoir-faire et les relations utiles à son projet. Dans cette logique de reproduction, le créateur cherche à faire pour son propre compte ce qu'il faisait déjà dans son emploi précédent.
- ***La création imitation*** : l'entrepreneuriat d'imitation crée peu de valeur nouvelle, mais permet au créateur de changer sa situation parfois d'une façon importante. Le créateur d'entreprise ne dispose pas de l'ensemble des ressources nécessaires, il essaye de montrer et développer une entreprise en utilisant une formule bien établie. Le niveau d'incertitude est fonction de la capacité du créateur à acquérir les compétences et les ressources nécessaires pour mener à bien son projet.
- ***La création innovation-valorisation*** : Elle est caractérisée par une faible intensité du changement pour le créateur, mais la nouveauté est grande pour l'environnement. Cela signifie que le créateur crée une entreprise à partir d'une manière de faire ou d'un produit nouveau dont il possède le savoir-faire. Le niveau d'incertitude est la fonction de la vitesse de pénétration de l'innovation dans son environnement (valorisation de la nouveauté par les clients) et la fonction des aléas de la mise au point technique et industrielle du projet.
- ***La création innovation-aventure*** : Elle est caractérisée par une grande intensité du changement pour le créateur et une grande nouveauté pour l'environnement. Le niveau d'incertitude est très élevé et combine des aspects liés à l'apprentissage et à l'innovation. Ces situations de création sont très dynamiques, les imprévus et les aléas sont fréquents, conduisant le créateur et le projet à des

¹⁹ Alain Fayolle « entrepreneuriat ; apprendre à entreprendre », Ed Dunod, 2^e ED, Paris, 2004, P113.

Chapitre I : Le cadre théorique et concepts de l'entrepreneuriat

adaptations et à des changements fréquents .le projet se construit et se reconstruit en même temps que créateur doit faire évoluer ses compétences et ses ressources.

2-5- Le processus de la création d'entreprise

Pour certains auteurs²¹, l'entrepreneuriat est considéré comme étant un processus dynamique et complexe. Il est le fruit de facteurs psychologiques, socioculturels, politiques et économiques. Il prend la forme d'attitudes, d'aptitudes, de perceptions, de normes, d'intentions et de comportements qui se²⁰ manifestent dans un contexte donné. La création d'entreprise constitue la manifestation la plus visible de l'entrepreneuriat. Elle se décline par quatre phases ; celles-ci sont la propension, l'intention, la décision et l'acte. Ces phases se rapprochent des concepts déployés par la philosophie de l'action, à savoir " plan intention choix- décision- action" (BOYER, 1997).

La première phase du processus entrepreneurial est la propension que le dictionnaire "Larousse" définit comme un penchant, inclination à faire quelque chose. Pour A. FAYOLLE, la propension entrepreneuriale est "une inclination, un penchant à s'engager dans une démarche entrepreneuriale"²¹. K.E. LEARNED considère la propension à créer comme une combinaison des caractéristiques psychologiques et d'expériences professionnelles qui augmente la probabilité pour certains individus à tenter l'aventure entrepreneuriale. La propension entrepreneuriale signifie la sensibilisation à la création d'entreprise²² ; cette sensibilisation est influencée par son environnement, notamment la famille, les proches, la formation, et ses propres expériences entrepreneuriales.

La deuxième phase est l'intention entrepreneuriale, elle est caractérisée par l'existence d'une idée ou d'un projet d'affaire plus ou moins formalisé, et par l'engagement personnel dans le processus de création d'entreprise. Bird (1988) définit cette intention entrepreneuriale comme étant « l'état d'esprit qui dirige l'attention de l'individu et qui le mène à l'action ».

Pour Crant, « l'intention entrepreneuriale est défini par les jugements de l'individu sur la probabilité de posséder sa propre entreprise »²⁴. Cette phase représente une étape nécessaire au cheminement motivationnel vers le comportement. Selon Vallerand, elle est la prédisposition à agir.

²⁰ Azzedine TOUNES, « l'intention entrepreneuriale : théories et modèle » in Riadh ZGHAL, «L'entrepreneuriat : théories, acteurs, pratiques », P 74.

²¹ Azzedine TOUNÉS, « L'intention entrepreneuriale», Thèse pour le doctorat en Sciences de Gestion, Université de ROUEN, P 48.

²² Idem, P 48. ²⁴ TOUNÉS Azzedine, "L'intention entrepreneuriale : théories et modèles" in RiadhZghal, L'entrepreneuriat : théories, acteurs et pratiques, P 77.

Chapitre I : Le cadre théorique et concepts de l'entrepreneuriat

La troisième phase correspond à la décision entrepreneuriale, Elle se distingue de la phase précédente par deux dimensions essentielles. *Premièrement*, la formalisation de l'idée ou du projet est achevée dans ses dimensions stratégiques. L'idée ou le projet sont transformés en opportunité qui est validée par les études financière et marketing. *Deuxièmement*, les ressources de différente nature (humaines, financières et logistiques) sont globalement mobilisées.

La quatrième et dernière phase est l'acte d'entreprendre, elle correspond au démarrage physique de l'activité qui se manifeste par la réalisation des premiers produits ou services.

Une entreprise est opérationnelle à partir du moment où elle génère des revenus. TOUNES A (2007), réfute cette acception. Pour lui, l'entreprise peut rester longtemps en sommeil ou elle peut ne jamais honorer ses commandes. L'auteur a présenté un outil pour faciliter le positionnement des chercheurs dans le champ de l'entrepreneuriat. Cet outil permet de lier les stades du processus de création (la dimension processuelle) avec leurs composantes cognitives (les perceptions), conative (les actions sont orientées vers le comportement souhaité) et physique (comportement concrétisé). Il n'en demeure pas moins que le processus de création d'entreprise n'est pas séquentiellement disjoint. L'outil demeure simplificateur pour être intelligible. L'intention précède souvent la décision et l'acte de création, mais les cheminements entrepreneuriaux sont différents. La création peut naître d'une rencontre soudaine, d'une opportunité ou d'une insatisfaction professionnelle²³.

2- 6- Les difficultés rencontrées lors de la création d'entreprises

La création d'entreprise est un parcours semé d'embûches... Quel que soit le secteur des entrepreneurs, quelle que soit la nature de leur business, il y a des points qui sont communs à tous et qui sont souvent méconnus avant le lancement dans l'aventure entrepreneuriale.

En premier lieu, les difficultés d'ordre administratif qui bloquent pour longtemps le processus de création d'entreprise. En effet, la complexité et la lenteur des procédures nécessaire pour la préparation des dossiers de demande soit de crédit soit d'autorisation d'exercer ou même de contrat de bail,... découragent l'initiative privée et limitent, par conséquent, la volonté des entrepreneurs débutants. Ces derniers finissent également par se trouver devant une multiplicité des pièces à fournir et dont la préparation ou l'obtention suppose aussi et à nouveau la sollicitation auprès d'une autre administration publique, ce qui les amène dans un cercle vicieux sans issue.

²³ Zineb AOUNI, Bernard Surlemont, « Le processus d'acquisition des compétences entrepreneuriales : une approche cognitive » P 6,7

Chapitre I : Le cadre théorique et concepts de l'entrepreneuriat

En deuxième lieu, il y a lieu de parler des entraves relatives au problème de financement qui, quant à lui, fait défaut et coûte encore cher pour les créateurs. A cet égard, les jeunes entrepreneurs souffrent énormément du manque de collaboration et de l'absence d'intégration des banques commerciales qui se trouvent réticentes à l'égard des premiers et se méfient de l'important "risque" qu'ils représentent. C'est ainsi que le poids des garanties demandées par les banques jouent son rôle en bloquant le processus de création dans sa racine.

L'indisponibilité des locaux et des terrains à des prix raisonnables d'une part, le coût des investissements à entreprendre notamment dans les premières étapes de réalisation d'autre part, ainsi que le coût financier et les frais de douane que suppose de l'autre côté l'accès aux biens d'équipement font que le créateur-entrepreneur voit alourdir ses responsabilités matérielles et financières. Ceci diminue par conséquent ses motivations et mène le processus à l'échec.

Nous pouvons citer, *en troisième lieu*, la complexité de façon générale d'un processus tel que celui de la création et du montage d'une entreprise du fait essentiellement de l'effort à déployer et des tâches à accomplir. Ajoutons à ceci, les obstacles d'ordre macro-économique, la forte concurrence des entreprises bien placées sur le marché²⁴.

2-7 Les atouts et les faiblesses des PME

Les PME possèdent un bon nombre d'atouts qu'elles peuvent mettre en avant pour un maximum de profits, Il s'agit entre autre de :

- La rapidité de prise de décision : La PME affiche une grande souplesse lui permettant d'avoir certains vitesses de réactivité aux événements nouveaux qui la soucieraient.
- La concentration de l'effort, En général, la PME n'a qu'un marché ou un segment de marché qu'elle peut maîtriser, ce qui lui donne en permanence une vision nette de son évolution et lui permet de réaliser la meilleure adéquation produit /marché.
- La fluidité de la circulation de l'information : le nombre réduit des employés de la PME rend la communication entre ses dirigeants très fluide, augmentent ainsi les potentialités de concertation et de réactivité.

Les PME souffrent de plusieurs faiblesses que nous essaierons de résumer dans les principaux points suivants :

²⁴ NASROUN Nacéra : « Dynamique entrepreneuriale et déterminants de la création des PME dans la wilaya de Béjaïa », MÉMOIRE de Magister En Sciences de Gestion, Université de A/Mira Béjaïa, 2011,p44.

Chapitre I : Le cadre théorique et concepts de l'entrepreneuriat

- l'autonomie reste pour un grand nombre de PME très relative, du fait de leur orientation, principalement, vers la sous-traitance par rapport grands groupes.
- La fragilité de la circulation de l'information .Le nombre réduit des employées de la PME rend la communication entre ses dirigeants très fluide, augmentant ainsi les potentialisé de concertation et de réactivité.
- La concentration de l'effort .En général, la PME n'a qu'un marché ou un segment de marché qu'elle peut maîtriser, ce lui donne en permanence une vision nette de son évolution et lui permet de réaliser la meilleur adéquation produit /marché.
- La difficulté à se procurer des ressources financières et humaines Sa sous-capitalisation et ses manques de notoriété rendent son accès ressources financiers très laborieux.
- Le manque de notoriété .Les PME sont en général peu connues, aussi u public que des éventuels partenaires de l'entreprise (fournisseurs, clients, administrateur, banques...), ce lui engendre un manque de confiance de ces derniers à son égard

Conclusion

A travers ce chapitre, nous avons essayé de faire une revue de la littérature concernant le phénomène entrepreneurial en identifiant les principales théories et caractéristiques de l'entrepreneur qui est l'acteur fondamental de l'entrepreneuriat .Ensuite, il nous a semblé important de donner un aperçu générale sur la PME qui est le résultat des actes de l'entrepreneur.

L'entrepreneuriat est perçu comme un phénomène hétérogène, complexe et multidimensionnel .Il devient un moyen pour les milieux d'assurer leurs capacités d'innovation et leur compétitivité, la création d'entreprise est devenue aujourd'hui le mot d'ordre en manières de développement .Elle n'est rien sans l'entrepreneur innovateur .Ce dernier est celui qui crée des entreprise. Contribue à leurs expansions, accepte l'incertitude, les risque et par son action accélère l'élaboration, la diffusion et la mise en œuvre d'idées nouvelles.

Chapitre I : Le cadre théorique et concepts de l'entrepreneuriat

DEUXIEME CHAPITRE

Les déterminants de la création des PME

Introduction

Au sens économique, l'entrepreneur est celui qui combine et organise des ressources, de la main-d'œuvre, des matières premières et d'autres actifs pour produire et commercialiser tout en cherchant le développement de son organisme et de répondre aux besoins des individus.

Dans ce deuxième chapitre, nous allons procéder à la présentation des différents déterminants à la création des entreprises qui vont permettre de mieux appréhender les déterminants de l'entrepreneuriat. La première section est consacrée à l'explication de la motivation dans le domaine de l'entrepreneuriat et de comprendre l'acte entrepreneurial. La deuxième section aux différentes motivations des entrepreneurs.

Section1 : La motivation : Le cadre conceptuel

L'association "entrepreneur/création d'entreprise" suppose l'existence de raisons fondamentales poussant l'individu à se lancer sur un chemin nouveau, celui de la gestion d'une organisation. "La personnalité des dirigeants, avec leurs expériences, leurs compétences, leurs motivations et leurs goûts personnels, joue un rôle particulièrement fondamental dans la mesure où la création de l'entreprise est pour eux un acte essentiel dans lequel ils s'expriment personnellement et se projettent dans l'avenir"²⁵ (Albert, Mougnot, 1988). Il apparaît intéressant d'identifier les facteurs de motivation des entrepreneurs.

1-1 Définition de la motivation

Selon le dictionnaire de l'éducation de Legendre(1993)²⁶ la motivation «un ensemble de désirs et de volonté qui pousse une personne à accomplir une tâche ou à viser un objectif correspondant à un besoin».

LOUART (1997) rappelle que le « concept de motivation sert à traduire les aspects dynamiques de la conduite humaine. Il explique les liens entre l'activation de l'énergie interne et son orientation vers des buts particuliers²⁷. L'homme agit selon des directions qu'on peut interpréter de façon causale ou projective. Dans le premier sens, la motivation est le fruit de déterminations plus ou moins conscientes.

²⁵ P. Albert, P.Mougnot, La création d'entreprises high-tech. Revue Française de Gestion, n° 68, mars-avril, (1988).

²⁶ LEGENDRE, R. Dictionnaire actuel de l'éducation, 3^eédition, Montréal, Guérin, 2005, p1 500.

²⁷ LOUART, P. Motivation. In : SIMON, Y. et JOFFRE, P. (éd.), Encyclopédie de gestion. Paris: Economica, 1997, p1205.

Dans le second, elle mobilise le sujet vers des finalités construites à partir de représentations et des enjeux qu'il y voit pour lui-même. Les deux façons de voir sont complémentaires²⁸.»

1-2 La motivation intrinsèque/ extrinsèque

1-2-1 La motivation intrinsèque

Les motivations intrinsèques se définissent comme étant «la réalisation d'une action pour ses satisfactions inhérentes plus que pour les conséquences, les résultats que l'action apporte». En d'autres termes, un individu est motivé intrinsèquement à réaliser une action pour la satisfaction qui en découle. La motivation intrinsèque est un facteur naturel, inné chez l'individu. Le propre de l'humain est la curiosité, l'intérêt qu'il porte à son environnement, le besoin de découvrir, de comprendre, de savoir. Toutes ces caractéristiques cognitives alimentent sa motivation intrinsèque dont les effets relèvent d'un besoin d'autonomie, d'indépendance et de compétences. La motivation intrinsèque présente néanmoins une limite définie par le «free choice». Ce choix libre situe l'individu devant une dualité : d'une part, il effectue une action pour le plaisir, la satisfaction qu'il en éprouve mais, d'autre part, à partir du moment où il est confronté à une demande de résultats, une promesse de récompense, le choix libre positionne l'individu face à une interrogation : il se pose la question de savoir s'il continue d'effectuer la tâche par plaisir ou s'il persévère en vue d'une perspective de résultats. C'est pour répondre à cette limite que RYAN & DECI introduisent la définition de motivation extrinsèque³¹.

1-2-2 Les motivations extrinsèques

«Les motivations extrinsèques représentent un concept qui se rapporte à une activité réalisée dans le but d'obtenir un résultat». Dans ce cadre, un individu est mû par l'agir d'une action en considérant l'action comme une valeur instrumentale lui permettant d'atteindre ce résultat. La valeur instrumentale peut être perçue différemment. Par exemple, un étudiant peut effectuer ses devoirs par peur d'être sanctionné par ses parents ou par son professeur ou alors il les effectue parce qu'il y voit une valeur ajoutée pour son choix opérationnel. La perception de cette valeur instrumentale est fonction de différents facteurs tels la régulation externe, l'introjection, l'identification et l'intégration. Ces facteurs sont repris dans la taxonomie de la motivation humaine.

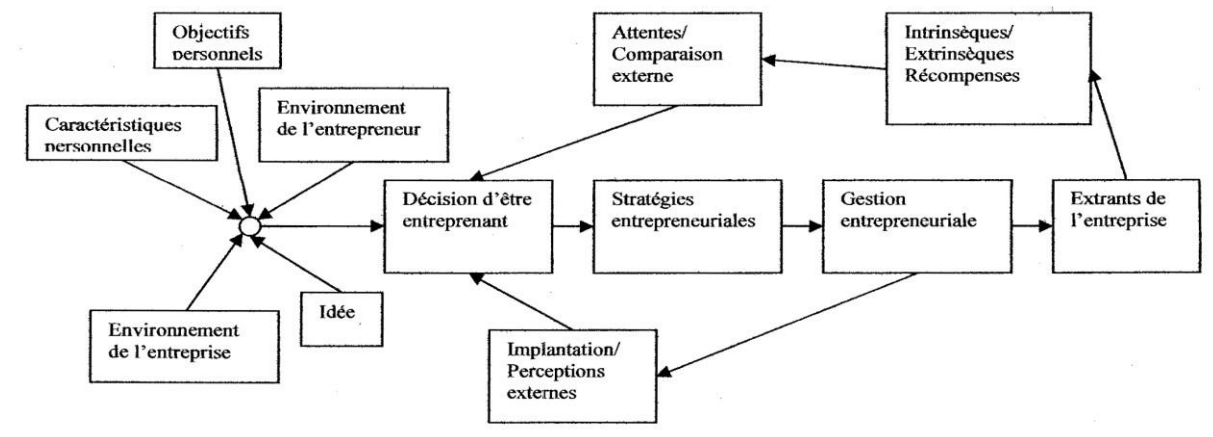
²⁸ Christophe ESTAY : « motivation entrepreneuriale », Editions universitaires européennes EUE ,septembre 2010, p46

³¹EDWARD L. DECI,RICHARD M. RYAN:Favoriser la motivation optimale et la santé mentale dans les divers milieux de vie,CanadianPsychology by the Canadian Psychological Association,2008, Vol. 49, No. 1, p24 –34.voir le lien : https://selfdeterminationtheory.org/SDT/documents/2008_DeciRyan_CanPsy_French.pdfconsulté le :20/05/2018.

1-3 Le modèle de motivation entrepreneuriale et la performance

Les motivations jouent un rôle important dans le démarrage d'une entreprise. Par conséquent, NAFFZIGER et KURATKO (1994)²⁹ ont développé un modèle sur la motivation entrepreneuriale. Modèle d'abord conçu pour les petites entreprises, il englobe une partie du processus organisationnel, ciblant même la performance des petites entreprises. Pour ces auteurs, le processus comprend les expériences entrepreneuriales, le comportement nécessaire pour gérer une entreprise, la performance et les résultats Psychologiques et non psychologiques résultant de la direction/propriétaire. Le modèle développé intègre les notions de Gartner (1985)³⁰, de même que de Herron (1992). Les auteurs ont inclus la variable« motivation» sous référence des écrits de Porter (1968) et de Adams(1965). Les auteurs relèvent cinq variables (caractéristiques personnelles, environnement immédiat, environnement de l'entreprise, idée d'entreprise et objectifs de l'entrepreneur) à l'origine de la prise de décision d'être entreprenant. Les facteurs à la base du modèle peuvent soulever quelques pistes de réflexions³¹.

Figure N° 1 : Modèle des motivations selon Naffziger, Hornesby



Source: Douglas W. Naffziger, Jeffrey S. Hornsby and Donald F. Kuratko, ‘A Proposed Research Model of Entrepreneurial Motivation’, *Entrepreneurship Theory and Practice*, Spring 1994, p33

1-4 La motivation : fondement théorique

²⁹ Naffziger, D.W., J.S. Hornsby et D.F. Kuratko: « A proposed research model of entrepreneurial motivation », *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol. 18, n° 3, 1994, p. 29-42.
³⁰ Gartner, W.B. :« A conceptual framework for describing the phenomenon of new venture creation », *Academy of Management Review*, vol. 10, n° 4, (1985), p. 696-706.
³¹ FRANCIS BROUILLARD : « FACTEURS DE MOTIVATION À DÉMARRER UNE ENTREPRISE EN ABITIBITÉ-MISCAMINGUE », UNIVERSITÉ DU QUÉBEC À CHICOUTIMI, mémoire présenté comme exigence partielle de la maîtrise en gestion des organisations, août 2005, p50.

1-4-1-Les origines de la motivation**L'approche psychanalytique**

Les origines de cette approche sont issues de l'apport de Sigmund Freud(1856,1939), fondateur de la psychanalyse. La psychanalyse constitue à la fois une méthode de recherche pour accéder à l'inconscient freudien et à la complexité de la psyché humaine, une théorie du fonctionnement psychologique et une méthode thérapeutique précise³².

L'apport de la psychanalyse est ici fondamental. En effet, elle nous offre à l'aide de la notion de pulsion, une explication de toute action humaine, et mieux, de toute action motivée. Cette force pulsionnelle fonctionne suivant le principe d'écrit par Freud : évitement du déplaisir et recherche du plaisir, celui-ci étant lié à la réduction de l'excitation. L'explication psychanalytique de la motivation est potentiellement riche d'enseignement sur les raisons qui conduisent un individu à entreprendre. Pourtant en pratique, seul l'analyse individuelle peut amener un entrepreneur à construire l'histoire qui la orienté sur le chemin de la création d'entreprise par ailleurs.

L'approche psychanalytique est de peu de secours pour le chercheur, en raison de l'éloignement de ce champ disciplinaire des méthodes scientifique reconnu .Ces limites d'érigent la recherche sur la motivation de l'entrepreneur vers un cadre plus conventionnel.

1-4-2 Les fondements de la motivation

CAMPBELL et ALL (1970) proposent une classification des théories de la motivation (théories des besoins, des attentesetc.) basé sur la distinction entre contenu et processus de la motivation. Cette taxinomie présente cependant quelque rigidité (difficulté é de classe les théories plus récentes), ce qui conduit KANFER à renouveler la classification selon trois paradigmes : celui des besoin- mobile-valeurs ; celui des choix cognitifs ; et celui de l'autorégulation-métacognition³³.

▪ Les théories des besoins-mobile-valeurs

Roussel (1996) rappelle que ces théories ce centrant sur l'individu à travers sa personnalité et ses valeurs qui sont à l'origine de ses comportements

³² Centre de consultation psychologique et éducationnelle 1497, boul. St-Joseph Est Montréal, (Québec) Canada H2J 1M6, voir le lien : <https://www.ccpeweb.ca/services/adultes/psychotherapie/approches/psychanalytique/.consulté> : 20/05/2018.

³³ Christophe Estay : « LA MOTIVATION ENTREPRENEURIALE », Université des Sciences et Technologies de Lille 1 Institut d'Administration des Entreprises, Habilitation à Diriger des Recherches en Sciences de Gestion ,13 juillet 2006, p15-16.

Ces théories regroupent, d'abord, les théories dit le contenu. Ici il étudier le comportement des individus à partir de leurs spécificités propre et leur environnement. Elles identifient les besoin et les motifs qui, à l'intérieur d'une personne. Pour comprendre la motivation. Il convient de s'interroger sur la nature humaine. Plusieurs auteurs ont tenté d'établir la liste du besoin inscrit depuis la naissance dans le psychisme de tous individus. De cette approche découle une vision normative de l'homme qui serait inhérent à la nature humain. Plusieurs auteurs partant du principe que la personne veut satisfaire des besoins et que la motivation est d'autant plus fort pour agir que cela lui permet de satisfaire ces besoins.

Enfin, les théories mettant en avant essentiellement le rôle des valeurs englobent les théories de l'équité et de la justice organisationnelle. Elles traitent les besoins de justice comme peuvent mener l'individu à adopter des comportements orientés vers la recherche de l'équité dans les relations sociales.

▪ Les théories de choix cognitif

KANFER (1990) réserve une place essentielle aux théories de choix cognitif qui ont dominé la recherche empirique depuis les années 1960 dans le domaine de la motivation.

La théorie des attentes repose sur les travaux de LEWIN(1935) .Elle postule que des préférences subjectives à l'égard de différents objectifs ou résultats existent dan la tête des individus. En 1964, Vroom formule diverses idées au sujet de la théorie des attentes à l'intérieur d'un modèle cognitif. Par exemple, l'argent peut acquérir une <valence> (valeur, degré d'importance, orientation effective ou préférence). Lorsque l'individu perçoit qu'il peut lui permettre d'atteindre certaines fins ou de satisfaire certains désirs. Selon ce modèle l'effort déployé par une personne est essentiellement le produit de trois perceptions :

- Attentes –c'est la relation qui existe, selon la personne, entre le degré d'effort qu'elle peut déployer et divers niveaux de performance.
- Instrumentalité- c'est la relation qui existe, selon la personne, entre les divers niveaux de performance et les avantages qu'elle peut en retirer
- Valence- Quelle est l'importance, la valeur des différentes rétributions que la personne peut retirer de son travail ? Cette valeur est d'autant plus grande que l'avantage en question peut satisfaire les différents besoin de la personne, elle dépend essentiellement de la nature du besoin de la personne.

L'approche des dynamiques de l'action correspond au développement parmi les plus récents des théories du choix cognitif. Atkinson et Birch insistent sur les effets multiples et dynamiques des

tendances motivationnelles manifestées par l'individu dans l'orientation et la durée de ses actions. L'implication du modèle dynamique est que le changement de comportement, plutôt que la cohérence du comportement, représente l'état normal des choses (kanfer, 1990).

