



**Faculté des Sciences Economiques, Commerciales et des Sciences de Gestion**

**Département des Sciences de Gestion**

## **Mémoire de fin d'étude**

En vue de l'obtention du diplôme de Master en sciences de gestion.

**Option** : Management Economique des Territoires et Entrepreneuriat

## **Thème**

**Les déterminants de la création d'entreprise :**  
**Cas du secteur agroalimentaire de la zone d'activité**  
**Taharacht AKBOU.W/BEJAIA.**

**Présenté par :**

M<sup>lle</sup> MAADCI Rachida

M<sup>r</sup> MEDJKOUNE Mohand

Sous la direction : *M<sup>r</sup> BELLAL Samir*

**Devant le jury composé de:**

Président de jury : M<sup>r</sup> AOUDIA.L

Examineur 1 : M<sup>me</sup> HADDOU.N

Examineur 2 : M<sup>r</sup> BELLACHE.Y

Rapporteur : *M<sup>r</sup> BELLAL.S*

**Juin 2015**

# Remerciements

Nos sincères salutations ainsi que nos vifs remerciements à l'ensemble des entreprises qui ont bien voulu collaborer avec nous dans ce travail. Nous citons en particulier : SARL Laiterie Soummam, SARL Almag, SARL Semoulerie Soummam Grani, SARL PastaWord, SARL Ramdy, SARL Nomade (AYRIS), SPA Ela-fruits, SARL GMV, SCN Golden Drink, Limonaderie Rodeo, SARL Moulins de Tidja.

Nous souhaitons témoigner toute notre reconnaissance et sympathie à notre promoteur M<sup>R</sup> BELLAL.S, de nous avoir guidé et orienté avec patience et disponibilité, et pour ses conseils et son aide technique et moral pour mener à bien notre expérience dans le secteur de gestion...Le travail avec lui fut un véritable plaisir, pour cela nous lui assurons de notre profonde gratitude et notre profond respect.

Sans oublier notre co-encadreur M<sup>r</sup> OUCHICHI Mourad qui nous a enseigné, guidé et aidé à recueillir toutes les informations nécessaires pour bien mener notre travail.

Nos derniers profonds remerciements vont à nos professeurs et à tous les gens qui ont attribué d'une façon ou d'une autre à l'accomplissement de ce travail.

# Dédicaces

*Je dédie ce travail à :*

*Mes très chers parents :*

*Aucune dédicace ne saurait exprimer l'amour, l'estime et le respect que j'ai toujours eu pour vous, rien au monde ne vaut les efforts fournis jour et nuit pour mon bien. Je vous dédis ce modeste travail en témoignage de mon profond amour, puisse dieu le tout puissant vous préserver et vous accorde beaucoup de santé, longue vie et bonheur.*

*Ce travail est le fruit de vos sacrifices que vous avez consentez pour mon éducation et ma formation.*

*A mon frère Yacine et mon petit frère Rayane Slimane :*

*Je vous souhaite un avenir plein de joie, de bonheur, de sérénité et beaucoup de réussite dans vos études, je vous aime beaucoup.*

*A toute ma famille, yemma nini surtout, je te souhaite longue vie et beaucoup de santé, et a ceux et celles qui nous ont quittés.*

*A mon binôme Rachida, ainsi que toute sa famille.*

*A tout mes amis sans exception.*

*Et à tous ce qui ont contribué de près ou de loin a la réalisation de ce travail.*

*Mohand.M*

# DEDICACES

*Ce modeste travail est dédié :*

*A mes très chers parents Yemma et Vava iguaazizene fellli :*

*Aucune dédicace ne saurait exprimer l'amour, l'estime et le respect que j'ai toujours eu pour vous, rien au monde ne vaut les efforts fournis jour et nuit pour mon bien. Je vous dédis ce modeste travail en témoignage de mon profond amour, puisse dieu le tout puissant vous préserver et vous accorde beaucoup de santé, longue vie et bonheur.*

*Ce travail est le fruit de vos sacrifices que vous avez consentez pour mon éducation et ma formation. Je vous aime énormément.*

*A mes très chers frères, qui m'en soutenu moralement et financièrement surtout dada Hakim. A ma très chère petite sœur Yamina que j'aime beaucoup, ma belle sœur Nadia, a qui je porte respect et amour., et ma chère Soussou que je considère comme ma sœur et que j'aime énormément.*

*A ma chère sœur Nadia, son mari Djamel, ces petits anges Nunu et Ana, et mon très cher frère Zahir, qui sont à El ghorva, je vous di malgré la distance, vous êtes toujours dans mon cœur, et je vous porte beaucoup d'amour.*

*A mes nièces et neveux: Youksane, Elyna, Melia, ghiless et surtout ma chère petite LISSA, que j'aime plus que tout au monde.*

*Je vous souhaite un avenir plein de joie, de bonheur, et beaucoup de réussite dans vos études, je vous aime atass atass.*

*A toute ma famille, yemma Gaga surtout, je te souhaite longue vie et beaucoup de santé.*

*A mon binôme Mohand, et toute sa famille.*

*Et a tous mes amis(es).*

*Rachida.M*

*Liste des  
Abréviations*

# Les abréviations :

ANGEM : Agence Nationale pour la Gestion des Microcrédits

ANP des PME : Agence Nationale pour la Promotion des PME ;

ANSEJ : Agence Nationale de Soutien d'Emploi de Jeunes ;

ASI: Algerian Start-up Initiative;

CAP : croissance, autonomie, pérennité ;

CNAC : Caisse Nationale d'Assurance Chômage ;

CNES : Conseil National Economique et Social ;

CNSS, CIMR, CMR : sont des organismes sociaux ;

CVN : création de valeur nouvelle ;

FMI : Fond Monétaire International ;

GEM : Global Entrepreneurship Monitor ;

INPI : Institut National de la Propriété Industrielle ;

ME : Moyennes Entreprises ;

MOAN : Moyen Orient Afrique du Nord ;

NTIC : Nouvelles Technologie d'Information et de Connaissance ;

OCDE : Organisation de Coopération et de Développement Economique ;

PE : Petites Entreprises ;

PMA : les Pays les Moins Avancés ;

PME : Petites et Moyennes Entreprises ;

PMI : Petites et Moyennes Industries ;

PNB : Produit National Brut ;

SMIG : Salaire Minimum Interprofessionnel Garanti ;

TEA : Taux d'activité entrepreneuriale ;

TPE : Très Petites Entreprises ;

PIC : Pérennité, Indépendance, Croissance ;

# Sommaire :

Dédicaces

Remerciement

Introduction générale.....1

Chapitre I : Entrepreneuriat, Entrepreneur, Entreprise : de quoi s'agit-il ?.....4

I- Entrepreneuriat.....4

II- Entrepreneur.....18

III- Entreprise.....27

Chapitre II: Entrepreneuriat en Algérie.....40

I- Etat des lieux de l'entrepreneuriat en Algérie.....41

II- La transition entrepreneuriale: du local vers l'international.....45

III- La qualité de l'activité entrepreneuriale local « Algérie ».....46

IV- Connaissance de l'environnement socioéconomique: les 4M.....54

Chapitre III : Les différents facteurs qui influencent l'activité entrepreneuriale dans la zone d'activité Taharrachth AKBOU.....60

I- Présentation de l'enquête.....61

II- Présentation et interprétation des résultats de l'enquête.....62

Conclusion générale.....80

Bibliographie

Liste des abréviations

Liste des tableaux

Liste des figures

Liste des schémas

Annexes

*Introduction*  
*Générale*



## ***Introduction Générale :***

*"Dans la pensée scientifique, la méditation de l'objet par le sujet prend toujours la forme de projet".*

Gaston BACHELARD

Au sein des sciences de gestion, l'entrepreneuriat apparaît ainsi comme un phénomène organisationnel conduisant à l'apparition de forme organisée à finalité socio-économique et nécessitant un pilotage pour arriver au futur désiré par ceux qui ont la responsabilité et/ou la gouvernance. Il nous semble important, pour servir ce pilotage, de comprendre les conditions d'émergence de ces formes d'organisation, d'une part pour effectivement aider à cette émergence (pour la création de valeur, d'emploi, pour le renouvellement du tissu socio-économique et répondre à la donne concurrentielle, etc.), d'autre part parce que ces conditions ne sont pas neutres sur la façon dont la forme née peut évoluer. L'entrepreneuriat est de nature transversale, dès lors un apport est attendu de la part de chaque spécialités des sciences de gestion (finance, marketing, GRH, management stratégique, etc.). L'entrepreneuriat est bien un objet des sciences de gestion, parce que les conditions d'émergence ne peuvent être ignorées par ceux qui prennent des initiatives et pilotent les organisations qu'ils ont créées, mais aussi parce que les sciences de gestion sont sans doute les mieux placées dans l'apport d'une connaissance pouvant être mobilisée pour faire des initiatives des entreprises pérennes.

En première lecture, nous pouvons noter que le terme entrepreneuriat contient le mot entrepreneur. Sans verser dans l'étymologie, on peut admettre que le phénomène est impulsé par cet individu. Celui-ci entretient avec l'organisation qu'il crée une relation dialectique. L'un se définit par rapport à l'autre et vice et versa.

« Suite à la crise qu'a connue l'Algérie pendant les années 80 et l'intervention du fond monétaire international (FMI) dans l'économie algérienne, plusieurs réformes ont été entreprises (réformes financières, économiques, juridiques, etc.). Ces réformes ont eu des répercussions négatives sur le milieu socio-économique marquées principalement par : une augmentation de la pauvreté, des licenciements, des fermetures d'entreprises, une forte inflation et une hausse du taux de chômage. »<sup>1</sup>

---

1) <sup>1</sup> BENREDJEM Rédha, l'intention entrepreneuriale : l'influence des facteurs liés à l'individu et au milieu, Ed CERAG, Grenoble 2, 2009.

Ce fut un passage obligé d'autant plus que les circonstances d'ordre politique et sécuritaire ont plongé le pays dans une crise sans précédent. Quelques années après et suite à une certaine stabilité sociale et avec un prix de pétrole très élevé, l'Algérie, un pays dépendant à plus de 90% des ressources d'hydrocarbures, a pu réaliser en 2007, des recettes en devises très importantes dépassant les 60 milliards de dollars et des réserves en devises dépassant les 100 milliards de dollars. Au jour d'aujourd'hui, la dette externe est quasiment assainie. Cependant, « *le taux de croissance réalisé demeure faible, comparé aux pays en voie de développement connaissant la même conjoncture favorable et engageant le même niveau d'investissement* »<sup>2</sup>. Le gouvernement devrait prendre en compte que les réserves de pétrole ont une limite et ne peut pas subvenir aux besoins actuels et futurs du pays. Il est important alors de développer d'autres ressources pour soutenir l'économie.

L'entrepreneuriat, notamment la création d'entreprises, est un moyen de développement économique qui permet en plus de la réalisation de la valeur ajoutée et de l'amélioration de la croissance nationale, de lutter contre le chômage et le travail informel. C'est le nouveau moteur de l'économie. « *Et pour créer des emplois, il faut avant tout créer des employeurs. La faculté d'entreprendre est un levier de croissance économique et sociale d'une extraordinaire efficacité. Toute initiative qui favorise l'entrepreneuriat et en améliore l'environnement fait donc avancer le pays. A cet égard, le regard que portent les pouvoirs publics et les politiques sur les entrepreneurs est décisif puisqu'il constitue, directement ou indirectement, un encouragement ou un frein à l'envie d'entreprendre* »<sup>3</sup>.

En Algérie de nombreux dispositifs et programmes, tels que le programme contrat pré-emploi et le dispositif du microcrédit, ont été appliqués pour encourager la création des petites et moyennes entreprises (PME) ainsi que les micro-entreprises, afin d'absorber le chômage excessif des jeunes. À l'horizon 2009, le gouvernement algérien prévoit l'objectif des cent mille PME tracés par le Programme du Président de la république.

Malgré les efforts du gouvernement en matière de lutte contre le chômage et l'encouragement de la création d'entreprises, les résultats restent mitigés avec un grand nombre de création mais en partie dans le secteur informel. L'entrepreneuriat algérien reste toujours en recul par rapport aux pays voisins.

« L'entrepreneuriat est considéré comme un vivier important d'emplois, d'innovations et de richesses. Il représente une formidable machine de valorisation de connaissances et de transfert de technologies. De nombreux chercheurs sont d'accord pour dire que souvent la

---

<sup>2</sup> Comme le souligne El Hachemi SIAGH, président directeur général du cabinet d'étude Strategica.

<sup>3</sup> C. LEGER- JARNIOU, Le grand livre de l'entrepreneuriat, Edition DUNOD, Paris, 2013, P : 3.

création d'entreprise est précédée par une volonté ou une intention de créer, ils ont étudié le comportement entrepreneurial en insistant sur l'inséparabilité des intentions de l'acte entrepreneurial. Cette intention représente le meilleur prédicateur de l'acte entrepreneurial, elle est expliquée par plusieurs facteurs imbriqués : des facteurs qui sont liés aux caractéristiques personnelles de l'individu et d'autres au milieu. L'individu, outre ses traits de caractère, développe des croyances sur l'environnement où il vit et où il travaille »<sup>4</sup>. Dans notre recherche nous allons tenter d'éclairer la question suivante :

***Comment le milieu entrepreneurial, à travers les facteurs socio-économiques et culturels, influence-t-il l'intention de créer une entreprise ?***

De cette question principale découle d'autres interrogations subsidiaires, à savoir :

- Quelles sont les raisons qui poussent les individus à entreprendre ?
- Quelle est l'influence que peut avoir l'environnement socioéconomique sur la créativité des individus ?
- Quelles sont les raisons qui poussent les individus à investir et choisir de s'installer sur un territoire donné ?
- Quels sont les déterminants de la création d'entreprise ?

Afin de répondre à toutes ces questions nous posons l'hypothèse suivante :

- ❖ **Hypothèse :** L'intention entrepreneuriale est le premier élément nécessaire dans le processus entrepreneurial. Elle reflète la volonté d'une personne de créer une entreprise. Cette volonté est influencée par la personnalité ainsi que les croyances de l'individu sur le milieu environnant.

Pour vérifier cette hypothèse, nous avons opté pour une démarche méthodologique qui s'articule autour de deux phases : la première a été développée et enrichi après un travail d'exploration qui compte les opérations de recherche bibliographiques et documentaires pour mieux cerner le sujet, et cela à travers deux chapitres théoriques, le premier va traiter les généralités et l'émergence de l'entrepreneuriat, l'entrepreneur et l'entreprise et par la présentation d'un aperçu historique et la définition des différents modes et approches. Le deuxième chapitre sera destiné à la présentation et l'analyse des différents systèmes

---

2) <sup>4</sup> BENREDJEM Rédha, l'intention entrepreneuriale : l'influence des facteurs liés a l'individu et au milieu, Ed CERAG, Grenoble 2, 2009.

entrepreneuriaux et un état des lieux des entreprises en Algérie. La deuxième phase du présent travail sera de rassembler les données et les informations par une enquête de terrain et l'analyser par la suite. Cela fera l'objet du troisième chapitre qui présentera une analyse des résultats après le traitement de données. Cette enquête sera menée par un questionnaire afin de recueillir les données qualitatives et/ou quantitatives.

Enfin, nous rappelons que l'ultime objectif de ce qui suit est de décortiquer la relation entrepreneuriat/individu/milieu.

*Chapitre I :*  
*Entrepreneuriat,*  
*Entrepreneur, Entreprise : de*  
*quoi s'agit-il ?*

## ***Introduction :***

Pour créer des emplois, il faut avant tout créer des employeurs. La faculté d'entreprendre est un levier de croissance économique et sociale d'une extraordinaire efficacité. Toute initiative qui favorise l'entrepreneuriat et en améliore l'environnement fait donc avancé le pays. A cet égard, le regard que portent les pouvoirs publics et les politiques sur les entrepreneurs est décisif puisqu'il constitue, directement ou indirectement, un encouragement ou un frein à l'envie d'entreprendre.

La création d'entreprise et, d'une façon plus large, l'entrepreneuriat sont aujourd'hui unanimement reconnues comme étant des phénomènes vitaux pour la société, par leur contribution à la régénération et au développement de l'économie. Ce 1<sup>er</sup> chapitre va nous permettre de pénétrer au cœur de l'entrepreneuriat et d'approfondir quelques notions clés sur l'entrepreneur et l'entreprise.

Notre point de départ est de montrer avant toute chose, l'importance du phénomène dans la société et pour l'économie.

Conscients que l'entrepreneur a une importance capitale dans la réussite de son entreprise, il nous a semblé intéressant de dresser, un état de la littérature relative à l'étude de ce personnage clé.

## ***I.Entrepreneuriat :***

L'entrepreneuriat est un thème porteur, certains diraient même à la mode, et ceci, tout autour du globe !mais en fait, qu'est-ce que l'entrepreneuriat ?

### **I.1. Définition de l'entrepreneuriat :**

Selon la définition du grand livre de l'entrepreneuriat : « *L'entrepreneuriat peut se définir comme une activité impliquant la découverte, l'évaluation et l'exploitation d'opportunités, dans le but d'introduire de nouveaux biens et services, de nouvelles structures d'organisation, de nouveaux marchés, processus, et matériaux, par des moyens qui, éventuellement, n'existaient pas auparavant.* »<sup>1</sup>

Le terme entrepreneuriat recouvre différentes acceptation qui méritent d'être clarifier.

La **première vision** de l'entrepreneuriat est plutôt anglo-saxonne et fait référence à deux courants de pensées :

---

<sup>1</sup> Le grand livre de l'entrepreneuriat, C. LEGER- JARNIOU, Edition DUNOD, Paris, 2013, P : 7,8

- L'émergence organisationnelle, est un processus qui permet à un individu de créer une nouvelle organisation. Les conditions de cette création sont alors privilégiées.
- L'identification et l'exploitation d'opportunité, dans cette approche, les conditions d'identification et d'émergence d'une nouvelle activité économique sont importantes ainsi que la façon dont elles sont exploitées, mais elles ne conduisent pas forcément à la création d'une nouvelle organisation. Dans ce cas, les opportunités préexistent dans l'environnement.

Cette vision associe l'entrepreneuriat à la sphère économique et relaie les valeurs telles que le social et l'écologie aux seconds plans. Vision que le programme d'indicateur de l'entrepreneuriat, reprend en le définissant : « *comme le phénomène associé à l'activité entrepreneuriale, action humaine consistant à entreprendre pour générer de la valeur en créant de la valeur en créant ou en développant des activités économique grâce à l'identification et à l'exploitation de nouveau produit, processus ou marché* »<sup>2</sup>.

Une façon complémentaire d'aborder la création d'entreprises ou d'activité est de faire la distinction entre **l'entrepreneuriat par opportunité** et **l'entrepreneuriat par nécessité**.

*L'entrepreneuriat par nécessité* concerne les entrepreneurs qui décident de créer parce qu'ils ne trouvent pas d'autre solution d'emploi. Ils sont nombreux dans les pays en développement mais cela touche également les chômeurs et toutes les populations en difficultés qui actionnent les leviers « push » de la création (chômage, licenciement, menaces de pertes d'emploi).

*L'entrepreneuriat par opportunité* renvoi aux premières définitions et concerne des personnes qui actionnent les leviers « pull » tels que l'autonomie, l'indépendance, la liberté, le statut ou la reconnaissance sociale et l'argent.

**La seconde vision** est plus globale en ce sens qu'elle considère l'entrepreneuriat « comme un mode de comportement, à la fois complexe et multidimensionnelle » qui s'inscrit dans un processus et dans une relation dialogique individu (seul ou en équipe)/création de valeur, inscrite dans un environnement et dans un espace temporel. Dans ce dernier cas, il s'agit de manière particulière de concevoir les choses, en prenant des initiatives et en agissant ; de se comporter avec la volonté d'essayer de nouvelles choses ou de les faire déferrement, simplement parce qu'il existe une possibilité de changement. Il s'agit aussi du souhait de

---

<sup>2</sup>Selon l'OCDE-EUROSTAT lancé en 2006.

Le centre pour l'entrepreneuriat de l'OCDE a une approche inclusive de la notion d'entrepreneuriat dans le sens où elle comprend l'entrepreneuriat des femmes, des jeunes, des seniors, des immigrés, des minorités ethniques, l'entrepreneuriat social, collectif ou coopératif, et pas seulement l'entrepreneuriat technologique qui fait la une des journaux.

développer une capacité à composer avec le changement et d'expérimenter des idées et agir avec ouverture et flexibilité.

En un mot, ces deux visions renvoient pour la première à « **l'esprit d'entreprise** » (souvent associé à la création ou la reprise d'entreprise, sans oublier l'*extrapreneuriat*<sup>3</sup>) et à « **l'esprit entrepreneurial** » ou « **esprit d'entreprendre** » pour la seconde.

L'esprit entrepreneurial peut s'exprimer dans des situations d'entreprise et dans sa vie de salarié (via l'*intrapreneuriat*<sup>4</sup> dans des entreprises existantes ou dans des entreprises familiales) ; mais aussi en dehors de l'entreprise dans sa vie de tout les jours en tant que citoyen (dans des associations ou en tant qu'auto-entrepreneur par exemple).

Ces deux visions sont complémentaires en ce sens qu'elles forment un continuum dans lequel la création n'est que la partie visible.

L'entrepreneuriat repose sur les postulats suivants :

- il requiert l'existence d'opportunités ;
- des différences existent entre les personnes ;
- le rapport au risque (l'entrepreneur est une personne qui prend des risques) ;
- c'est un processus qui tresse des rapports avec des activités d'innovation et d'organisation.

L'entrepreneuriat ne nécessite pas forcément la création d'une nouvelle structure ; il n'est pas non plus forcément le fait d'une seule personne, et il n'est pas fatalement couronné de succès. Les entrepreneurs sont considérés comme des individus capables de construire une activité au regard des changements de la société en trouvant des manières d'exploiter économiquement les opportunités. Ils constituent à ce titre une des figures instituant en sciences des organisations.

## **I.2. Importance de l'entrepreneuriat dans la société :**

Les apports de l'entrepreneuriat à l'économie et à la société concernent la création d'entreprise, la création d'emploi, l'innovation, le développement de l'esprit d'entreprendre dans les entreprises et les organisations et l'accompagnement de changements structurels.

### **a) L'innovation:**

L'innovation et la création de valeur nouvelle sont des notions difficilement dissociables, ceux qui nous a conduit à les évoqués aux seins de cette section. L'innovation réussie est toujours une source de valeur nouvelle, par contre la création de valeur nouvelle n'a pas systématiquement une innovation comme source unique. Par exemple, des compétences

---

<sup>3</sup> C'est la création d'une entreprise par un ou plusieurs salariés issus d'une organisation dite parente, création qui prend appui de manière formelle ou informelle sur des actifs tangibles ou intangibles issus de cette organisation.

<sup>4</sup> Le concept a été défini en 1976 par l'américain Ginford PINCHOT, l'intrapreneuriat est censé permettre à la grande entreprise de mieux saisir les opportunités que son inertie naturelle laisserait passer.



humaines appliquées dans des opérations reliées à des facteurs clés de succès peuvent être à l'origine d'une création de valeur nouvelle. Elles peuvent permettre, en effet, d'assurer une meilleure maîtrise de ces facteurs clés de succès.

La création de valeur est donc reliée à l'innovation et à la création d'avantage concurrentiel durable. Dans un projet entrepreneurial, la notion de valeur rejoint également celle d'opportunité. Il n'est pas possible de parler d'opportunité de création, de reprise ou de développement d'un projet sans faire référence à la valeur nouvelle que cette opportunité apportée. Qui plus est, la valeur est une valeur utilitaire destinée au client final et non pas une valeur financière qui s'adresse à l'actionnaire ou à l'entrepreneur. Les deux sont bien évidemment compatibles et souhaitables, mais pour ceux qui nous concernent, dans cette partie, chaque fois que nous parlerons de valeur, il s'agira d'une valeur liée à l'adéquation du produit au marché.

Pour débiter, nous allons évoquer différentes formes d'innovations. Puis, nous poursuivrons par la présentation d'une typologie de projet construite en fonction du critère de création de valeur. Ces apports conjoints devraient nous permettre d'avoir des points de repère solides. Nous consacrerons l'essentiel de cette partie à la notion d'opportunité (créatrice de valeur) et nous montrerons, en particulier, à quel point le cheminement d'une idée initiale à une opportunité d'affaire relève de compétence particulière, que tout entrepreneur potentiel devrait développer.

### ➤ **Innovation et multiplicité des formes**

« L'innovation consiste à introduire, quelque chose de nouveau, d'encore inconnu, dans une chose établie ». Cette définition du petit Robert nous apparaît bien adaptée au contexte de la création de valeur dans des situations d'entrepreneuriat.

L'innovation a trait à la nouveauté et à son introduction dans un système social existant. Nous retrouvons bien à l'idée que l'innovation concerne tout type de nouveauté et qu'elle peut affecter n'importe quel domaine de la vie économique et sociale. En intégrant plusieurs conceptions de l'innovation, précise cette notion, dans un ouvrage de 1994 :

« *Le mot innovation désigne tout changement intentionnel, formel ou non, obtenu par un agent économique, changement reconnu comme tel du seul fait qu'il engendre une augmentation de recette ou une diminution de coûts* »<sup>5</sup>.

L'innovation ne doit être confondue avec deux autres notions qui lui sont liées : *l'invention et l'idée*. Ces deux notions peuvent être à l'origine d'une innovation. L'invention est liée à

---

<sup>5</sup> Alain FAYOLLE, introduction à l'entrepreneuriat, DUNOD, Paris, 2005.

une avancée de la croissance et a la concrétisation de cet avancée en terme scientifique et technique. L'innovation est de nature beaucoup plus relationnelle. Elle touche à la réussite, a différents niveaux, de l'introduction de l'innovation dans la pratique sociale. Cette réussite peut être économique, technologique, commerciale ou sociale.

Alors que l'idée est fondamentalement individuelle, l'innovation naît du dialogue, de la relation avec l'ensemble des acteurs clés de l'environnement : experts, utilisateurs, clients potentiels, fournisseurs...

En générale, une idée est à l'origine d'une invention, laquelle peut débouchée sur une innovation. Ceci n'est probablement pas la conclusion la plus fréquente, dans la mesure où de très nombreuses inventions, formalisées et protégées par des brevets, ne sont pas exploitées et reposent tranquillement à l'institut national de la propriété industrielle(INPI).

Une idée peut être directement la source d'une innovation, car toutes les innovations ne passant pas par des inventions et des brevets. Il conviendrait, d'autre part, de mettre le mot idée au pluriel, tant il apparaît que ce n'est pas une, mais des idées qui alimentent le processus d'innovation et qu'il faut passer par des centaines d'idées avant d'en trouver une qui va donner lieu à une innovation. Le processus d'innovation est, très souvent, long, complexe et tourbillonnaire, pour reprendre l'expression des sociologues Callon et Latour. Les chiffres qui sont avancés pour soulignés cette déperdition montrent qu'avec 100 idées en va pouvoir travailler sur 10 projets, lesquels vont permettre le lancement d'une innovation réussie. Ce qui a fait l'objet d'une interprétation humoristique de la part d'un ancien dirigeant de 3M, entreprise qui a toujours affichée une forte culture entrepreneuriale et des stratégies largement basées sur l'innovation : « *you have to kiss a lot of frogs to find a princess* »<sup>6</sup>.

### ❖ *Des formes d'innovation plurielles*

Une démarche d'innovation peut partir d'un existant et s'efforcer de rechercher toutes les voies d'amélioration possibles. On peut, dans ces conditions, faire mieux, différemment, autre chose, plus vite, moins cher, plus résistant, plus facile à maintenir...

Une innovation peut être dans la continuité d'un produit ou d'un processus. L'amélioration est apportée à la marge et on parle d'innovation incrémentale. Ou bien, elle peut introduire une rupture majeure et il s'agit, alors d'une innovation radicale.

Du point de vue de l'individu ou de l'organisation, l'innovation peut être la conséquence d'une initiative ou perçue comme une nécessité, une obligation. Pour les entreprises il est fréquent, d'ailleurs, d'évoquer les *firsts movers*, *les leaders*, qu'on oppose aux « suiveurs ».

---

<sup>6</sup> Alain FAYOLLE, introduction à l'entrepreneuriat, DUNOD, paris, 2005.

Comme les stratégies, les innovations peuvent être prédéterminées et planifiées ou au contraire émergentes et opportunes.

L'innovation peut remettre en cause, assez profondément, une organisation ou un processus, ou n'affecter ces éléments que d'une façon partielle. L'innovation globale ou totale s'opposerait donc à l'innovation locale ou partielle. Un peu dans le même ordre d'idée, les champs et les domaines touchés par l'innovation sont multiples. C'est ainsi que cohabitent au panthéon de l'innovation des innovations technologiques, comme le concorde ou la fusée Ariane et des innovations sociales, comme les congés payés ou la semaine de 35 heures. De la même façon, les innovations s'installent dans les organisations (groupe autonome, cercle de qualité, système juste-à-temps, qualité totale...), au niveau des produits (ordinateur, électronique embarquée dans les automobiles...), au niveau des processus (lignes de fabrications, automatisation...), et, enfin, dans la distribution et la logistique (vente par correspondance, internet et les réseaux d'information...).

### ❖ **Typologie des formes d'innovation à l'usage des entrepreneurs**

C'est Schumpeter, qui, le premier, a relié un phénomène, l'innovation, à un acteur social, l'entrepreneur, en prenant bien soin de préciser, d'ailleurs, que l'entrepreneur n'était pas uniquement le créateur d'entreprise.

En croisant les pôles extrêmes liés aux degrés d'intensité de l'innovation (rupture versus incrémentale) avec les comportements possibles de l'entrepreneur (leader versus suiveur), nous pouvons proposer la typologie suivante (tableau ci-après), dans laquelle se retrouvent des situations assez contrastées.

☞ ***L'innovation de rupture*** : constitue un cas de figure très rare. Elle implique qu'un entrepreneur introduise un produit, un service ou un processus qui n'existait pas auparavant dans un marché. A titre d'illustration, le fondateur de l'entreprise technomed qui a mis au point le lithotriteur, appareil utilisé dans le traitement des calculs rénaux à introduire une innovation de rupture dans le milieu de la santé. L'entreprise américaine 3M en a fait de même lorsqu'elle a mis sur le marché son poste-it.

Les entrepreneurs qui copient une innovation de rupture sont plus fréquents. Ils peuvent le faire en se contentant d'imiter strictement, ceux qui ne représentent pas la majorité des cas, dans la mesure où la plupart des innovations de rupture sont protégées. Très souvent donc, ils apportent des modifications au produit original en essayant d'accroître l'attractivité de leurs offres et en contournant les barrières de protection. C'est ainsi que, rapidement, des entrepreneurs ont suivis technomed et 3M pour offrir des produits concurrents.

☞ **Les innovations incrémentales** : sont, de loin, les plus fréquentes. Les petites adaptations et modifications à des produits, services ou processus existant, ne présentent pas trop de difficultés pour qui sait observer et analysé des comportements, des habitudes, des besoins ou des fonctionnements.

Ces changements peuvent s'avérer, parfois, extrêmement positif et amélioré fortement l'adéquation entre des besoins et une offre destinée à les satisfaire. Par exemple, dans le domaine du nettoyage de vêtements a sec , un entrepreneur a proposé à un segment de clientèle, il ya quelques années, une offre de nettoyage en 24h, avec enlèvement et restitution des vêtements a domicile.les changements qui sont apportés a l'offre existante concernant, d'une part, la réduction du délais et, d'autre part, l'inclusion d'un service complémentaire évitant au clients de se déplacer. Pour certaines personnes, cadre et cadre supérieur, très investis dans leurs activités professionnelles et disposant de revenu élevé, l'offre a apporté indiscutablement une valeur nouvelle. Le service a depuis été copié par des entrepreneurs qui ont contribué à le diffuser dans les grandes villes françaises.

**Tableau-1- typologie des formes d'innovation**

<b>Forme d'innovation</b>	<b>Caractéristiques</b>
Innovation de rupture	Introduction dans un marché d'un produit, processus ou service complètement nouveau, par un entrepreneur, ou un intrapreneur.
Imitation d'une innovation de rupture	Adoption d'une innovation de rupture par un autre entrepreneur et intrapreneur qui se comporte comme un suiveur
Modification d'une innovation de rupture	Adoption d'une innovation de rupture avec des modifications, plus au moins importantes, apportées par un autre entrepreneur ou intrapreneur.
Innovation incrémentale	Innovation, créatrice de valeur, apportées a un produit, un processus ou un service existant, par un entrepreneur ou un intrapreneur.
Imitation d'une innovation incrémentale	Adoption d'une innovation incrémentale par un autre entrepreneur ou intrapreneur qui se comporte comme un suiveur.
Modification d'une innovation incrémentale	Adoption d'une innovation incrémentale avec des modifications, plus au moins importante, apportées par un autre entrepreneur ou intrapreneur.

Source: selon le livre: introduction a l'entrepreneuriat

*La typologie présentée montre que les stratégies à suivre par les entrepreneurs pour innover et créer de la valeur empruntent des voies différentes qui nécessitent des qualités et des compétences très distinctes. Certaines sont basées sur des connaissances scientifiques et techniques alliées à une grande curiosité. D'autres mobilisent des atouts peut-être plus ordinaires, tels que le sens de l'observation, de l'analogie et de l'analyse, ainsi qu'une grande capacité d'écoute.*<sup>7</sup>

**b) La création d'emploi :**

Depuis le début des années 1970, la création d'entreprise apparaît comme une source potentielle d'emplois et une réponse au problème du chômage. Des chiffres sont, en général, prudemment avancés pour tenter de quantifier le nombre d'emplois générés par la création d'entreprise.

La difficulté principale réside dans la définition qui est donnée au mot « emploi » : s'agit-il d'emplois directs ou d'emplois induits ? D'emplois créés ou d'emplois pérennisés ? D'emplois à temps plein ou d'emplois à temps partiel ? Malgré tout, on peut considérer, en nous appuyant sur les travaux de l'APCE, que la création d'entreprise contribuerait à créer annuellement, en France, environ 400.000 à 450.000 emplois, alors que la reprise d'entreprise permettrait d'en sauvegarder environ 300.000. Il s'agit bien, ici, d'emplois créés ou sauvegardés au moment de l'acte entrepreneurial, et non pas d'emplois pérennisés, au bout d'une période donnée (trois ou cinq ans, par exemple).

**c) L'esprit d'entreprendre dans les entreprises et les organisations :**

Des entreprises et des institutions cherchent à développer, à retrouver ou à conserver certaines caractéristiques entrepreneuriales comme la prise d'initiatives, la prise de risques, l'orientation vers les opportunités, la réactivité ou la flexibilité. Pour cela, elles n'hésitent pas à s'engager dans des démarches de changement et, parfois même, de transformation assez lourdes et consommatrices d'énergie et de ressources. Comment, dans ces conditions, développer la compétence entrepreneuriale ? Il faut s'efforcer de revoir, tout d'abord, les conditions de structuration et d'organisation des entreprises, car il n'est pas possible d'avoir l'agilité de la gazelle quand on est dans une configuration d'éléphant. Pendant très longtemps, on a dit à propos des petites structures : « Small is beautiful », pour souligner leur côté informel et convivial ; aujourd'hui, on ajoute, de plus en plus, « Small is powerful », pour indiquer que la performance est également associée à l'organisation de petite taille.

---

<sup>7</sup>Alain FAYOLLE, introduction à l'entrepreneuriat, DUNOD, paris, 2005, p : 49 - 55.

Avec l'organisation, c'est l'état d'esprit et la culture qui doivent évoluer. L'esprit d'entreprendre intéresse au plus haut point les entreprises et les institutions, en raison des caractéristiques qu'il révèle, comme l'encouragement à l'imagination, à l'adaptabilité et à la volonté d'accepter des risques. L'esprit d'entreprendre traduit une orientation forte vers la recherche d'opportunités, la prise de risques et les initiatives créatrices de valeur. Il peut également signifier un engagement plus fort des individus, et des aptitudes plus marquées à prendre des responsabilités, ou à les exercer.

**d) Mutations structurelles, politiques, économiques et sociales :**

La création d'entreprises constitue, très souvent, une modalité forte d'accompagnement des processus de mutations structurelles et de changements de l'environnement politique, technologique, social ou organisationnel. Ces mutations et ces changements génèrent de l'incertitude et de l'instabilité qui va être à l'origine de l'apparition d'opportunités de création de nouvelles activités économiques.

Le développement des activités tertiaires, notamment, doit beaucoup à la création d'entreprise pour compenser l'effondrement des secteurs industriels. L'arrivée de l'Internet et des nouvelles technologies liées à de nombreux entrepreneurs potentiels d'exploiter concrètement des opportunités.

La création d'entreprise est enfin un vecteur de réinsertion sociale. Elle permet, en effet, à des chômeurs de plus ou moins longue durée, dans certaines conditions, de retrouver un emploi créé, grâce à leur sens de l'initiative, à leur ténacité et à leur esprit d'entreprendre.

**I.3. l'entrepreneuriat, objet spécifique de recherche :**

Il n'est certes pas question, ici, de résumer toutes les approches disciplinaires et toutes les écoles de pensée de l'entrepreneuriat. Notre propos est simplement d'extraire de l'ensemble des publications offertes par les revues scientifiques dominantes du champ de l'entrepreneuriat, trois écoles de pensée qui nous semblent devoir jouer actuellement un rôle structurant. Au tour de ces travaux qui décrivent des conceptions singulières de l'entrepreneuriat, se développent, en effet, des communautés de chercheurs et des courants de recherche qui structurent en profondeur le développement du champ.

**a) Création d'une nouvelle organisation ou émergence organisationnelle :**

Le premier courant initié par GARTNER, qui reste un auteur très représentatif de cette façon de penser l'objet de recherche, définit l'idée que l'entrepreneuriat est la création d'une nouvelle organisation. Dans cette vision, l'étude de l'entrepreneuriat revient à étudier la naissance de nouvelles organisations, c'est-à-dire les activités permettant à un individu (ou

une équipe) de créer une nouvelle entité. L'émergence organisationnelle est donc le processus d'organisation qui conduit à une nouvelle organisation. La conception de GARTNER a été adoptée par d'autres auteurs, des sociologues et des gestionnaires notamment, ce qui a permis la constitution d'une communauté de chercheurs qui consacre l'essentiel de ses travaux à l'étude du phénomène d'émergence organisationnelle.