▪ Les théories de l'autorégulation- métacognition

Ces théories sont centrées sur les processus qui déterminent l'impact des objectifs sur le comportement, et non sur les processus qui déterminent le choix des objectifs. La théorie de la fixation des objectifs cherche à répondre à la question « comment motiver les gens ? ». Et propose une solution, <fixer des objectifs>. Le modèle comprend trois éléments :

- L'attitude de la personne vis-à-vis d'une certaine tâche. Chaque personne vis dans chaque catégorie de tâche à accomplir certain but qui lui sont personnels.
- La valeur associée aux résultats de la performance n'aura d'effets sur la motivation que dans la mesure où ils remettent en cause les buts que s'est assignée la personne dans ses tâches spécifiques.
- La satisfaction de la personne envers la performance ne dépend que de ses buts spécifiques.

Ce modèle se concentre moins sur les perceptions et le processus cognitif que sur les buts que l'individu s'est fixé lui-même, et l'approche rationnelle des possibilités de les atteindre³⁴.

Les théories de la motivation présentées précédemment sont issues principalement des travaux en psychologie et en psychologie du travail. Elles tentent de comprendre les raisons pour lesquelles l'individu est plus ou moins motivé pour accomplir une tâche. Certaines approches - théories des besoins, des traits de personnalité, des attentes - ont été reprises dans le cadre de recherches sur la motivation de l'individu à créer une entreprise.

1-5- la motivation entrepreneuriale et ces contextes d'expression

1-5-1. L'approche comportementale de l'entrepreneur

L'approche comportementale considère la création d'une organisation comme un événement contextuel, le résultat d'influence multiple. L'entrepreneur est un élément d'un processus complexe de la création d'une nouvelle entité. L'organisation est conçue en tant que premier niveau d'analyse et l'individu est perçu en terme d'activités à mener fin qu'émerge l'organisation. Nous avons cité les méthodes suivantes :

A. Modèle de Kevin et Learned (1992)

³⁴ Idem, p20.

Selon ce modèle, trois facteurs principaux conduisent à l'acte d'entreprendre :

- La propension à créer : certains individus ont une combinaison de caractéristiques psychologiques et un passé qui les rendent plus susceptibles de créer une entreprise que d'autres.
- L'intention de créer : parmi les créateurs potentiels, certains rencontrent des situations qui augmentent leur probabilité de création.
- La structure des informations : recherche dans l'environnement des informations pertinentes (confirmatoire ou non)

En effet, les individus peuvent manifester une propension à la création d'entreprise. Celle-ci est la combinaison entre des traits de personnalités, de la formation et des expériences. Toutefois, la décision prise en temps réel résulte de l'interaction entre ce potentiel et la situation³⁵. Les situations changent selon des articulations individuelles.

B. Le modèle de l'événement entrepreneuriale (Shapero 1975)

Le modèle de SHAPERO (1975) vise à expliquer l'événement entrepreneurial, c'est-à-dire à étudier les éléments explicatifs du choix de l'entrepreneuriat plutôt que d'une autre voie professionnelle.

L'événement entrepreneurial résulte de la combinaison de quatre variables :

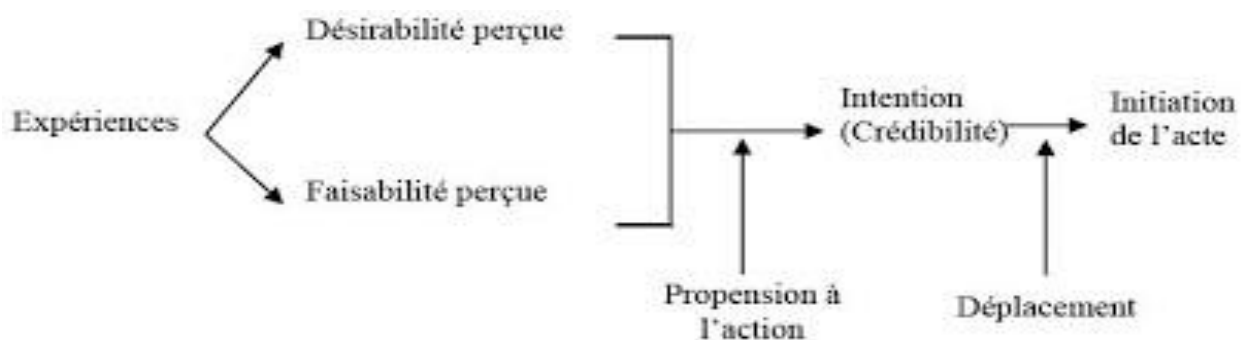
- Une situation précipitant l'acte entrepreneurial : déplacement négatifs, positifs ou intermédiaires).
- Les perceptions de désirabilité de l'acte (valeurs individuelles). ▪ La faisabilité de l'acte (ressources nécessaires).
- La disposition psychologique.

Le modèle proposé par Shapero ne fait pas explicitement référence à l'intention de créer une entreprise. C'est Krueger(1993), un des plus fervent adeptes du modèle de shapero, qui a offert de la modélisation de la formation de l'événement entrepreneurial qui intègre le concept d'intention. Dans ce modèle, les créateurs doivent d'abord percevoir l'action de créer comme <crédible> puis être insistent à ce lancer véritablement. La crédibilité repose sur les perceptions de faisabilités et de désirabilités et sur la propension à l'action qui a un effet modérateur. Si l'on fait exception de la propension à l'action, deux éléments expliquent, à eux seuls, l'intention de créer une entreprise : la désirabilité de l'acte qui

³⁵ GREENBERGER, D.B. et SEXTON, D.L. An interactive model of new venture initiation. *Journal of Small Business Management*, 1988, 26/3., P1-7. M. Diop (2012, p. 136) dans « La motivation entrepreneuriale dans le Contexte sub-saharien francophone »

traduit l'attrait de la personne pour le comportement entrepreneurial, et la faisabilité de l'acte qui mesure la perception de la facilité ou difficulté que l'on pense rencontrer lors du processus créatif³⁶.

Figure N°2 :Modèle de shapero :



Source : EMIN S. (2004), « Les facteurs déterminant la création d'entreprise par les chercheurs publics : application des modèles d'intention », *Revue de l'Entrepreneuriat*, vol. 3, n° 1, pp. 20.

1-5-2-les variables principales du modèle

SAPERO dans son modèle de l'événement entrepreneurial propose deux variables explicatives de la crédibilité de l'acte de création.

a/ Les variables de « désirabilité » de l'acte entrepreneurial

La variable « désirabilité » qui caractérise le degré d'attrait qu'un individu perçoit pour un comportement donné (l'événement entrepreneurial) sera ici développé dans ces deux composants : l'attitude personnelle et la perception de l'attitude d'environnement social (ou la norme sociale perçue).

b/ Les variables de « faisabilité »

Selon AJZEN (1992), le concept de contrôle comportemental perçu se rapproche de celui d'efficacité personnelle de Bandura (1977,1982). Le premier mesure la facilité ou la difficulté que le créateur potentiel perçoit pour la réalisation du comportement. Il se définit aussi comme la perception de la présence ou de l'absence des ressources et des opportunités requises pour faire obtenir un

³⁶ EMIN S. (2004), « Les facteurs déterminant la création d'entreprise par les chercheurs publics : application des modèles d'intention », *Revue de l'Entrepreneuriat*, vol. 3, n° 1, pp. 20

comportement. L'efficacité personnelle perçue représente la confiance d'un individu en sa capacité à mener à bien les actions requises pour arriver à certain résultat, la façon dont il juge qu'il réussira à faire face aux situations futur, ou encore la croyance en sa capacité personnelle à réaliser une tâche³⁷.

1-6- Les principales démentions environnementale favorisant la création

1-6- 1 - L'environnement socioculturel

Il s'agit de l'influence du milieu sur l'individu. Le milieu dans lequel vit l'individu joue un rôle important en matière de transmission ou d'inhibition des valeurs (la famille, la société et les régions). Chacun de ces milieux exercent d'une manière ou d'une autre des influences sur des individus qui composent la société. Des études ont démontré que l'un des milieux les plus importants qui véhicule la culture entrepreneuriale et sans nul doute la famille.

L'autre milieu qui joue un rôle très important est le milieu éducatif. Ce dernière permettre au futur entrepreneur d'acquérir des compétences (commercial, management et gestion.....) nécessaire au bon fonctionnement de l'entreprise. Par ailleurs, en dehors de la famille, le territoire peut influencer les individus³⁸.

1-6-2-démentions économique et les relations

Des facteurs d'ordres économiques jouent un rôle non négligeable dans l'acte d'entreprise. Il s'agit des ressources matérielles, technologiques, informatiques, humaines, et financières qui sont indispensables pour tout projet viable. Il est impensable d'espérer crée une entreprise sans disposer au préalable de bien corporel et incorporels. L'entreprise a besoin de différents ressources pour exister et pérenniser.

Les relations occupent une place importante dans la décision d'entreprendre. Des contacts personnels ou professionnels déjà établis par le créateur lui facilitent les choses. L'appartenance du créateur à un réseau lui sera d'une grande utilité dans le cadre de l'exercice de ses fonctions d'entrepreneur. En effet il lui sera plus facile d'obtenir des ressources dont son entreprise a besoin pour se développer. Les anciens étudiants de grandes écoles ou de prestigieuses universités peuvent faire

³⁷[Sandrine Emin](https://www.cairn.info/revue-de-l-entrepreneuriat-2004-1-page-1.htm): « les facteurs déterminant la création d'entreprise par les chercheurs public : application des modèles d'intention », Revue de l'entrepreneuriat , Éditeur : [De Boeck Supérieur](#), -Vol 3 n1, 2004, p68.voir le lien : <https://www.cairn.info/revue-de-l-entrepreneuriat-2004-1-page-1.htm>

³⁸[Le blog de Abdallah Mohamed Bourhan](http://abdallah.overblog.com/pages/Les_facteurs_influencant_lentrepreneur-1749435.html): « Les facteurs influençant l'entrepreneur », Divers articles sur l'économie : création d'entreprise, développement local, développement humain.voir le lien : http://abdallah.overblog.com/pages/Les_facteurs_influencant_lentrepreneur-1749435.html. Consulté le 20/05/2018.

jouer leurs relations (anciens camarades, professeurs ou professionnels rencontrés dans le cadre de leur étude) pour les aider à mener à bien les projets.

1-6-3-Les motifs politiques

Les actions politiques et gouvernementales peuvent influencer la dynamique entrepreneuriale. D'abord, l'environnement juridique est susceptible d'encourager ou limiter l'initiative individuelle. Ensuite, la mise en place de certains dispositifs d'accompagnement peut permettre la réalisation effective d'un projet. Enfin, les états accordent des aides spécifiques aux entrepreneurs sous forme d'avantages financiers, d'ouverture des marchés publics ou d'assistance aux personnes en difficultés.

Section 2 : La motivation dans le domaine de l'entrepreneuriat

Les entrepreneurs décident de créer leur propre entreprise à cause d'eux même. Un ensemble de caractéristiques se réunissent chez l'individu entrepreneur qui lui incite prendre la décision d'entreprise.

2-1- Facteurs économiques

Les facteurs économiques sont les ressources informationnelles. Humaines, financières. Ils s'occupent une position clé dans la démarche entrepreneuriale. Ce sont les ressources auxquelles doit accéder l'entrepreneur en vue de créer son entreprise.³⁹

2-1-1- Accessibilité au marché

L'existence de marchés ouverts influence positivement la création d'entreprise. Il existe des marchés ouverts mais encombrés, d'autres sont fermés ou très réglementés, l'implantation d'une nouvelle entreprise y quasiment impossible.

Les réseaux personnels et professionnels constituent des éléments facilitateurs et des catalyseurs qui permettent de gagner du temps et de l'efficacité face à la complexité des situations et à la multiplication des démarches et procédures. Ceci justifie parfaitement le vieux dicton : « ce que vous connaissez est bien moins utile que les personnes que vous connaissez.⁴⁰»

³⁹ A FAYOLLE, « Le métier de créateur », Editions d'Organisation, 2003, P 67.

⁴⁰idem, p67

2-1-2- Ressource financières :

Pour financer leurs projets, les entrepreneurs recourent tout d'abord à leur famille, puis aux organismes de l'Etat, essentiellement l'ANSEJ qui leur facilite également la détention des prêts bancaire, ensuite l'épargne pour ceux qui étaient en activité avant la création de leur entreprise et la dernière source est les aides et prêts de leur proche et amis.

2-2 Les besoin à l'origine de la motivation

Les besoins à l'origine de la motivation entrepreneuriale ont été présentés dans plusieurs études, mais ce n'est que récemment que les auteurs ont tenté de valider leurs approches.

Brockhaus&Horwitz (1986)⁴¹ proposent trois catégories de facteurs susceptibles d'influencer la décision de créer une entreprise : les facteurs psychologiques individuels, les expériences antérieurs et les caractéristiques personnelles du porteur de projet. Ils retiennent cinq facteurs psychologiques principaux : **le besoin d'accomplissement, la croyance en la maîtrise de sa destinée (*locus of control*), la propension à prendre des risques, la créativité et les valeurs.** A ces facteurs, Cromie (2000)⁴²ajoute **la tolérance à l'ambiguïté, l'autonomie et la confiance en soi.**

2-2-1 La tolérance à l'ambiguïté

Le risque et l'incertitude font partie de l'univers de l'entrepreneur avec comme conséquence que les décisions sont souvent prises dans un contexte d'information limitée. Ce manque de clarté crée souvent de l'ambiguïté et Koh (1996), suggère que les entrepreneurs doivent avoir un niveau élevé de tolérance à l'ambiguïté. Son étude montre que ce facteur est essentiel pour différencier les entrepreneurs des autres.

Schere (1982) propose une étude fondée sur un échantillon de 52 entrepreneurs et 65 managers. Il montre que l'hypothèse générale est validée : les entrepreneurs montrent une plus grande tolérance à l'ambiguïté que les managers. L'auteur teste son hypothèse sur un troisième

Groupe : les porteurs de projets .Dans ce cas, la tolérance à l'ambiguïté se situe à mi-chemin des deux autres groupes. Il explique ce résultat en indiquant que les répondants sont souvent encore des managers qui ont l'idée de créer une affaire. Schere (1982) explique la plus forte tolérance à l'ambiguïté

⁴¹ BROCKHAUS, R.H. et HORWITZ, P.S. The psychology of the entrepreneur.In: SEXTON, D.L. et SMILOR, R.W. (éd.), *The art and science of entrepreneurship*. Cambridge: Ballinger, 1986, 456 p.

⁴² CROMIE, S. Assessing entrepreneurial inclinations: some approaches and empirical evidence. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 2000, 9/1, 7-30.

des entrepreneurs par leur attitude face à la nouveauté et le changement. Les créateurs d'entreprise pensent qu'ils ont la capacité à faire face aux défis nouveaux et à gérer le changement⁴³.

2-2-2 La confiance en soi

Les managers et les entrepreneurs recherchent et accomplissent des activités difficiles, et il est peu probable qu'ils puissent réussir leurs entreprises avec une faible confiance en eux-mêmes. Étonnamment, DUBS (1988) ne considère pas la confiance en soi séparément et l'associe au *locus of control*. Par contre, Koh (1992) indiquent que cet élément est lié à la tolérance, à l'ambiguïté et à la créativité. Bien que la confiance en soi puisse être liée à d'autres attributs et que le succès conduise également à la renforcer, Koh (1996) pense que c'est un facteur fondamental pour expliquer la réussite entrepreneuriale. Cependant, ces études ne parviennent pas à confirmer que les porteurs de projets ont une plus grande confiance en eux que les autres. Peut-être que la confiance en soi est-elle un résultat plutôt qu'un déterminant de l'entrepreneuriat?

2-2-3- Le besoin d'autonomie

Le besoin d'accomplissement, l'*internallocus of control*, le risque calculé et la créativité sont les caractéristiques souvent mises en avant chez les entrepreneurs. Certaines recherches mettent également en avant l'indépendance. Les créateurs d'entreprise veulent contrôler et certains trouvent cela difficile dans un environnement contraint (salarial, par exemple). Un tel contexte réduit la créativité et n'apporte que peu de récompenses intrinsèques, lesquelles sont importantes si le besoin d'accomplissement guide l'individu (Cromie, 2000).

Les entrepreneurs préfèrent souvent éviter les contraintes imposées par des règles, des procédures et des normes sociales, et ils sont parfois considérés comme des individus déviants. En écho à l'idée d'un besoin d'autonomie important chez l'entrepreneur, Cromie (1987) indique que cet élément est l'une des principales raisons avancée par les entrepreneurs interrogés dans son étude, et Kuratko&Hodgetts (1995) considèrent l'indépendance comme un facteur clé lié à l'entrepreneuriat⁴⁴.

⁴³ Pape MadikchéDiope : « La motivation entrepreneuriale dans le contexte sub-saharien francophone », thèse doctorat, pour obtenir le grade de : Docteur du Conservatoire National des Arts et Métiers Discipline/ Spécialité : Sciences de Gestion, septembre 2012, p115.

⁴⁴ibid, p115.

2-3 Créativité et innovation

Les entrepreneurs doivent témoigner d'une réelle créativité et d'une capacité à innover. Leur fonction principale est l'innovation et l'introduction. Dans un environnement donnée, de nouvelles combinaisons productives, cherche de nouvelles idées et introduisent de nouvelles manière de réaliser de nouveau produits. L'innovation n'est pas nécessairement une innovation de rupture, elle peut s'envisager à travers des modifications marginales. D'après cet auteur, les entrepreneurs ont un comportement innovateur et créatif.

2-3-1 Besoin d'accomplissement

Selon Mc Celland, les personnes ayant un fort besoin d'accomplissement, ils ont les attributs de comportement suivants :

- 1- La prise de risque basé sur la compétence et non sur la croyance au hasard.
- 2- La prise de responsabilité personnelle en ce qui concerne les décisions.
- 3- Une activité énergique et innovatrice.
- 4- La capacité de planifier à long terme.

2-3-2- L'internalisé du lieu de contrôle

.L'internalisé a été développée par ROTTER dans le cadre de sa théorie de l'apprentissagesocial par le renforcement. Elle décrit un concept de soi où l'individu attribue sa performanceà sa propre responsabilité plutôt qu'à celle des autres et où il croit qu'il peut modifier sonenvironnement plutôt que de se croire soumis à la chance et au destin. Ce concept de soiconduit également l'individu à penser qu'il a de bonnes chances de pouvoir orienter sa viecomme il l'entend dans le futur.⁴⁵.

2-3-3 - Besoin d'Indépendance

Nombre d'études de cas d'entrepreneuriat révèlent que le désir d'être indépendant et autonome est l'explication fréquemment donnée comme motif de création d'une nouvelle entreprise. Le besoin d'indépendance et d'autonomie sont considérés comme attribut des entrepreneurs. Ils ont été reconnus comme des motivations à entreprendre³. Selon A. Shapero⁴⁶, Les premiers mobiles de l'entrepreneur sont le besoin d'indépendance, le désir d'être son propre patron et l'aspiration à l'autonomie⁴.

⁴⁵ Ibid,p112.

⁴⁶ A FAYOLLE, « Le métier de créateur », Editions d'Organisation, 2003, P 61.

La notion d'entrepreneur est liée à la capacité de pouvoir régler soi-même son travail. Autrement dit, la personne détermine les tâches à effectuer et le planning à respecter pour parvenir aux résultats escomptés. Certains traits de la personnalité des entrepreneurs peuvent faire en sorte que "leur indépendance est la chose la plus désirable au monde" ⁴⁷.

Pour Stevenson⁵ (1987), les jeunes sont motivés pour entreprendre depuis assez longtemps, souvent dès leur enfance. La motivation des jeunes entrepreneurs est l'indépendance, d'échapper aux ordres des supérieurs et le besoin de réalisation personnelle pour gagner de l'argent. A ce titre, la motivation première des entrepreneurs pour Guillaume (1998), c'est d'être son propre patron. Ils créent surtout par défis avec eux-mêmes (désir d'accomplissement, indépendance...) que par opportunité pour un marché ou à cause de pressions diverses.

Enfin, le fait d'être son propre patron est également la garantie d'un emploi stable pour l'entrepreneur⁴⁸.

Conclusion

Le phénomène de la création d'entreprise est annoncé par les différents déterminants les facteurs motivationnel détermine le comportement. Plusieurs motivations peuvent mener à la création de l'entreprise. L'indépendance est une motivation d'entreprendre. Le défi est un caractère motivationnel. Plusieurs études ont démontré que les créateurs d'entreprises ont des caractères spécifiques qui les conduit a créé leurs propres entreprise. Ces caractéristiques sont liées à l'origine de l'entrepreneur et à son histoire qui regroupent les caractéristiques intrinsèques à l'individu (telles que l'âge et le sexe), des variables propres à son passé (son éducation ou son expérience professionnelle), l'entourage entrepreneurial et des éléments relationnels ayant pu l'influencer dans ses choix. Les motivations entrepreneuriales des entrepreneurs régissent d'une combinaison complexe de facteurs qui sont interdépendant. C'est un processus qui ne saurait se réduire à un phénomène constant.

⁴⁷Nacéra. NASROUN &Pr Matouk BELATTAF : « Les déterminants de la création des PME : cas de la wilaya de Béjaïa », Colloque national Stratégies d'organisation et d'accompagnement des PME en Algérie. Organisé par FSEGC de l'Université de Ouargla, les 18&19 avril 2012, p05.

⁴⁸ E Baccari, « Les motivations entrepreneuriales des jeunes entrepreneurs Tunisiens : Etude exploratoire », Haute école de gestion (HEG) Fribourg, Suisse, octobre 2006. P 8

TROISIEME CHAPITRE

La dynamique entrepreneuriale en Algérie

Depuis la fin des années 1980, tous les gouvernement algérien ont compris que le secteur public seul ne peut répondre aux besoins économiques et sociaux grandissant du pays, par conséquent ;le recours au secteur privé est une nécessité absolue. Et c'est dans ce contexte de transition, d'une économie dirigée vers une économie de marché, que la PME s'est imposée, par sa diversité, sa flexibilisé et sa capacité à créer des emplois, comme une entité susceptible de compenser le déficit de la grande entreprise nationale.La création de la PME occupe une position de premier plan dans le processus de développement algérien notamment à travers des réformes économiques libérales, ce qui explique le développement économique de l'investissement et le phénomène démographique important de la PME privée. C'est dans ce contexte qu'il est important de bien présenter l'état de la situation des PME en Algérie.

L'objet de ce chapitre est justement d'essayer d'avoir la place des PME dans l'économie Algérien et précisément dans la willaya de Bejaia.

Section 01 : La réalité des PME en Algérie

Les PME algériennes sont caractérisées par un développement important et rapide dans un cadre encore en transformation, passent par deux étapes d'évolutions, la première est la période de l'économie centralisée et la deuxième est celle de l'économie du marché

1-1 L'évolution du cadre institutionnel de la PME en Algérie

Avec l'échec de la stratégie industrielle des années 70, l'état algérien a mis plusieurs dispositifs de promotion des investissements, en taillant une place primordiale pour la petite et

Moyenne entreprise. Cette dernière est devenue un instrument privilégié pour l'Algérie dans le cadre des réformes, dont l'objet était de déclencher une relance économique et sociale.

Il est évident de dire que la PME est importante pour la croissance, l'emploi et le bien être d'un pays. Toutes les statistiques de la vaste majorité des pays développés prouvent que les

PME produisent 70% en valeurs ajoutée et créent plus de 60% des emplois. L'Algérie comme tous les pays européens a pris conscience de la nécessité du développement de ce secteur vital, en prenant un certain nombre de mesures : création d'institutions, modification de la réglementation et autres.

1- 2 Quelques données statistiques sur la PME en Algérie

Chapitre III : La dynamique entrepreneuriale en Algérie

1-2-1- Evolution de la population globale des PME

L'évolution de la population de la PME entre le 1er semestre 2016 et le 1er semestre 2017 est de 4,56 % tous secteurs juridiques confondus, représentant un accroissement net total de +46 214 PME.

Pour les PME privées personnes morales, cette l'évolution est de 3,24%.

Tableau N°2 : Évolution de la population globale des PME (S1/2016 et S1/2017)

		<i>S1/2016</i>	<i>S1/2017</i>	<i>L'évolution</i>
Population globale de la PME		1 014 075	1 060 289	4,56
PME privées personnes morales		577 386	596074	3,24

Source : Bulletin d'information Statistique de la PME, N°31, Données du 1er semestre 2017,p 13.

1-2-2 Evolution des PME (personnes morales) par secteur d'activité

Les secteurs où la création d'entreprise a été la plus forte entre les deux premiers semestres des exercices 2016 et 2017, restent ceux des services avec 53,04%.

Les PME à caractère industriel sont au nombre de 92 804 entités à la fin du 1er semestre 2017, contre 99 275 entités à la fin du 1er semestre 2016, soit une régression de 6,52 %.

Tableau N°3 : Évolution des PME privées (personnes morales) par secteur d'activité (S1 2016/ S1 2017)

	<i>Secteurs d'Activité</i>	<i>S1/2016</i>	<i>Parts (%)</i>	<i>S1/2017</i>	<i>Parts (%)</i>	<i>Evolution (%)</i>
I	Agriculture	7 094	1,23	6392	1,07	-9,90
I	Hydrocarbures, Energie, Mines et services liés	3 201	0,55	2843	0,48	-11,18
I	BTPH	169 124	29,29	177727	29,83	5,09
I	Industries Manufacturières	99 275	17,19	92804	15,58	-6,52
V	Services	298 692	51,73	316044	53,04	5,81
	Total Général	577 386	100,00	595810	100,00	3,19

Source : Bulletin d'information Statistique de la PME, N°31, p 14.