Il est à noter que dans cette approche les chercheurs s'intéressent tout au plus, sinon plus, à la création d'organisation, sous-ensemble (insuffisamment étudié) de la théorie des organisations, qu'à l'entrepreneuriat. D'autre part, en fonction du mode d'exploitation retenue pour valoriser une opportunité ou une invention, création d'une nouvelle entité ou utilisation d'une nouvelle organisation existante, le processus en question, dans cette conception, est entrepreneurial, ou ne l'est pas. Enfin, toutes les créations d'organisations ne conduisent pas à des niveaux élevés. Des entreprises peuvent être créées par imitation, par reproduction ou encore dans le but de transférer une activité existante.

#### **b) Identification et exploitation des opportunités :**

La deuxième conception, basée sur la notion d'opportunité entrepreneuriale. Elle s'inscrit, en fait, dans un courant de recherche déjà ancien qui puise largement à la source des contributions de l'école des économistes autrichiens.

Dans ces conditions les processus de découverte, d'évaluation et d'exploitation des opportunités représentent des objets d'études et de recherche essentiels. De nombreux travaux récents, s'inscrivant dans cette veine de l'opportunité, explorent conceptuellement ou empiriquement un aspect particulier du domaine ainsi défini. Cette perspective, comme la précédente, porte sur l'émergence, mais il s'agit ici, de l'émergence d'une nouvelle activité économique, qui n'est pas nécessairement liée à l'émergence d'une nouvelle organisation. Cette approche questionne également l'étude du processus entrepreneurial. Elle présuppose que les opportunités existent dans la nature, en tant que telles, et qu'il suffirait d'avoir une capacité à les reconnaître pour les approprier et les transformer en réalités économiques :

*«Although recognition of entrepreneurial opportunities is a subjective process, the opportunities themselves are objective phenomena that are not known to all parties at all times»<sup>8</sup>.*

Nous pensons, avec d'autres, que l'opportunité entrepreneurial se construit au cours du processus de création de l'activité et non pas qu'elle est le point de départ, élément objectif qu'il faut découvrir, de ce processus.

---

<sup>8</sup> Shane et Venkataraman, 2000 : 220.

**c) Dialogique individu/création de la valeur nouvelle :**

La troisième conception est pour : « *l'objet scientifique étudié dans le champ de l'entrepreneuriat est le dialogique individu/ création de valeur* »<sup>9</sup>. Le principal dialogique proposé par Edgar Morin signifie que deux ou plusieurs logiques sont liées en une unité, de façon complexe (complémentaire, concurrente et antagoniste) sans que la dualité se perde dans l'unité. Cette dialogique s'inscrit dans une dynamique de changement et peut être définie comme suit :

« L'individu est une condition nécessaire pour la création de valeur, il en détermine les modalités de production, l'ampleur... il en est l'acteur principal. Le support de la création de valeur, une entreprise par exemple est la chose de l'individu, nous avons :

Individu      —→ création de valeur

La création de valeur, par l'intermédiaire de son support, investit l'individu, qui se définit, pour une large part, par rapport à lui. Elle occupe une place prépondérante dans sa vie( son activité, ses buts, ses moyens, son statut social...),elle est susceptible de modifier ses caractéristiques(savoir-faire, valeurs, attitudes...),nous avons :

Création de valeur      —→ individu »

L'objet scientifique considéré ici est le système entrepreneurial ou le dialogique individu (I) ↔ création de valeur nouvelle (CVN). Par convention, le symbole « ↔ » implique qu'il y a une dialogique entre deux entités, qu'elles forment un système qui ne peut pas être scindé si l'on veut le comprendre même si, pour des raisons de commodités, en est parfois amené à analyser cette dialogique en isolons ces composantes. Ce système est en interaction avec son environnement et se trouve « embarqué » dans un processus par rapport au quel le temps constitue une dimension incontournable. De plus, ce système est capable d'apprendre et de créer. Il est également doté d'intention et s'inscrit dans un processus et une dynamique durant lesquelles il est susceptible de se transformer.

On retrouve dans cette conception les principales démentions concernant le phénomène, telles que mises en évidence par de nombreux chercheurs : l'individu, l'objet créer(une organisation et /ou une innovation), l'environnement est le processus. La seule différence est le fait de considérer l'individu et l'objet de créé comme un ensemble en dialogique et de le placer au centre de préoccupation de recherche.

---

<sup>9</sup> Bruyet, 1993, p ; 57



## **I.4. les diverses formes de l'entrepreneuriat :**

Notre intention n'est pas d'aller trop en profondeur dans la présentation des formes principales d'entrepreneuriat, création d'entreprise, reprise d'entreprise et intrapreneuriat. Notre objectif est simplement de montrer qu'une forme particulière entraîne des exigences et des conséquences importantes au niveau du profil.

### **a) Création d'entreprise**

La création d'entreprise est un phénomène d'une grande hétérogénéité. Cela vient de la variété des types d'entreprises créées et de la diversité des types d'entrepreneurs. A titre d'illustration, quel rapport ya t-il entre ceux qui créent leurs emplois (artisanat, petit commerce, profession libérale...), ceux qui construisent une équipe (du petit sous-traitant à l'entreprise industrielle), ceux qui inventent et innovent ou encor ceux qui prennent une idée ailleurs et la développe ? Il est possible de distingué quelque situation typiques et d'en souligné les implications principales en termes de profil d'individu.

#### **➤ La création ex-nihilo**

*Ex nihilo* est une expression latine signifiant « à partir de rien ». Créer une entreprise quand rien n'existe n'est pas une situation facile. Il faudra du temps pour arriver à implanter son produit dans un marché, pour convaincre les utilisateurs et les chercheurs et ce , d'autant plus que le degré d'innovation sera élevé. Par voie de conséquence, il faudra soigneusement dimensionner les besoins financiers et obtenir les ressources suffisantes. La création ex-nihilo exige beaucoup de travail, de rigueur et de ténacité. Par ailleurs les risques doivent être doivent être particulièrement bien évalués.

#### **➤ La création par essaimage**

Créer une entreprise quand on est encore salarié et avec l'aide de son entreprise est certainement une démarche plus facile. Les grandes entreprises proposent des mesures et des dispositifs destinés à inciter et à accompagner leurs salariés dans des créations d'entreprise. Les projets peuvent être variés et concerner la création d'un commerce ou d'une entreprise industrielle, mais l'accompagnement (matériel, intellectuel, commercial et financier) d'une entreprise peut être de nature de réduire le niveau de risque de l'entrepreneur.

#### **➤ La création par franchise**

Elle met en relation *un franchiseur*, entreprise qui souhaite se développer en utilisant cette modalité, et un *franchisé*, individu qui veut créer une entreprise en appliquant une formule. Ce type de création consiste à imiter un fonctionnement qui existe dans un contexte géographique donné. La création en franchise bénéficie également d'un accompagnement important, mais

payant, de la part du franchiseur. Elle peut permettre à celui qui n'a pas d'idées propres ou qui n'a pas une capacité à innover de réaliser son objectif de création d'entreprise.

➤ **Création de filiale**

L'entrepreneur agit, dans ce cas pour le compte d'une entreprise existante qui lui confie un projet de nature entrepreneuriale. Les risques personnels sont très limités et les conditions matérielles proposées sont celle d'un cadre ou d'un dirigeant. Cette situation peut convenir, a condition de pouvoir y accéder, à celui qui veut entreprendre mais qui ne le fait pas par peur des risques et pour ne pas remettre en cause sa situation personnelle et familiale.

➤ **Création d'activité nouvelle**

Ce cas est assez proche du précédent. Tout se passe dans une organisation existante avec les avantages et les inconvénients liés à ce positionnement. Très fréquemment, ce type de situation fait d'avantage appel à des qualités et des compétences utiles pour innover. Les entrepreneurs potentiels créatifs et dotés d'une capacité réelle de management de projet d'innovation peuvent être concernés par la création d'activité nouvelle, qu'ils aient initiée ou non le processus.

**b) La reprise d'entreprise**

La reprise d'entreprise ou d'activité présente une différence de taille avec la création d'entreprise. L'organisation existe, elle n'a pas à être créée. Si elle existe, il est alors possible de s'appuyer sur des données qui la décrivent dans son présent, son histoire, sa structure et son fonctionnement. Dans ces conditions, l'incertitude est généralement moindre et les niveaux de risque beaucoup plus faibles. Comme pour la création d'entreprise, la reprise peut être réalisée par un individu pour son propre compte ou par une entreprise existante.

Au moins deux cas de reprise d'entreprise peuvent être examinés :

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

La principale difficulté est vraisemblablement d'avoir suffisamment tôt l'information qu'une entreprise de ce type est en vente. Ensuite il faut pouvoir disposer de ressources financières importantes, car le prix de marché de ces entreprises peut être élevé. Il est indispensable d'avoir, par ailleurs, de bonnes compétences générales et une expérience de management réussie. Il convient, en effet, de ne pas perdre trop de temps dans l'apprentissage du métier de chef d'entreprise;

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

Si les difficultés sont déclarées (entreprises en redressement judiciaire), il est indispensable de connaître le cadre légal de reprise d'entreprise en difficulté. Avoir des relations avec des acteurs clés dans ce milieu, apparaît comme une condition importante. Si le prix d'acquisition

de ces entreprises est sans commune mesure avec celui de l'entreprise en bonne santé, il ne faut jamais perdre de vue que ces structures nécessitent généralement une très forte recapitalisation financière. Reprendre une entreprise en difficulté nécessite également une bonne connaissance des situations de crise. Il convient en effet, de restaurer rapidement la confiance à tous les niveaux: personnel, clients, fournisseurs, partenaires.

### **c) L'intrapreneuriat**

« L'intrapreneuriat est le processus par lequel un individu (ou un groupe d'individus), en association avec une organisation existante, crée une nouvelle organisation ou génère le renouvellement ou l'innovation au sein de cette organisation. ».

Cette définition est intéressante à plus d'un titre : d'abord, elle met en évidence la dimension individuelle du processus intrapreneurial et souligne l'existence d'une association entre individu et organisation. Elle inclut, parmi les finalités du processus intrapreneurial, non seulement la création de nouvelles activités, mais également toute innovation ou transformation majeure de l'organisation.

Les relations entre les deux « associés » (individu ou groupe d'individus et l'organisation) aussi asymétriques et interdépendant sont forcément complexes. L'intrapreneur qui agit apparemment de façon autonome et s'engage personnellement reste un employé soumis à des obligations contractuelles et morales, dont celle d'agir pour le bénéfice de son employeur. De son côté, l'organisation qui « délègue » certaines tâches et transfère certains risques à l'intrapreneur constitue à la fois son milieu nourricier et son juge...Le tableau 1 tente de clarifier la position et le rôle respectifs des deux « associés » du processus entrepreneurial.

## **II. L'entrepreneur :**

### **II.1. définition de l'entrepreneur :**

**L'entrepreneur** est défini comme étant :

*«une personne ou groupes de personnes qui crée, développe et implante une entreprise dont il assume les risques, et qui met en œuvre des moyens financiers, humains et matériels pour en assurer le succès et pour réaliser un profit ».*<sup>10</sup>

Le mot « entrepreneur » est d'origine française qui peut signifier étymologiquement « celui qui entreprend ». E.M. Hernandez considère que : « le concept de l'Entrepreneurship ne peut pas être apprécié qu'en faisant référence à l'entrepreneur ».

Les entrepreneurs créatifs possèdent de grandes réserves d'énergie, de ténacité et d'imagination, et ces qualités, combinées à leur aptitude à prendre des risques calculés, leur permettent de transformer en un projet concret ce qui n'est souvent au départ qu'une idée très simple et assez floue. Ils savent faire partager leur enthousiasme à une organisation. Le volontarisme et la détermination qui les animent leur permettent de susciter l'adhésion autour de leur projet d'entreprise. Les entrepreneurs sont des individus tournés vers l'action et les résultats concrets, ils aiment décider et refusent la routine, le travail répétitif.

### **II.2. Mythes et réalités de l'entrepreneur**

De nombreuses idées reçues et représentations sur l'entrepreneur sont véhiculées dans le monde entier. Nous allons tenter de reprendre, celles qui reviennent le plus fréquemment.

#### **a) Entreprendre relève de l'inné ou de l'acquis ?**

L'entrepreneur inné est pour nous, largement un mythe. Même si certains individus naissent avec plus d'énergie ou plus de « flair » que d'autres, ces aptitudes resteraient probablement peu utilisées. Si elles n'étaient pas complétées par d'autres caractéristiques, telles que des connaissances, des compétences, des savoir-faire et des expériences accumulés pendant des années.

#### **b) N'importe qui peut créer une entreprise ?**

Pour créer une entreprise ou une activité nouvelle, il est nécessaire de faire la distinction entre une idée et une opportunité. Par ailleurs, il faut travailler son projet, le soumettre à des experts et à des regards externes et s'entourer de partenaires motivés ou intéressés. Le travail préparatoire est à cet égard essentiel, pour baliser, du mieux du possible, le lancement des activités et réduire l'incertitude. Si créer une entreprise ou une activité est à la portée de tous le monde, la réussite, la pérennisation et le développement ne concernent, en général, que les

---

<sup>10</sup> Selon le grand dictionnaire.

individus préparés ayant étudié tous les aspects de leur projet pour en éliminer (ou réduire) les impasses opérationnelles et stratégiques.

**c) Les entrepreneurs sont des joueurs ?**

Cette idée reçue montre des entrepreneurs qui prennent des risques d'une façon, très souvent, inconsidérée, presque pour le plaisir. Dans la réalité, les entrepreneurs comme la plupart des individus responsables, essaient de prendre des risques calculés. Ils développent une habileté à identifier les risques, à estimer leurs probabilités d'occurrence et à réfléchir sur des comportements ou des stratégies qui permettent de mieux les contrôler ou les manager.

**d) Entreprendre permet de devenir son propre patron et d'être complètement indépendants ?**

Beaucoup de personnes rêvent de devenir entrepreneur parce qu'elles ont un très fort besoin d'indépendance et parce qu'elles ne supportent plus la hiérarchie et l'inertie des grandes entreprises. Elles idéalisent le « small is beautiful » des petites structures. Même si le besoin d'indépendance est une motivation forte, très souvent avancée pour expliquer l'acte d'entreprendre, en réalité les entrepreneurs ne sont pas plus indépendants, dans leur fonctionnement, que les cadres ou d'autres dirigeants d'entreprise. Ils sont dépendants de leurs partenaires financiers, industriels ou commerciaux, de leurs collaborateurs, de leurs clients, de leurs fournisseurs et de leurs familles. Les relations qui ont été nouées avec toutes les parties prenantes impliquent des obligations fortes que des êtres responsables se doivent de respecter et d'honorer. Il est donc clair que l'indépendance n'est qu'un leurre, mais dans l'exercice de ses missions. Cette nuance subtile entre indépendance et liberté est parfaitement mise en valeur dans une définition de l'entrepreneur proposée par un jeune créateur d'entreprise.

### **II.3. Approche et outils d'autodiagnostic :**

Nous parlons d'autodiagnostic car nous pensons qu'il est essentiel que se soit l'entrepreneur naissant lui-même, qui réalise ce travail d'introspection et d'amélioration d'une connaissance de soi, sans laquelle il est très difficile d'entreprendre. Cette position n'est pas exclusive d'une aide extérieure et d'un accompagnement éventuel, mais elle veut souligner la nécessité d'une forte implication et d'un engagement total. Ce travail ne doit pas être envisagé comme relevant d'un diagnostic ponctuel effectué pour mesurer un degré d'adéquation à un moment donné, mais bien comme un outil de diagnostic permanent participant au processus de développement personnel et au pilotage du projet et de l'activité nouvelle.

Différentes dimensions nous semblent devoir être explorées. Nous allons les aborder dans l'ordre où elles devaient être traitées.

**a) Se connaître en tant qu'homme**

La connaissance de soi est un domaine complexe. Il n'est pas envisageable d'aller très loin et d'une façon approfondie dans notre développement, simplement nous voudrions encourager les entrepreneurs potentiels à s'engager dans quelques réflexions indispensables, autour de thèmes qui sont aux cœurs des situations entrepreneuriales.

☞ *Position par rapport au changement*

Est-ce que le changement est important pour moi ? suis-je un promoteur du changement ? Ou bien le changement me perturbe-t-il ? Suis-je un homme ou une femme de routine d'habitudes ? Voilà quelques questions pour amorcer la réflexion. Et pour la poursuivre, il est intéressant d'identifier dans sa vie, personnel ou professionnel, des périodes, des événements liés au changement et de les analyser, dans une perspective comportementale. En fonction des réponses et des possibilités d'évolutions à court terme, certaines situations entrepreneuriales apparaissent plus souhaitables que d'autres. Si je ne souhaite pas le changement ou si le changement me diminue, il vaut mieux que j'évite de me lancer dans une création d'entreprise innovante, par exemple.

☞ *Position par rapport aux risques*

Le risque est très souvent lié au changement, à la perte de repères et de référent. Il vient aussi de l'incertitude. Le risque est une réalité quand il se déclare, sinon il est virtuel et fait l'objet de perception qui dépend des individus et des contextes. Les questions à se poser sont liées aux expériences passées dans lesquelles certains risques ont pu être encourus.

Ai-je une capacité à identifier des risques, à en estimer la probabilité d'occurrence ? Comment puis-je réagir dans des situations risquées, voire très risquées ? Quel effet le risque a-t-il sur mes réactions et mes comportements ? Suis-je paralysé par le risque ou au contraire sublimé par lui ? Ai-je envie d'accepter des risques personnels non négligeables dans une situation professionnelle ? Les expériences et les pratiques peuvent faciliter la réflexion. Quand rien n'est peut-être mobilisé à ce niveau, les réponses sont certainement plus fragiles. À titre anecdotique, certains programmes de formation à l'entrepreneuriat démarrent par un saut en parachute ou un saut à l'élastique, pour donner un peu de matière à la réflexion sur le risque. La difficulté à prendre des risques et à les assumer doit conduire à éviter, au moins dans un premier temps, les situations les plus risquées, comme la création d'entreprise innovante ou la reprise d'entreprise en difficulté.

☞ *Position par rapport à l'indépendance et à la liberté*

Le besoin et la recherche d'indépendance sont parfois des déterminants importants de l'acte d'entreprendre. Ceux qui décident de se « mettre à leur compte », de devenir leur propre patron ou qui veulent fuir le côté pesant et très hiérarchisé du fonctionnement des grandes entreprises accordent certainement beaucoup d'importance aux notions d'indépendance et de liberté. Être (très) indépendant a des implications au niveau du projet et de l'entreprise. Ce positionnement se retrouve dans la façon de travailler et de faire appel à des avis et expertises, dans l'attitude vis-à-vis des possibilités d'associations, d'alliance ou de partenariat. Un individu très indépendant aura beaucoup de difficultés à s'allier ou à s'associer. Il limitera, peut être son projet et la croissance de son entreprise aux ressources propres qu'il peut mobiliser. Il évitera de se mettre dans des situations de dépendance, quelle que soit la nature de la relation et malgré l'importance des enjeux.

☞ *Position par rapport au pouvoir*

Le pouvoir sur les autres est-il recherché ? Le pouvoir constitue-t-il un déterminant important qui fait agir ou réagir ? L'accès à une position entrepreneuriale est-il principalement un passage obligé pour avoir plus de pouvoir ? Cette question se pose également au sein d'une équipe. De quelle façon le pouvoir est-il réparti ? Est-ce que cette répartition convient à chacun des équipiers ? Le pouvoir est généralement lié à la décision stratégique, celle qui engage l'entreprise et les individus. Le pouvoir peut venir d'une autorité reconnue et acceptée, des droits de propriété ou encore de la maîtrise des zones d'incertitude à travers des connaissances, savoir-faire et relations. L'envie de toujours plus de pouvoir peut amener des individus à privilégier la croissance du chiffre d'affaires ou des effectifs et le développement des innovations comme des moyens aux services de leur but ultime.