1-2-3- Évolution de l’emploi par type de PME

L’effectif global des PME, à la fin du 1er semestre 2017, est de 2 601 958 agents, dont seulement 23 679 relèvent des PME publiques. A noter que l’effectif global des PME a progressé de 4,58 % entre le 1er semestre 2016 et le 1er semestre 2017.

Tableau N° 4 : Évolution des emplois déclarés par type de PME

Types de PME	1er semestre 2016		1er semestre 2017		Evolution (%)
	Nombre	Parts (%)	Nombre	Parts (%)	
PME Privées					
Salariés	1438579	57,82	1 517 990	58,34	5,52
Employeurs	1013637	40,74	1 060 289	40,75	4,60
S/Total	2452216	98,57	2578279	99,09	5,14
PME Publiques	35 698	1,43	23679	0,91	-33,67
Total	2 487 914	100	2 601 958	100,00	4,58

Source : Bulletin d’information Statistique de la PME ,N°31, p 14.

1-3-Les caractéristiques des PME algériennes :

- La fonction de décision se fait de la manière suivante : Intuition- Décision- Action.
- La diffusion plus rapide de l’information entre les membres de l’entreprise au niveau interne d’une part, et d’autre part, on trouve un système d’information au niveau externe, qui est simple, dû essentiellement à la proximité du marché. Par ailleurs, la petite entreprise n’a, le plus souvent nul besoin des études de marchés complexes, lourdes et souvent dépassées au moment où elles sont terminées. C’est ainsi, que la perception du changement sur le marché traditionnel local ou régional peut être rapidement saisie par les entrepreneurs attentif aux moindres bruit du marché ».
- Les chefs propriétaires de l’entreprise expriment une certaine aversion au risque du marché, et face à l’incertitude du marché, de ce fait, la petite entreprise réponde en se spécialisant dans des créneaux, stratégies de niche, alliances.

Plusieurs, études tentent à monter que les caractéristiques traditionnelles (spécificité) des PME sont sensibles aux modes de financement. L’ouverture du capital soit par capital-risque, soit alors d’une introduction sur le second marché tend à réduire les spécificités des PME, voire à les remettre en cause comme cela peut être le cas lors d’un rachat d’une PME par un groupe. Dans une optique restrictive, on considère que le modèle- PME est un modèle d’indépendance financière. Partant de là, toute autre

situation est dénaturante. Ainsi, une entreprise de petite taille qui fait appel à une société de capital-risque ou qui émet des actions n'est plus une PME au sens théorique⁴⁹.

1- 4- Les contraintes et les problèmes de la PME en Algérie

Toutes les études récentes font ressortir que les PME algériennes sont soumises à des contraintes multiformes d'intensité variable. Une étude de la banque mondiale (2003) fait apparaître les obstacles rencontrés par les dirigeants des PME, selon la hiérarchie décroissante suivante, qui correspond au degré de sévérité de chaque entrave⁵ :

1- La compétition de l'informel ; 2- L'accès aux crédits ; 3- Coût du crédit ; 4- Les taux d'impôts ; 5- Les incertitudes sur la politique économique ; 6- Les délais bancaires ; 7- La corruption ; 8- L'administration fiscale ; 9- L'accès au foncier ; 10- L'accès aux devises ; 11- Les douanes / réglementations ; 12- L'enregistrement de l'entreprise ; 13- La pénurie de main d'œuvre qualifiée ; 14- Les services portuaires ; 15- L'accès au téléphone ; 16- La législation du travail ; 17- L'accès à l'énergie.

Ces obstacles qui freinent le développement des PME ne sont pas forcément appréhendés dans le même ordre par tous les dirigeants-propriétaires, et se différencient selon la nature des activités.

Pour mieux comprendre leurs contours et bien apprécier le poids et la sévérité de chaque contrainte, nous proposons d'examiner dans ce qui suit celles qui nous semblent être des plus importantes, à savoir : les contraintes découlant de l'informel, financières, relatives au marché du travail, liées au foncier industriel, d'ordre administratif et judiciaire et les contraintes d'informations⁵⁰.

1-4-1 Les contraintes liées au financement :

Les PME, même en économies puissantes n'estiment que l'accès au financement,

Notamment à moyen et à long terme, est l'un des principaux obstacles qui bloquent leurs développements et investissements, cette difficulté est liée à leur faible capacité d'autofinancement, le manque de garanties suffisantes, l'accès aux marchés financiers limité et le coût plus élevé du crédit bancaire. A cet effet, l'état algérien a mis des dispositifs comme le fonds de garanties aux crédits aux PME pour aider ces entreprises à bénéficier de crédits bancaires. D'autres handicaps se trouvent face à ce type d'entreprise, nous citons :

⁴⁹Ziar NABIL, Le Développement de la Petite et Moyenne Entreprise en l'Algérie, Séminaire national sur : Le rôle du PME dans le développement, Université de Laghout, le 8 – 9 avril 2002.

⁵⁰ BOUYACOUB.A, « la PME, dynamique économique et territorial » colloque international sur la gouvernance et développement de la PME organisé les 23.24 et 25 juin 2003.

-La méthode de gestion des dirigeants est influencée par la difficulté d'accès aux informations sur l'environnement qui a un coût élevé⁵¹, en matière des études de marchés.

- L'approvisionnement des PME, et surtout en matières premières est limité par rapport aux grandes entreprises.

_ Un autre inconvénient, au niveau des ventes, réside dans le fait que ces PME n'ont pas suffisamment de moyens humains et matériels pour évaluer les tendances du marché.

_ Des problèmes de production : en général, les PME utilisent des méthodes traditionnelles de production.

_ Les contraintes liées au marché informel qui est prédominant dans l'environnement de la PME.

1-4-2 -La contrainte de foncier

La question du foncier industriel en Algérie demeure l'un des grands handicaps auxquels font face les investissements. Le problème réside dans la multitude d'organisations et d'institutions qui régissent le foncier sans qu'il y ait réel pouvoir de décision. D'après une étude faite par l'Agence Nationale de l'Aménagement territorial (ANAT) en 2001⁵², sur 4211 lots de terrain distribués pour le développement des zones industrielles, 3233 soit 76.77% sont non réglés juridiquement ce qui crée un vrai problème d'accès au financement auprès des banques qui exigent l'acte de propriété pour l'octroi de crédit.

1-4-3 – La contrainte d'ordre administratif

La complexité et la lenteur des procédures nécessaires pour la préparation des dossiers de demande, soit de crédit, soit d'autorisation d'exercice ou même de contrat de bail... Découragement l'initiative privée et limitent, la volonté des entrepreneurs débutants. Ces derniers finissent par se trouver devant une multiplicité des pièces à fournir et dont la préparation ou l'obtention suppose aussi la sollicitation auprès d'une autre administration publique. Ce qui les amène dans un cercle vicieux sans issue.

⁵¹ BRESSY.G et KONKUYT.C.OP.CIT, P 24.

⁵² NASRON.N « Dynamique entrepreneuriale des PME dans la wilaya de Bejaia ». Mémoire de magistère, Bejaia, 2011, p88.

Ces difficultés sont accentuées par le manque de transparence ou l'inexistence d'information entre les différents partenaires qui sont intégrés dans le processus de création d'entreprise : la banque, la caisse ou le fond de garantie⁵³.

1-4-4 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.

1-4-5 Les contraintes d'informations :

Le manque d'information constitue, aux yeux des experts un des principaux obstacles que doivent affronter les dirigeants des PME désireux de se porter à la conquête d'un marché extérieur. Or la réalité de l'économie algérienne est caractérisée par un manque flagrant en matière de disponibilité de l'information⁵⁴. Un déficit d'information fiable et actualisée, à caractère économique, financier et commercial, est à souligner :

- Absence de banques de données statistiques et d'un système d'informations national
- Manque de données et des études de marché (national, régional et local) ;
- Difficultés d'accès aux sources d'informations spécialisées et à Internet qui est jusque-là peu utilisé dans le monde des affaires (80 % des PME algériennes n'ont pas accès à Internet) ;
- Indisponibilité de données et d'orientations sur les opportunités d'investissements ;
- Manque d'informations sur la concurrence et les pratiques des opérateurs économiques.

⁵³ MOR ABDELLAH, « La gouvernance comme un modèle de gestion dans les PME algériennes », mémoire de magistère, management des entreprises, option stratégie, 2016 p 87.

⁵⁴ MADOUJ. M & BOUKRIF. M « De l'économie administrée à l'économie de marché. Les PME à l'épreuve de la mise à niveau des entreprises en Algérie, communication au Colloque International, INRPME-AUF-AIREPME, 27 au 29 mai 2009, Canada

Face à toutes ces lacunes, il nous semble qu'il est impératif pour l'émergence du secteur privé et le développement des PME, de mettre en place un système efficace de collecte, d'analyse et de diffusion des informations économiques. La création d'un établissement d'observation de la PME apportera plus de connaissances et de visibilité sur ce secteur de petites entités, qui demandent un suivi et un appui particulier à chaque étape de leurs vies.

1-5-Les organismes d'appui pour le développement des PME en Algérie :

Les organismes existants en Algérie pouvant avoir un rôle d'appui auprès des PME pour leur développement sont des structures d'aides, sous formes d'agences nationales chargées de l'exécution des politiques publiques d'assistance et de soutien à la création d'entreprises⁵⁵. On traite ici 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'ANGEM.

1-5-1 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. Ses Guichets Uniques Décentralisés sont des antennes de proximité et des interlocuteurs privilégiés auprès des porteurs de projets. Leur principal rôle est de faciliter les procédures et simplifier les formalités de création d'entreprises et de développement des investissements.

Cet organisme d'appui a créé 155 905 postes d'emploi en 2009, soit un total de 998 945 emplois de 2002 à 2009 et ce à travers les réalisations des projets inscrits (19 729 projets en 2009) dans son cadre, pour un investissement total de 6 706 875 millions de Dinars. Cependant il est important de signaler que sur les 71 185 projets enregistrés depuis 2002, plus de 70% concernent le secteur des services, les activités stratégiques comme l'industrie et l'agriculture ne représentent que 10.74% et 2.54% respectivement. D'où la nécessité, pour les responsables d'Agences de s'appliquer à encourager les initiatives de productions manufacturières.

1-5-2- L'Agence Nationale pour le Soutien à l'emploi des Jeunes (ANSEJ) :

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

⁵⁵ BOUTALEB. K : « La problématique de la création d'entreprises face aux contraintes socioéconomiques de l'environnement local en Algérie », communication au Colloque International sur la création d'entreprises et territoires, Tamanrasset, 03 et 04 décembre 2006.p08.

publiques. Mise en place en 1997, il appuie les créations et le financement des micro-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. Or son taux de réalisation dans les projets ne dépasse pas les 56 % dans ces meilleurs cas, et l'ensemble des projets financés est d'environ un tiers seulement par rapport à l'ensemble des projets retenus⁵⁶. Il y a donc une forte déperdition entre le nombre de projets retenus et le nombre d'investissements réalisés. Une carence à combler et des ajustements impératifs à apporter à ce dispositif d'insertion des jeunes chômeurs, qui compte pas moins de 53 agences à travers le territoire national, afin d'améliorer ses résultats et son efficacité.

1-5-3- La Caisse Nationale d'Allocation Chômage (CNAC) :

A partir de 2004 et dans le cadre de la politique nationale de lutte contre le chômage et la précarité, la CNAC a mis en œuvre un dispositif de soutien à la création de l'activité économique, 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. Le dispositif inclut un système de bonification des taux d'intérêts, la réduction des droits de douanes, des exonérations fiscales et dans le souci de préserver les nouvelles TPE un service d'accompagnement et de formation des dirigeants-chômeurs est assuré par les équipes conseillères de la Caisse⁵⁷.

1-5-4- L'Agence Nationale de Gestion du Microcrédit (ANGEM) :

Créée 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 des citoyens à s'auto-prendre en charge, en créant leur propre activité économique. 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

⁵⁶ CHELIL. A & AYAD. S : « PME en Algérie : réalités et perspectives », in revue Economie et Management, N° 09, Octobre 2009, Tlemcen.p13.

⁵⁷ Karim SI LEKHAL, Youcef KORICHI, Ali GABOUSSA : « Les PME en Algérie : Etat des lieux, contraintes et perspectives An overview of SMEs in Algeria: constraints and prospects, العدد / ديسمبر 04مجلة أداء المؤسسات الجزائرية العدد / 2013,p12.

directement par l'Agence. Pour les montants considérables, l'ANGEM a signé des conventions avec les banques publiques (BNA, BADR, BDL, BEA, CPA).

Le microcrédit reste peu répandu en Algérie, et le recours à cette aide financière est peu fréquent par rapport au dispositif ANSEJ ou ANDI, mais dès que cette idée circule dans la société et se transforme en actions concrètes, elle permettra sûrement d'améliorer les bilans des agences et de générer plus de candidats.

A côté 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, on peut citer :

1-5-5- Le Fonds de Garantie des Crédits aux PME

Créé en 2004, 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.

1-5-6- L'Agence Nationale de Développement de la PME créée à l'initiative des pouvoirs publics en 2005, 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.

1-5-7- La Caisse de Garantie des crédits à l'investissement des PME,

Créée en 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. Autrement elle couvre les risques d'insolvabilité, encourus par les banques avec les petits et moyens entrepreneurs.

La plupart de ces institutions sont jeunes, leurs bilans et l'impact de leurs garanties restent modestes, mais elles présentent des perspectives d'essor intéressantes, quand on connaît les contraintes que rencontre la garantie financière pour s'introniser dans le paysage bancaire algérien, à condition

d'assurer une coordination entre les différentes structures impliquées, une bonne diffusion de l'information économique, commerciale et financière, mais surtout d'instaurer des mécanismes de contrôle, afin de maximiser l'efficacité de leurs programmes d'appuis et d'éviter tout dépassement, que peuvent induire le clientélisme et la corruption.

Conclusion :

Malgré la mise en place de toute une batterie de dispositifs d'appui en faveur de l'investissement privé, par les pouvoirs publics, ce secteur reste peu développé et loin de pallier au déficit du secteur public. La plupart des structures de promotion des PME en Algérie sont jeunes, leurs bilans ne sont pas satisfaisants, mais leurs programmes présentent des perspectives prometteuses. Pour améliorer leurs impacts sur le développement économique, les autorités publiques doivent imposer la politique de résultats à aux organismes impliqués. Aujourd'hui, les PME occupent une position importante dans l'économie algérienne, continuent à prendre progressivement davantage de place dans l'activité économique du pays et leur rôle ne cesse d'augmenter avec les nouvelles créations.

Cependant leur poids dans le développement économique reste à renforcer à travers des nouveaux dispositifs d'encouragement et d'accompagnement, en offrant de l'assistance technique et des services de formation, surtout aux PME rurales qui ont besoin de conseils pour moderniser leurs modes de travail⁵⁸.

L'Algérie souffre d'un grand déficit de relations entre le monde de la recherche académique et la réalité économique de l'entreprise. Cette absence de passerelles entre l'université algérienne et le monde de l'entreprise et la non-intégration du développement économique dans la logique de fonctionnement des collectivités locales ne favorisent aucunement l'émergence de l'entrepreneuriat. Pour y remédier, l'Etat algérien et ses institutions sont appelés à s'engager dans un projet d'avenir, concernant le système de la recherche et de l'enseignement avec des partenaires industriels et économiques, par des missions de formations adaptées aux besoins réels du marché du travail, par la création de formations de qualité, en gestion et management, s'appuyant sur des interventions extérieures (chefs d'entreprises, entrepreneurs...), et par l'encouragement de l'apprentissage en alternance, mais surtout par l'intégration des enseignements de l'entrepreneuriat et de l'initiative privée dans les programmes des universités, afin de répandre la culture entrepreneuriale dans la société algérienne. L'idée d'une Ecole Supérieure d'Entrepreneuriat mérite d'être soutenue.

⁵⁸Idem ,p 20.

Section 02 : les PME dans la wilaya de Béjaia

Dans cette section, nous allons présenter la région qui sert à l'étude de cas et nous essaierons de déceler les atouts et potentialités de la région. D'abord, nous présenterons l'aspect géographique et démographique ainsi que les différentes infrastructures économiques de base dont dispose la wilaya. Ensuite, nous présenterons un état des lieux sur la dynamique entrepreneuriale de cette région sous un angle statistique à travers une présentation et analyse de données statistiques recueillies auprès des différents organismes locaux (Direction de la

PME et de l'artisanat, CNAS, La chambre de commerce et de l'industrie...). Enfin, nous procéderons à l'examen de l'apport et de l'impact de la création d'entreprises sur le développement local de Bejaia.

1-2-Les activités économiques dans la wilaya de Bejaia⁵⁹

La wilaya de Bejaia connaît un mouvement économique important dans les différentes branches d'activités, du fait qu'elle se situe dans le TOP 5 en ce qui concerne la création de PME à l'échelle nationale, à cet effet nous allons citer les différentes branches d'activités occupées au niveau de cette wilaya.

1-2-1- L'agriculture

La superficie agricole totale (SAT) est de 164 794 ha soit 51,12 % de la superficie totale de la Wilaya.

Superficie agricole utile (SAU) est de 130 348 Ha soit 79,1 % de la SAT ; dont 6 003 Ha irrigués soit 4,61 % de la SAU qui est répartie comme suit :

- Cultures permanentes : 70 672Ha (dont 97,73 % en arbres fruitiers).
- Terres labourables : 59 676 Ha.
- Pacages et parcours est de 30 859Ha.

La wilaya de Bejaia dispose d'une surface agricole utile de 130 348 ha, qui se subdivise en deux grands groupes : l'agriculture de plaine et l'agriculture de montagne. La première se développe sur les

⁵⁹ HAMADACHE Amara, « Quelle sont les ressources de financement des PME algériennes : problèmes et évaluation ? Cas des PME de la commune d'Akbou, HIMI-Bejaia (groupe INSIM), 2017, p 65

surfaces longeant la Soummam et qui concerne au premier degré les cultures arboricoles, suivies de terres labourables pour les céréales, l'aliment de bétail et la culture légumière.

L'agriculture de montagne concerne essentiellement les activités moins dépendantes de l'irrigation : oliviers, figuiers répartis en petite parcelles : jardins potagers et élevage (bovin, ovin, caprin, avicole, et apicole).

1-2-2- L'industrie

Le secteur industriel dans la wilaya de Bejaia a connu une transformation significative depuis la seconde moitié des années 90. Le secteur public qui était très dominant jusque-là, commençait à se rétrécir devant un secteur privé qui a pu prendre forme en une période de temps relativement courte.

L'industrie de la wilaya de Bejaia connaît ces dernières années une ascension remarquable au niveau national, avec un tissu industriel diversifié et d'une densité forte. La wilaya de Bejaia arrive même à concurrencer les grandes métropoles (Alger, Oran, Annaba,...) en matière d'attraction des investisseurs nationaux et étrangers. Sa densité industrielle est plutôt dominée par les industries agroalimentaires avec un taux avoisinant 50% du nombre de PME/PMI du total du secteur industriel.

Ces entreprises se répartissent inégalement sur le territoire de la wilaya. La plus grande part se localise dans les grands centres urbains. En outre, les plus importantes entre elles se trouvent dans les parcs d'activité, c'est-à-dire dans les zones industrielles et les zones d'activités spécialement aménagées. Actuellement les trois zones industrielles (Bejaia, El-Kseur et Akbou) ainsi que certaines zones d'activité (TAHARACHT-Akbou, El-Kseur) regroupent presque la totalité des moyennes et grandes industries.

1-2-3- Les activités tertiaires

Avec 13 464 unités employant 45 628 travailleurs, les bâtiments et travaux publics, le commerce, le transport et la communication sont les secteurs d'activités dominant, respectivement plus de 50% de la totalité des activités mais ne générant qu'un quart des emplois créent. A cet effet le développement du secteur tertiaire a été encouragé par les différents dispositifs de lutte contre le chômage, tel que l'ANSEJ qui a financé un grand nombre de projets.

Les petites et moyennes entreprises (PME) et les petites et moyennes industries (PMI) à travers la wilaya de Bejaïa occupent une place stratégique par le nombre d'unités existantes qui s'élèvent à 21 067 où par le nombre de postes de travailleurs avec 59 313 employés.

1-3-Les infrastructures de base⁶⁰

1-3-1- Réseau routier

- Routes nationales : 3 934 Km
- Chemins de la wilaya : 442 Km
- Chemins communaux : 3 228 Km

1-3-2- Réseau ferroviaire

- Longueur de la voie ferrée : 90 km
- Nombre de gares : 9

1-3-3- Infrastructure maritime

- Jetée 3.400 ml
- Quais 2.730 ml
- Appontement pétroliers : 2 avec 3 postes
- Superficie des plans d'eau 156 Ha
- Superficie des terres pleines 50 Ha

1-3-4- Infrastructure aéroportuaire

- 1 aéroport international situé au chef-lieu de wilaya

1-3-5- AEP et Assainissement

- Réseau d'AEP : 2 188 Km
- Réseau d'assainissement : 1 767 Km
- Taux d'électrification urbain : 99%.
- Taux de couverture en gaz de ville : 32%.

1-3-6- Energie

1-4- Données globales sur les PME de la wilaya de Bejaia

La catégorie des petite et moyenne entreprises PME est constituée des entreprises qui occupent moins de 250 salariés, et qui ont un chiffre d'affaire annuel inférieur à 2 milliards de dinars ou dont le total du bilan annuel inférieure a 500 million de dinars.

⁶⁰ Rubrique Monographie, wilaya de BEJAIA ,opcit , page 5

La Wilaya de Bejaia connait un certain dynamisme économique, cette dynamique s’applique par un nombre important de PME, à la fin de l’année 2015 la wilaya a enregistré 21 067 PME et 59 313 emplois.

1-4-1- La population des PME dans la wilaya de Bejaia (2011-2015)

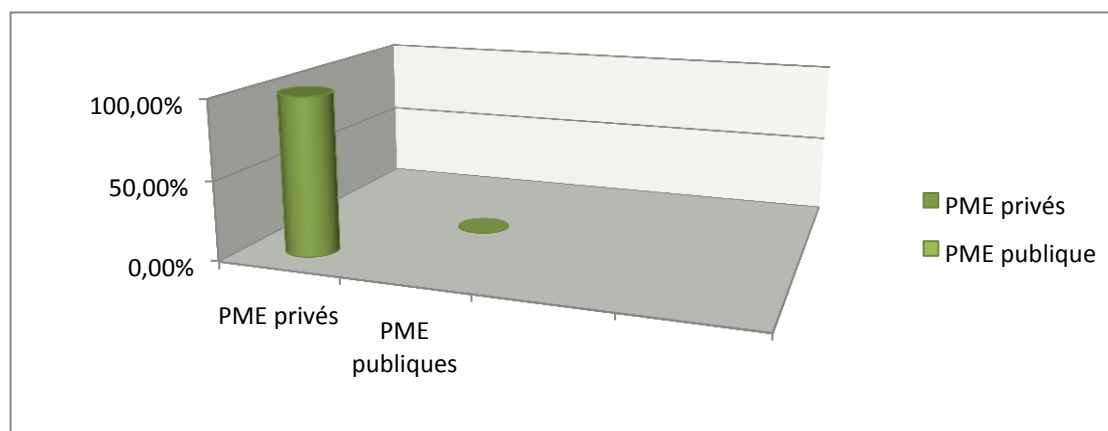
A la fin du 1er semestre 2017, la population globale des PME s’élève à 1 060 289 entités dont près de 57% sont constituées de personnes morales, parmi lesquelles on recense 264 Entreprises Publiques Economiques (EPE). Le reste est composé de personnes physiques (44%), dont 21% de professions libérales et 23% d’activités artisanales.

Tableau N° 06 : La population des PME dans la wilaya de Bejaia au 31/12/2015.

Nature des PME	Nombre de PME	Emploi	Parts
PME privés	21 026	56 849	99,80%
PME publique	41	2 464	0,20%
Total	21 067	59 313	100%

Source : la direction des PME de la wilaya de Bejaia (DPME). **Figure**

N°04: La population des PME dans la wilaya de Bejaia au 31/12/2015



Source : la direction des PME de la wilaya de Bejaia.

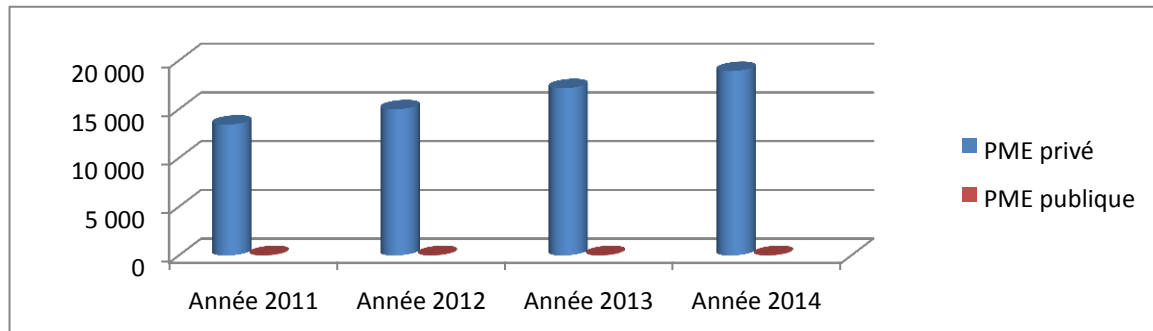
1-4-2- L’évolution des PME privées du 31/12/2011 au 31/12/2015:

Tableau N° 07: L’évolution des PME privées du 31/12/2011 au 31/12/2015

Nature de PME	Année 2011	Année 2012	Année 2013	Année 2014	Année 2015
PME privé	13 433	15 000	17 166	18 931	21 026
PME publique	41	41	41	41	41
Total	13 474	15 041	17 207	18 972	21 067

Source : la direction des PME de la wilaya de Bejaia.