☞ *Position par rapport à l'argent*

Nul ne peut tout à fait s'affranchir de sa relation à l'argent. De combien d'argent ai-je besoin pour vivre personnellement, familialement, socialement ? Quel est le rôle de l'argent dans ma quête entrepreneuriale : un but, un moyen, un indicateur ? Est-ce une motivation importante ? Essentielle ? Dans une association, les positions individuelles par rapport à l'argent doivent être définies et comparées. L'argent peut être, en effet, une source de discorde et de conflit, opposant celui qui veut jouir à court terme des fruits d'un travail acharné. Il faut se souvenir que lorsqu'une création d'entreprise démarre, la question se pose rarement, elle jaillira une, deux ou plusieurs années après, lors de la constatation des premiers résultats positifs.

☞ ***Position par rapport à ses proches***

Les cercles amical et familial jouent un très grand rôle, d'autant plus important que la situation est difficile, voire stressante. Ne pas se couper de ses proches et de ses racines est un facteur de réussite, en tout cas c'est une source de réconfort et d'énergie.

Encore faut-il clarifier les relations à ce niveau, mesurer l'importance des liens et savoir associer au projet les amis et la famille. A cet égard la position du conjoint est primordiale. Le conjoint, mari ou femme, compagne ou compagnon, doit être étroitement consulté et associé. Son avis doit être pris en compte et il(ou elle) doit être informé(e) régulièrement de l'état d'avancement du projet ou du fonctionnement de l'entreprise, des problèmes, difficultés, risques et enjeux. Dans tous les cas, il faut réfléchir plusieurs fois avant de prendre la décision de se lancer contre l'avis d'un conjoint. Que veut-on : réussir son entreprise ou réussir sa vie ? Un projet entrepreneurial s'intègre dans un projet de vie, dans un projet de couple. Il convient de ne jamais l'oublier.

**b) Se connaître en tant qu'entrepreneur naissant**

Il s'agit de construire, avec toute la lucidité et l'objectivité qu'on peut imaginer, son profil d'entrepreneur. Nous allons nous attarder sur les motivations et sur quelques outils permettant de déterminer un type d'entrepreneur principal

☞ ***Quelles sont mes motivations ?***

Il n'y a jamais une seule motivation, mais il est toujours possible de repérer une motivation principale. Il n'est pas inutile de se pencher sur cette motivation et sur les autres, pour bien comprendre ce sur quoi va reposer toute la démarche et l'action. A ce titre, la motivation est le véritable moteur qui impulse, rythme et soutient la démarche. Plus ce moteur est puissant et plus la probabilité d'arriver à destination est grande. Les motivations les plus fréquentes chez les entrepreneurs sont le besoin d'accomplissement, le besoin d'indépendance, le besoin de reconnaissance, la recherche de pouvoir, la passion, le challenge, le défi, le fun, l'enrichissement.

☞ ***Quel type d'entrepreneur suis-je ?***

Les réponses à la question peuvent être multiples, en fonction de l'angle d'analyse. En nous appuyons sur les typologies que nous avons proposées, nous allons découvrir trois points de vue :

a) Les pragmatiques et les imaginatifs :

Quel est mon groupe de rattachement ? Suis-je plutôt un pragmatique et un organisateur ? dans ce cas, j'ai des aptitudes et des préférences dans la coordination des ressources, dans la recherche des conditions optimales d'efficacité et de rendement et j'ai



une capacité d'analyse opérationnelle. Ou bien suis-je un imaginatif et un innovateur ? Ce qui va de paire avec cette posture, c'est la créative et l'intuition, la capacité visionnaire et la prise de risque, qui est un corollaire des aptitudes précédentes. Si je suis une pragmatique, la création en franchise ou la reprise d'entreprise peuvent me convenir.

Dans le cas contraire, j'avance des prédispositions à la création d'entreprise, ou à la création d'activité innovante. Dans une association, il y a une bonne complémentarité entre les deux types d'entrepreneur.

b) Les entrepreneurs et les administrateurs

Il est fait référence, dans cette approche, à la grille de lecture de Stevenson. Différents critères (l'orientation stratégique, l'engagement vis-à-vis des opportunités, l'investissement des ressources, le contrôle des ressources et la structure de l'entreprise) permettent dans une logique de continuum de se positionner sur un pôle entrepreneur ou sur un pôle administrateur. La position d'entrepreneur, dans cette grille, oriente vers des situations de création et d'innovation. La position d'administrateur est plutôt compatible avec des projets de reprise ou liés à l'intrapreneuriat.

c) Les PIC et les CAP

Cette approche, attribuée à MICHEL Marchesnay, est centrée sur les buts des entrepreneurs. Les objectifs des individus (pérennité, croissance, indépendance ou autonomie) se retrouvent dans les objectifs de l'entreprise et dans sa politique générale. Le PIC (pérennité, indépendance, croissance) aura tendance à éliminer les risques et à privilégier l'indépendance aux dépens de la croissance. Le CAP (croissance, autonomie, pérennité) quant à lui, recherchera la croissance, y compris à tous prix, c'est-à-dire en n'hésitant pas à remettre en cause la pérennité et en acceptant une perte d'indépendance. Pour caricaturer, le PIC ira vers la création de son propre emploi, alors que le CAP développera des projets innovants, avec forte prise de risque. Plusieurs situations que nous avons observées nous conduisent à penser que les couples PIC/CAP dans des associations à parts égales entraînent des situations de blocage et de crise. Pour terminer, n'oublions pas de dire que ces positions évoluent dans le temps, et que le CAP peut se retrouver PIC sur une longue période, ses objectifs de croissance étant satisfaits et les positions acquises devant être protégées.

c) **Connaitre son projet**

Quand le projet se précise, la notion d'adéquation homme/projet vient compléter et renforcer celle d'adéquation homme/situation.

Un projet peut et doit être décliné en couple produit/marché, technologie, environnement, degrés d'innovation, nature et niveau des ressources nécessaires. Par rapport à ces besoins et à

ces exigences, l'entrepreneur naissant doit apprécier le potentiel de ses connaissances, compétences, expériences, ressources et autres relations.

L'adéquation homme/projet doit être pensée et étudiée dans une perspective dynamique. Les individus, comme les projets et les jeunes entreprises suivent des cycles de vie qui parfois sont synchronisés et quelquefois se désynchronisent. Etre l'homme de la situation ou l'avoir été ne signifie pas que l'on continuera de l'être pendant toute la vie.

#### **II.4. Les caractéristiques individuelles favorables à l'entrepreneuriat**

De nombreux travaux ont cherché à mettre à jour les caractéristiques individuelles favorables à l'entrepreneuriat. Nous avons identifié à partir de la littérature caractéristique. Nous écarterons ici des facteurs tels que la chance ou la santé pourtant déterminants dans certains projets.

##### ***a) La tolérance à l'ambiguïté, la confiance, et l'optimisme***

L'ambiguïté est inhérente au phénomène entrepreneurial. Rien n'est écrit par avance et les surprises sont inévitables. L'avenir est par essence, incertain et indéterminables ou inconnu. La confiance, d'abord en soi et l'optimisme permettent de tolérer l'ambiguïté, mais il subsiste toujours des espaces incontrôlables ou inconnus.

##### ***b) La perception et l'estimation des risques***

Pratiquement il est général reconnu qu'un entrepreneur sait s'engager personnellement là où d'autres ne s'y risqueraient pas.

Le projet de création d'entreprise s'insère dans un environnement organisationnel, social, culturel, économique, plus ou moins favorable. Une des caractéristiques clés de la situation considérée est l'existence de la perception d'un degré d'incertitude plus ou moins élevé (lié à l'intensité du changement pour l'individu et pour l'environnement)

##### ***c) Une forte capacité de travail et la résistance au stress***

Il suffit de discuter avec des créateurs pour comprendre à quel point le phénomène entrepreneurial dont-ils ont l'initiative a consommé d'énergie.

L'observation du terrain confirme ainsi la proposition théorique selon laquelle le processus entrepreneurial démarre par une accumulation d'énergie, qui sera ensuite dépensée pour attirer les différentes ressources dont les créateurs ont besoin pour faire décoller leur entreprise.

##### ***d) La créativité***

La créativité se révèle et s'apprend par des méthodes aujourd'hui éprouvées. Elle est à la base de tout le processus d'innovation.

**e) *La capacité de convaincre et de communiquer:***

L'exercice de conviction est permanent. Il faut convaincre les possesseurs de ressources d'adhérer au projet d'entreprendre en apportant leurs concours. L'échange de valeur place l'entrepreneur en perpétuelle position de négociation et ses qualités en terme de communication s'avèrent importante.

**f) *La capacité à conduire l'organisation et l'équipe vers le futur souhaité***

L'entrepreneur doit présenter des qualités de leadership. Le leader est celui sachant justement guider les autres, qu'il aura acquis à sa cause, vers l'atteinte des buts et objectifs.

**g) *Une focalisation sur les opportunités d'affaires***

Avant de se préoccuper des ressources, de la stratégie et de la configuration organisationnelle nécessaire à la réalisation de celle-ci, tout entrepreneur a détecté ou construit une opportunité d'affaires, et ses actions, ses buts et ses objectifs sont orientés vers l'exploitation de cette opportunité.

**h) *Le sens de l'initiative, la responsabilité et l'intégrité***

Prendre l'initiative de créer une entreprise responsabilise personnellement l'entrepreneur. Sa responsabilité est engagée vis-à-vis de toutes les parties prenantes qu'il aura convaincues, au premier chef desquels sa famille, puis les salariés, les actionnaires, les prêteurs de capitaux, etc. Une affaire en démarrage pose toujours une question d'éthique et adopter le comportement afférent constitue une ligne de conduite pour les salariés. Il en résulte un gage d'intégrité apprécié par les partenaires. L'entité créée n'ayant pas toujours une histoire accessible, ces partenaires parient sur un entrepreneur en qui ils peuvent avoir confiance.

**i) *L'ouverture d'esprit et les capacités d'apprentissage***

Il n'est pas difficile d'imaginer qu'un créateur entreprenant pour la première fois doit apprendre beaucoup durant les premières années de son entreprise. Outre ses capacités intrinsèques à l'apprentissage, son ouverture d'esprit, sa curiosité et sa capacité d'écoute le serviront.

En plus de ces (9) caractéristiques citées ci-dessus, on a constaté qu'il existe d'autres caractéristiques entrepreneuriales complémentaires tels que :

- Désir d'accomplissement
- Recherche du pouvoir
- L'autonomie
- La confiance en soi
- Haut niveau d'énergie et de dynamisme
- Persévérance malgré les obstacles
- Tolérance au stress
- Capable de faire face à la concurrence
- Personne orientée vers l'action
- Innovateur
- Capacité de concevoir des projets, de conceptualiser et de se projeter dans l'avenir.

### ***III. L'entreprise :***

#### **III.1) Définition de l'entreprise :**

L'entreprise est une unité économique et juridique qui a pour principale fonction la production de biens et services destinés à être vendus sur un marché.

- En économie générale l'entreprise est « un acteur économique produisant des biens et services pour d'autres acteurs en dégagant des bénéfices ».
- Du point de vue de la comptabilité nationale, « l'entreprise est appréhendée comme un secteur institutionnel qui contribue, avec une part importante, à la création de la richesse d'un pays ».
- En économie d'entreprise, on peut retenir la définition suivante : « c'est une organisation qui met en œuvre différents moyens, appelés facteurs de production, de façon si possible optimale pour atteindre les objectifs qu'elle s'est fixée ».

L'activité d'une entreprise peut être décomposée en deux phases distinctes :

- ☞ l'activité productive, c'est à dire la création de biens ou services.
- ☞ l'activité de répartition des richesses en contrepartie des biens ou services.

#### **III.2) Une diversité des dimensions analytiques (angle de vue) :**

L'entreprise peut aussi être appréhendée à partir d'angles de vue différents :

##### **a) l'entreprise centre ou unité de production et de répartition:**

L'entreprise est alors le lieu essentiel de la production de biens et de services destinés à être vendus sur un marché en vue d'en retirer un bénéfice. Elle est une unité qui transforme des matières premières ou services intermédiaires en combinant des facteurs de production (travail, capital, technologie...). Par son activité, elle ajoute de la valeur aux biens et services qu'elle utilise et crée des richesses qui sont à l'origine des revenus qu'elle distribue. Son but ultime étant la réalisation de profits.

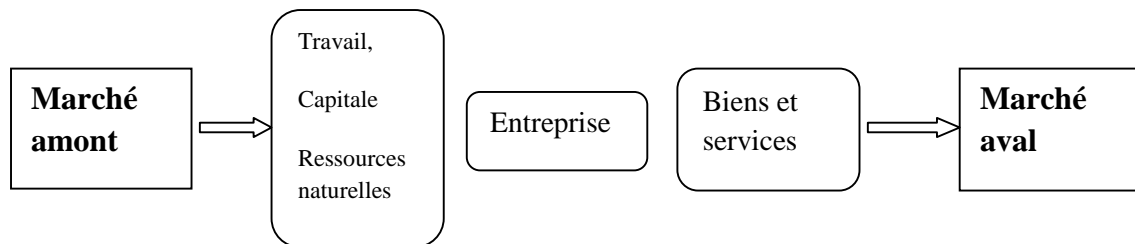
On constate que cette conception privilégie deux fonctions essentielles :

##### ➤ ***L'entreprise en tant qu'unité de production***

L'entreprise, dans cette fonction, est considérée comme une boîte dans laquelle seul ce qui entre (inputs) et ce qui sort (outputs) est pris en compte.

- ☞ Les intrants peuvent être classés en trois catégories : Le travail fourni par le personnel de l'entreprise
- ☞ Le capital technique : bâtiments, matériels .....etc.

- ☞ Les consommations intermédiaires c'est à les matières premières, les produits semi-finis, énergie.....ou les services (publicité, transport, ...etc.) incorporés au processus de production.



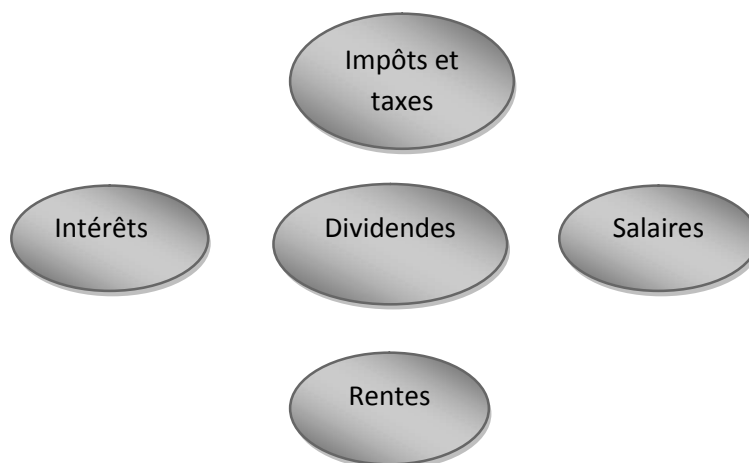
**Schéma-1-** L'entreprise en tant qu'unité de production

L'entreprise doit combiner au mieux les différents facteurs de production par rapport a un niveau de production donné et pour un moindre cout.

On parle de production marchande quand les biens et services produits s'échangent sur le marché à un prix permettant de couvrir au moins les couts de production. A la notion de production marchande s'oppose traditionnellement la production non marchande. Dans ce cas, les services (rarement les biens) sont vendus à un prix inferieurs à leurs cout de production.

➤ **L'entreprise en tant qu'unité de répartition**

Elle met en évidence les liens de l'entreprise avec les autres agents économiques. A travers cette fonction, l'entreprise répartit dans le circuit économique, des flux monétaires, physiques, et des informations (sous forme de salaires, d'impôts, de dividendes...).



**Schéma-2-** L'entreprise en tant qu'unité de répartition

La contrepartie de l'activité de production de l'entreprise se traduit par la vente.

Le produit de cette vente doit permettre à l'entreprise de :

- ☞ rémunérer les facteurs de production ;
- ☞ payer ses charges sociales et fiscales ;

☞ réaliser un surplus destiné à assurer son avenir.

Une fois les richesses sont créées, l'entreprise distribue les rémunérations aux agents qui ont participé à la réalisation de la production. Ainsi :

- ☞ les employés perçoivent des salaires ;
- ☞ l'Etat, les organismes sociaux (CNSS, CIMR, CMR) reçoivent les impôts (IGR, IS) et les cotisations sociales ;
- ☞ les prêteurs reçoivent des intérêts ;
- ☞ les apporteurs de capitaux reçoivent les dividendes ;
- ☞ l'entreprise garde pour elle les revenus non distribués.

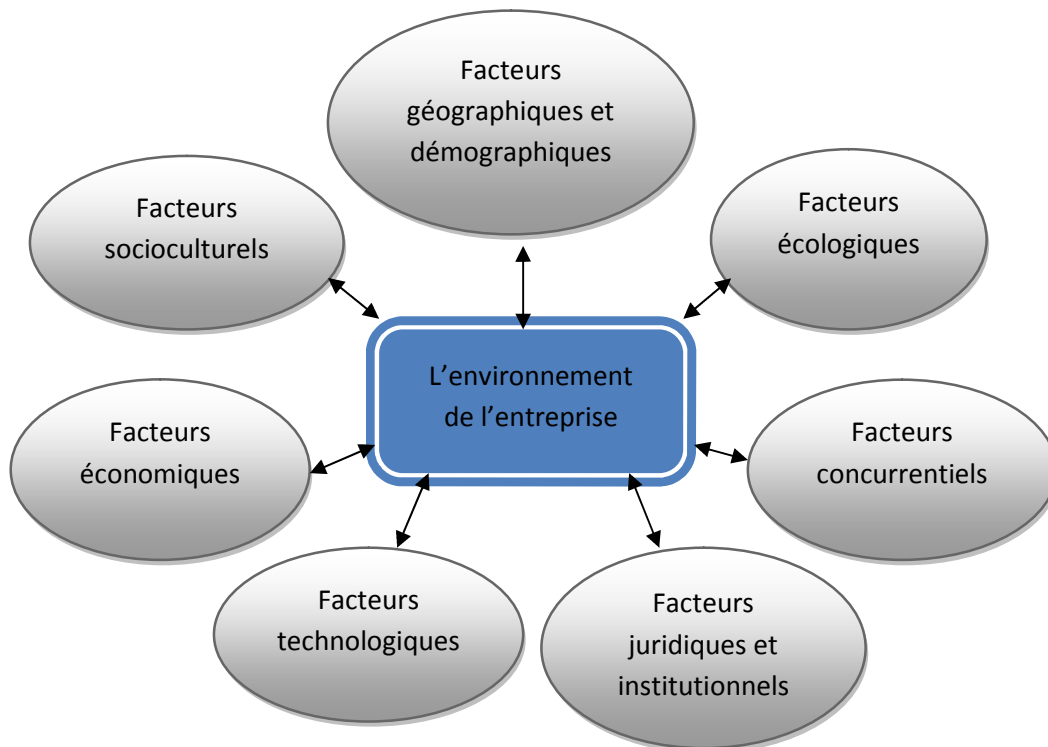
**b) L'entreprise, une organisation au sein de l'environnement :**

A l'image de tout organisme vivant, l'entreprise cherche à assurer sa survie et son succès dans un environnement qui est à la fois sources de contraintes, de dangers à éviter et d'opportunités à saisir. Il lui faut, à chaque étape de sa vie, aménager son espace en collaboration et en concurrence avec d'autres organisations. Son développement passe par une adaptation toujours renouvelée aux caractéristiques d'un environnement qu'elle contribue de créer.

D'une manière étendue, on définit l'environnement d'une entreprise comme étant « l'ensemble des éléments externes à l'entreprises susceptibles d'influencer son activité ». Il se caractérise par une grande diversité et une grande hétérogénéité.

***Les différents composants de l'environnement de l'entreprise :***

On distingue généralement 7 composants différents qui permettent de définir l'environnement de l'entreprise. Ces composants ont une incidence plus ou moins forte sur le fonctionnement de l'entreprise :



**Schéma-3-** les différents composants de l'environnement de l'entreprise

☞ **les facteurs géographiques et démographiques :**

Ces facteurs couvrent des domaines assez vastes. D'une part, il s'agit de l'environnement géographique de l'entreprise, c'est-à-dire l'ensemble des conditions naturelles et climatiques (climat, qualités des sols, richesses du sous-sol, sources d'énergie, eau...) dans lequel évolue l'entreprise et qui peut avoir une influence sur sa stratégie. D'autre part, c'est l'ensemble des infrastructures logistiques disponibles (proximité d'un aéroport, d'un port ou d'une desserte autoroutière...) et c'est aussi la situation démographique globale : les opportunités qu'offre la population en matière de main-d'œuvre et de consommation.

☞ **Les facteurs socioculturels**

C'est l'ensemble des valeurs morales, des modes de vie, des courants de pensée de la société dans laquelle se situe l'entreprise. Les besoins des agents économiques sont souvent déterminés en partie par ces facteurs socioculturels. Certains secteurs économiques sont très dépendants des effets de mode que parcourt la société.

☞ **Les facteurs juridiques et institutionnels :**

Ces facteurs constituent un élément essentiel du fonctionnement de l'économie puisqu'ils déterminent les règles du jeu en vigueur sur un marché qui vont encadrées, conditionnées l'activité des entreprises (réglementation, juridique, sociale, fiscale...).



☞ **Les facteurs technologiques :**

Dans une situation économique caractérisée par une forte concurrence, les évolutions technologiques (électroniques, informatique, robotique, biotechnologique...) s'impose à l'entreprise par le biais de la concurrence et nécessite de sa part une véritable veille technologique pour saisir les opportunités et les menaces.

☞ **Les facteurs concurrentiels :**

Concernent essentiellement les partenaires directs de l'entreprise qu'ils se situent en amont ou en aval du processus productif. En amont, il s'agira du poids que les fournisseurs et plus généralement l'évolution des marchés des principales ressources productives peuvent avoir sur le marché de l'entreprise (exemple : les fournisseurs des entreprises de télécommunication, poids de certaines associations de consommateurs).

☞ **Les facteurs économiques :**

Il s'agit tout d'abord du système économique dans lequel évolue l'entreprise (système capitaliste ou socialiste par exemple) mais il s'agit surtout de l'évolution des principales variables économiques (inflation, croissance économique, évolution du taux de change...) qui a une incidence sur la politique de l'entreprise (politique d'investissement, délocalisation...).

☞ **Les facteurs écologiques :**

C'est l'ensemble des facteurs physiques, chimiques, biologiques et autres, constituant le cadre dans lequel un organisme exerce ses activités. L'augmentation de la population, de la production et de la consommation, les concentrations industrielles et urbaines provoque une dégradation de l'environnement écologique à laquelle l'entreprise ne peut plus être indifférente. Face aux exigences de plus en plus fortes des autorités, des populations et des consommateurs en matière d'environnement, l'action préventive est devenue une nécessité pour les entreprises.

**c) L'entreprise, un groupe humain :**

L'entreprise n'est pas seulement un ensemble de machines et d'heures de main-d'œuvre, une unité de production et de répartition de valeur ajoutée, elle est aussi un groupe humain. Parallèlement aux règles économiques, l'entreprise est en effet régie par un système de règles sociales qui a son originalité propre, sa logique et son autonomie.

La dimension humaine dans l'entreprise apparaît dans la mesure où les besoins et les particularités individuelles de chaque employé agissent sur son organisation. Les salariés d'une entreprise constituent aussi une collectivité fédérée par des valeurs communes, et agissent conjointement en vue d'un même objectif.

➤ **La dimension humaine dans l'entreprise :**

L'entreprise doit constamment tenir compte, dans sa gestion, de plusieurs aspects de l'être humain qui lui sont utiles, à savoir :

☞ **Des individus rationnels et individualistes :**

Bien souvent l'homme au travail est considéré comme guidé par ses propres intérêts, différents de ceux de l'entreprise, utilisant ses facultés rationnelles, naturellement réticent au travail et motivé uniquement par l'argent.

☞ **La subjectivité humaine :**

Dans son travail, l'homme est de moins en moins caractérisé par sa force physique et son habileté : il n'est plus seulement un corps, mais un esprit qui agit au sein d'un groupe social.

- Les dimensions effectives dans le travail : l'école des relations humaines a montré que « l'affectivité » c'est-à-dire l'intérêt qui est porté par les autres au travail de chacun, est de toute première importance : l'intérêt que peut porter la hiérarchie au travail de ses subordonnés a une incidence sur le niveau de productivité.
- Les motivations humaines : dans la vie quotidienne, l'homme est poussé par un certain nombre de motivations visant la satisfaction de ses besoins. De même, dans la vie professionnelle, l'entreprise doit être à l'écoute des besoins que chacun envisage de satisfaire dans et par son travail. En effet, si les employés ne parviennent pas à satisfaire leurs besoins, ils risquent de se désintéresser de leur travail, de réduire leur efficacité et, en dernier recours, de démissionner, ce qui constitue aussi une perte pour l'entreprise qui a investi dans leur formation.

➤ **La dimension sociale dans l'entreprise :**

L'homme au travail est un être social : il s'intègre naturellement à des groupes et à la collectivité qu'est l'entreprise. L'entreprise doit tenir compte dans sa gestion des groupes qui se forment spontanément entre les travailleurs, par exemple un groupe d'employés travaillant dans un même bureau. On parle de groupes informels, par opposition aux groupes formels définis par la direction et représentés dans l'organigramme de l'entreprise. L'entreprise a en outre intérêt à cultiver cette dimension sociale et à susciter l'adhésion de l'ensemble de ses salariés aux valeurs et aux objectifs du groupe unifié qu'est l'entreprise.

**d) L'entreprise : une culture :**

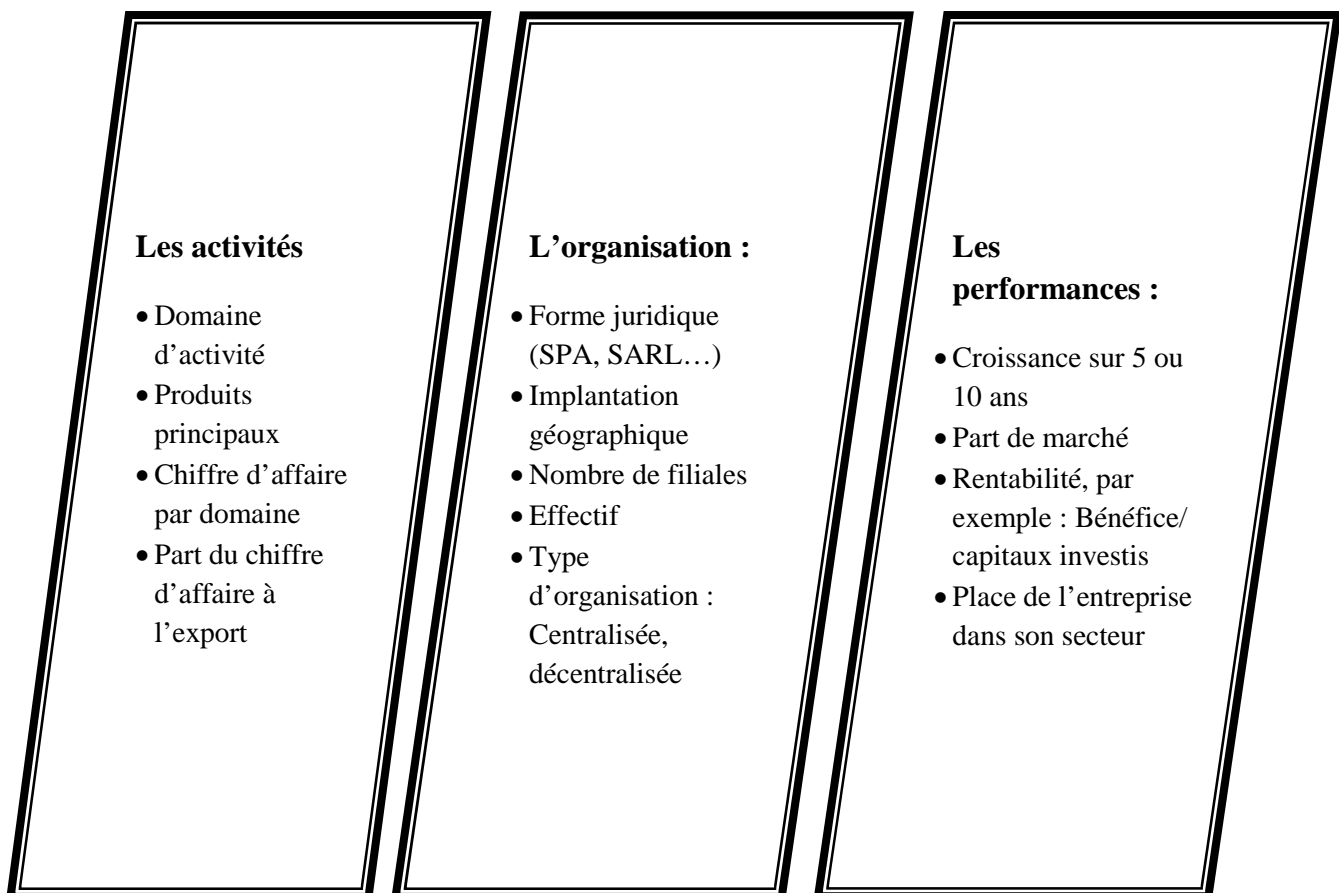
Vue de l'extérieur, toutes les entreprises se ressemblent : des ateliers, des bureaux, des mouvements incessants d'hommes et de marchandises. Pourtant, un examen un peu approfondi montre qu'aucune entreprise n'est comparable à une autre. Chaque entreprise a sa personnalité, possède une identité et une image propre.

➤ **La définition de l'identité de l'entreprise :**

Au delà de l'image superficielle qu'elle produit, connaître une entreprise c'est d'abord recenser les éléments objectifs qui le concernent : dresser sa carte d'identité. C'est ensuite rechercher les éléments plus qualitatifs qui la caractérisent : c'est la définition de la culture de l'entreprise.

☞ **La carte d'identité d'une entreprise :**

La carte d'identité donne un très bon point de vue pour connaître une entreprise. Elle regroupe des informations objectives classées en trois domaines :



**Schéma-4-** Les trois domaines d'informations d'une carte d'identité

De la même façon qu'on ne connaît pas bien une personne en lisant sa carte d'identité, ces données objectives ne sont pas suffisantes pour définir une entreprise. Il est nécessaire de les compléter par des données plus subjectives, celle qui caractérise la vie de l'entreprise au quotidien. C'est l'objet des recherches qui entrent dans le champ de la « culture de l'entreprise ».

☞ **La culture, caractéristique fondamentale de toute organisation :**

Chaque entreprise est particulière ; elle possède une image et une identité culturelle construite à travers son histoire et l'histoire des hommes qui l'ont façonné. Cela est bien

traduit par une phrase souvent entendue dès lors qu'une personne extérieure pénètre dans une entreprise : « mettez vous bien dans la tête que chez nous, ce n'est pas du tout comme dans les autres unités du secteur ! ».

Au delà des biens et services qu'elle met sur le marché, toutes entreprises produisent en effet une culture. Cette culture se traduit par un ensemble de signes visibles et de comportements.

On entend par culture d'entreprise l'ensemble des normes, des valeurs et des modes de pensée qui marquent le comportement des collaborateurs à tous les niveaux et qui donnent ainsi son image à l'entreprise.

➤ **Les trois composantes de la culture d'entreprise :**

En pratique, on analyse la culture d'entreprise comme l'ensemble de trois savoirs : savoir-faire, savoir-dire et savoir-vivre

***Le savoir-faire,  
expression du  
métier***

On définit le savoir-faire à travers l'ensemble des capacités techniques que possèdent les salariés d'une entreprise. Ces savoir-faire caractérisent le « métier » de l'entreprise, c'est à dire ce qu'une unité sait mieux faire que les autres.

***Le savoir-vivre,  
expression des  
comportements***

On définit le savoir-vivre à travers le type de relations que les salariés et les groupes entretiennent entre eux. Il s'agit par exemple du poids des relations hiérarchiques, de la facilité des relations individuelles, des comportements en Réunion, des tenues vestimentaires...

***Le savoir-dire,  
formes de la  
communication***

On définit le savoir-dire à travers le niveau et les formes de communication interne et externe. On distingue alors les entreprises par le style de leur communication (sobriété, souci de l'économie,) et le contenu de leur communication.

*Schéma-5-* Les trois composantes de la culture d'entreprise

### III.3) Les finalités de l'entreprise

#### a) La notion de finalité

Les finalités, ou missions, de l'entreprise désignent les raisons pour lesquelles elle est acceptée par son environnement. Ce sont des buts plus durables que les objectifs, avec des échéances imprécises. Elles répondent à des questions du type « que voulons nous devenir ? », « quelles sont nos motivations ? ». Les finalités contribuent à la cohésion de l'entreprise et orientent les décisions stratégiques.

#### b) Les différents types de finalités

##### ➤ Les finalités économiques

Sont au nombre de trois:

- ☞ produire et distribuer des biens et services aux entreprises ou aux consommateurs ;
- ☞ assurer la survie de l'entreprise et sa croissance excepté pour certaines entreprises qui sont créées pour une mission précise, temporaire ;
- ☞ réaliser un profit.

##### ➤ Les finalités humaines

Elles concernent aussi bien les ambitions des dirigeants (prestige par exemple) que l'épanouissement du personnel : bonnes conditions de travail, bien-être des salariés, participation au pouvoir de gestion, etc....

##### ➤ Les finalités sociales

Elles peuvent coexister avec les autres finalités dans la plupart des entreprises, mais pour certaines, elles constituent des finalités primordiales: le service public ou l'indépendance nationale sont des finalités principales des entreprises publiques.

#### c) Classification des entreprises

Il existe plusieurs façons de classer une entreprise. Parmi lesquelles, on cite :

- ☞ la classification selon la nature économique ;
- ☞ la classification selon la taille ;
- ☞ la classification juridique.

##### ➤ La classification selon la nature économique

Cette classification peut se faire selon trois aspects :

- ☞ classification par secteur.
- ☞ classification par type d'opérations accomplies.
- ☞ classification selon la branche d'activité.

➤ **La classification par secteur**

On distingue :

- ☞ Le secteur primaire qui regroupe toutes les entreprises utilisant à titre principal le facteur naturel. Il englobe l'agriculture, l'élevage, la pêche, etc...
- ☞ Le secteur secondaire qui réunit toutes les entreprises ayant comme activité la transformation de matières premières en produits finis et englobe donc toutes les industries.
- ☞ Le secteur tertiaire qui rassemble toutes les entreprises prestataires de services. Sa composition est très hétérogène car il regroupe tout ce qui n'appartient pas aux deux autres secteurs, à savoir : les activités de distribution, de transport, de loisir, de crédit, d'assurance, hôtellerie,.....

➤ **La classification selon le type d'opérations accomplies**

Les opérations effectuées dans une entreprise peuvent être classées en 5 catégories

- ☞ **Les opérations agricoles** : ce sont des opérations dans lesquelles le facteur naturel est prédominant.
- ☞ **Les entreprises industrielles** : effectuent des opérations de transformation de la matière en produits finis.
- ☞ **Les entreprises commerciales** : réalisent les opérations de distribution des biens et assurent la fonction de grossiste (c'est-à-dire l'achat en grande quantité directement chez le fabricant et la vente en grande quantité au revendeur) ou de semi-grossistes (stade intermédiaire entre le grossiste et le détaillant) ou de détaillants qui vendent directement au consommateur.
- ☞ **Les entreprises de prestations de service** : fournissent deux types de services :
  - service de production vendue à d'autres entreprises : société d'étude, agences de publicité...
  - service de consommation : entreprises rendant des services aux consommateurs (transport, restaurants, locations...)
- ☞ **Les entreprises financières** : réalisent des opérations financières à savoir : la création, la collecte, la transformation et la distribution des ressources monétaires et des ressources d'épargne. Elles sont constituées par les banques.

➤ **La classification selon la branche d'activité :**

À la différence du secteur, qui rassemble des activités variées, la branche ne regroupe que les entreprises fabriquant, à titre principal, la même catégorie de biens, entreprises de l'industrie pharmaceutique, industrie...

Les entreprises d'une même branche ont pour points communs :

- j) l'usage d'une même technique ;
- k) l'utilisation des mêmes matières premières ;
- l) des intérêts communs dans certains domaines : ce qui leur permet de regrouper certaines de leurs activités et de créer des services communs, notamment de recherche, d'achat ou de vente, filiales communes.

➤ **La classification selon la taille**

Les entreprises ont des tailles différentes. Selon sa dimension, l'entreprise va du simple atelier jusqu'à la grande entreprise.

☞ **Effectif du personnel employé** : selon ce critère, on distingue :

- les très petites entreprises (TPE) qui emploient moins de 5 employés ;
- les petites entreprises (PE) qui emploient un effectif compris entre 5 et 10 salariés ;
- les moyennes entreprises (ME) employant un effectif compris entre 10 et 100 salariés (ce nombre peut aller à 500) ;
- les grandes entreprises qui emploient plus de 500 salariés.

☞ **Selon le chiffre d'affaires**

Le chiffre d'affaire permet d'avoir une idée sur le volume des transactions de l'entreprise avec ses clients. L'importance d'une entreprise peut se définir par le volume de ses transactions. Ce critère est important pour les raisons suivantes :

- Il est utilisé pour apprécier l'évolution des entreprises et pour les classer par ordre d'importance selon leur chiffre d'affaires.
- Pour l'entreprise,
  - ✓ il constitue un outil de gestion : la variation du chiffre d'affaires permet à l'entreprise de mesurer la pertinence de ses méthodes de ventes. Ainsi, une baisse du chiffre d'affaires est souvent interprétée comme un indicateur important de la mauvaise santé de l'entreprise.
  - ✓ Il est utilisé à des fins comparatives dans la mesure où il permet à l'entreprise de se positionner par rapport aux autres entreprises de la même branche.