Figure N° 05 : Evolution des PME Privées pendant la période allant de 2011 à 2015



Source : *Elaboré par nos soins à partir des données de la direction des PME de la wilaya de Bejaia*

Nous remarquons que le nombre de PME augmente d’une année à une autre, elle a connu une croissance à moyen de 1773 entreprise par année, cela est due à la création de nouvelles unités de production, et de la contribution des organismes locaux pilotant les différents dispositifs de soutien à l’emploi comme L’ENSEJ, L’ANGEM. Ce qui implique une augmentation de l’emploi, aussi la contribution de ces PME à redynamiser l’économie locale par la création de la valeur ajoutée.

1-4-3- Répartition des PME par commune au 31/12/2016

Dans le tableau ci-après, nous allons présenter la répartition des PME par commune sur le territoire de la wilaya de Bejaia avec de l’emploi.

Tableau N° 08 : Répartition des PME par commune

Communes	Nombre de PME	Emploi
BEJAIA	6869	21871
AKBOU	1950	7387
TAZMALT	851	1924
EL-KSEUR	816	2609
TIMEZRIT	625	1401
KHERRATA	610	1199
AMIZOUR	586	1134
SIDI AICH	580	1211
SOUK EL TENINE	459	1313
AOKAS	455	1402
OUED GHIR	448	1250
SEDDOUK	444	1758
IFRI OUZELLAGUEN	399	1359
TICHY	393	1273
SEMAOUN	312	825
TASKARIOUT	311	724
DRAA EL KAID	278	840

TALA HAMZA	260	612
DARGUINA	235	503
AIT REZZINE	221	426
FERAOUN	221	401
BARBACHA	209	390
MELBOU	205	957
AIT SMAIL	203	684
CHEMINI	197	362
BENI DJELIL	189	480
BOUDJELLIL	179	674
SOUK OUFLA	173	442
AMALOU	170	366
IGHRAM	149	402
BOUHAMZA	135	191
TOUDJA	123	323
ADEKAR	119	341
FENAIA ILMATEN	118	315
EL FLAY	117	466
TAMRIDJET	112	188
BENI MAOUCHE	111	387
M' CISNA	107	541
BENI KSILA	103	217
TIZI NBERBER	103	239
BOUKHLIFA	100	246
KENDIRA	95	197
IGHIL ALI	91	153
AKFADOU	91	153
TIFRA	88	185
CHELLATA	80	119
TAOURIRT IGHIL	76	131
TIBAN	72	172
SIDI AYAD	67	126
TINBDAR	63	150
BENI MLIKECHE	45	68
TAMOKRA	23	42
TOTAL	23472	61129

Source : *CNAS de la wilaya de Bejaia* Le tableau ci-dessus nous montre la concentration de la majorité des PME dans les quatre premières communes (Bejaia, Akbou, Tazmalt et El-Kseur) qui peut s'expliquer par la disponibilité des infrastructures de base dans ces régions et surtout l'existence des zones industrielles mieux aménagées.

1-4-4 Présentation du tissu économique de la wilaya de Bejaia 2017

Selon les données de la CNAS, la composante ‘‘entreprises’’ de la wilaya de Béjaia, au 31 décembre 2016, s’élève à 23 555 entreprises, générant un nombre global d’emplois de 85 294. Ce potentiel d’entreprises se compose de :

➤ A la faveur de la loi n° 17 -12 du 10 janvier 2017 portant loi d’orientation dur le développement de la PME, le nombre total de **23 513 PME** publiques et privées pour un nombre total d’emplois de **63.735** permettant ainsi de classer Béjaia à la quatrième position à l’échelle nationale, juste après Alger, Oran et Tizi Ouzou. Ces entreprises, pourraient constituer les fers de lance d’une dynamique de reprise économique plus efficiente.

Le BTPH, les commerces, les transports et les communications représentent plus de **61%** de la totalité des activités, en créant **50%** des emplois.

Elles sont constituées en majorité de très petites entreprises (TPE) 95,65%, La création de véritables moyennes entreprises est assez faible, seuls 141 entreprises relèvent en fait (50 salariés) de cette catégorie dont 49 activent 5 dans le BTPH.

PME privées

Ces entreprises constituent la composante majeure de la population des PME opérationnelles, et emploient, selon la même source un effectif total de **61.129** emplois déclarés.

1-4-5 Répartition des PME et de l’emploi par Daïra :

La concentration des PME privées se centralise dans **Daïra de Bejaia** avec un taux de **31,17%**. Ce qui présente **7 317** PME dunombre total des PME qui est de **23 472**PME.

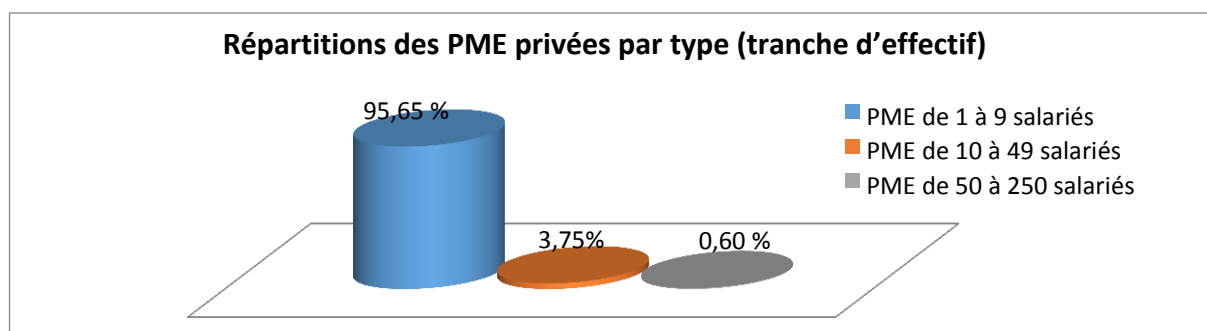
La **Daïra d’Akbouse** situe en deuxième position avec **2 231** PME, soit un taux de **9,50 %**.

En troisième position, il y a la **Daïra de Tazmalt et el kseur** avec un taux de **4,57 %** et **4,50 %** respectivement.

Source : Mohamed AlaidHamzaoui : « **LE FONCIER INDUSTRIEL DANS LA WILAYA DE BEJAIA : SITUATION ACTUELLE ET PERSPECTIVES** », p 07.

1-4-6-Répartitions des PME privées par type (tranche d’effectif)

Figure N° 06 : Répartitions des PME privées par type (tranche d'effectif)



Source: Mohamed Alaid Hamzaoui ,opcit, p08.

Tableau N° 09 Répartitions des PME privées par type (tranche d'effectif)

Secteurs d'activités	PME de 1 à 9 salariés	PME de 10 à 49 salariés	PME de 50 à 250 salariés	Nombre de PME
Services	13 642	383	51	14076
En %	96,92%	2,72%	0,36%	
BTPH	5 316	276	49	5641
En %	94,24%	4,89%	0,87%	
Industries	3 066	152	40	3258
En %	94,11%	4,66%	1,23%	
Agriculture et pêche	425	67	01	493
En %	86,21%	13,59%	0,20%	
Services liés aux industries	02	02	00	04
En %	0,5%	0,5%	00%	
Total	22 451	880	141	23472
En %	95,65%	3,75%	0,60%	100%

Source : direction des PME bejaia 2017.

Dont 3 258 PME Industrielles (privées)

Au niveau du secteur industriel, il est enregistré la création de 3258 entreprises dont 3066 sont des TPE et 152 ont un effectif de plus de 10 Salariées et seules 40 d'entité elles ont un effectif supérieur à 50 employés. La moyenne d'emplois par PME privée est de **2,60** emplois/ PME.

Tableau N°10 : Répartition des PME industrielles par secteur d'activité

Secteur d'activité	Nombre de PME	Emploi
I.S.M.M.E	547	2 168
Matériaux de construction	313	1 632
Chimie, caoutchoucs, plastique	164	747
Industries agroalimentaires	784	3327
Industrie Textile	296	527
Industries des cuirs et chaussures	6	14
Industrie du bois, liège et du papier	1 070	2 110
Mines et carrières	33	469
Industries diverses	45	63
Total	3 258	10 588

41 PME Publiques

Le nombre total des PME publiques à la fin de l'année 2016 est de **41** PME soit **0,17%** par rapport au total cumulé dont 21 PME industrielles.

Les PME publiques emploient, selon la même source, un effectif total de **2 606** La moyenne d'emplois est de **63,56** emplois par PME pour les entreprises publiques.

1-5 Le tissu industriel de Béjaïa (Les grandes entreprises (>250)) :

Tableau N°11 : Le tissu industriel de Béjaïa est animé par 42 grandes entreprises

Secteur d'activité	Public		Privé		NbreEnt.	Nbre Emploi
	Nbre Ent.s	Nbre Emploi	NbreEnt.	Nbre Emplois		
Services et travaux publics pétroliers	02	1 088	-	-	02	1088
I.S.M.M.E	-	-	01	286	01	286
Matériaux de construction,	-	-	01	375	01	375
Bâtiments et travaux publics	02	583	08	3034	10	3 617
Chimie, plastique	01	346	-	-	01	346
Industries agroalimentaires	-	-	08	7 668	08	7 668
Industrie Textile, bonneterie,	04	1763	-	-	04	1 763
Industries des cuirs	01	270	-	-	01	270
Industrie du bois, liège, papier,	02	578	01	781	03	1 359
Transport et communication	01	343	04	1885	05	2 228
Services	04	1985	01	574	05	2 559
Total	18	6956	24	14 603	42	21 559

Source : direction de l'industrie de Bejaia 2017.

1-6 Perspectives de développement des PME algériennes :

Tous les programmes et les efforts pour la promotion des PME ne se valent pas, mais l'observation de leurs bilans nous enseigne qu'ils sont sérieux, même si leurs résultats réels ne sont pas vraiment satisfaisants, faute des gaspillages de l'énergie et de l'argent, par conséquence des efforts restent à faire. Pour qu'un dispositif soit efficace, il doit en premier, débiter par une définition claire et opérationnelle des actions à mener. Des règles doivent évincer du bénéfice ceux qui ne sont pas dans le besoin, pour ne pas détourner les ressources dont les porteurs de projets et les PME ont ardemment besoins. La multiplicité des acteurs institutionnels et l'absence d'une coordination entre les différents organismes n'arrangent pas l'essor de la PME algérienne.

Elle a besoin de bénéficier d'une politique globale de développement dont les programmes de soutien doivent être bien articulés, dans une vision de moyen et long terme. Un programme national pour le développement des PME- Industrielles (PMI) est nécessaire, comme il se fait, notamment en Tunisie à travers l'Agence de la Promotion de l'industrie (certifiée ISO 9002), qui facilite l'enregistrement des affaires et des *start-up* manufacturières en particulier et qui a pour objectif la création de 240 nouvelles Moyennes Entreprises par année.

Pour renforcer le parc des PME, il faut créer des centres locaux de facilitation des procédures de création et de démarrage des entreprises, par répercussion augmenter le nombre d'unités économiques et industrielles et aspirer à atteindre 1 million et demi de PME. Un chiffre avancé par les experts comme nécessaire au décollage de l'économie nationale. L'Algérie connaît beaucoup de TPE (96,15% des PME). A l'inverse, elle y a un véritable déficit d'entreprises de taille moyenne.

Il faut se soucier de la création mais aussi du devenir des entreprises après leurs naissances, en créant des outils pour un suivi longitudinal qui leur permettra de grandir. Mettre en place un programme national dédié à la création des PME dites « *gazelles* » à forte croissance⁷, qui deviendront dans quelques années de grands groupes. Sachant que l'épanouissement des PME se fait Particulièrement dans le giron des grandes firmes et l'intégration dans un groupe constituera une voie privilégiée de développement pour la PME algérienne.

Face à l'étendu des enjeux des PME dans le développement économique du pays, il est plus que jamais nécessaire de lever toutes les contraintes et les handicaps structureaux qui pèsent sur leur épanouissement. Un défi que les autorités ont tenté de relever (depuis des années) sans vraiment atteindre les objectifs escomptés. Des mesures et des actions demeurent et doivent être entreprises,

puisque'il existe un potentiel énorme de nouveaux porteurs de projets. Nous proposons les plus importantes⁶¹ :

- Moderniser le système bancaire en l'impliquant davantage dans le financement des petits entrepreneurs, en développant des instruments adaptés aux besoins spécifiques des PME et en décentralisant la décision d'octroi de crédit ;
- Renforcer la capacité de financement des entreprises par la création d'une banque spécialisée dans le financement des PME, comme OSEO en France ou BFPME en Tunisie. Qui aura pour vocation d'accompagner le développement de ces entreprises dans toutes les étapes de leur croissance et leur faciliter l'accès aux financements ;
- Développer le financement par le capital-risque, qui reste très peu répandu, mais aussi le microcrédit, un instrument susceptible d'allumer le moteur économique des individus qui n'ont pas les moyens financiers et éveillera la créativité qui existe en chaque personne ⁶²; le microcrédit peut en outre, apporter une réponse aux difficultés financières que rencontrent les promoteurs-chômeurs pour constituer le fameux apport personnel (5% ou 10% du coût du projet) que réclame l'ANSEJ et les banques.
- Réformer l'administration publique et ses institutions, en adaptant leurs fonctionnements aux exigences de l'économie de marché et en réduisant les degrés de la bureaucratie et de la corruption ;
- Former les dirigeants des PME, en organisant des séminaires sur l'organisation du travail, la gestion, l'utilisation de l'outil informatique..., avec la création d'un réseau de centres de formation des dirigeants des PME, comme celui existant en Tunisie depuis 1980.
- La vulgarisation des aides financières et des garanties existantes pour maximiser l'utilisation des PME pour les lignes de crédits ouvertes.
- Impliquer davantage les collectivités locales (APC et Daïras) dans le processus de la promotion des PME. Leur permettre d'apporter des orientations et des aides techniques, par leur proximité des entrepreneurs grâce à des budgets spécifiques.
- Permettre l'accès au foncier aux meilleurs coûts et faciliter l'installation des porteurs de projets de création d'entreprise.
- La mise en place d'un système national efficace de collecte, d'analyse et de diffusion d'informations économiques et financières et l'encouragement de l'utilisation des techniques de communication nouvelles comme Internet.

⁶¹ Karim SI LEKHAL, Youcef KORICHI, Ali GABOUSSA, opcit , p 20.

⁶² YUNUS. M : « Vers un nouveau capitalisme », édition Jean Claude LATTES, 2008, Paris ,p 101.

- Encourager l'apprentissage des langues étrangères chez les chefs d'entreprises et les nouveaux diplômés, quand on sait que près de 80% du contenu d'Internet est rédigé en anglais.
- Encourager la diversification du tissu des PME-PMI par la promotion de la sous-traitance et le soutien des activités artisanales, à travers des mesures incitatives fiscales et financières.
- La mise en place de nouveaux dispositifs d'aide et de promotion des *PME- High Tech*, orientées vers l'innovation et les technologies de l'information.
- Renforcer le rôle des pouvoirs publics pour améliorer la compétitivité des entreprises, dans la finalité d'accroître la taille des PME et stimuler leurs innovations.
- Créer des organismes d'appui et d'accompagnement pour le développement international des PME algériennes.
- Mettre en place des mécanismes et des instruments de contrôle pour réduire l'impact des pratiques hasardeuses, qui peuvent nuire aux différentes mesures et programmes d'appui destinés aux PME.

CONCLUSION

On conclut que les PME jouent un rôle très important dans le développement économique de chaque pays, car elles sont capables de résoudre les problèmes socioéconomiques, accroître la richesse et améliorer le niveau d'emploi. Par conséquent, on peut dire que le recours aux entreprises reste indispensable et incontestable, puisque ces dernières constituent la base du tissu économique d'un pays.

D'après ce chapitre, on se rend compte que l'Algérie a assisté depuis la fin des années 80, à un regain d'intérêt pour les PME. Ce secteur a connu une mutation et une évolution très importante en raison de passage de l'économie administrée à l'économie de marché.

Quatrième **CHAPITRE**

Analyse des résultats de l'enquête

Introduction

L'objet de ce dernier chapitre est d'analyser les résultats de notre enquête de terrain d'une manière détaillée. Pour cela ce chapitre est divisé en deux sections. Dans la première nous allons présenter le dispositif ANSEJ, la deuxième section Consacrée à l'analyse, et l'interprétation des résultats de l'enquête. **Section 1 : Dispositif de soutien à l'emploi des jeunes (ANSEJ BEJAIA).**

1- présentation du dispositif ANSEJ

Agence National de Soutient à l'emploi des jeunes, par abréviation ANSEJ, créée en 1996, est un organisme à caractère spécifique, doté de la personnalité morale et de l'autonomie financière, placé sous la tutelle du ministre chargé de l'emploi.

L'ANSEJ est créer pour accompagner les porteurs de projet pour la création et l'extension de micro-entreprise de production de bien et service, elle est fondé sur un approche économique de création de richesse et d'emploi.

L'agence dispose d'un réseau 51antennes implantées dans toutes les wilayas du pays ainsi que d'annexes situé dans certain localités.

1-1- Mission de l'ANSEJ

- -Soutenir, conseiller et accompagner les jeunes promoteurs à la création d'activités.
- -Mettre à la disposition des jeunes promoteurs toutes informations économique, technique et réglementaire relative à leurs activités.
- -Développer des relations avec les différentes partenaires du dispositif (banque, impôt, CNAS et CASNOS...).
- -Développer un partenaire intersectoriel pour l'identification des opportunités d'investissement.
- -Assurer une formation en relation avec l'entreprise au profit des jeunes promoteurs.
- -Encourager toute autre forme d'action et de mesure pour la promotion de la création et l'extension d'activités.

1-2-Objectif principaux

- -Favoriser la création d'activité de bien et de services par les jeunes promoteurs.

- -Encourager toutes formes d'action et de mesure tendant à promouvoir l'entrepreneuriat⁶³.

1-3- Montant maximum de l'investissement

Le montant maximum de l'investissement est de dix millions (10.000.000) de dinars, pour chacune des phases de création ou l'intention.

Les prêts non rémunérés supplémentaire sont octroyés en sus du montant de l'investissement.

1- 4- Les modes de financement de L'ANSEJ

1-4-1- Création de micro-entreprises en financement TRIANGULAIRE

a) **le montage de financement** : Le financement triangulaire constitué comme suit :

- -Apport personnel du jeune promoteur.
- -Prêt non rémunéré de L'ANSEJ (PNR).
- -Crédit bancaire bonifié à 100% pour tous les secteurs d'activités, et garanti par le fond de Caution Mutuelle de garantie risque / crédit jeunes promoteurs.

b) **La structure de financement triangulaire**

Niveau 1

Montant de l'investissement	de	Prêt non rémunéré (ANSEJ)	Apport personnel	Crédit bancaire
Jusqu'à 5.000.000DA		29%	01%	70%

Source ; ANSEJ de Bejaia Niveau 2

Montant de l'investissement	de	Prêt non rémunéré	Apport personnel	Crédit bancaire
De 5.000.001DA à 10.000.000DA	à	28%	02%	70%

Source ; ANSEJ de Bejaia

1-4-2- Création de micro-entreprise en financement MIX1- Le montage financière Le

financement mixte est constitué comme suit :

- 1- Apport personnel des jeunes promoteurs.
- 2- Prêt non rémunéré de l'ANSEJ(PNR)⁶⁴.

a) **La structure de financement mixte**

Niveau 1

Montant de l'investissement	Prêt non rémunéré	Apport personnel
-----------------------------	-------------------	------------------

⁶³ ANSEJ de Bejaia

⁶⁴ ANSEJ de Bejaia

Jusqu'à 5.000.000 DA	29%	71%
----------------------	-----	-----

Source ; ANSEJ de Bejaia

Niveau 2

<u>Montant de l'investissement</u>	<u>Prêt non rémunéré</u>	<u>Apport personnel</u>
De 5.000.001DA à 10.000.000 DA	28%	72%

Source ; ANSEJ de Bejaia

b)Avantages fiscaux : La micro-entreprise bénéficie des avantages fiscaux suivants :

➤ **Phase réalisation :**

- Exemption du droit de mutation à titre onéreux pour les acquisitions immobilières effectuées dans le cadre de la création d'une activité industrielle.
- Exonération des droits en matière d'enregistrement pour les actes constitutifs de sociétés.
- Application du taux réduit de 5% en matière de droits de douane pour les équipements entrant directement dans la réalisation de l'investissement.

➤ **Phase exploitation :**

- Exonération de la taxe foncière sur les constructions et additions de constructions pour une période de « 03 ans, 06 ans ou 10 ans » selon le lieu de l'implantation du projet, à compter de la date de sa réalisation.
- Exonération totale pour une période de « 03 ans, 06 ans ou 10 ans » selon l'implantation du projet, à compter de la date de sa mise en exploitation de l'impôt Forfaitaire Unique (IFU) ou de l'impôt d'après le régime du bénéfice réel.
- A l'expiration de la période d'exonération citée dans le titre n2, cette dernière peut être prorogée de deux (2) années, lorsque le promoteur d'investissement s'engage à recruter ou moins trois (3) employés à durée indéterminée.

Le non-respect des engagements liés au nombre d'emplois créés entraîne le retrait des avantages et le rappel des droits et taxes qui auraient dû être acquittés.

Toutefois, les investisseurs-les personnes physiques au titre de l'impôt forfaitaire unique- demeurent assujettis au paiement d'un minimum d'imposition correspondant à 50% du montant (10000 DA), prévu dans le code des impôts soit, pour chaque exercice, et quel que soit le chiffre d'affaires réalisé.

-Un abattement d'impôt sur le niveau global (IRG) ou l'impôt sur les bénéfices des sociétés (IBS), selon le cas, ainsi que sur la taxe sur l'activité professionnelle (TAP) à l'issue de la période d'exonération, pendant les trois premières années d'imposition comme suit :

- 70% durant la première année d'imposition
- 50% durant la deuxième année d'imposition
- 25% durant la troisième année d'imposition

1-5- Contribution de l'ANSEJ au développement local (Population des PME locales)

Outre les conditions favorables que la wilaya de Bejaia offre aux promoteurs et investisseurs, elle a été l'une des premières wilayas à avoir bénéficié du dispositif de soutien à l'emploi des jeunes (ANSEJ) pour donner plus de l'ampleur au développement de l'entrepreneuriat et la création de micros entreprises dans cette région.

1-5-1 Répartition des projets au niveau de l'ANSEJ par sexe du gérant du 01/01/2013 au 31/12/2013

Tableau N°12 Répartition des projets au niveau de l'ANSEJ par sexe du gérant du 01/01/2013 au 31/12/2013

Secteur d'activité	Nombre de micro	Nombres d'emplois correspondants 2013	Sexe du gérant 2013		Taux de féminité
			Masculin	féminin	
Service	356	624	309	47	13.20%
Artisanats	216	456	199	17	7.87%
Agriculture	108	172	102	6	5.56%
Transport frigorifique	21	21	20	1	4.76%
Transport marchandises	128	136	125	3	2.34%
Transport de voyageurs	10	15	10	0	0.00%
Industrie	123	352	99	24	19.51%
BTPH	567	1277	564	3	0.53%
Pêche	3	13	3	0	0.00%
Profession libérale	83	161	56	27	32.53%
maintenance	4	14	4	0	0.00%
hydraulique	18	69	18	0	0.00%

Total	1637	3310	1509	128	7.82%
-------	------	------	------	-----	-------

Source : ANSEJ de Bejaia

1-5-2-Répartition des projets au niveau de l'ANSEJ par sexe du gérant du 01/01/2014 au 31/12/2014

TableauN°13 : Répartition des projets au niveau de l'ANSEJ par sexe du gérant du 01/01/2014 au 31/12/2014

Secteur d'activité	Nombre de micro	Nombres d'emplois correspondants2014	Sexe du gérant2014		Taux de féminité
			Masculin	Féminin	
service	352	718	320	32	0.269794721
artisanats	155	436	144	11	0.071895425
agriculture	83	150	78	5	0.251282051
Transport frigorifique	6	6	6	0	0
Transport marchandises	37	45	37	0	0
Transport de voyageurs	1	1	1	0	0
Industrie	314	819	287	27	0.284142395
BTPH	449	1108	441	8	0.018518519
pêche	9	36	9	0	0
Profession libéral	98	182	62	36	0.666666667
maintenance	0	0	0	0	0
hydraulique	18	73	17	1	0.058823529
TOTAL	1522	3574	1402	120	0.219255506

Source : ANSEJ de Bejaia

1-5-3-Répartition des projets au niveau de l'ANSEJ par sexe du gérant du 01/01/2015 au 31/12/2015

TableauN°14 : Répartition des projets au niveau de l'ANSEJ par sexe du gérant du 01/01/2015 au 31/12/2015

Secteu d'activit	Nombre de micro2015	Nombres d'emplois correspondants2015	Sexes du gérant 2015	
			Masculin	Féminin
service	183	636	159	24
artisanats	118	259	107	11
agriculture	76	131	74	2
Transport frigorifique				
Transport marchandises				

Transport de voyageurs				
Industrie	285	744	264	21
BTPH	371	692	367	4
pêche	1	1	1	0
Profession libéral	45	67	30	15
maintenance				
hydraulique	26	54	23	3
TOTAL	1105	2584	1025	80

Source : ANSEJ de Bejaia.

1-5-4- Répartition des projets au niveau de l'ANSEJ par sexe du gérant du 01/01/2016 au 31/12/2016

Tableau N°15 Répartition des projets au niveau de l'ANSEJ par sexe du gérant du 01/01/2016 au 31/12/2016

Secteur d'activité	Nombre de micro2016	Nombres d'emplois correspondants2016	Sexe gérant 2016	
			Masculin	féminin
service	141	369	123	18
artisanats				
agriculture	34	82	32	2
Transport frigorifique				
Transport marchandises				
Transport de voyageurs				
Industrie	107	229	99	8
BTPH	176	405	174	2
pêche				
Profession libéral	64	70	38	26
maintenance				
hydraulique	12	28	12	0
TOTAL	561	1233	503	58

Source : ANSEJ de Bejaia

1-5-5-Répartition des projets au niveau de l'ANSEJ par sexe du gérant du 01/01/2017 au 31/12/2017

Tableau N°16 Répartition des projets au niveau de l'ANSEJ par sexe du gérant du 01/01/2017 au 31/12/2017

Secteur d'activité	Nombre de micro2017	Nombres d'emplois correspondants2017	Sexe du gérant2017		Taux de féminité
			Masculin	Féminin	
					25.42%
Service	59	157	44	15	0.00%
artisanats	4	6	4	0	0.00%
agriculture	11	21	11	0	0.00%
Transport frigorifique	0	0	0	0	0.00%
Transport marchandises	0	0	0	0	0.00%
Transport de voyageurs	0	0	0	0	0.00%
Industrie	23	73	19	4	18.18%
BTPH	37	135	33	4	10.81%
pêche	0	0	0	0	0.00%
Profession libéral	26	56	13	13	52.00%
maintenance	5	11	5	0	0.00%
hydraulique	7	31	5	2	116.67%
total	172	490	134	38	42.16%

Source : ANSEJ de Bejaia

1-6-Evolution de nombre des micro-entreprises financées par L'ANSEJ et le nombre d'emplois générés 2013 au 2017 :

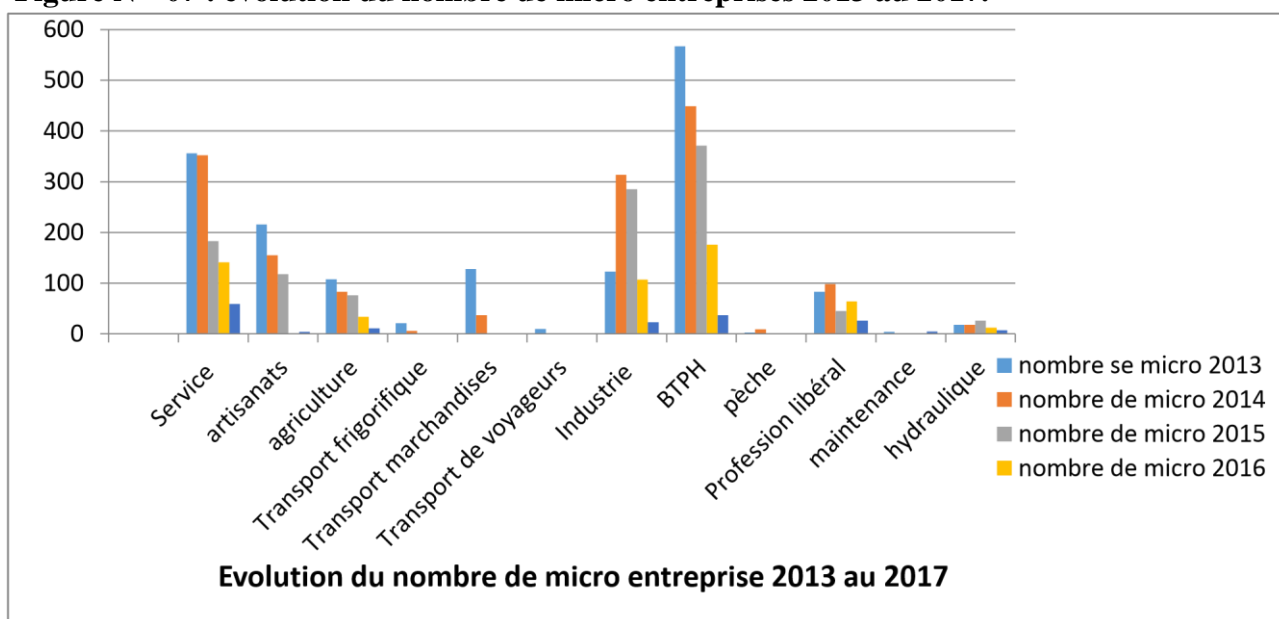
Tableau N°17 : Evolution de nombre des micro-entreprises financées par L'ANSEJ et le nombre d'emplois générés 2013 au 2017 :

Secteur d'activité	Nombre de micro	Nombre d'emplois
Service	1091	2507
Artisanats	493	1157
Agriculture	312	556
Transport frigorifique	27	27
Transport marchandises	165	181
Transport de voyageurs	11	16
Industrie	852	2217
BTPH	1600	3617
Pêche	13	50
Profession libéral	316	536

Maintenance	9	25
Hydraulique	81	255
TOTAL	4970	11144

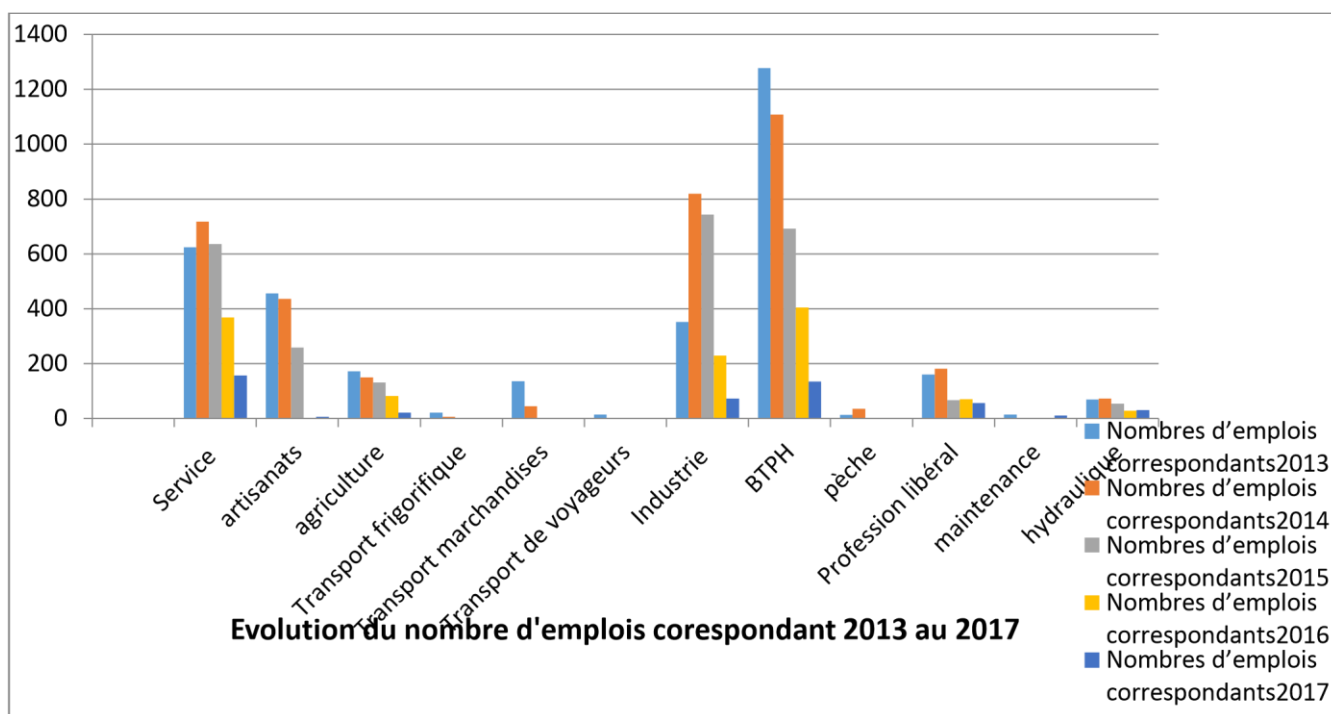
Source : Réalisée à partir des données de l'ANSEJ Bejaia 2013/2017

Figure N° 07 : évolution du nombre de micro entreprises 2013 au 2017.



Source : Réalisée à partir des données de l'ANSEJ Bejaia 2013-2017

Figure N°08 : évolution du nombre des données de l'ANSEJ de bejaia2013-2017.



Source : Réalisée à partir des données de l'ANSEJ Bejaia 2013-2017.

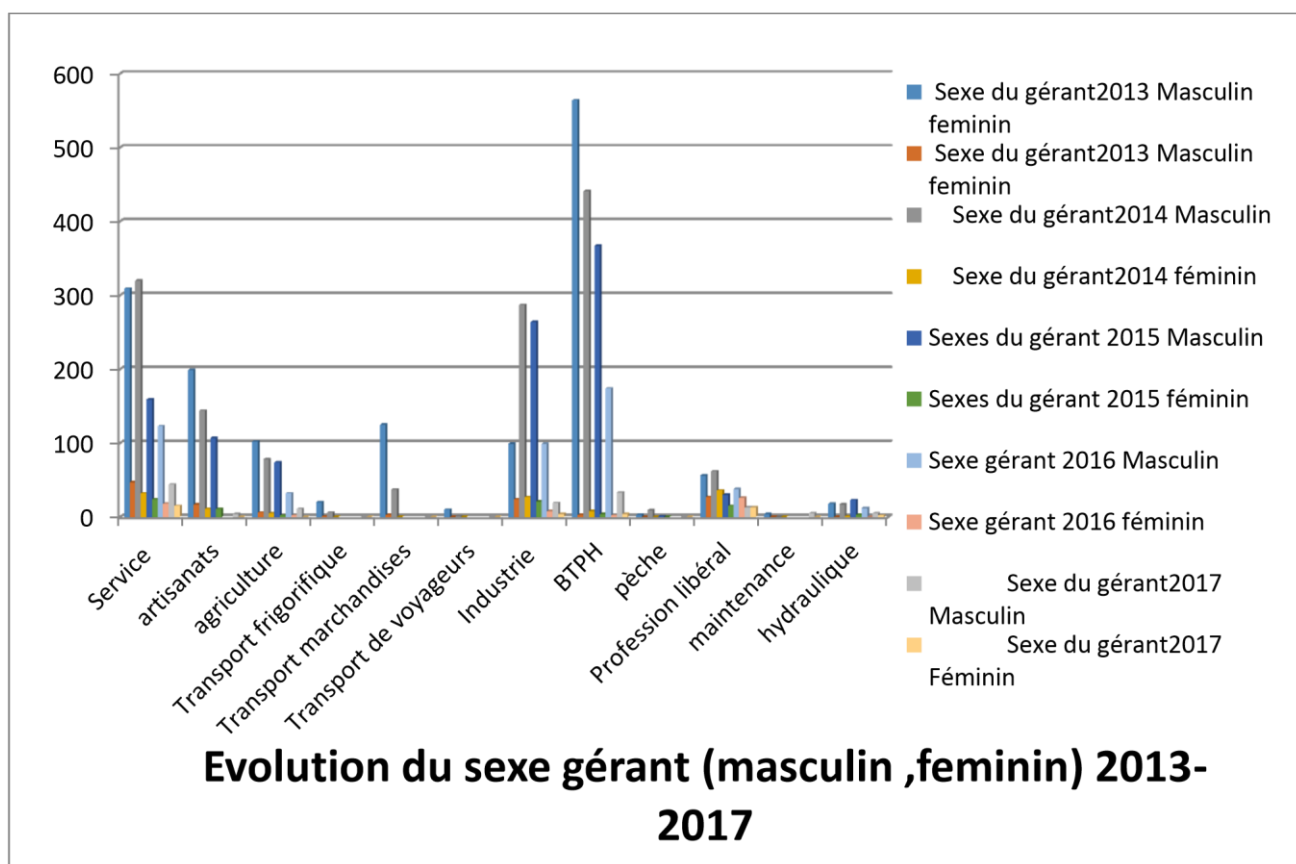
La wilaya de Bejaia depuis 1998, constamment occupe la seconde place à l'échelle nationale, notamment en termes de projets financés par l'ANSEJ. Au cours des dernières années le nombre des micros entreprises financées ne cesse d'augmenter à travers tout le territoire de la wilaya (voir annexes tableau). Comme le montre la figure ci-dessus, le nombre de projets financés durant l'année 2013 au 2017 et de 4970 projets.

En effet les chiffres communiqués par l'ANSEJ de Bejaia sont éloquent, durant l'année 2014 le nombre de projets financés n'a pas cessé d'augmenter en atteignant 1 522 projets, créant ainsi 3574 emplois. En 2015, le total des projets financés s'élevait à 1105 projets correspondants à 2584 emplois et pour l'année 2016 le nombre de projet financé est 561 projet correspondants à 1233 emplois. En fin pour l'année 2017, le total des projets financés s'élevait à 172 micros entreprises et qui ont créé 490 emplois.

Tous ces chiffres montrent la volonté des autorités locales de promouvoir la création des micros entreprises à travers le dispositif de l'ANSEJ en facilitant l'octroi des crédits bancaires, pour attirer plus de jeunes promoteurs qui souhaitent créer leur propre entreprise.

Et ainsi, de simplifier les procédures et démarches de la création de la micro entreprise.

Figure N°09 : évolution du sexe gérant (masculin, féminin), 2013-2017.



Source : Réalisée à partir des données de l'ANSEJ Bejaia 2013-2017

La participation de la femme dans l'activité économique ne date pas d'aujourd'hui, elle a toujours joué un rôle très important dans le développement local. Mais c'est vrai que les statistiques n'ont pas joué en sa faveur, sachant que la présence de la femme dans les différents secteurs d'activité était très négligeable voire nulle dans certaines activités durant les décennies précédentes.

C'est à partir des années 1990 que la femme a commencé à s'imposer dans certaines activités où autrefois étaient exclusivement réservées aux hommes. Nous avons pu constater également que certaines activités telles que le transport des voyageurs, la pêche et la maintenance sont typiquement masculines. Si on compare le taux de féminité pour l'année 2017 à ceux des années précédentes, on va constater que le taux de féminité n'a pas cessé de baisser depuis l'année 2013.

On peut expliquer ce taux faible par la nature de l'activité de l'entreprise, le bâtiment et l'agriculture, là où les femmes ne peuvent pas exercer, et par le fait que le nombre des projets financés dans les activités typiquement masculines comme le secteur du transport n'a pas cessé d'augmenter depuis l'année 2015, ce qui fait que le nombre de projets financés par hommes a augmenté au détriment de celui des femmes. Aujourd'hui, il y a de plus en plus de femmes qui exercent dans les professions

libérales et les services, mais leur présence demeure très faible dans tous les domaines d'activité économique.

Conclusion

Durant cette section nous avons parlé du rôle qu'a joué le dispositif ANSEJ dans le développement et la promotion des PME au niveau local. Et on a constaté que plusieurs régions souffrent, d'une part de manque d'infrastructures pour accueillir des investissements et d'autre part par le fait que ces régions sont isolées, ce qui rend très difficile le processus de création d'entreprises.

Et grâce aux données obtenues auprès de l'ANSEJ Bejaia, on a pu analyser l'impact de la création des entreprises sur l'emploi. Une chose est sûre c'est que la création des entreprises a permis de créer un nombre considérable d'emplois mais la moyenne reste toujours faible, comme on l'a vu tout au long de cette section la majorité des projets financés ont créé un ou cinq emplois par projet. On a relevé aussi une amélioration de la culture entrepreneuriale, notamment féminine dans les professions libérales.

Malgré un bilan positif pour le dispositif ANSEJ, il est nécessaire de souligner que du côté des banques, il manque une politique de prise en charge pour cette catégorie d'entreprise (micro entreprise).

Section 02 : Méthodologie et Analyse des résultats de l'enquête

Pour les besoins de notre travail, nous avons mené une enquête auprès d'un échantillon de 22 entreprises en élaborant un questionnaire regroupant une série de questions relatives à notre étude visant des dirigeants propriétaires de PME privées (créateurs d'entreprises) dans la région de Bejaia.

2-1 Méthodologie de la recherche

Pour les besoins de notre travail, nous avons mené une enquête auprès d'un échantillon de 22 entreprises en élaborant un questionnaire regroupant une série de questions relatives à notre étude visant des dirigeants propriétaires de PME privées (créateurs d'entreprises) dans la région de Bejaia.

2-1-1 Objectifs de l'enquête

Notre enquête a pour objectif de ressortir le profil des entrepreneurs privés dans la région de Bejaia, les caractéristiques de leur entreprise (la forme juridique et la taille de l'entreprise le secteur d'activité),

pour le domaine de l'entrepreneuriat (la motivations à lancer une entreprise, les facteurs importants dans le choix de se lancer en affaires, les motivation de l'environnement, les facteurs de succès des entrepreneurs.....)

2-1-2 Elaboration du questionnaire

Pour les besoins de notre enquête nous avons utilisé un questionnaire s'adressant aux chefs d'entreprises du secteur privé étant à l'origine de la création de leurs propres entreprises.

La région concernée est la daïra Bejaia .Les questions du questionnaire sont divisées en 05 axe qui sont :

- **-Formation générale** : Age et le lieu de l'entrepreneur, son niveau d'étude et l'état matrimonial.
- **-De l'intention à l'idée** : l'orientation de l'entrepreneur vers les affaires, et les principales motivations entrepreneuriales, et les connaissances préalables en entrepreneuriat.....
- **-Préparation de projet** : années de démarrage de l'entreprise et la durée le lancement et le document de présentation de projet.....
- **-Démarrage consolidation de l'entreprise** : le statut juridique de l'entrepreneur le choix de domaine d'activité la procédure de financement
- **-la dynamique des réseaux dans les différentes étapes de la création de l'entreprise** :

L'environnement extérieur de l'entrepreneur, la nature de ces relations avec les autres entrepreneurs

2-1-3 La taille de l'échantillon

Notre choix de la dimension de cet échantillon s'appuie sur les critères suivants :

- -la disponibilité des entrepreneurs à répondre à notre questionnaire.
- la représentativité des secteurs d'activités existant dans la région enquête.
- le nombre attractif de création d'entreprises dans cette localité.

Nous avons retenu un échantillon de 22 entreprises, nous avons distribué 22 questionnaires, répartis dans la wilaya de Bejaia. Nous avons pu récupérer 16 questionnaires sur 22 entreprises contactées.

Seulement 12 questionnaires sont exploitables ce qui présente un taux de réponse de 73 % Le Reste (soit 04 questionnaire ont fait sont mal remplis ou non réponse pour cela nous étions obligé de les éliminer de notre études, vu le manque de leur crédibilité (non exploitables) Dans les tableaux N°18 et N°19 nous allons établir la taille de l'échantillon étudiée de notre enquête.

Tableau N°18 : La taille de l'échantillon de notre enquête.

Source : Etablie par nos soins à partir des résultats de SPSS

Nombre	Nombre d'entreprise dans l'échantillon	Taux (%)
Questionnaires		
Récupérés	16	73
Non récupérés	6	27
Distribuer	22	100

Source : Etablie par nos soins à partir des résultats de SPSS.

Tableau N°19 Taille de l'échantillon étudié

Nombre	Nombre d'entreprise dans l'échantillon	Taux (%)
Questionnaires		
Exploitable	12	75
Non exploitables	04	25
Total	164	100

Les restrictions apportées à notre échantillon sont dues essentiellement à :

- -La non –disponibilité de certains entrepreneurs.
- -Le refus certains entrepreneurs pour répondre aux questionnaires.
- -La non-conformité de quelques questionnaires.

Après avoir réalisé quelques entretiens et récupérer notre enquête trois branches d'activités à savoir : Les services, les travaux bâtiments et travaux public, car ces trois activités présentent des taux de création d'entreprises les plus importantes (représentent respectivement de la population totale des PME. Ainsi, ils sont plus dynamiques. La classification des entreprises enquêtées selon leurs branches d'activité, est présentée dans le tableau N° 20.

Tableau N°20: Répartition de l'échantillon final par branche d'activité

Secteur d'activité	Echantillon étudié	Non réponse	Echantillon final
Services	08	03	05
Bâtiment et travaux publics	08	01	04
Industrie et autres	03	06	03
Total	19	10	12

Source : Etablie par nos soins à partir des résultats de SPSS.

2-1-4- Le déroulement de l'enquête

Après avoir recueilli les différentes données relatives à la population des entrepreneurs étudiées, défini l'échantillon de l'enquête et aussi conçu le questionnaire à distribuer, notre enquête de terrain a débuté vers la fin du mois d'avril 2018.

Nous nous sommes déplacé au niveau du siège des entreprises, pour rencontrer personnellement les dirigeants et les propriétaires de ces entreprises (non pas des gestionnaires), pour leur administrer le questionnaire, est pour des raisons inconnues quelques de nos informateurs ne remplissent pas tout le questionnaire et d'autre ne les remplissent pas qu'après plusieurs jours de notre première rencontre. Rares sont les entrepreneurs qui acceptent de répondre à nos questions, dès le premier déplacement.

Toutefois, la passation du questionnaire a été bien accueillie par certains entrepreneurs, qui n'ont pas hésité à nous consacrer le temps nécessaire, afin de nous parler d'eux-mêmes, de leurs exploits personnels, leurs expériences, leurs motivations, de leurs façons de gérer, de prise de risque et de leur esprit d'entreprise et d'indépendance.

2-1-5- Le traitement et dépouillement des questionnaires

Nous avons utilisé un logiciel **SPSS** pour traiter les données. Les questionnaires ont été vérifiés et numérotés afin de bien organiser notre travail.

Après avoir présenté notre démarche méthodologique de notre enquête nous procéderons à la présentation et l'analyse des résultats de l'enquête qui fera l'objet de la seconde section

2-2- Analyse des résultats de l'enquête.

2-2-1 Formation générale sur l'entrepreneur.

2-2-1-1- L'âge des entrepreneurs Question

N°1 : quel âge avez-vous ?

Figure N°10 : représente l'âge des entrepreneurs enquêtés

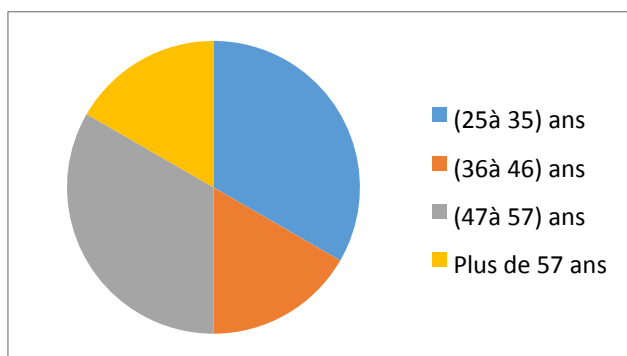


Tableau N°21 : représente l'âge des entrepreneurs interrogés.

Age	Effectifs	pourcentage
(25 à 35) ans	4	33,33
(36 à 46) ans	2	16,67
(47 à 57) ans	4	33,33
Plus de 57 ans	2	16,67
Total	12	100

Source : Etablie par nos soins à partir des résultats SPSS.

Pour mener notre enquête nous avons basé sur un échantillon de 16 entrepreneurs, mais selon les résultats seulement 21 personnes ont acceptées de répondre.

D'après le tableau N°21, nous déduisons que échantillon qui porte une population âgé de plus de 25 ans, ainsi 33,33% pour les personnes qui ont un âge entre 25 et 35 ans, les entrepreneurs entre 36 à 46 ans représentent 16,67% de l'échantillon, pour les entrepreneurs entre 47 à 57 ans leur pourcentage est 33,33%, enfin pour ceux de plus de 57 ans représente 16,67% de l'échantillon. **Source :** résultat SPSS.

2-2-1-2-La répartition des entreprises enquêtées par commune

Question N°02: le lieu de création d'entreprise

Figure N°11 : le lieu de création d'entreprise

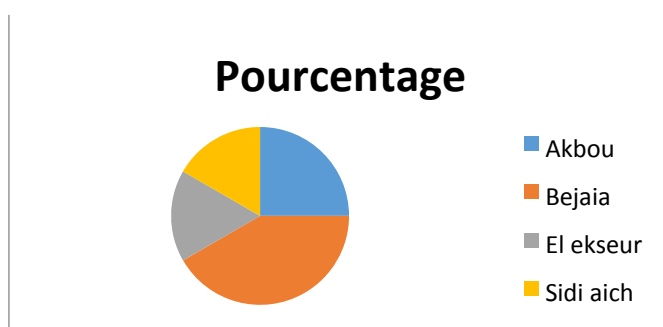


Tableau N°22 : représente le lieu de création d'entreprise

Lieu	Effectifs	Pourcentage
Akbou	3	25%
Bejaia	5	41.66%
El ekseur	2	16.67%
Sidi aich	2	16.67%
Total	12	100%

Source : Etablie par nos soins à partir des résultats SPSS.