➤ **La classification juridique**

Cette classification permet de distinguer entre :

☞ **Les entreprises du secteur public**

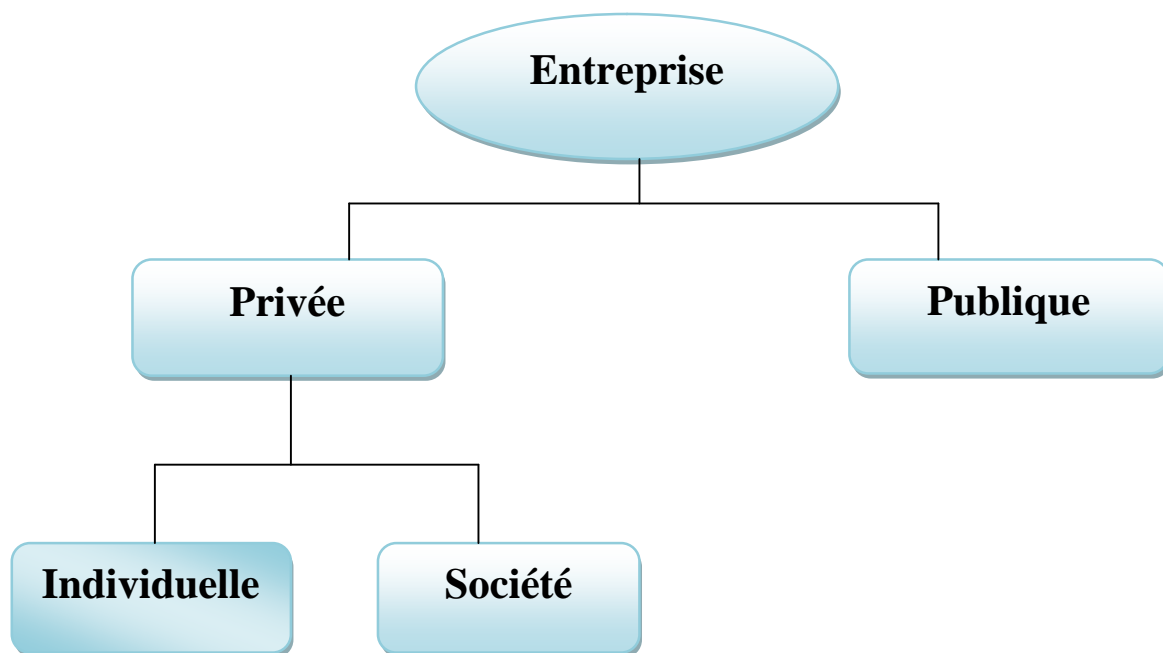
- Les entreprises publiques : ce sont des entreprises qui appartiennent en totalité à l'Etat; ce dernier détient l'intégralité du capital, le pouvoir de gestion et de décision.

- Les entreprises semi-publiques : ce sont des entreprises contrôlées par les pouvoirs publics : choix des investissements, niveau des prix, politique de l'emploi...etc, mais où des personnes privées participent au financement et/ou à la gestion.

☞ **Les entreprises privées**

On distingue :

- L'entreprise individuelle qui appartient en totalité à une seule personne qui assure la gestion et la direction.
- La société est un contrat par lequel deux ou plusieurs personnes conviennent de mettre en commun leurs biens ou leur travail ou les deux à la fois en vue de partager le bénéfice qui pourra en résulter.
- La coopérative réunit des personnes qui désirent mettre en commun leurs économies ainsi que leurs compétences pour l'autosatisfaction des besoins spécifiques (logement, consommation) sans chercher le profit.



*Schéma-6-* Classification des entreprises



### **Conclusion :**

Lorsque l'on jette un regard sur le processus d'évolution des nations, l'activité entrepreneuriale a toujours existée dans la vie économique. Elle remonte au XVII<sup>ème</sup> siècle et a pris des formes diverses. Du capitalisme marchand, au capitalisme managérial en passant par le capitalisme industriel, différents types d'entrepreneurs se sont illustrés en participant à la création de richesses et de valeur ajoutée et surtout en répondant aux préoccupations des populations. Cette évolution du champ et de l'objet de l'activité entrepreneuriale ne cesse de s'élargir et son importance de plus en plus grande à travers la naissance d'autres formes d'entrepreneuriat à l'instar de celle rencontrée dans les pays les moins avancés (PMA) : *l'entrepreneuriat informel* ; étonnent les économistes, qui n'arrivent pas encore à loger ses activités dans les secteurs institutionnels traditionnels.

L'entrepreneuriat a trait à la dimension économique et sociétale. Si l'entrepreneuriat participe du développement individuel, il est aussi le moteur de la croissance économique dans une économie de marché. Élément central du processus entrepreneurial, l'entrepreneur est toujours à l'affût de nouvelles opportunités pour agencer et mettre en œuvre les ressources appropriées pour transformer ces opportunités en activité économique ou sociale. Ce faisant, l'entrepreneur met en marche un processus de « création destructrice » pour emprunter l'expression de Schumpeter : il crée une entreprise qui produit des innovations, lesquelles forceront les entreprises existantes à s'adapter ou à disparaître. Les niveaux de développement et de croissance économique dans différents pays à un moment donné ou dans un même pays à différents moments sont corrélés à l'intensité de l'activité entrepreneuriale qui y règne.

« Les besoins de l'homme constituent le moteur de toute activité économique et par conséquent le point de départ de toute la science économique » de ce constat, nous pouvons comprendre que l'origine de tout phénomène entrepreneurial est les besoin de l'homme. D'ailleurs, c'est pour cela que l'entrepreneur occupe une place centrale dans tout phénomène entrepreneurial. Il constitue le déclencheur et le moteur de ce phénomène par lequel il vise de satisfaire à la fois ces propres besoins et ceux d'autrui. Alor, l'entrepreneuriat peut être vu comme une interface entre les illimités et les ressources limités de l'homme au même titre que le salariat et l'actionariat.

**Chapitre II :**  
*L'entrepreneuriat en*  
*Algérie*

### *Introduction :*

« Resté longtemps dans l'ombre du secteur public, les entrepreneurs algériens ont vu du jour au lendemain leur situation transformée d'une « liberté surveillée » à une « franchise totale ». Nés déjà dans les années 70 après la transformation de leurs capitaux commerciaux en capitaux productifs voir industriels, les entrepreneurs ont évolué au rythme des transformations idéologiques, économiques et politiques qu'a connu l'Algérie depuis 1962.

Depuis l'ouverture économique dans les années 90, l'Algérie a affiché des discours d'encouragement et d'ouverture à l'entrepreneuriat à travers des réformes et des lois facilitant la création des entreprises. En outre, malgré une augmentation du stock d'entreprises constatée, une dynamique entrepreneuriale réelle a du mal à s'enclencher. Doing Business classe l'Algérie dans ce domaine de la création des entreprises, au 156<sup>ème</sup> rang. Les promoteurs qui ont vécu l'expérience de la création ont constaté que les lois perdent de leur efficacité face à une bureaucratie et à la non efficacité de l'administration (lenteurs, insuffisance de formation, comportements hérités de l'ère de monopole économique de l'Etat...). »<sup>1</sup>

La réalité de l'entrepreneuriat en Algérie, trouve son explication dans le revirement brutal d'un système basé sur l'assistanat à une logique du « laisser faire laisser aller ».

La place de l'entrepreneuriat dans l'économie algérienne semble devenir une préoccupation majeure et récurrente. Le nombre de mesures mises en place par l'état algérien ces dernières années en atteste. Des formations en entrepreneuriat voient le jour dans l'enseignement supérieur et des colloques autour des thématiques entrepreneuriales sont organisés. Cette effervescence autour des pratiques de l'entrepreneuriat résulte d'abord d'une amélioration des conditions sécuritaires et politiques dans le pays et d'une prise de conscience du gouvernement quant à l'importance de la création d'entreprise pour la relance économique.

En effet, « l'entrepreneuriat serait pour l'Algérie un moyen de développement économique permettant en plus de la réalisation de la valeur ajoutée et de l'amélioration de la croissance nationale, de lutter contre le chômage et le travail informel »<sup>2</sup>. Pour autant, l'entrepreneuriat

---

<sup>1</sup> Dr AKNINE et PR Ferferra.Y, entrepreneuriat et création d'entreprise en Algérie : une lecture a partir des dispositifs de soutien et d'aide a la création d'entreprise, Algern, 2014.

<sup>2</sup> Redha BENREDJEM, docteur en science de gestion, 2010.

serait-il le nouveau moteur de l'économie en Algérie comme le suggèrent certains auteurs? La question de cette communication est simple : quels sont les enjeux et les réalités de l'entrepreneuriat en

Algérie ? En d'autres termes, comment l'entrepreneuriat est-il perçu, véhiculé et mobilisé dans l'économie algérienne ?

### ***I. Etat des lieux de l'entrepreneuriat en Algérie :***

#### **I.1) Contexte et dynamique entrepreneuriale en Algérie :**

L'Algérie est le plus grand pays du Maghreb avec une population de près de 39,5 millions d'habitants au 1<sup>er</sup> janvier 2015<sup>3</sup> , un taux d'activité de 43,2% et un taux de chômage de 14,3%<sup>4</sup>. Le tissu économique Algérien est fragmenté et essentiellement constitué de petites entreprises.

Dans les années 1990, l'Algérie a connu un bouleversement économique, en passant d'une Économie socialiste à une phase de transition vers l'économie de marché. Le gouvernement algérien a engagé un certain nombre de réformes économiques s'éloignant du modèle socialiste qui a prévalu jusque-là, et qui s'est caractérisé par un mécanisme de gestion et de coordination de type planifié, et la propriété publique sur l'outil de production et de distribution, ainsi que par un monopole exercé par les entreprises publiques dans le secteur de l'industrie.

Par ailleurs, l'économie algérienne a la particularité d'être une économie rentière qui dépend à plus de 90% des ressources d'hydrocarbures. En 2007, l'Algérie a réalisé des recettes en devises excédant les 60 milliards de dollars et des réserves en devises dépassant les 100 milliards de dollars, qui lui ont permis d'assainir sa dette externe. Cela ne suffit toutefois pas à améliorer la croissance économique du pays, ce qui a induit un changement important dans l'économie algérienne.

« Ce changement introduit est basé sur la libéralisation des marchés. L'initiative entrepreneuriale privée est dès lors encouragée. L'Etat algérien prend conscience du rôle important des PME/PMI dans le développement de la croissance économique algérienne. Des initiatives sont prises pour encourager leur extension, notamment par le biais de la loi d'orientation sur la promotion de la P.M.E., en 2001. Par ailleurs, l'Etat donne une forte impulsion politique, en créant un Ministère délégué, une Agence Nationale pour la Promotion des PME, ainsi que des fonds de Caution et de Promotion. Les PME/PMI connaissent un essor considérable. L'entrepreneuriat en Algérie est en pleine expansion. Le nombre

---

<sup>3</sup> Source Office National des Statistiques, 2015

<sup>4</sup> Selon l'Office National des Statistiques, 2012.

d'entrepreneurs TEA actifs a atteint 3,6 millions en Algérie et environ 20 % des entreprises nouvelles se trouvent dans les secteurs de la transformation, à savoir, la fabrication, la construction et la distribution. »<sup>5</sup>

### I.2) La provenance des entrepreneurs

Les entrepreneurs algériens proviennent essentiellement du secteur privé. Le tableau 2 souligne qu'une majorité d'entrepreneurs naissants travaillent dans des PME moyennes (45%). Environ 20 % travaillent dans des petites ou des grandes entreprises privées et 30% environ dans des TPE tout en cherchant activement à créer une entreprise.

**Tableau 2 : provenance des entrepreneurs en Algérie**

Pays	Secteur public	Micro-entreprise privée (<10 salariés)	Petite entreprise privée (10-49 salariés)	Moyenne entreprise privée (50-249 salariés)	Grande entreprise privée (> 250 salariés)
Algérie	11,2%	27,9%	22,4%	45,1%	19,5%

Source : Extrait du rapport GEM 2009, P. 22.

Le tableau ci-dessus révèle que les employés du secteur privé en Algérie, sont plus susceptibles d'être impliqués dans des activités entrepreneuriales naissantes que les employés du secteur public. Ce constat est directement lié à la motivation première des entrepreneurs dans la mesure où une majorité d'entre eux est motivé par l'opportunité plutôt que par la nécessité<sup>6</sup>, lors d'une création d'entreprise. En effet, la majorité des entrepreneurs en phase de démarrage d'une activité entrepreneuriale appartiennent au groupe de revenu du tiers supérieur en Algérie.

### I.3) La place des femmes entrepreneures

Le nombre de femmes entrepreneures en Algérie reste relativement faible (9439 femmes, soit 3% du tissu économique algérien selon la Banque Mondiale en 2007), avec une majorité dans l'artisanat (2830 selon l'ANGEM). Ce constat contraste avec la part des femmes dans le nombre total des entrepreneurs naissants. En effet, elles représentent 40 % des entrepreneurs naissants en Algérie. Cependant, ces chiffres sont à relativiser car il semble difficile d'avoir des statistiques fiables sur les femmes chefs d'entreprise car la majorité sont des prête-noms utilisés par leurs proches de l'autre sexe pour l'obtention du registre de commerce<sup>7</sup>. La parité

<sup>5</sup> Guechtouli Widad et Manelle, l'entrepreneuriat en Algérie : quels enjeux, pour quelles réalités ?, Ed IPAG, Paris, 2014.

<sup>6</sup> Le rapport GEM (2009) stipule que plus de 80% des entrepreneurs (a un stade précoce) sont motivés par opportunité.

<sup>7</sup>Rapport Invest in Med, 2010.

Hommes-femmes qui apparaît relativement équilibrée (1,5 hommes pour 1 femme) reste toute relative. Trois principales difficultés sont soulevées par les femmes entrepreneures en Algérie. D'abord, la lenteur et la lourdeur des procédures administratives; ensuite, les difficultés d'accès au marché ; enfin, les difficultés à attirer/trouver du personnel compétent.

### **I.4) Le financement et la place de l'investisseur**

Les sources de financement externe varient selon les pays, mais les sources les plus courantes dans les sept pays du GEM<sup>8</sup> sont les membres de la famille immédiate, d'autres parents, et les amis ou voisins. Les investisseurs informels, définis par le GEM comme des adultes ayant personnellement apporté des fonds pour la création d'une nouvelle entreprise par une autre personne au cours des trois dernières années, jouent un rôle important dans le soutien aux efforts de démarrage des entrepreneurs dans de nombreux pays. Ils sont estimés à 6,6 % de la population âgée entre 18 et 64 ans, en Algérie.

Par ailleurs, afin de faciliter l'accès au financement des PME, l'Etat algérien a mis en place un certain nombre de dispositifs. Ces dispositifs sont soutenus par la création d'agences nationales pour aider au financement des projets entrepreneuriaux, principalement lorsqu'il s'agit de micro-financement.

Ces agences ont été créées au début des années 1990, avec pour objectif principal de faciliter l'accès au financement pour les entrepreneurs. Ces derniers peuvent bénéficier d'un crédit pour lequel ces agences se portent garantes, ainsi que des prêts non rémunérés et une bonification de taux d'intérêts pour les autres types de crédits bancaires. Ces agences diffèrent principalement par rapport à leur clientèle cible.

Parmi ces agences, nous pouvons citer l'Agence Nationale de Soutien à l'Emploi de Jeunes (ANSEJ). Créée en 1990, elle cible les jeunes chômeurs entre 19 et 35 ans, qui souhaitent créer leur propre micro-entreprise. Un dispositif d'autant plus pertinent en sachant que 70% des chômeurs sont âgés de moins de 30 ans (données CNES<sup>9</sup>). La limite d'âge du candidat peut être portée à 40 ans, si le projet proposé génère au moins trois emplois permanents. A travers des agences réparties sur tout le territoire algérien, l'ANSEJ offre des aides au financement à travers des crédits accordés par des banques nationales conventionnées, auprès desquelles elle dépose elle-même les dossiers validés des jeunes porteurs de projets. Un fond de garantie a également été créé en 1998 afin de donner plus de facilités aux PME pour l'accès au financement.

---

<sup>8</sup> Voir Rapport Global entrepreneurs hip Monitor, 2009.

<sup>9</sup> CNES : Conseil National Economique et Social.

A la fin du mois d'aout 2011, l'ANSEJ a reçu 165 258 dossiers de candidature pour la création de PME par le biais du dispositif ANSEJ. Le nombre de projets financés est en constante évolution, passant de 8500 dossiers lors de sa création, à 20 848 en 2009, à 22 641 en 2010 pour un nombre total de 61 118 PME financées, qui ont permis la création de 72 942 emplois directs (Maghreb Emergent, édition du 14 septembre 2011).

D'autres agences peuvent également être citées telles que l'Agence Nationale pour la Gestion du Microcrédit (ANGEM), créée en 2004, et qui a pour mission de favoriser la création de micro-entreprises dans les zones urbaines et rurales, et d'encourager l'émergence d'activités économiques et culturelles génératrice de revenus dans les zones rurales.

Par ailleurs, la Caisse Nationale d'Assurance Chômage (CNAC) propose aussi une aide à la création d'activité, pour les chômeurs âgés entre 30 et 50 ans. A travers des partenariats avec des ministères et institutions étatiques, la CNAC s'assure que toutes les conditions sont réunies afin de permettre la concrétisation du plus grand nombre de projets. Les services qu'elle propose portent aussi bien sur des aides financières qui se rapprochent beaucoup de ce que fait l'ANSEJ (prêt triangulaire mettant en relation le jeune entrepreneur, la CNAC et une institution bancaire), que sur l'accompagnement à toutes les phases du projet.

### **1.5. De l'entrepreneuriat par incubation**

En décembre 2009, un incubateur a été créé au Cyberparc de Sidi Abdellah, dans la wilaya d'Alger. Placé sous la tutelle de l'Agence Nationale de Promotion et de Développement des Parcs Technologiques, cet incubateur est spécialement dédié aux startups, et offre aux entrepreneurs innovants l'opportunité de démarrer leur projet dans un environnement dynamique, orienté vers l'innovation. Des formations et un accompagnement sont assurés tout au long du projet, jusqu'à son lancement. L'incubateur joue également le rôle d'intermédiaire auprès des banques et des agences de promotion de l'entrepreneuriat, telles que l'ANSEJ

### **I.6) Des initiatives privées pour la promotion de l'entrepreneuriat en Algérie**

Il existe également des initiatives provenant d'acteurs économiques privés, avec, à chaque fois, un objectif similaire, celui de la promotion de l'intention et l'action entrepreneuriale. Des initiatives à l'image de l'Académie Algérienne de l'Entrepreneuriat, créée en octobre 2010, qui tente par des actions de sensibilisation et par voie de concours, de donner une visibilité à de jeunes porteurs de projets issus du monde universitaire, toutes filières confondues.

Dans une perspective similaire, la diaspora algérienne aux Etats-Unis joue également un rôle actif. L'Algerian Start up Initiative (ASI) a été créée en 2009, par le biais d'un partenariat entre des entreprises algériennes et des sociétés leaders dans le domaine des NTIC aux Etats-

Unis. ASI organise annuellement un concours du meilleurs business plan, destinés aux porteurs de projets de startups. Les lauréats du concours bénéficient d'une incubation à l'incubateur de Sidi Abdellah à Alger (cf. ci-dessus), de séances de conseils et de coaching et d'un fonds d'investissement de la Silicon Valley.

Cette même diaspora a annoncé en octobre 2011 la création d'un fonds d'investissement algéro- américain appelé « Casbah Business Angels », introduisant ainsi un nouveau mode de financement en Algérie.

### **II. La transition de l'entrepreneuriat: du local vers l'international :**

Au cours des dernières décennies, une restructuration permanente a caractérisé le développement économique dans presque tous les secteurs d'activité. Cette situation a encouragé l'entrepreneuriat notamment dans les pays en transition et une internationalisation très engagée de celui des pays industrialisés.