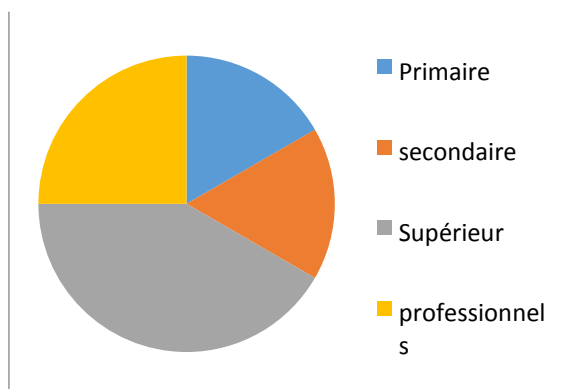
Selon les résultats de l'enquête nous constatons que la majorité des entrepreneurs interrogés sont de Bejaia ville avec un pourcentage de 41,66%, cela revient à un certain dynamisme économique qui déroule d'une position géographique favorable à l'investissement et la disponibilité d'une infrastructure de base dont l'activité économique a besoin, suit de la région d'Akbou avec un pourcentage de 25%, pour la région d'EL KESEUR et SIDI AICH ont le même pourcentage qui est de 16,67%.

2-2-1-3-La répartition des entrepreneurs selon leurs niveau d'instruction.

QuestionN°3 : quel niveau d'études avez-vous atteint ?

Figure N°12 : le niveau d'étude des entrepreneurs en pourcentage.

Tableau N°23 : le niveau d'études des entrepreneurs



Niveau d'études	effectifs	pourcentage
Primaire	2	16,67%
secondaire	2	16,67%
Supérieur	5	41,66%
professionnels	3	25%
Total	12	100%

Source : Etablie par nos soins à partir des résultats SPSS.

D'après le tableau N°23 que nous avons construit nous remarquons que parmi les 12 entrepreneurs interrogés, 41,66% ont un niveau d'étude supérieur, 25% de l'échantillon sont des personnes professionnelles, et pour les personnes qui ont un niveau primaire et secondaire sont de 16,67% pour chacun.

2-2-1-4-Présentation des entrepreneurs selon leurs situations matrimoniales.

Question N°4 : quel est votre état matrimonial ?

Figure N°13 : état patrimonial.

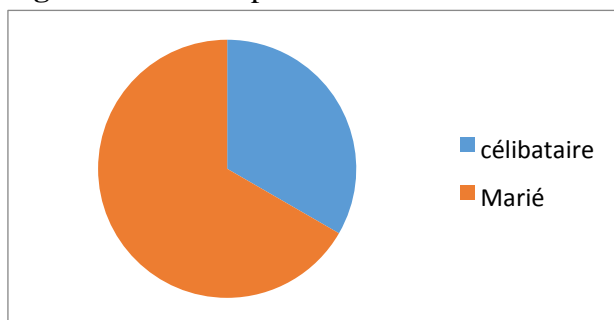


Tableau N°24 : état patrimonial

Etat matrimonial	Effectifs	Pourcentage
célibataire	4	33,33%
Marié	8	66,67%
Total	12	100%

Source : Etablie par nos soins à partir des résultats SPSS.

Selon le tableau N°24, nous remarquons que 66,67% des entrepreneurs interrogés sont mariés, et 33,33% sont des célibataires.

2-2-2- De l'intention à l'idée

2-2-2-1 La répartition selon la situation professionnelle de l'entrepreneur avant la création de leur entreprise

Question N°05 : que faisiez-vous avant de créer votre entreprise ?

Figure N°14 : statut de l'entrepreneur.

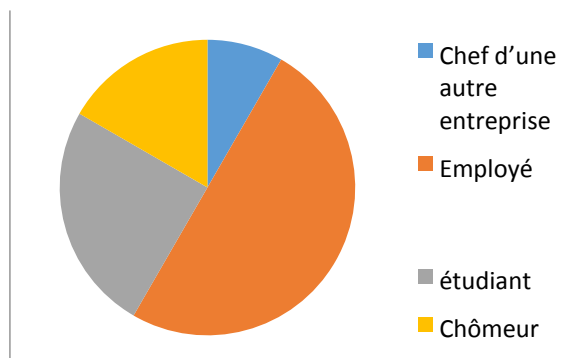


Tableau N°25 : statut de l'entrepreneur avant l'acquisition de son propre entreprise.

Statut	Effectifs	pourcentage
Chef d'une autre entreprise	1	8,33%
Employé	6	50%
Etudiant	3	25%
Chômeur	2	16,67%
Total	12	100%

Source : Etablie par nos soins à partir des résultats SPSS.

Selon le tableau N°25, 50% des entrepreneurs interrogés sont des employés dans d'autre entreprise avant de créer leur propre entreprise, suivi de 25% des entrepreneurs ont créé leur entreprise personnelle après avoir terminé leur études, et 16,67% sont des chômeurs, enfin que 8,33% parmi eux sont chefs dans d'autre entreprise.

2-2-2-2-Les motivations à la création de votre entreprise

Question N°06 : quels sont vos principales motivations ?

Figure N°15 : les motivations.

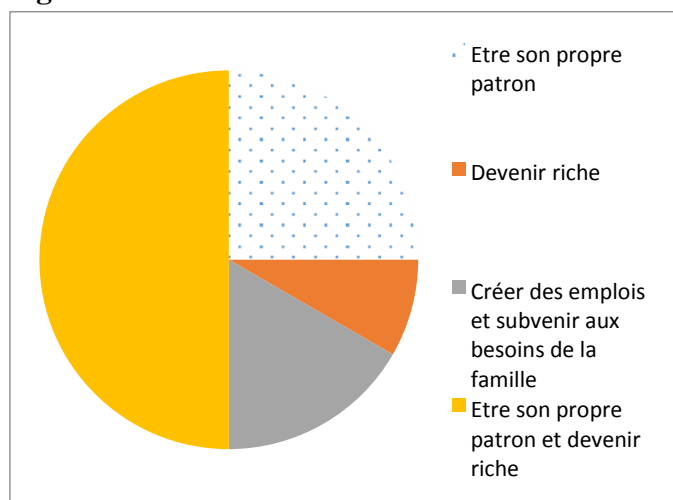


Tableau N°26 : les motivations.

Motivation	Effectifs	Pourcentage
Etre son propre patron	3	25%
Devenir riche	1	8,33%
Créer des emplois et subvenir aux besoins de la famille	2	16,67%
Etre son propre patron et devenir riche	6	50%
total	12	100%

Source : Etablie par nos soins à partir des résultats SPSS.

D'après le tableau N°26, 50% des entrepreneurs ont choisis être son propre patron et devenir riche comme leur principale motivation, suivi de 25% des entrepreneurs sont motivé par le fait d'être son propre patron, et 16,67% des entrepreneurs leur motivations constitue principalement par la création des emplois et de subvenir aux besoins de la famille, enfin 8,33% de entrepreneurs leur seule et principale motivation et de devenir riche.

Selon ces résultats nous constatons que la plus part des entrepreneurs ont créé leur propre entreprise pour les simple raisons, qui sont le désir de s'améliorer financièrement et d'être eux même source de création de valeur, mais aussi le besoin d'être indépendant et autonome.

2-2-2-3-la disponibilité des connaissances préalables en entrepreneuriat.

Question N°7 : avez-vous des connaissances préalables en entrepreneuriat ?

Figure N°16 : la disponibilité des connaissances sur l'entrepreneuriat.

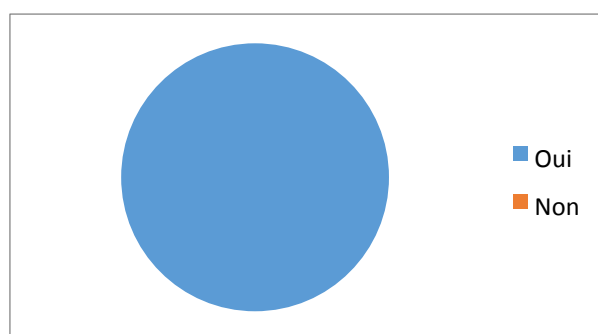


Tableau N°27 : la disponibilité les Connaissances préalables en entrepreneuriat.

Avoir des connaissances	Effectifs	Pourcentage
Oui	12	100%
Non	0	0%
total	12	100%

Source : Etablie par nos soins à partir des résultats SPSS.

Selon le tableau N°27, toutes les 12 personnes interrogées ont des connaissances préalables en entrepreneuriat.

D'après les résultats de l'enquête nous pouvons dire que la volonté des entrepreneurs de devenir

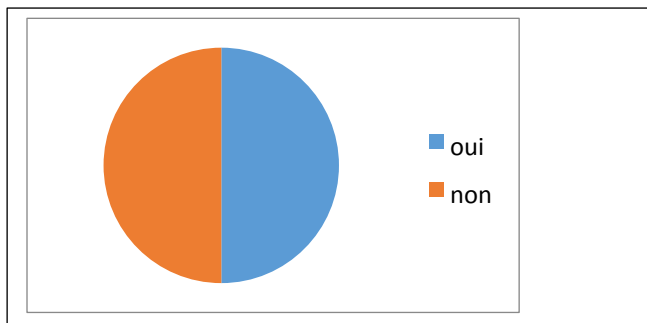
des chefs d'entreprise est le fruit de leurs capacités individuelles, ses besoins de réalisation et ses talents.

2-2-2-4-Réception d'une formation pour la création d'entreprise.

Question N°9 : avez-vous reçu une formation pour créer votre entreprise ?

Figure N°17 : réception d'une formation pour la CE.

Tableau N°28 : réception d'une formation pour la création d'entreprise



Réception d'une formation	effectifs	pourcentage
oui	6	50%
non	6	50%
total	12	100%

Source : Etablie par nos soins à partir des résultats SPSS .

Le tableau N°28 montre que 50% de l'échantillon ont reçu une formation pour la création de leur propre entreprise, contre 50% des entrepreneurs qui n'ont pas reçu une formation pour créer leur entreprise , et cela revient au niveau d'éducation et à l'importance donnée par l'entrepreneurs a son projet.

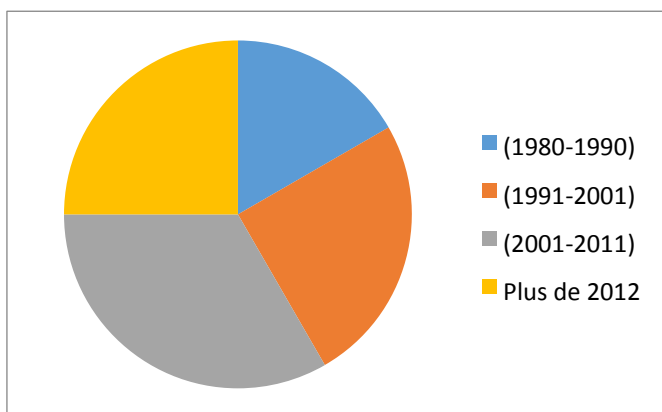
2-2-3- Préparation du projet

2-2-3-1-l'année de démarrage de la création d'entreprise.

Question N°09 : en quelle année avez-vous commencé à créer l'entreprise

Figure N°18 : l'année de création d'entreprise

Tableau N°29 : l'année de démarrage de la création d'entreprise.



L'année	Effectifs	pourcentage
(1980-1990)	2	16,67%
(1991-2001)	3	25%
(2001-2011)	4	33,33%
Plus de 2012	3	25%
total	12	100%

Source : Etablie par nos soins à partir des résultats SPSS.

Selon les résultats de l'enquête présentée sur le tableau N°29, nous remarquons que la majorité des entrepreneurs interrogés ont créés leur entreprise entre 2001 et 2011 avec un pourcentage de 33,33%, cela s'explique par les différents mécanismes et dispositifs d'aide à la création d'entreprise misent en place durant cette période pour accompagner les entrepreneurs dans la concrétisation de leur projet . 25% des entrepreneurs enquêtés ont créé leur entreprise en 2012 et plus, et encore 25% de l'échantillon ont créé leur projet entre 1991 et 2001, enfin il existe que 16,67% qui ont créé leur entreprise entre 1890 et 1990.

2-2-3-2-la durée de lancement.

-Question N°10 : le lancement a duré combien de mois ?

Figure N°19 : la durée de lancement

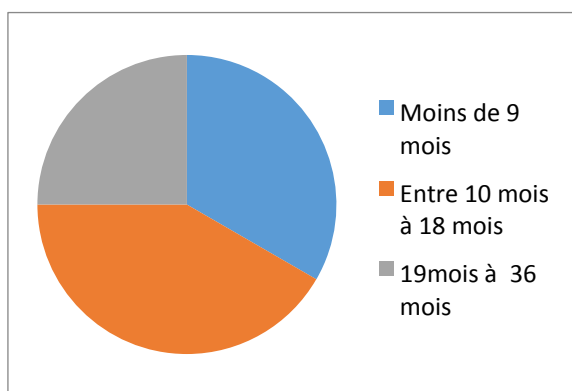


Tableau N°30 : la durée de lancement.

La durée	Effectifs	pourcentage
Moins de 9 mois	4	33,33%
Entre 10 mois à 18 mois	5	41,67%
19 mois à 36 mois	3	25%
total	12	100%

Source : Etablie par nos soins à partir des résultats SPSS.

A travers le tableau N°30, le lancement de projet de 41,67 entrepreneurs a duré entre 10 à 18 mois, 33,33% des enquêtés ont lancé leur projet au bout de 9 mois, et 25% des entrepreneurs ont pris entre 19 à 36 mois pour lancé leur projets.

Nous remarquons que le lancement d'un projet de création d'entreprise en Algérie peut prendre jusqu'à 3 ans, cela peut s'expliquer par la complexité de la procédure et les difficultés de financements.

2-2-3-3-la rédaction d'un document de présentation de projet.

Question N°11 : avez-vous rédigé un document de présentation de projet ?

Figure N°20 : la rédaction d'un document de présentation de projet.

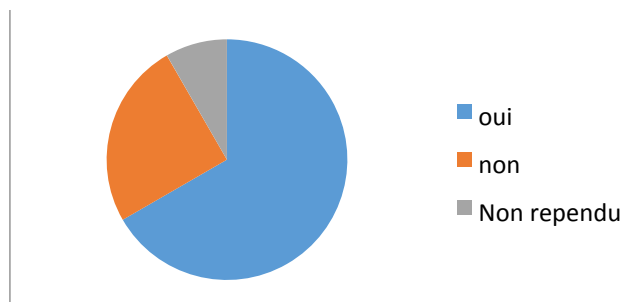


Tableau N°31 : la rédaction d'un document de présentation de projet.

Rédaction de document	Effectifs	Pourcentage
Oui	8	66,67%
Non	3	25%
Non répondu	1	8,33%
Total	12	100%

Source : Etablie par nos soins à partir des résultats SPSS.

Selon les résultats figurons dans le tableau N°31, que 66,67% des entrepreneurs interrogés ont rédigé un document de présentation de projet afin de faire connaître leur entreprise et construire une bonne image. 25% n'ont pas rédigé un document de présentation de leur entreprise, et 8,33% de l'échantillon n'ont pas répondu à cette question

2-2-3-4-participant dans la présentation de projet.

Question N°12 : qui vous a aidé dans la présentation de projet ?

Figure N°21 : participant dans la présentation de projet.

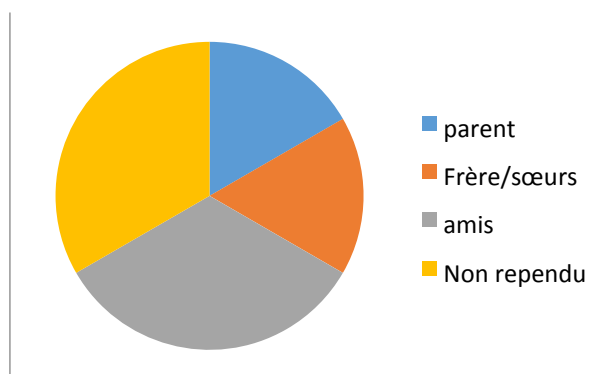


Tableau N°32 : participant dans la présentation de projet.

participant	Effectifs	pourcentage
parent	2	16,67%
Frère/sœurs	2	16,67%
amis	4	33,33%
Non répondu	4	33,33%
total	12	100%

Source : Etablie par nos soins à partir des résultats SPSS.

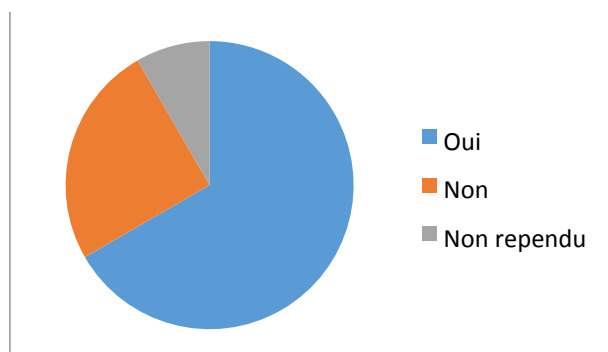
Selon les personnes interrogées nous tirons les résultats mentionnés dans le tableau N°32 33,33% des entrepreneurs ont été aidé par leur amis dans la présentation de projet, en deuxième position on trouve les parents et frère/sœur avec un pas pourcentage de 16,67% pour chacun, et les 33,33% restant représente les personnes qui n'ont répondu à cette question.

2-2-3-5-Hésitation des entrepreneurs lors de la réalisation de leur projet.

Question N°13 : durant la préparation avez-vous à un moment pensé à renoncé à ce projet ?

Tableau N°33 : hésitation des entrepreneurs lors de la réalisation de leur projet.

Figure N°22 : le doute des entrepreneurs lors de la réalisation de leur projet



Avoir le doute	Effectifs	Pourcentage
Oui	8	66,67%
Non	3	25%
Non répondu	1	8,33%
Total	16	100%

Source : Etablie par nos soins à partir des résultats SPSS.

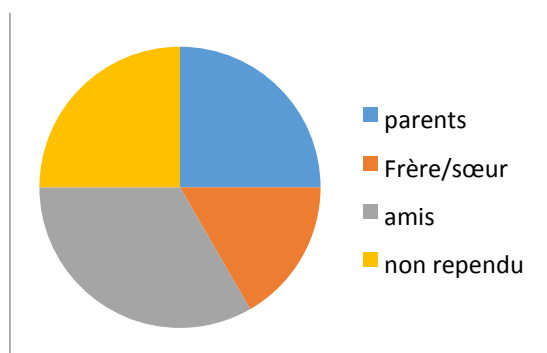
Selon notre enquête la majorité des personnes interrogés (soit 66,67% entrepreneurs) ont un moment renoncé à leur projet ; ce doute est expliqué par plusieurs raison à savoir la lourdeur administrative, la bureaucratie et la manque des sources de financement, pour cela l'état doit jouer un rôle de régulateur pour faciliter les procédures administratives, lutté contre la bureaucratie et bien sûr faciliter l'accès aux ressources financière. 25% des entrepreneurs (sois 3 personnes) n'ont pas renoncé à leurs projets et 8,33% n'ont pas répondu à cette question.

2-2-3-5-Les personnes qui ont joué un rôle dans l'encouragement de l'entrepreneur.

Question N°14 : dans ces moments de doute qui vous a encouragé ?

Figure N°23 : les participants à l'encouragement des entrepreneurs.

Tableau N°34 : les personnes qui ont joué



participants	Effectifs	Pourcentage
parents	3	25%
Frère/sœur	2	16,67%
amis	4	33,33%
Non répondu	3	25%
total	12	100%

Source : Etabli par nos soins à partir des résultats SPSS.

Les résultats de notre enquête montrent que 33,33% des entrepreneurs interrogés ont eu le soutien en ce moment de doute par leur amis, suivi de 25% de l'échantillon déclare qu'ils ont eu de

l'encouragement par leur parents, et 16,67% des entrepreneurs ont été encouragé par leur frères et sœurs, sans oublier 25% de l'échantillon n'ont pas répondu à cette question.

2-2-4- Démarrage et consolidation de l'entreprise

2-2-4-1-le statut juridique de l'entreprise

Question N°15 : quel est le statut juridique que vous- avez choisi ?

Figure N° 24 : le statut juridique.

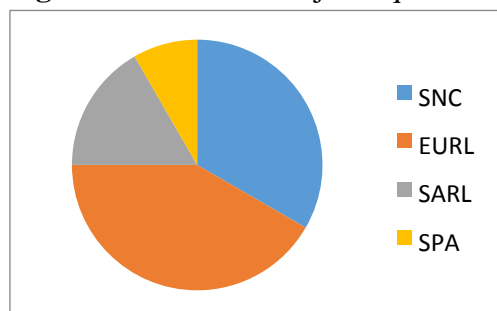


Tableau N°35 : le statut juridique.

Statut juridique	Effectifs	pourcentage
SNC	4	33,33%
EURL	5	41,67%
SARL	2	16,67%
SPA	1	8,33%
Total	12	100%

Source : Etablie par nos soins à partir des résultats SPSS.

Le tableau N°35 illustre que la plus part des entrepreneurs enquêtées (soit 41,67%) ont choisi EURL comme statut juridique pour leur entreprises, les entrepreneurs optent pour cette forme en raison du capital relativement faible qu'elle nécessite, aussi c'est la forme de société qui permet de limiter la responsabilité de l'associé unique au montant des apports et n'appartient qu'à l'entrepreneur de décider des orientations stratégique et économique de sa société, sans oublier que cette forme bénéficie d'un encadrement juridique claire et bien balisé. Suivi par la forme SNC avec un taux de 33,33%, les SARL et les SAP représentent respectivement des taux faible 16,67% et 8,33%.

2-2-4-2-les motifs qui ont influencé les entrepreneurs dans le choix de leur domaine d'activité.

Question N°16 : quelle influence avez-vous eus dans le choix de votre domaine d'activité

Figure N°25 : les motifs de choix des domaines d'activités

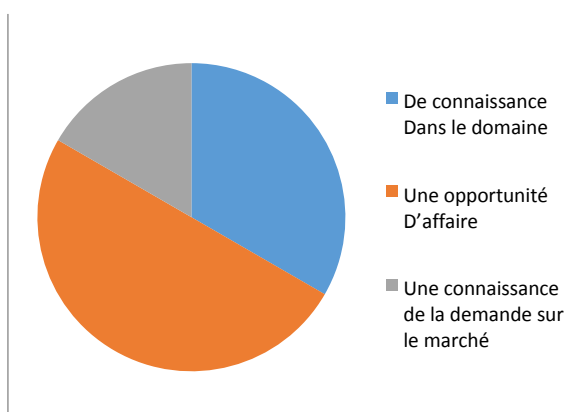


Tableau N°36 : les motifs de choix des domaines d'activités

Les motifs	Effectifs	Pourcentage
De connaissance Dans le domaine	4	33,33%
Une opportunité D'affaire	6	50%
Une connaissance de la demande sur le Marché	2	16,66%
Total	12	100%

Source : Etablie par nos soins à partir des résultats

. Les résultats du tableau N°36 montrent les raisons qui ont contribué au choix de devenir des entrepreneurs dans tels ou tels domaines. 50% des entrepreneurs ont déclaré avoir créé leur propre entreprise en raison d'une opportunité d'affaire, 33,33% de l'échantillon ont déclaré que leur connaissance dans le domaine qu'ils les a orientés vers le choix de leur domaine d'activités, enfin 16,66% des entrepreneurs ont créés leur entreprise dans un domaine d'activité bien définie en raison de leur connaissance de la demande sur le marché.

2-2-4-3-La contribution d'une institution étatique à la réalisation d projet.

Question N°17 :avez-vous transité par une institution étatique ?

Figure N°26 : la contribution d'une institution étatique à la création d'entreprise

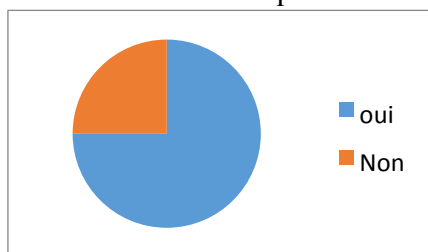


Tableau N°37 : la contribution d'une institution étatique à la RP.

La contribution	Effectif	Pourcentage
Oui	9	75%
Non	3	25%
Total	12	100%

Source : Etablie par nos soins à partir des résultats SPSS.

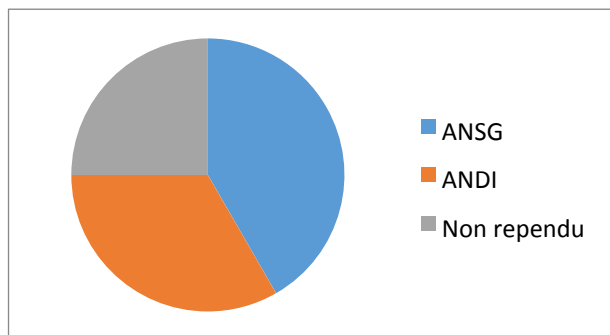
Selon les résultats du tableau N°37 on constate que la majorité des entrepreneurs (soit 75%) ont été transités par une institution étatique lors de la réalisation de leur projet, car le problème du financement et l'indisponibilité des capitaux est le premier obstacle auquel l'entrepreneur est confronté d'une manière générale. Contre 25% des enquêtés ont déclaré qui n'ont pas été transités par un organisme public d'aides à la création.

2-2-4-4-les types d'institutions.

Question N°18 : si transité par une institution étatique les quelles ?

Figure N°27 : les types d'institutions.

Tableau N°38 : les types d'institutions.



Type d'institution	Effectifs	Pourcentage
ANSG	5	41,67%
ANDI	4	33,33%
Non rependu	3	25%
Total	12	100%

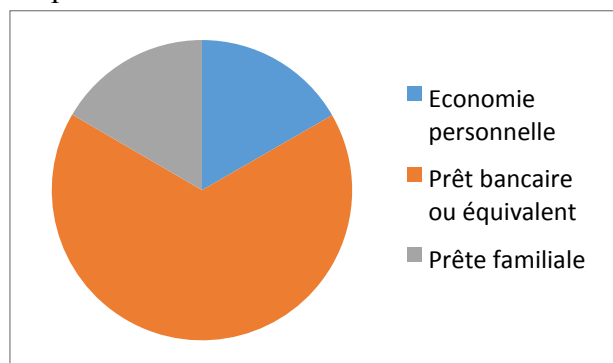
Source : Etablie par nos soins à partir des résultats SPSS

Les résultats du tableau N°38, montre que seulement 5 personne ont bénéficié des avantages du dispositif ANSEJ avec une part qui est de 41,67% , et 33,33% des entrepreneur ont bénéficié des avantage du dispositif ANDI , sans oublier les 25% de l'échantillon qui n'ont pas eu recours à une institution étatique .

2-2-4-5-les sources de financement de l'entreprise.

Question N°19: comment avez-vous procédez pour financer votre entreprise ?

Figure N°28 : les sources de financement. **Tableau N°39 :** les sources de financement de l'entreprise.



Les sources de financement	Effectifs	pourcentage
Economie personnelle	2	16,67%
Prêt bancaire ou équivalent	8	66,66%
Prête familiale	2	16,6%
Total	12	100%

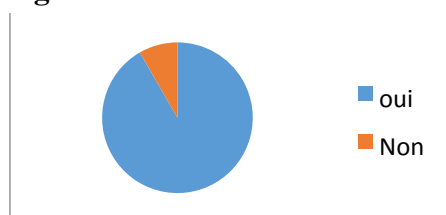
Source : Etablie par nos soins à partir des résultats SPSS.

Selon les résultats de notre enquête présentée dans le tableau N°39, montre que les capitaux investis par 66,66% des entrepreneurs dans la création de leur entreprise proviennent essentiellement de prêt bancaire équivalent, ensuite viennent les économies personnel et prêt familiale avec un même taux qui est de 16,16% pour chacun.

2-2-4-6-les difficultés de financement.

Question N°20 : avez-vous eu des difficultés à obtenir du financement

Figure N°29 : les difficultés de financement. **Tableau N°40 :** les difficultés de financement.



Avoir des difficultés	Effectifs	Pourcentage
Oui	11	91,67%
Non	1	8,33%
Total	12	100%

Source : Etablie par nos soins à partir des résultats SPSS.

Selon le tableau N°40 la majorité des entrepreneurs (soit 91,67%) ont eu des difficultés à obtenir du financement, cela explique que le problème de financement et le manque des sources de financement sont les premiers obstacles auquel les entrepreneurs sont confrontés d'une manière générale. Contre 8,33% des entrepreneurs qui n'ont pas eu de difficulté pour financer leurs projets.

2-2-4-7-les participants dans les différents domaines.

Question N°21 :avez-vous sollicité l'aide dans ces différents domaines ?

Figure N°30 : les participants aux les différents domaines

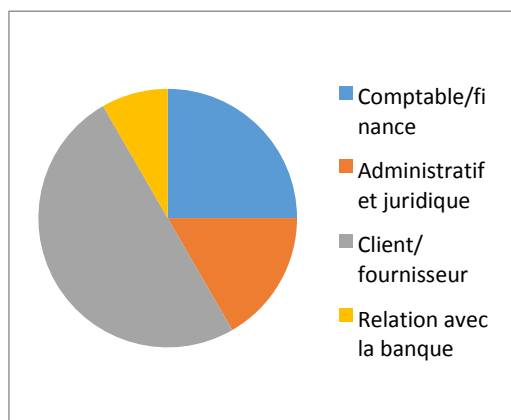


Tableau N°41 : les participants dans les différents domaines.

Les participants	Effectifs	pourcentage
Comptable/finance	3	25%
Administratif et juridique	2	16,67%
Client/fournisseur	6	50%
Relation avec la banque	1	8,33%
total	12	100%

Source : Etablie par nos soins à partir des résultats SPSS.

D'après les résultats de notre enquête, 50%% des entrepreneurs ont recours aux clients et fournisseurs pour les orienter ou pour les conseiller, en deuxième position vient comptable/finance avec un pourcentage de 25%, ensuite les administratifs et juridiques avec 16,67%, enfin les relations avec les banques qui est de 8,33%.

2-2-5-La dynamique des réseaux dans les différentes étapes de la création de l'entreprise

2-2-5-1-l'analyse de l'environnement externe.

Question N°22 :faite-vous appel à des personnes pour obtenir des informations sur votre environnement ?

Figure N°31 : l'analyse de l'environnement externe.

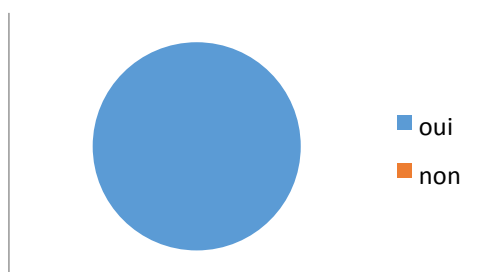


Tableau N°42 : l'analyse de l'environnement externe.

L'analyse de l'environnement	Effectifs	pourcentage
Oui	12	100%
Non	0	0%
Total	1	100%

Source : Etablie par nos soins à partir des résultats SPSS.

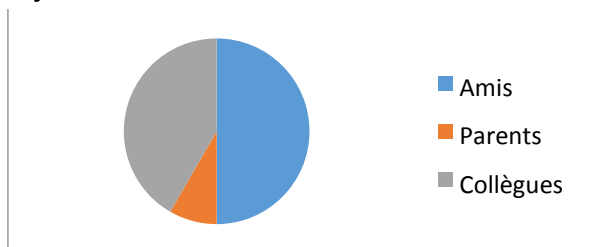
Toute les personnes interrogées (soit 100% entrepreneurs), font appel à des personnes pour obtenir des informations sur leur environnements externe, cela signifie que l'environnement est un facteur

important dans la vie d'une organisation qui est à la fois la source des ressources/et opportunités mais aussi la source des dangers et de menaces.

2-2-5-2-les participants à l'analyse de l'environnement.

Question N°23 : si c'est oui qui sont-elles ?

Figure N°32 : les participants à l'analyse. **Tableau N°43 :** les participants à de l'environnement l'analyse de l'environnement.



participant	Effectif	pourcentag
Amis	6	50%
Parents	1	8,33%
Collègues	5	41,67%
total	12	100%

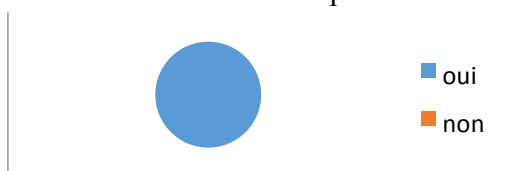
Source : Etablie par nos soins à partir des résultats SPSS.

Le tableau N°43 illustre que 50% des entrepreneurs font appel à leurs amis pour obtenir des informations sur l'environnement externe, et 41,67% ont recours à leurs collègues pour avoir de l'aide. Seulement 8,33% des entrepreneurs sollicite de l'aide par leurs parents pour avoir des informations sur l'environnement externe.

2-2-5-3-les relations avec d'autres entrepreneurs.

Question N°24: êtes-vous en contact avec d'autre entrepreneur ?

Figure N°33 : l'existence des relations avec. **Tableau N°44 :** les autres les entrepreneurs relations avec d'autres entrepreneurs.



Existence de relation	Effectif	Pourcenta ge
oui	12	100%
non	0	0%
total	12	100%

Source : Etablie par nos soins à partir des résultats SPSS.

Selon les résultats de l'enquête, toutes les personnes interrogées (soit 10% des entrepreneurs) sont en contact avec d'autres entrepreneurs.

2-2-5-4-la nature des relations avec d'autre entrepreneurs.

Question N°25 : si c'est êtes en contact avec les autres entrepreneurs quelle est la nature de ces relations ?

Figure N°34 : la nature des relations. les entrepreneurs

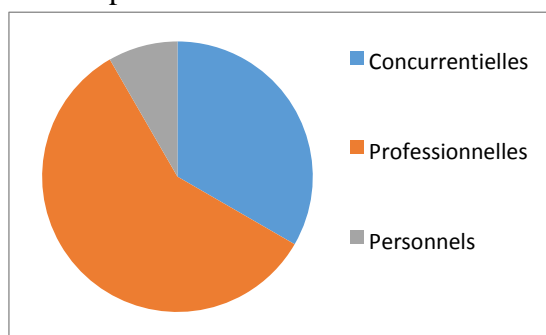


Tableau N° 45 : la nature des relations existante entre avec d'autre entrepreneur.

La nature de la relation	Effectifs	pourcentage
Concurrentielles	4	33,33%
Professionnelles	7	58,34%
Personnels	1	8,33%
total	12	100%

Source : Etablie par nos soins à partir des résultats SPSS.

D'après le tableau N°45, soit 58,34% des entrepreneurs en des relations de nature professionnelles avec les autres entrepreneurs, suivi de 33,33% qui ont des relations concurrentielles, et uniquement 8,33% parmi eux qui ont des relations personnelles.

Conclusion

On peut expliquer le taux faible par la nature de l'activité de l'entreprise, le bâtiment et l'agriculture, là où les femmes ne peuvent pas l'exercer, et d'après les résultats de notre enquête, on constate que la plupart des jeunes veulent réaliser quelque chose selon leurs propres initiatives et montrer aussi toutes leurs capacités, Ils font le choix de se lancer dans l'aventure de création d'entreprise en sachant qu'ils veulent être son propre patron et ainsi assurer son indépendance. Comme on trouve plus de la moitié des micro-entreprises de notre échantillon investit dans le secteur des services et bâtiment à cause des moindres coûts liés à la création des entreprise dans ces secteurs. Les jeunes entrepreneurs ont déclaré avoir besoin des divers avantages proposé (formation, financement, présentation de conseils et de suivi, les avantages fiscaux et parafiscaux). Pour assurer l'accompagne des jeunes entrepreneurs en terme de suivi post-crédation d'entreprise et la présentation des conseils réglementaire.

La plupart des entrepreneurs de la wilaya de Béjaia, proviennent de famille; les parents (un des parents entrepreneur ou les deux) ou autres personnes proches sont des entrepreneurs. Autrement dit, Le background entrepreneurial familial favorise le développement de la motivation entrepreneurial chez les entrepreneurs.

Selon les résultats de notre enquête de terrain présentée dans le tableau N°39, montre que les capitaux investis par 66,66% des entrepreneurs dans la création de leur entreprise proviennent essentiellement de prêt bancaire équivalent, ensuite viennent les économies personnel et prêt familiale

avec un même taux qui est de 16,16% pour chacun donc notre **première HYPOTHESE VERIFIEE (Hypothèse affirmer)**(*H 1 : La plupart des entrepreneurs de la wilaya de Béjaia, proviennent de famille; les parents (un des parents entrepreneur ou les deux) ou autres personnes proches sont des entrepreneurs. Autrement dit, Le background entrepreneurial familial favorise le développement de la motivation entrepreneurial chez les entrepreneurs*).

D'après les résultats de notre enquête de terrain et à partir des réponses des entrepreneurs enquêtés selon les résultats du tableau N°37 et N°38, on constate que la majorité des entrepreneurs (soit 75%) ont été transités par une institution étatique lors de la réalisation de leur projet, car le problème du financement et l'indisponibilité des capitaux est le premier obstacle auquel l'entrepreneur est confronté d'une manière générale. Par contre 25% des enquêtés ont déclaré qu'ils n'ont pas été transités par un organisme public d'aides à la création. Les résultats montrent que seulement 5 personnes ont bénéficié des avantages du dispositif ANSEJ avec une part de 41,67%, et 33,33% des entrepreneurs ont bénéficié des avantages du dispositif ANDI, sans oublier les 25% de l'échantillon qui n'ont pas eu recours à une institution étatique. (*H 2 : La disponibilité des moyens de financement qui permet aux entrepreneurs de se lancer en affaire, soit par leurs propres moyens ou à l'aide de certains organismes (ANSEJ).***DEXIEME HYPOTHESE VERIFIEE (hypothèse affirmer).**

Tout au long de ce travail, on a également relevé quelques insuffisances et difficultés qui représentent un véritable obstacle pour les jeunes promoteurs :

- **Les lourdeurs administratives** : les jeunes promoteurs reprochent le nombre important des pièces et documents à fournir qui engendrent une perte de temps, ainsi que la lourdeur dans le traitement des dossiers, avec l'étalement des délais de l'étude des dossiers sur plusieurs mois.
- **Difficultés de remboursement des crédits** : selon les jeunes promoteurs les annuités et échéances de remboursement sont calculées d'une façon illogique par les banques, en se basant sur des données théoriques et rigides qui ne peuvent varier en fonction des fluctuations de l'environnement interne ou externe et des coûts du secteur d'activité, tandis qu'en réalité, il est presque impossible que les coûts de n'importe quel bien ou service restent au même niveau.
- **Insuffisances de l'étude technico-économique** : ces insuffisances apparaissent au fur et à mesure dans l'avancement des travaux et posent de sérieux problèmes techniques et financiers, comme conséquence, des écarts plus ou moins importants sont constatés entre les prévisions et les réalisations.
- **Les raisons personnelles** : elles diffèrent d'un jeune promoteur à un autre, elles sont liées essentiellement à des problèmes de santé durables qui peuvent pousser à l'abandon temporaire ou définitif. Il y a aussi d'autres raisons comme une surestimation par le jeune promoteur de ses capacités

de gestion d'entreprise. Le profil psychologique et la motivation du chef d'entreprise sont également des aspects décisifs dans la réussite du projet.

- **Les raisons liées à l'environnement économique** : elles se résument dans un mauvais choix du lieu d'investissement, comme une implantation dans une région où se trouvent d'autres firmes qui proposent le même produit, et donc le facteur d'ancienneté joue en leurs faveurs, ce qui pousse les jeunes promoteurs à abandonner leurs projets. Il peut aussi résulter d'un manque de maîtrise du management et du marketing.

Pour conclure, nous pouvons dire que l'ANSEJ a enregistré un bilan positif, malgré quelques insuffisances qui restent à surmonter, mais dans l'ensemble ce dispositif a contribué dans la constitution d'un réseau de micro entreprise et de PME qui ne cessent de participer activement dans la satisfaction des besoins de la population locale.

Conclusion générale



L'entrepreneuriat est un phénomène qui s'articule autour d'un entrepreneur qui est un individu doté des caractéristiques spécifiques à lui, ayant des raisons qui lui motive à entreprendre : et l'entreprise qui est le résultat du processus entrepreneurial.

Notre travail avait pour objectif de montrer la dynamique entrepreneuriale et les facteurs clé de la création des entreprises et de montrer la création des PME, puis spécifiquement dans la wilaya de Bejaia. Pour mieux cerner le phénomène de la dynamique entrepreneuriale, Nous avons adopté une démarche méthodologique des plus classiques.

Donc notre thématique de recherche est composée de quatre chapitres : au départ nous avons un cadre conceptuel de l'entrepreneuriat, dans lequel nous avons cerné les différents concepts de l'entrepreneuriat, et l'entrepreneur, situer leurs émergences respectives dans la science économique. Ensuite l'entrepreneuriat en tant que phénomène économique et sociale. L'entrepreneurial est un phénomène qui se manifeste par deux forces, l'une liée à l'acte d'entrepreneuriat qui est souvent associé à la création d'entreprises et l'autre est liée à l'ensemble des activités de l'entrepreneur qui vise à créer, maintenir et à développer une entreprise.

Après avoir présenté les concepts théoriques liés à notre thème, nous avons procédé à une vérification empirique des motivations de l'entrepreneuriat et de l'entrepreneur. La motivation entrepreneurial trouve son origine dans certain désir dans des images particulier que les porteurs de projet se font de même le désir de la réalisation est le plus souvent évoquer, mais il n'existe pas de recherche spécifique sur l'image que l'entrepreneur se fait de lui-même, aspect important pour apprécier l'intensité motivationnelle. Une plus forte motivation entrepreneuriale peut sans doute conduire à mener de projet plus nombreux. Tout fois, soulignons que l'on ne motive pas un individu, on peut seulement lui donner un espace pour vivre sa motivation. Une forte intensité motivationnelle peut ne pas concrétiser par la réalisation d'un projet du fait de contrainte par l'individu. Au contraire un individu moyennement motive peut s'engager dans un schéma entrepreneurial en raison de facteur favorable le poussant à passer à l'acte.

En troisième lieu, nous avons parlé des PME en Algérie, l'évolution et les caractéristiques et on a donné quelque statistique sur l'évolution de la population et le nombre des PME en Algérie,

Nous avons également fait une présentation du territoire de la wilaya de Bejaia et abordée la dynamique entrepreneuriale dans la cette wilaya, une dynamique que nous avons tenté de mesurer par une enquête de terrain dans cette wilaya en adoptant la même méthodologie que celle adoptée sur le niveau national, cette représentation nous a renseigné que la wilaya de Bejaia, est l'une des régions les

Conclusion générale

plus dynamiques en Algérie, que ce soit en termes de présence d'une forte population d'entreprises privées ou bien en termes de création de nouvelles entreprises.

D'après les données et les résultats de cette enquête, ils montrent que le secteur des PME influence positivement sur le développement local de la région en termes de la création d'emplois ce qui peut aider à baisser le taux de chômage.

Les entrepreneurs enquêtés sont généralement de sexe masculin, mariés. Dans la plupart des cas, ils sont des aînés de la famille. Ils s'implantent dans la commune d'origine et de résidence, ils sont à la fois propriétaires et gérants de leurs entreprises. Leur niveau d'étude est élevé pour la majorité malgré qu'il y ait une proportion importante qui n'a qu'un niveau secondaire. Parmi les attentes des entrepreneurs nous citerons la souplesse de l'administration et la lutte contre la bureaucratie; les facilités d'accès aux ressources financières et une meilleure implication des banques et lutter contre la concurrence déloyale.

REFERENCES
BIBLIOGRAPHIQUES

Références bibliographiques

BIBLIOGRAPHIE

▪Ouvrages

- A FAYOLLE, « Le métier de créateur », Editions d'Organisation, 2003.
- A FAYOLLE, « Le métier de créateur», Editions d'Organisation, 2003.
- Alain foyolle « entrepreneuriat ; apprendre à entreprendre » , Ed dunod ,2 e ED, paris , 2004.
- BROCKHAUS, R.H. et HORWITZ, P.S. The psychology of the entrepreneur.In: SEXTON, D.L.et SMILOR, R.W. (éd.), *The art and science of entrepreneurship*. Cambridge: Ballinger, 1986.
- Christophe ESTAY : « motivation entrepreneuriale », Editions universitaires européennes EUE, septembre 2010.
- Henri Mahe de BOISLANDELLE: « Dictionnaire de gestion : vocabulaire, concept et outils, Economica, 1991.
- Julien et Morel (1986) in : « wtterwulghe, La PME est une entreprise humaine, Ed , De Boeck , paris ,1998 .
- Julien P.-A, Marchesnay M :«économie et stratégie industrielle», édition economica,1997, France.
- LEGENDRE, R. Dictionnaire actuel de l'éducation, 3^eédition, Montréal, Guérin, 2005.
- LOUART, P. Motivation. In : SIMON, Y. et JOFFRE, P. (éd.), *Encyclopédie de gestion*. Paris: Economica, 1997.
- P.A.Julien et M.Mrchesnay : « entreprenariat », Ed. Economica, paris ,1996 .
- Robert D. Hisrich, Michael p. Peters : « entrepreneurship : lancer, élaborer et gérer une entreprise », Economica, paris, 1991.
- Thierry VERSTRAET : « histoire d'entreprendre : les réalités de l'entrepreneuriat » , éditions EM management et société , paris ,2000.
- Torres Olivier :« les PME »,Ed Flammrion , paris ,1999 .
- Verstraete T, Histoire d'entreprendre, les réalités d'entrepreneuriat, Edition EMS, 2000. - Wtterwulaghe, La PME une entreprise humaine, Ed de Boeck université, paris, 1998.
- YUNUS. M : « Vers un nouveau capitalisme », édition Jean Claude LATTES, 2008, Paris.
- **Thèses**
 - Azzedine TOUNÉS, « L'intention entrepreneuriale», Thèse pour le doctorat en Sciences de Gestion, Université de ROUEN.
 - Benata Mohamed :<influence de la culture et de l'environnement sur l'intention entrepreneuriale, doctorat dans option science économiques, université Tlemcen,2015.

Références bibliographiques

- Christophe Estay : « LA MOTIVATION ENTREPRENEURIALE », Université des Sciences et Technologies de Lille l'Institut d'Administration des Entreprises, Habilitation à Diriger des Recherches en Sciences de Gestion ,13 juillet 2006.

- Colot Olivier : « la transmission des PME familiales non cotées : approche de la transmission en Wallonie et impact sur la performance des entreprise », Thèse de doctorat, Université de Mons Hainaut. 2007 .

- FRANCIS BROUILLARD : « FACTEURS DEMOTIVATION À DÉMARRER UNE ENTREPRISE EN ABITIBI-TÉMISCAMINGUE », UNIVERSITE DU QUEBEC à CHICOUTIMI, mémoire présenté comme exigence partielle de la maîtrise en gestion des organisations, août2005.

- MOR ABDELLAH, « La gouvernance comme en modèle de gestion dans les PME algériennes », mémoire de magistère , management des entreprise, option stratégie,2016 .

- Pape MadikchéDiop : « La motivation entrepreneuriale dans le contexte sub-saharien francophone », thèse doctorat, pour obtenir le grade de : Docteur du Conservatoire National des Arts et Métiers Discipline/ Spécialité : Sciences de Gestion, septembre 2012.

▪Revue et colloque.

- Azzedine Tounés, « L'intention entrepreneuriale des étudiants : le cas français », *La Revue des Sciences de Gestion* 2006/3 (n°219).

- BERREZIGA AMINA ET MEZIANE AMINE : « LA CULTURE ENTREPRENEURIALE CHEZ LES ENTRPRENEURS ALGERIENS », Colloque national sur les stratégies d'organisation et d'accompagnement des PME en Algérie, Université KasdiMerbahOuargla P4.Voir le lien :https://dSPACE.univ-ouargla.dz/jspui/bitstream/123456789/2705/1/BERREZIGA_AMINA.pdf

- BOUTALEB. K : « La problématique de la création d'entreprises face aux contraintes socioéconomiques de l'environnement local en Algérie », communication au Colloque International sur la création d'entreprises et territoires, Tamanrasset, 03 et 04 décembre 2006.

- BOUYACOUB.A, « la PME, dynamique économique et territorial » colloque international sur la gouvernance et développement de la PME organisé les 23.24 et 25juin 2003.

- CHELIL. A & AYAD. S : « PME en Algérie : réalités et perspectives », in revue Economie et Management, N° 09, Octobre 2009, Tlemcen.

- CROMIE, S. Assessing entrepreneurial inclinations: some approaches and empirical evidence. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 2000.

- Cunningham, Lischeron: "Defining entrepreneurship", *Journal of Small Business Management*, 29(1), 1991.

- E Baccari, « Les motivations entrepreneuriales des jeunes entrepreneurs Tunisiens : Etude exploratoire », Haute école de gestion (HEG) Fribourg, Suisse, octobre 2006.

- EDWARD L. DECI, RICHARD M. RYAN:Favoriser la motivation optimale et la santé mentale dans les divers milieux de vie,Canadian Psychology by the Canadian Psychological Association,2008, Vol. 49, No. 1, p24 –34.voir le lien : https://selfdeterminationtheory.org/SDT/documents/2008_DeciRyan_CanPsy_French.pdfconsulté le : 20/05/2018.

- EMIN S. (2004), « Les facteurs déterminant la création d'entreprise par les chercheurs publics :

Références bibliographiques

application des modèles d'intention », *Revue de l'Entrepreneuriat*, vol. 3, n° 1.

- Fayolle (2009), «Editorial », in *Revue de l'Entrepreneuriat*, Vol.8, N°1, pp. I-III.
- Gartner, W.B. :« A conceptualframework for describing the phenomenon of new venture creation », *Academy of Management Review*, vol. 10, n° 4, (1985).
- GREENBERGER, D.B. et SEXTON, D.L. An interactive model of new venture initiation. *Journal of Small Business Management*, 1988, 26/3,. P1-7. M. Diop (2012, p. 136) dans « La motivation entrepreneuriale dans le Contexte sub-saharien francophone »
- HAMADACHE Amara, « Quelle sont les ressources de financement des PME algériennes : problèmes et évaluation ? Cas des PME de la commune d'Akbou, HIMI-Bejaia (groupe INSIM), 2017.
- Karim SI LEKHAL, Youcef KORICHI, Ali GABOUSSA : « Les PME en Algérie : Etat des lieux, contraintes et perspectives An overview of SMEs in Algeria: constraints and prospects, مجلة أداء 2013 ديسمبر / العدد 04 / المؤسسات الجزائرية.
- MADOU. M & BOUKRIF. M « De l'économie administrée à l'économie de marché. Les PME à l'épreuve de la mise à niveau des entreprises en Algérie, communication au Colloque International,INRPME-AUF-AIREPME, 27 au 29 mai 2009, Canada
- Nacéra. NASROUN &Pr Matouk BELATTAF : « Les déterminants de la création des PME : cas de la wilaya de Béjaïa », Colloque national Stratégies d'organisation et d'accompagnement des PME en Algérie. Organisé par FSEGC de l'Université de Ouargla, les 18&19 avril 2012.
- Naffziger, D.W., J.S. Hornsby et D.F. Kuratko: « A proposedresearch model of entrepreneurial motivation », *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol. 18, n° 3, 1994.
- NASRON.N « Dynamique entrepreneurial des PME dans la wilaya de Bejaia ». Mémoire de magistère, Bejaia, 2011.
- P. Albert, P.Mougenot, La création d'entreprises high-tech. *Revue Française de Gestion*, n° 68, mars-avril.
- Rubrique Monographie, wilaya de BEJAIA, 2011.
- [Sandrine Emin](#): « les facteurs déterminant la création d'entreprise par les chercheurs public : application des modèles d'intention », *Revu de l'entrepreneuriat* , Éditeur : [De Boeck Supérieur](#), –Vol 3 n1, 2004, p68.voir le lien : <https://www.cairn.info/revue-de-l-entrepreneuriat-2004-1-page-1.htm>.
- W. D. Bygrave& C. W. Hofer, «Theorizing about Entrepreneurship», *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol. 16, n° 2, 1991.
- Ziar NABIL, Le Développement de la Petite et Moyenne Entreprise en l'Algérie, Séminaire national sur : Le rôle du PME dans le développement, Université de Laghout, le 8 – 9 avril 2002.