Au sein de ces mutations, les deux types d'entrepreneurs (ceux des pays développés et des pays en voie de développement) agissent sur un marché plus vaste et incertain où l'internationalisation est devenue un moyen important d'acquérir du savoir-faire et d'obtenir de nouvelles technologies en tant qu'élément de renforcement de la compétitivité des PME. Ces dernières autrefois confinées dans des organisations de type familiales optent aujourd'hui pour des structures organiques en réseaux axées sur le développement des compétences.

La rationalité dynamique de cet entrepreneur ne peut être appréciée sans une étude rétrospective mettant en avant les réponses des patrons des entreprises aux turbulences de l'environnement et cela depuis le temps du protectionnisme au moment où l'OMC est dédiée à la libéralisation des conditions dans lesquelles se déroulent les affaires économiques. La perception du temps s'est révélée fondamentale pour comprendre les réactions innovantes des entreprises. Celles-ci ont été décrites différemment selon les mutations. Leur comportement a évolué à cause de ce qui est qualifié de complexification de l'activité économique.

#### **II.1) Les procédures de la création d'entreprise en Algérie comparées avec deux pays en développement et deux pays développés :**

Suite à une étude de la banque mondiale sur les procédures de la création d'entreprise, une Comparaison a été faite entre 178 pays<sup>10</sup>. La comparaison s'est faite sur les indicateurs suivants : le nombre de procédures, la durée de chaque procédure, le coût des procédures, le

---

<sup>10</sup> Le projet doing business fournit des mesures objectives de la réglementation des entreprises et leurs applications à travers 178 pays et certaines villes aux niveaux sous-national et régional, <http://www.doingbusiness.org>



coût de l'enregistrement de l'entreprise ainsi que le capital minimum pour la création d'entreprise.

L'Algérie se place quasiment en dernière position par rapport à ses voisins (le Maroc et la Tunisie) sur la majorité des procédures liées à la création d'entreprise. L'un des principaux indicateurs est le nombre de démarches administratives pour enregistrer une nouvelle société. En Algérie il faut 14 démarches ou procédures pour enregistrer une entreprise. Ce nombre est supérieur à celui de la Tunisie (10 procédures) et presque le triple de ce qui se passe au Maroc et en France (respectivement 6 et 5 démarches). A noter qu'au Canada, deux procédures suffisent.

Le traitement des procédures par les organismes compétents en Algérie dure 24 jours par procédure, alors qu'au Maroc la durée est de 12 jours, en Tunisie elle est de 11 jours, en France 7 jours suffisent. Quand au Canada, il reste très souple par rapport aux autres pays avec seulement 3 jours par procédure.

Sur le plan financier, l'entrepreneur algérien est encore pénalisé par le système comme le montre l'étude de la Banque Mondiale. En calculant le coût officiel de l'enregistrement d'une entreprise par le rapport du produit national brut par habitant (PNB/h), l'étude a montré que ce coût s'élevait à 13,2% du PNB/h en Algérie contre 11,5% au Maroc et 8,3% en Tunisie. En France et au Canada le coût d'enregistrement est quasiment nul (respectivement 1,1% et 0,9%).

Enfin, en ce qui concerne l'apport minimum du capital de l'entreprise, le calcul est également en pourcentage du PNB/h. L'Algérie avec un apport minimum de 45,2% du PNB/h se place devant le Maroc avec 59,8% du PNB/h. La Tunisie, quant à elle, a réduit l'apport à 25,3% du PNB/h. En France et au Canada l'apport est quasiment nul.

Cette enquête fait apparaître significativement que la création d'entreprise en Algérie est difficile par rapport à ses deux voisins (Tunisie et Maroc) et paraît insurmontable comparée à deux pays développés (France et Canada). S'il existe des frontières de part la géographie, il existe également des frontières dans les domaines économique et financier qui sont très difficiles à franchir.

### **III. La qualité de l'activité entrepreneuriale locale « Algérie »**

#### **III.1) Qualité de l'activité entrepreneuriale, les motivations des créateurs d'entreprises :**

Nous allons traiter de qualités de l'activité de l'entrepreneuriat. Il s'agit bien évidemment de savoir quelle sont les motivations de création d'entreprise. L'étude GEM a retenu deux grands

---

L'étude de la banque mondiale est basée sur une méthodologie développée dans l'article parue en 2002 « the regulation of entry » dans quarterly Journal of Economics.

indicateurs pour mesurer la qualité de l'entrepreneuriat créé. Il s'agit de création d'entreprise motivé par des raisons de nécessité ou bien la création d'entreprise motivé par des raisons d'opportunité. Ces deux cas de figure nous donnent des profils d'entrepreneurs totalement opposés. La création d'entreprise motivée par des raisons de nécessité est le fait de personnes adultes qui ne trouvent pas d'autre alternative pour faire face à la situation de chômage que de se lancer dans une tentative de création d'entreprise. Les auteurs, qui ont travaillé sur ce profil de création d'entreprise par nécessité, ont souligné que les entreprises créées ne sont pas de grandes tailles, ne sont pas de fortes utilisatrices de technologie, elles créent peu d'emploi, elles sont faiblement compétitives et présentent des signes de fragilité qui les rendent très vulnérables aux menaces de l'environnement. En revanche, selon les mêmes auteurs, les chefs d'entreprise qui démarrent une nouvelle entreprise motivés par des raisons d'opportunité, semblent être privilégiés dans la mesure où ils disposent de prédispositions qui leur confèrent des atouts pour résister aux menaces de l'environnement. Le profil de ces entrepreneurs peut être illustré comme suit, ce sont des personnes qui disposent de connaissances, d'expérience et de savoir-faire pour se lancer dans la création de nouvelles entreprises. La création d'entreprise n'est pas le fait d'un hasard ou de coïncidence, mais c'est un projet professionnel longuement élaboré qui s'insère dans le cadre d'un choix de carrière. Cette particularité confère à l'entrepreneur des aptitudes de réussite. Les probabilités de discontinuité de ce type d'entreprise sont relativement réduites.

**a) La qualité de l'entrepreneuriat en Algérie :** L'analyse de l'évolution des motivations de la création d'entreprises constitue un indicateur de mesure du comportement entrepreneurial des créateurs d'entreprise. En effet, lorsque les indicateurs de l'économie ne sont pas positifs, les personnes en situation vulnérable dans la société s'orientent vers la création d'entreprise par nécessité. Par contre, lorsque les indicateurs macroéconomiques sont positifs et le climat des affaires favorable, les personnes cherchent à identifier des opportunités d'investissement dans des secteurs compétitifs. Ils valorisent leur capitale connaissance et savoir-faire pour choisir les secteurs porteurs et/ou attractifs. En ce qui nous concerne, pour mesurer sur une courte période 2009/2012 s'il y a eu une mutation ou des changements dans le comportement des créateurs d'entreprises nous avons utilisé l'indice de qualité de l'entrepreneuriat pour appréhender les signes d'une mutation. Cet indice de qualité de l'entrepreneuriat est obtenu en divisant le taux de création d'entreprise motivée par opportunité par le taux de création d'entreprise par nécessité. Cet indice mesure le poids de la création d'entreprise par opportunité par rapport à la création pour des motifs de nécessité. En 2009, il y a eu 4 fois plus de création d'entreprise motivée par opportunité par rapport à la

création motivée par nécessité. En 2011 et 2012, cette proportion a remarquablement baissé pour ne constituer que 2 fois plus de création d'entreprise par opportunité par rapport à la création d'entreprise par nécessité.

En observant cette période, certes courte, nous pouvons dire que les contraintes économiques du pays durant cette période n'en pas favorisées l'émergence d'un entrepreneuriat d'opportunité mais plutôt il ya eu plus de créations motivées par nécessité. Ces données nous laissant supposer qu'une tendance se dessine ou l'entrepreneuriat récent en Algérie s'oriente vers l'entrepreneuriat de nécessité au détriment de l'entrepreneuriat d'opportunité.

**Tableau 3 : indice de la qualité de l'entrepreneuriat opportunité/nécessité**

	Entrepreneuriat de nécessité (1)	Entrepreneuriat d'opportunité (2)	Indice de la qualité de l'entrepreneuriat opportunité/nécessité
GEM 2009	18,5	81,5	4,4
GEM 2011	38,7	61	1,57
GEM 2012	29,96	47,42	1,58

Source : extrait du rapport GEM 2009/2012

### ***Quelles sont les raisons citées par le créateur d'entreprise ?***

Trois grands motifs sont repris par les personnes qui ont été interrogées dans l'enquête GEM 2012, il s'agit d'abord du motif « juste pour avoir un revenu : TEA 33,2% » ensuite le motif « pour avoir plus d'indépendance : TEA 22,8% » et enfin, le motif « pour augmenter le revenu personnel : TEA 24,9% ». Ces trois motifs semblent être a priori identiques mais au fond, ils sont totalement différents. Concernant le premier motif évoqué par les personnes qui se sont lancés dans la création d'entreprise avec la motivation principale « juste pour avoir un revenu », il s'agit effectivement de personnes dont le projet entrepreneurial n'est qu'un moyen pour disposer d'un revenu, il ne s'agit nullement d'un projet professionnel permanent et élaboré. Ce groupe concentre l'essentiel des créateurs d'entreprise pour des raisons de nécessité, avoir un revenu. Par contre, les entrepreneurs qui ont déclaré avoir démarré une nouvelle entreprise pour le motif d'augmentation du revenu personnel, semblent être le groupe qui dispose d'un projet et qui a identifié les opportunités de valorisations et de réussite. Contrairement au premier, ces derniers créent leurs entreprises après avoir identifié

des opportunités réelles d'investissement. Le motif recherché, une plus grande indépendance, semble être un stimulant pour une grande partie des créateurs d'entreprises.

La distribution selon les motifs de création d'entreprise et le genre révèle que le motif cité en premier par les femmes c'est la recherche d'une plus grande indépendance en se lançant dans le processus de création d'entreprise. Les hommes par contre ont cité les motifs liés au revenu, soit l'indicateur augmentation du revenu personnel ou bien juste pour avoir un revenu.

**Tableau 4 : les motifs de création d'entreprise selon les différentes phases de développement de l'entreprise :**

Les motifs évoqués	Entreprise émergente « Nascent entrepreneur »	Entreprise nouvelle « baby business owner-manager »	TEA « early-stage entrepreneurial activity » entreprise de moins de 42 mois	Entreprise établie entreprise de plus de 42 mois
Augmenter le revenu personnel	29,1	24,3	24,9	19,0
Avoir plus d'indépendance	12,7	28,7	26,8	17,2
Juste pour avoir un revenu	40,0	32,4	33,2	40,5
Autre motifs évoqués	18,2	14,6	15,1	23,3
<b>Total</b>	100	100	100	100

Source : extrait du rapport GEM 2009/2012.

En somme, l'analyse de l'évolution des motifs de création d'entreprise « la qualité entrepreneuriale » durant les 4 dernières années a révélées que la création d'entreprise pour des motifs de nécessité devient de plus en plus importante par rapport a la création d'entreprise pour des motivations d'opportunité. Parmi les motifs cités par les créateurs d'entreprise, il semblerait que les hommes soient plus portés par des motifs liés aux revenus et les femmes créatrices d'entreprise semblent être portées par des motifs de recherche de plus d'indépendance.

**Tableau 5 : les motifs de création d'entreprise selon le genre et les différentes phases de développement de l'entreprise**

Les motifs évoqués	Entreprise émergente « nascent entrepreneur »		Entreprise nouvelle « baby business owner-manager »		TEA « early-stage entrepreneurial activity »		Entreprise établie entreprise de plus de 42 mois	
	H	F	H	F	H	F	H	F
Augmenter le revenu personnel	34,40	21,70	26,40	18,30	27,00	19,40	21,00	8,00
Avoir plus d'indépendance	9,40	17,40	26,80	34,10	25,10	31,10	13,80	36,00
Juste pour avoir un revenu	43,80	34,80	33,10	30,50	34,10	31,10	42,00	32,00
Autres motifs évoqués	12,50	26,10	13,80	17,10	13,90	18,40	23,20	24,00
Total	100	100	100	100	100	100	100	100

Source : extrait du rapport GEM 2009/2012.

**b) Le créateur d'entreprise- son profil :**

La répartition de la population des entrepreneurs selon les phases de développement de l'entreprise montre une distribution inversée entre l'âge de l'entrepreneur et les phases de développement de l'entreprise. En effet, les jeunes sont relativement plus nombreux dans les premières phases de création de l'entreprise et à l'inverse ils sont moins nombreux dans la phase de mutation des entreprises, c'est-à-dire l'entreprise établie.

Les données de l'enquête GEM 2012 a montré une concentration des entrepreneurs dans la seconde phase du développement des entreprises, c'est-à-dire l'entreprise naissante qui a un âge supérieur a 9 mois et inferieur a 42 mois.

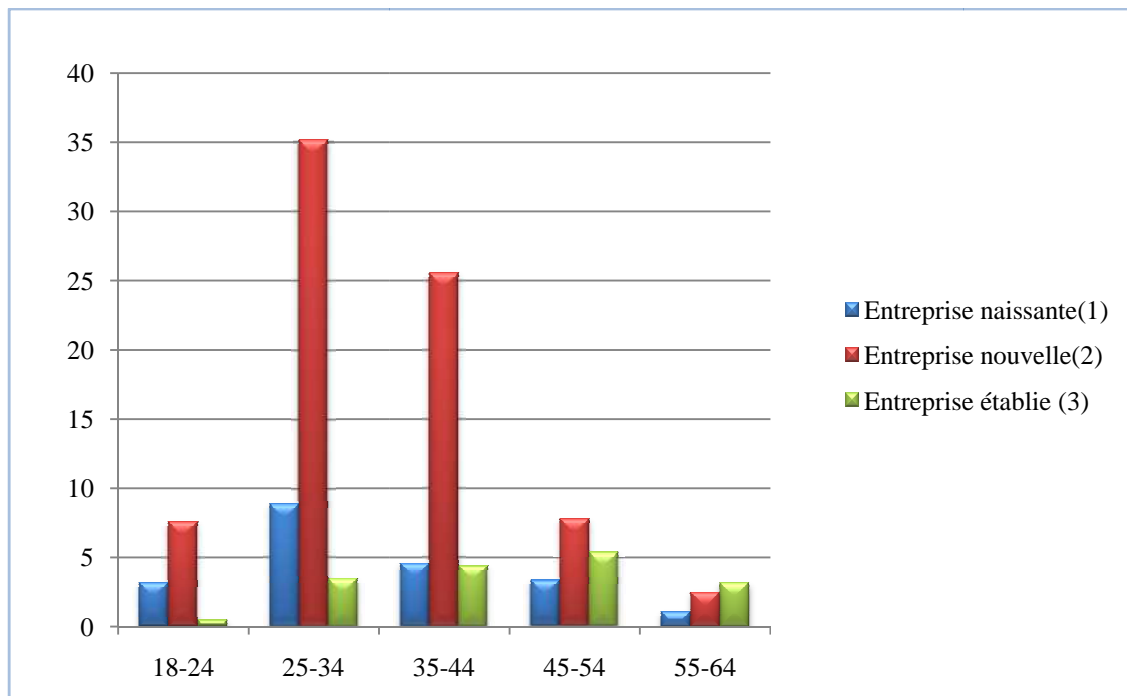
Ce graphe confirme le constat précédent que l'activité entrepreneuriale est produite par des jeunes et une grande partie de cet entrepreneuriat est concentré dans la seconde phase du développement des entreprises. Cependant, les personnes âgées se concentrent dans des proportions relativement importantes au niveau de la troisième phase du développement des entreprises (entreprise établie).

**Tableau 6 : l'activité entrepreneurial globale selon l'âge de l'entrepreneur**

	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64
<b>Entreprise naissante(1)</b>	3,2	8,9	4,6	3,4	1,1
<b>Entreprise nouvelle(2)</b>	7,6	35,2	25,6	7,8	2,5
<b>Entreprise établie (3)</b>	0,5	3,5	4,4	5,4	3,2

Source : extrait du rapport GEM 2009/2012.

**Figure 1 : phases de développement de l'entreprise et âge de l'entrepreneur**



*Commentaire :*

Une lecture de la répartition de la population engagée dans un processus entrepreneurial indique que dans la catégorie des entrepreneurs universitaires les femmes sont relativement plus nombreuses dans la première phase de démarrage des entreprises et dans la phase de la nouvelle entreprise moins de 42 mois comparativement aux hommes. Elles sont cependant moins nombreuses dans l'entreprise établie qui a plus de 42 mois d'existence.

Dans les catégories d'entrepreneurs ayant le niveau secondaire et moins, le poids des femmes est relativement réduit par rapport aux hommes. En somme, le poids des femmes

entrepreneurs est surtout important auprès des entrepreneurs de niveau universitaire. Ce constat semble être conforme à la tendance actuelle du poids croissant des femmes diplômées du secteur universitaire.

**Tableau 7 : l'activité entrepreneuriale globale selon le niveau d'instruction de l'entrepreneur :**

	Entreprise émergente homme	Entreprise émergente femme	Entreprise nouvelle homme	Entreprise nouvelle femme	Entreprise établie homme	Entreprise établie femme
<b>Supérieur</b>	1,80%	6,30%	16,30%	25,20	5,20%	1,20%
<b>Secondaire</b>	5,30%	7,20%	35,10	27,00%	5,00%	1,30%
<b>Moyen</b>	3,90%	6,30%	20,60%	18,90%	4,70%	1,00%
<b>Primaire</b>	2,10%	3,60%	14,90%	5,40%	8,40%	0,90%

Source : extrait du rapport GEM 2009/2012.

La distribution de la population des entrepreneurs selon le niveau de revenu révèle quatre grandes classes de créateurs d'entreprise :

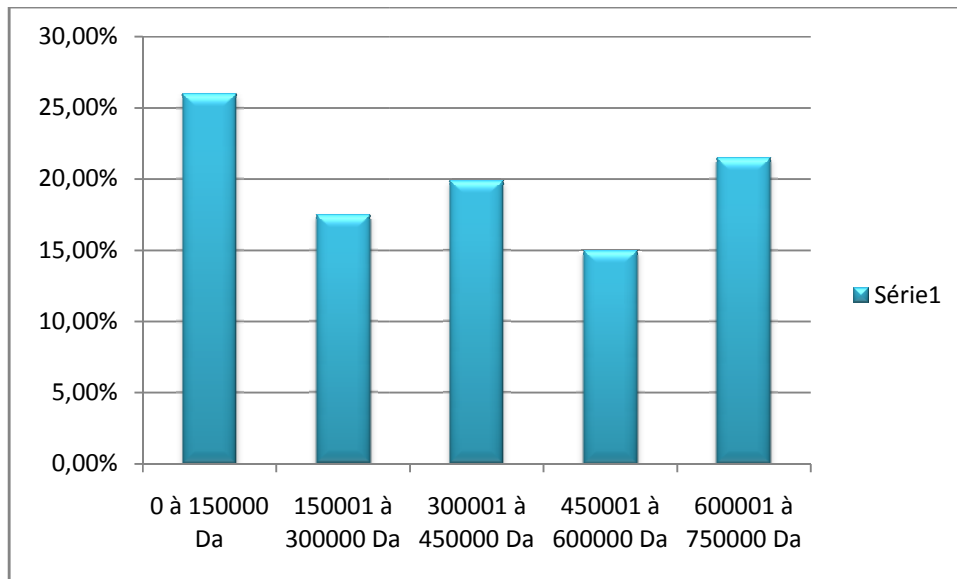
- Une première classe composée de 26% est concentré dans les tranches de revenus des moins de 150.000 DA par an. Cette classe peut être considérée comme étant celle qui regroupe les personnes ayant le SMIG ou juste au-dessus.
- La seconde classe est composée de 21,5% de la population des entrepreneurs appartenant à des familles dont le revenu annuel du ménage dépasse les 750.000 DA par an.
- La troisième classe est composée par des chefs d'entreprises dont le revenu annuel du ménage est moyen inférieur. Il varie entre 150.000 DA et 300.000 DA.
- Et enfin, une quatrième classe composée par environ 20% de la population enquêtée des entrepreneurs et ou le revenu annuel du ménage varie entre 450.000DA et 600.000DA.