▪Site web :

- [Le blog de Abdallah Mohamed Bourhan](#): « Les facteurs influençant l'entrepreneur », Divers articles sur l'économie : création d'entreprise, développement local, développement humain.voir le lien : <http://abdallah.overblog.com/pages/Les facteurs influencant lentrepreneur-1749435.html>. Consulté le 20/05/2018.

- Centre de consultation psychologique et éducationnelle 1497, boul. St-Joseph Est Montréal, (Québec) Canada H2J 1M6, voir le lien :

Références bibliographiques

<https://www.ccpeweb.ca/services/adultes/psychotherapie/approches/psychanalytique/.consultele> :

20/05/2018.

- ANSEJ de Bejaia.

LISTE DES ABREVIATIONS

Liste des abréviations

- **ANDI** : Agence Nationale de Développement des Investissements
- **ANSEJ** : agence national de soutien des jeunes
- **ANGEM** : Agence Nationale de Gestion du Microcrédit
- **ANAT** : Agence National de l'Aménagement territorial
- **APC** :L'assemblée populaire communale
- **BADR** :La Banque de l'Agriculture et du Développement Rural
- **BDL** : banque de développement local
- **BEA** :Banque extérieure algérienne
- **BNA** : banque national algérienne
- **BTPH** : bâtiments, travaux publics hydrauliques
- **CNAC** : Caisse Nationale d'Assurance Chômage
- **CPA** : Crédit populaire d'Algérie
- **DPME** : Direction de la Petite et Moyenne Entreprise.
- **EPE** : Entreprises Publiques Economiques ;
- **EURL** : Entreprise unipersonnelle à responsabilité limitée
- **SAT** : la superficie agricole totale
- **SAU** : la Superficie agricole utile
- **SARL** : société à responsabilité limité
- **SNC** :La société en nom collectif

- **PME** : Petite et Moyenne Entreprise.
- **PMI** : Petite et Moyenne Industrie.
- **SARL** : société à responsabilité limitée
- **SPA**:SOCIÉTÉ PAR ACTIONS (SPA)

***LISTES DES TABLEAUX ET DES
FIGURES***

Liste des tableaux et figures

Tableau 1: synthèse des postulats des écoles (Cunningham et Lischeron, 1991)	07
Tableau N°2 : Evolution de la population globale des PME (S1/2016 et S1/2017)	35
Tableau N°3 : Evolution des PME privées (personnes morales) par secteur d'activité (S1 2016/ S1 2017)	35
Tableau N° 4 : Evolution des emplois déclarés par type de PME	36
Tableau N° 5: La population des PME dans la wilaya de Bejaia au 31/12/2015.....	49
Tableau N° 06 : L'évolution des PME privées du 31/12/2011 au 31/12/2015	50
7Tableau N° 807 : Répartition des PME par commune	50
Tableau N° 0 Répartitions des PME privées par type (tranche d'effectif)	53
Tableau N°10 : Répartition des PME industrielles par secteur d'activité	54
Tableau N°11 : Le tissu industriel de Béjaia est animé par 42 grandes entreprises	54
Tableau N°12 Répartition de projets au niveau de l'ANSEJ par sexe du gérant du 01/01/2013 au 31/12/2013	61
Tableau N°13 Répartition de projets au niveau de l'ANSEJ par sexe du gérant du 01/01/2014 au 31/12/2014	62
Tableau N°14 Répartition de projets au niveau de l'ANSEJ par sexe du gérant du 01/01/2015 au 31/12/2015	62
Tableau N°15 Répartition de projets au niveau de l'ANSEJ par sexe du gérant du 01/01/2016 au 31/12/2016	63
Tableau N°16Répartition des projets au niveau de l'ANSEJ par sexe du gérant du 01/01/2017 au 31/12/2017.....	63
Tableau N°17 :Evolution de nombre des micro-entreprises financées par L'ANSEJ et le nombre d'emplois générés 2013 au 2017 :	64
Tableau N°18 : La taille de l'échantillon de notre enquête.....	69
Tableau N°19Taille de l'échantillon étudié.....	69
Tableau N°20: Répartition de l'échantillon final par branche d'activité.....	69
Tableau N°21 : représente le lieu de création d'entreprise.....	71
Tableau N°22 : le niveau d'études des entrepreneurs.....	71
Tableau N°23 : le niveau d'études des entrepreneurs.....	72
Tableau N°2 4 : état patrimonial.....	72
Tableau N°25 : statut de l'entrepreneur avant l'acquisition de son propre entreprise.....	73

Liste des tableaux et figures

Tableau N°26 : les motivations.....	73
Tableau N°27 : la disponibilité les connaissances préalables en entrepreneuriat.	74
Tableau N°28 : réception d'une formation pour la création d'entreprise.	74
Tableau N°29 : l'année de démarrage de la création d'entreprise.	75
Tableau N°30 : la durée de lancement.	76
Tableau N°31 : la rédaction d'un document de présentation de projet.	76
Tableau N°32 : participant dans la présentation de projet.	77
Tableau N°34 : les personnes qui ont joué un rôle dans l'encouragement de l'entrepreneur.....	78
Tableau N°35 : le statut juridique.	78
Tableau N°36 : les motifs qui ont influencé les entrepreneurs dans le choix de leur domaine d'activité.	79
Tableau N°37 : la contribution d'une institution étatique à la réalisation d projet.	79
Tableau N°38 : les types d'institutions.	80
Tableau N°39 : les sources de financement de l'entreprise.	80
Tableau N°40 : les difficultés de financement.	81
Tableau N°41 : les participants dans les différents domaines.	81
Tableau N°42 : l'analyse de l'environnement externe.	82
Tableau N°43 : les participants à l'analyse de l'environnement.	82
Tableau N°44 : les relations avec d'autres entrepreneurs.	82
Tableau N° 45 : la nature des relations avec d'autre entrepreneur.....	83

LISTE DES FIGURES :

Figure N 01 : Modèle des motivations selon Naffziger, Hornesby	22
Figure N 02 : Modèle de shapero :	27
Figure N°04 : La population des PME dans la wilaya de Bejaia au 31/12/2015	49
Figure N° 05 : Evolution des PME Privées pendant la période allant de 2011 à 2015	50
Figure N° 06 : Répartitions des PME privées par type (tranche d'effectif)	53
Figure N°07 :-Evolution de nombre des micro-entreprises financées par L'ANSEJ	64
Figure N°08 : Figure N°07:-Evolution de le nombre d'emplois générés 2013 au 2017	65
Figure N°09 :évaluation du sexes gérant (masculin , féminin)2013-2017	66

Liste des tableaux et figures

Figure N°10 : représente l'âge des entrepreneurs enquêtés	71
Figure N°11 : le lieu de création d'entreprise	71
Figure N°12 : le niveau d'étude des entrepreneurs en pourcentage.	72
Figure N°13 : état patrimonial.	72
Figure N°14 : statut de l'entrepreneur.	73
Figure N°15 : les motivations.	73
Figure N°16 : la disponibilité des connaissances sur l'entrepreneuriat.	74
Figure N°17 : réception d'une formation pour la création d'entreprise	74
Figure N°18 : l'année de création d'entreprise	75
Figure N°19 : la durée de lancement	76
Figure N°20 : la rédaction d'un document de présentation de projet.	76
Figure N°21 : participant dans la présentation de projet.	77
Figure N°22 : le doute des entrepreneurs lors de la réalisation de leur projet	77
Figure N°23 : les participants à l'encouragement des entrepreneurs.	78
Figure N° 24 : le statut juridique.	78
Figure N°25 : les motifs de choix des domaines d'activités	79
Figure N°26 : la contribution d'une institution étatique à la création d'entreprise.....	79
Figure N°27 : les types d'institutions.	80
Figure N°28 : les sources de financement.	80
Figure N°29 : les difficultés de financement.	81
Figure N°30 : les participants aux différents domaines.	81
Figure N°31 : l'analyse de l'environnement externe.	82
Figure N°32 : les participants à l'analyse de l'environnement.	82
Figure N°33 : l'existence des relations avec les autres entrepreneurs.	82
Figure N°34 : la nature des relations existante entre les entrepreneurs.....	83

ANNEXES

Université Abderrahmane MIRA de Bejaia
Faculté des sciences économiques, des sciences de gestion et des sciences de gestion
Option : Entrepreneuriat.

Ce questionnaire doit permettre de recueillir des informations pour une enquête de terrain concernant le thème de « la dynamique entrepreneurial et les facteurs et les déterminants de la création de l'entreprise » afin d'esquisses le différent usage des liens dans les différents étapes de création d'entreprise. Les informations recueillent, resteront confidentielles et seront traitées de façons anonymes. Nous souhaitons voir ce questionnaire rempli avec le maximum de précisions.

Nous avons remercierons d'avance pour votre coopération.

Formation Générale

- 1- Quel Age avez – vous ?
- 2- Quel est votre lieu d'activité ?
- 3- Quel niveau d'études avez-vous atteint ? a. sans niveau
b. primaire
c. moyenne
d. secondaire
e. supérieur
f. professionnel
- 4- Quel est votre état matrimonial ? a.
Célibataire
b. Marié

Annexes

De l'intention à l'idée

5- Que faisiez – vous juste avant de vous orienter vers les affaires ?

- a. Chef d'une entreprise
- b. Employé
- c. Etudiant
- d. Stagiaire
- e. Chômeur
- f. Autre.....

6- Quelle sont vos principales motivation entrepreneuriales ?

- a. Etre son propre patron
- b. Devenir riche
- c. Créer des emplois
- d. Subvenir aux besoins de la famille
- e. Autre.....

7- Avez – vous des connaissances préalables en entrepreneuriat ?

- a. Oui
- b. Non

8- Avez – vous reçut une formation pour créer votre entreprise ?

- a. Oui
- b. Non

Préparation du projet

9- En quelle année avez- vous commencé à créer l'entreprise ?.....

10- Le lancement a duré combien de mois ?.....

11- Avez- vous rédigé un document de présentation du projet ? a. Oui

b. Non

12- Si oui, qui vous a aidé dans cette démarche ?

- a. Parents (père/ mère)
- b. Oncle/ Tante
- c. Frère/ Sœur
- d. Amis
- e. Amis d'un ami
- f. Autre à préciser.....

13- Durant la préparation, avez- vous, à un moment donné, pensé à renoncé à ce projet ?

- a. Oui
- b. Non

14- Dans ces moments de doute, qui vous a encouragé ?

- a. Parents (Père/Mère)
- b. Oncle/ Tante
- c. Frère/ Sœur

Annexes

- d. Amis
- e. Autre à préciser.....

Démarrage et consolidation de l'entreprise

15- Quel est le statut juridique que vous avez choisis ? a.

- Entreprise communal
- b. SNC
- c. SARL
- d. EURL
- e. Autre.....

16- Quelle influence avez- vous eus dans le choix de votre domaine d'activité ? a.

- Des connaissances dans le domaine
- b. Une opportunité d'affaire
- c. Une connaissance de a demandé sur le marché

17- Avez – vous transité par une institution étatique ?

- a. Oui
- b. Non

18- Si oui, les quelles ?

- a. ANSEJ
- b. ANDI
- c. CNAC
- d. ANGM

19- Comment avez- vous procédez pour financer votre entreprise ?

- a. Économie personnelle
- b. Prête bancaire ou équivalent
- c. Prête familiale
- d. De l'état (organisme étatique)
- e. Prête des oncles
- f. Prête ou subvention gouvernementaux
- g. Prête auprès de circuit informel
- h. Autre, spécifiez.....

(Vous pouvez cocher plusieurs cases)

20- Avez- vous eut des difficultés à obtenir du financement ?

- a. Oui
- b. Non

21- Avez – vous sollicité l'aide dans ces différents domaines ?

- a. Comptabilité/ finance
- b. Technique de vente
- c. Administratif et juridique

Annexes

- d. Aide à la décision stratégique
- e. Relation avec la banque
- f. Les clients
- g. Les fournisseurs

La dynamique des réseaux dans les différentes étapes de la création d'entreprise

22- Faites- vous appel à des personnes pour obtenir des informations sur votre environnement externe ?

- a. Oui
- b. Non

23- Si, c'est oui qui sont – elles ?

- a. Amis
- b. Parents
- c. Conjoint
- d. Collègue
- e. Famille
- f. Une personne de l'étranger
- g. Autre.....

24- Etes-vous en contact avec d'autre entrepreneurs ?

- a. Oui
- b. Non

25- Si, c'est oui quelle est la nature de ces relations ?

- a. Concurrentielles
- b. Professionnelles
- c. Personnelles Autre.....

TABLE DES MATIERES

Table des matières

Introduction	1
Chapitre 01 :Le cadre théoriques et concepts de l'entrepreneuriat.	4
Introduction	4
Section 1 : la théorie de l'entrepreneuriat et l'entrepreneur	4
1-1-l'entrepreneuriat Définition de	4
1.2 Quelques écoles de pensée dans l'étude de l'entrepreneuriat	5
1-2-1-L'école des « grands hommes » :	5
1-2-2-L'école des caractéristiques psychologiques :	5
1-2-3-L'école classique :	5
1-2-4-L'école du leadership :	6
1-2-5-L'école du management :	6
1-2-6-L'école de l'intrapreneurship :	6
1-3 Importance de l'entrepreneuriat	8
1-3-1-Entrepreneuriat et croissance économique :	8
1-3-2-Entrepreneuriat et création d'emploi :	9
1-3-3-Entrepreneuriat et renouvellement du parc d'entreprises :	9
1-3-4-Entrepreneuriat et Innovation :	9
1-4 Définition de l'entrepreneur	9
1-5 Les caractéristiques de l'entrepreneur	10
1-5-1- Les traits de caractères	10
1-5-2- L'entrepreneur est un opportuniste	11
1-5-3- L'entrepreneur est un joueur	12
1-5-4-L'entrepreneur est un organisateur	12
1-5-5- L'entrepreneur est motivé	12
Section 02 : La création de l'entreprise acte essentiel de l'entrepreneuriat	13
2. Généralité sur la création d'entreprise et la PME.....	13
2-2 Définition de la PME	13
2-3 Caractéristique des PME	14
2-4 Les types des créations	15
2-5- Le processus de la création d'entreprise	15

Table des matières

2- 6- Les difficultés rencontrées lors de la création d'entreprises	17
2-7 Les atouts et les faiblesses des PME	18
Conclusion	19
Chapitre II:Les déterùmïnants de la création des PME	20
Introduction	20
Section1 : La motivation : Le cadre conceptuel	20
1-1 Définition de la motivation	20
1-2 La motivation intrinsèque/ extrinsèque	21
1-2-1 La motivation intrinsèque	21
1-2-2 Les motivations extrinsèques	21
1-3 Le modèle de motivation entrepreneuriale et la performance.....	22
1-4 La motivation : fondement théorique	22
1-4-1-Les origines de la motivation : l'approche psychanalytique	22
1-4-2 le fondement paradigmatique de la motivation	23
1-5- la motivation entrepreneuriale et ces contextes d'expression.....	25
1-5-1. L'approche comportementale de l'entrepreneur	25
1-5- 2-1es variables principales du modèle	27
1-6- Les principales démentions environnementale favorisant la création	28
1-6- 1 - L'environnement socioculturel	28
1-6-2-démentions économique et les relations	28
1-6-3-Les motifs politiques	28
Section 2 : La motivation dans le domaine de l'entrepreneuriat	29
2-1- Facteurs économiques	29
2-7-1- Accessibilité au marché	29
2-7-2- Ressource financières :	29
2 -2 Les besoin à l'origine de la motivation	30
2-2-1 La tolérance à l'ambigüité	30
2-2-2 La confiance en soi	30
2-2-3- Le besoin d'autonomie	31
2-3 Créativité et innovation	31
2-3-1 Besoin d'accomplissement	31
2-3-2 Internal locus of control	32
2-3-3 - Besoin d'Independence	32
Conclusion	33

Table des matières

Chapitre III: La dynamique entrepreneuriale en Algérie	34
Introduction	34
Section 01 : La réalité des PME en Algérie	34
34 1-1 L'évolution du cadre institutionnel de la PME en Algérie	34
1- 2 Quelques données statistiques sur la PME en Algérie	35
1-2-1- Evolution de la population globale des PME	35
1-2-2 Evolution des PME (personnes morales) par secteur d'activité	35
1-2-3- Evolution de l'emploi par type de PME	36
1-3-Les caractéristiques des PME algériennes :	36
1- 4- Les contraintes et les problèmes de la PME en Algérie	37
1-4-1 Les contraintes liées au financement :	38
1-4-2 -La contrainte de foncier	38
1-4-3 – La contrainte d'ordre administratif	39
1-4-4 Les contraintes relatives au marché de travail :	39
1-4-5 Les contraintes d'informations :	39
1-5-Les organismes d'appui pour le développement des PME en Algérie :	40
1-5-1 L'Agence Nationale de Développement des Investissements (ANDI) :	40
1-5-2- L'Agence Nationale pour le Soutien à l'emploi des Jeunes (ANSEJ) :	41
1-5-3- La Caisse Nationale d'Allocation Chômage (CNAC) :	41
1-5-4- L'Agence Nationale de Gestion du Microcrédit (ANGEM) :	42
1-5-5- Le Fonds de Garantie des Crédits aux PME	42
1-5-6- L'Agence Nationale de Développement de la PME	42
1-5-7- La Caisse de Garantie des crédits à l'investissement des PME,	43
Section 02 : les PME dans la wilaya de Béjaia	44
1-1-La situation géographique et administrative	44
1-2-Les activités économiques dans la wilaya de Bejaia	46
1-2-1- L'agriculture	44
1-2-2- L'industrie	45
1-2-3- Les activités tertiaires	46
1- 3-Les infrastructures de base	46

Table des matières

1-3-1- Réseau routier	46
1-3-2- Réseau ferroviaire	46
1-3-3- Infrastructure maritime	46
1-3-4- Infrastructure aéroportuaire	46
1-3-5- AEP et Assainissement	46
1-3-6- Energie	46
1-4- Données globales sur les PME de la wilaya de Bejaia	47
1-4-1- La population des PME dans la wilaya de Bejaia (2011-2015)	47
1-4-2- L'évolution des PME privées du 31/12/2011 au 31/12/2015:	48
1-4-3- Répartition des PME par commune au 31/12/2016	48
1-4-4- Présentation du tissu économique de la wilaya de Bejaia 2017	50
1-4-5- Répartition des PME et de l'emploi par Daïra :	50
1-4-6- Répartitions des PME privées par type (tranche d'effectif)	51
1-5- Le tissu industriel de Béjaia(Les grandes entreprises (>250)) :	52
1-6- Perspectives de développement des PME algériennes :	53
Conclusion	55
Chapitre IV: Analyse des résultats de l'enquête	58
Introduction	58
Section 1 : Dispositif de soutien à l'emploi des jeunes (ANSEJ BEJAIA).	58
1- présentation du dispositif ANSEJ	58
1-1- Mission de l'ANSEJ	58
1-2- Objectif principaux	58
1-3- Montant de l'investissement	59
1- 4- Les modes de financement de L'ANSEJ	59
1-4-1- Création de micro-entreprises en financement TRIANGULAIRE.....	59
1-4-2- Création de micro-entreprise en financement MIX1- Le montage financière	59
1-5- Contribution de l'ANSEJ au développement local (Population des PME locales)	61
1-5-1 Répartition des projets au niveau de l'ANSEJ par sexe du gérant du 01/01/2013 au 31/12/2013	61
1-5-2- Répartition des projets au niveau de l'ANSEJ par sexe du gérant du 01/01/2014 au 31/12/2014	62
1-5-3- Répartition des maximum projets au niveau de l'ANSEJ par sexe du gérant du 01/01/2015.....	62
1-5-4- Répartition des projets au niveau de l'ANSEJ par sexe du gérant du 01/01/2016 au 31/12/2016	63

Table des matières

1-5-5-Répartition des projets au niveau de l'ANSEJ par sexe du gérant du 01/01/2017 au 31/12/2017	63
1-6-Evolution de nombre des micro-entreprises financées par L'ANSEJ et le nombre d'emplois générés 2013 au 2017 :	64
Conclusion	67
Section 02 : Méthodologie et Analyse des résultats de l'enquête	67
2-1 Méthodologie de la recherche	67
2-1-1 Objectifs de l'enquête	68
2-1-2 Elaboration du questionnaire	68
2-1-3 La taille de l'échantillon	68
2-1-4- Le déroulement de l'enquête	70
2-1-5-Le traitement et dépouillement des questionnaires	70
2-2-1 Formation générale sur l'entrepreneur.	71
2-2-1-1-L'âge des entrepreneurs	71
2-2-1-2La répartition des entreprises enquêtées par commune	71
2-2-1-3-La répartition des entrepreneurs selon leurs niveau d'instruction.	72
2-2-1-4-Présentation des entrepreneurs selon leurs situations matrimoniales.	72
2-2-2- De l'intention a l'idée	73
2-2-2-1La répartition selon la situation professionnelle de l'entrepreneur avant la création de leur entreprise	73
2-2-2-2-Les motivations à la création de votre entreprise	73
2-2-2-3-la disponibilité des connaissances préalables en entrepreneuriat.....	74
2-2-2-4-Réception d'une formation pour la création d'entreprise.	74
2-2-3- Préparation du projet	75
2-2-3-1-l'année de démarrage de la création d'entreprise.	75
2-2-3-2-la durée de lancement.	76
2-2-3-3-la rédaction d'un document de présentation de projet.	76
2-2-3-5-Hésitation des entrepreneurs lors de la réalisation de leur projet.	77
2-2-3-5-Les personnes qui ont joué un rôle dans l'encouragement de l'entrepreneur.	78
2-2-4- Démarrage et consolidation de l'entreprise	78
2-2-4-1-le statut juridique de l'entreprise	78

Table des matières

2-2-4-2-les motifs qui ont influencé les entrepreneurs dans le choix de leur domaine d'activité.	79
2-2-4-3-La contribution d'une institution étatique à la réalisation d projet.	79
2-2-4-4-les types d'institutions.	80
2-2-4-5-les sources de financement de l'entreprise.	80
2-2-4-6-les difficultés de financement.	81
2-2-4-7-les participants dans les différents domaines.	81
2-2-5-La dynamique des réseaux dans les différentes étapes de la création de l'entreprise	82
2-2-5-1-l'analyse de l'environnement externe.	82
2-2-5-3-les relations avec d'autres entrepreneurs.	82
2-2-5-4-la nature des relations avec d'autre entrepreneurs.	83
Conclusion	83
Conclusion générale	86
Liste bibliographique	
Liste des abréviations	
Liste des tableaux et figures	
Annexes	

Résumé

L'entrepreneuriat prend de plus en plus d'importance dans notre société. Les attentes sont multiples et revêtent des formes différentes et complémentaires. En tant que phénomène économique et social, l'entrepreneuriat est censé dynamiser les entreprises, participer à la création d'emplois.

L'objet de notre travail consiste principalement un certain nombre de questions, pour la compréhension de la dynamique entrepreneurial dans la wilaya de Bejaia principalement dans la daïra de Bejaia, Akbou, Sidi Aiche et El Kseur ceci en portant une attention particulière sur les différents aspects entourant ce phénomène. Dans un tel contexte, notre problématique s'articule autour de la question centrale : «Quelles sont les motivations des entrepreneurs qui sont à l'origine de la création de leur entreprise : Cas les entrepreneurs d'Akbou ,Sidi Aiche ,El kseur ,Bejaia?

Nous avons fait une recherche bibliographique qui nous a permis de cerner notre travail. Nous avons ensuite réalisé une étude de cas sur ANSEJ de Bejaia, la répartition des projets au niveau de l'ANSEJ durant 2013 au 2017, et évolution de nombre des micro entreprises financées par l'ANSEJ et le nombre d'emplois générés .Ensuite une enquête de terrain, en élaborant un questionnaire regroupant une série de question relative à notre travail. L'enquête de terrain a visé les PME de la daïra d'Akbou ,Sidi Aiche ,El kseur ,Bejaia. Cette enquête nous a permis de savoir et constituer un certain nombre de caractéristiques propre à notre échantillon.

Mots clés : Entrepreneuriat, Entrepreneur, Création d'entreprise, les PME, motivation, dynamique entrepreneuriale.