**Tableau 8 : TEA 2012 et niveau de revenu de la famille**

<b>0 à 150000 Da</b>	<b>150001 à 300000 Da</b>	<b>300001 à 450000 Da</b>	<b>450001 à 600000 Da</b>	<b>600001 à 750000 Da</b>
<b>26,00%</b>	17,50%	19,90%	15,00%	21,50%

Source : extrait du rapport GEM 2009/2012.

**Figure 2 : l'activité entrepreneuriale globale (TEA) selon le niveau de revenu annuel des ménages**



Le taux d'activité entrepreneuriale TEA selon le niveau de revenu annuel du ménage révèle qu'un entrepreneur sur deux (environ 43%) appartient à la tranche de revenu bas ou moyen inférieur, c'est-à-dire un ménage dont le revenu ne dépasse pas les 300.000 DA. Ce niveau de revenu annuel des ménages indique qu'une proportion importante des entrepreneurs appartient à la population ayant un niveau de vie juste moyen.

Des proportions importantes de femmes créatrices d'entreprise (26,70%) appartiennent aux tranches de revenus annuels des ménages des plus de 750.000 DA par an et 16% dans la tranche de revenu variant entre 450.000 et 600.000 DA. En revanche, les hommes semblent se concentrer dans des tranches de revenus inférieures aux 300.000 DA. Ce constat révèle que les femmes qui se lancent dans la création d'entreprise appartiennent à des familles dont les revenus sont situés dans les tranches supérieures alors que les hommes appartiennent à des groupes de ménages dont les revenus sont situés dans les tranches inférieures ou moyennes.

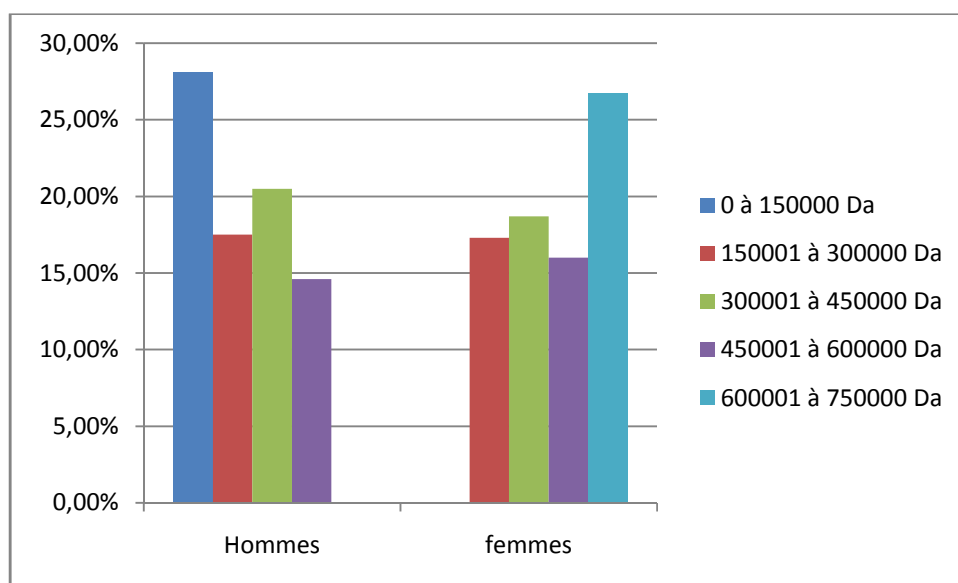


**Tableau 9 : TEA 2012 selon le niveau de revenu de la famille et le genre :**

	<b>0 à 150000 Da</b>	<b>150001 à 300000 Da</b>	<b>300001 à 450000 Da</b>	<b>450001 à 600000 Da</b>	<b>600001 à 750000 Da</b>
<b>Hommes</b>	28,10%	17,50%	20,50%	14,60%	19,30%
<b>femmes</b>	21,30%	17,30%	18,70%	16,00%	26,70%

Source : extrait du rapport GEM 2009/2012.

**Figure 3 : TEA 2012 selon le niveau de revenu de la famille et le genre :**



L'entrepreneuriat féminin semble jouir d'un statut social privilégié dans la mesure où les familles des entrepreneurs appartiennent aux groupes dont les revenus sont élevés ; par contre les hommes semblent provenir de ménages socialement modestes.

#### **IV. Connaissance de l'environnement socioéconomique: Les 4 M**

« L'entrepreneur, fruit de son milieu »<sup>11</sup>

*L'entrepreneur doit considérer son milieu comme une ressource pour lui et se considérer lui-même comme une ressource pour son milieu.*<sup>12</sup>

L'apprentissage du terrain et l'insertion dans la culture du milieu ainsi que la capacité de se lier aux autres et celle de mobiliser le milieu au profit du projet à réaliser constituent les atouts d'un entrepreneur en devenir.

Au fond, la vision, c'est le projet avec, en plus, la formation de terrain et l'acculturation de l'entrepreneur au domaine qu'il investit. Même s'il est scolarisé, voire très scolarisé,

<sup>11</sup> FORTIN, 2004

<sup>12</sup> Support pédagogique du module : culture entrepreneuriale, septembre 2008, p :20

l'entrepreneur n'a pas le choix : il doit faire l'apprentissage du milieu auquel s'adresse son idée de projet.

### **IV.1) Milieu familiale et proches :**

Le milieu familial ou la famille au sens large du terme constitue le milieu privilégié de naissance, de gestation et de développement du projet entrepreneurial.

#### **a) La famille :**

Il s'agit d'un groupement primaire important qui façonne énormément la personnalité et le comportement du futur entrepreneur. Elle joue un rôle important dans la satisfaction des besoins d'appartenance. Au sein de notre culture Arabo-Musulmane, elle facilite largement la solidarité sociale même si l'empreinte paternelle et des frères l'emportent sur celle des femmes et des sœurs. En outre, chaque type de famille peut être plus au moins libéral, conservatrice ou preneuse de risque. Souvent elle peut influencer le choix de la carrière de ses membres. C'est aussi le lieu d'apprentissage à l'action et à l'expression normalisée (normes à respecter, mais non formalisée (non écrite). Les conflits de rôles, d'intérêts et de statuts en son sein peuvent entacher leur fonctionnement mais ils peuvent aussi constituer un lieu d'apprentissage à la résolution de leurs conflits en groupes. Souvent nous pouvons rencontrer des familles spécialisées dans un ou plusieurs domaines d'activités telles que les familles agricoles, industrielles, artisanales, commerciales, de tourisme, de service (médicale, de transport, de consulting) religieuses ou même artistiques.

#### **b) Le réseau d'amis :**

De nos jours nous vivons dans l'ère des réseaux. C'est une réalité sociale mais aussi culturelle. Les groupes d'amis ou communautaires ou de membres de familles constituent un groupement social qui est secondaire. La base de fonctionnement de ce dernier est la valeur de confiance, de coopération et de respect de l'intérêt général partagé. Les individus en question peuvent nous orienter vers des projets et vers la recherche du travail en groupe.

Les apports pour la constitution d'une société sont plus faciles que ce soit en numéraire, en industrie ou en nature. L'échange des idées peut déboucher sur des opportunités d'investissement. Cependant les contrats d'affaires doivent se faire à la lumière de contrats minutieusement ficelés et rédigés car dans les affaires en réseau, il n'y a pas de sentiments et les intérêts peuvent être divergents. De nos jours on parle d'affaires en réseaux virtuels.

### **IV.2) Milieu Professionnel, des Métiers et des Professions :**

Le milieu professionnel joue un rôle important dans la création de projets. C'est un lieu d'apprentissage organisationnel fort utile pour la réussite de tout projet. C'est une source d'inspiration pour la création d'un projet. Le professionnalisme est un facteur clef de succès offert par le milieu professionnel.

De nos jours chaque fonctionnaire disposant d'un projet innovant et voulant le concrétiser peut disposer d'un congé d'affaires. L'essaimage proposé par le chef de l'entreprise publique est aussi l'une des pratiques qui peut aider tout employé remplissant certaines conditions requises de créer son projet avec le parrainage de son patron.

C'est un milieu d'apprentissage par excellence. C'est le milieu où l'on peut perfectionner ses connaissances et ses compétences ainsi que ses modes de communication verbale et non verbale. On parle de grappe stratégique ou de groupes de professionnels solidaires qui suivent une stratégie d'action commune envers les intrus et les instances de contrôle.

### **IV.3) Milieu d'appui aux affaires :**

Dans les économies modernes, les entreprises vivent, se développent et parfois disparaissent sous l'influence et l'action de plus en plus déterminante de l'environnement en général et de l'environnement institutionnel en particulier.

De nos jours ce dernier connaît une évolution rapide dans le sens d'une complexité et d'une interdépendance entre ses différentes composantes. Les entreprises seront obligées de maîtriser et de piloter le cadre réglementaire et institutionnel pour profiter des opportunités et évoluer dans le cadre de la légalité.

La perception de l'environnement institutionnel peut être positive ou négative ou déformée.

Les entrepreneurs doivent s'adapter à ces différentes réalités voir même essayer de les intégrer dans leur stratégie. Il est important d'étudier en premier lieu les fondements théoriques de l'environnement institutionnel pour proposer dans un deuxième temps des méthodes pour l'évaluation des menaces et des opportunités (évolution et hostilité)

Il est aussi important d'étudier le contexte institutionnel des affaires (les années 70 ; 80,90 jusqu'à 2010 et plus) pour détecter les contraintes de la création de l'entreprise dans les différents secteurs (problème de transfert technologique, fragilité de la culture d'entreprise....)

Dans une dernière phase nous allons essayer de comprendre le fonctionnement des institutions qui s'occupent du lancement des projets du soutien de leur capacité d'innovation et de la rationalisation de leur financement et accompagnement.

### **a) Structures d'appui et d'accompagnement :**

Les structures d'appui renvoient aux structures de promotion de l'entreprise, de la micro entreprise et du travail autonome : API, APIA, ANETI,

Les structures d'accompagnement offrent des services, entre autres, pour la nouvelle entreprise et les projets innovants : pépinières d'entreprises...

### **b) Structures de formation et d'information à L'entrepreneuriat :**

Les structures d'information sont des structures nouvellement créées dans le paysage institutionnel tunisien, nous pouvons mentionner les : Centres d'affaires régionaux (CAR).

### **c) structures de financement (banques, SICAR...)**

Les structures de financement prennent plusieurs formes à savoir : les Banques (BTS, BFPME) et les sociétés d'investissement et de développement (SICAR)...

## **IV.4) Milieu associatif :**

Le milieu associatif peut être scindé en deux catégories : les associations et les clubs.

### **a) Les associations d'anciens diplômés...**

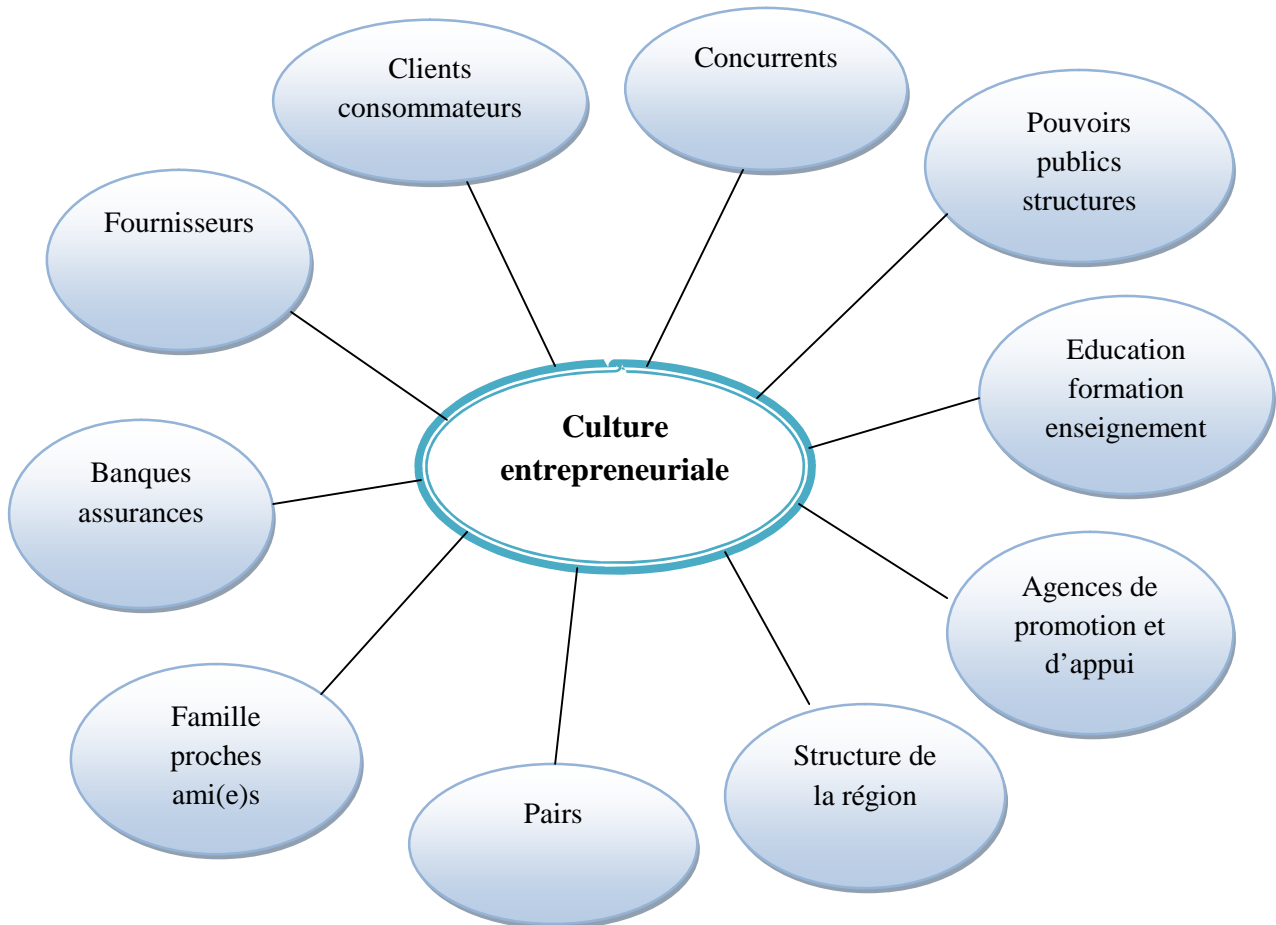
Les associations constituent un réseau de socialisation et d'identification pour les individus en cours de formation et d'apprentissage.

### **b) Les clubs :**

Les clubs font partis du paysage universitaire. Ils jouent un rôle social et culturel. Cette structure informelle constitue un lieu privilégié pour apprendre à tisser des liens étroits avec différents univers et parties prenantes (universités ; administration ; médias, associations,).

### IV.5) Modèle des 4 M :

Observateurs et académiciens s'entendent pour dire que le succès du couple entrepreneur/projet dépend de la capacité de chaque individu de créer et de mobiliser son capital social, c'est-à-dire de se connecter à son milieu avec un grand M. Les parties prenantes de l'activité entrepreneuriale sont résumés dans le schéma suivant :



*Schéma -7-* les parties prenantes de l'activité entrepreneuriale

### ***Conclusion :***

Cette étude montre que l'entrepreneuriat fait face à des contraintes importantes en Algérie. Qu'il s'agisse de financement, de compétences ou de formation, les mesures mises en place semblent avoir du mal à trouver écho dans la réalité. Malgré tous les efforts du gouvernement pour encourager et faciliter les démarches de l'entrepreneur, le rang de l'Algérie au classement de la banque mondiale n'a cessé de régresser ces dernières années en passant de la 116<sup>ème</sup> place en 2007 à la 141<sup>ème</sup> place en 2015.

Les raisons ayant conduit à cette situation sont nombreuses. D'abord la culture entrepreneuriale qui peine à trouver sa place dans une société où l'entrepreneur n'est pas toujours positivement perçu. L'état qui peine à mettre en place des mesures efficaces pour soutenir les initiatives entrepreneuriales et leurs financements. Les entrepreneurs enfin, qui manquent de formation dans des domaines élémentaires (comme la comptabilité ou la gestion) et qui éprouvent des difficultés à garantir une certaine pérennité pour leurs entreprises.

Finalement, les contraintes actuelles, les évolutions économiques et politiques, encouragent la réflexion autour de la problématique de l'entrepreneuriat en Algérie. Le concept doit être profondément repensé et le débat autour de la place prépondérante de l'entrepreneur dans l'économie algérienne renouvelé.

**Chapitre III :**

**Le Cas Pratique :**

*Les différents facteurs qui  
influencent l'activité  
entrepreneuriale dans la zone  
de Taharachth AKBOU*

### ***Introduction :***

L'économie algérienne a connu plusieurs changements depuis l'indépendance à nos jours, le secteur public était prédominant et le pacte social était celui de la création de grandes entreprises d'Etat, qui assurent la création de l'emploi, le salaire, le logement et autre avantage sociaux ; et l'entrepreneuriat privé était faible du fait des forces structurelles qui limitaient l'action individuelle. Avec l'apparition du libéralisme l'Algérie s'oriente vers la promotion de l'entrepreneuriat privé.

Nous allons essayer à travers une enquête qui c'est déroulée dans la zone d'activité Taharacht AKBOU par la distribution d'un questionnaire a un échantillon conçu de 16 entreprises dans le secteur d'agroalimentaire de montrer l'impact des différents facteurs qui influencent l'activité entrepreneuriale dans cette région. Cette zone qui compte que des investisseurs privés, a permis la création d'une dynamique nouvelle par une assise industrielle plus développée. Elle occupe le devant de la scène économique nationale avec la renommée des entreprises implantées. Un espace de prédilection pour le développement à grande échelle de l'industrie.

Cette zone s'étale sur un tissu industriel relativement important, diversifié et d'une densité forte, qui contribue largement au développement local par la création d'emploi, la fourniture des biens sur le marché et l'augmentation des recettes fiscale de l'Etat, et contribue aussi à la dégradation des écosystèmes par la pollution engendrée suit au non respect de l'environnement.

L'objet de ce chapitre est d'analyser d'une manière détaillé toutes les informations collectées. L'analyse de ces informations constitue une étape très importante pour la détermination des facteurs qui influencent l'activité entrepreneuriale. Pour mieux analysé ces informations, il est important de suivre la structure du questionnaire utilisé. De ce fait, nous analysons de prime abord les informations qui se rapportent sur l'axe de l'entrepreneuriat pour déterminer l'intensité entrepreneuriale du domaine d'activité d'agroalimentaire dans la zone de TAHARACHTH, AKBOU.



## **I- Présentation de l'enquête:**

A travers cette enquête, nous espérons pouvoir appréhender le phénomène de l'entrepreneuriat pour connaître les raisons exhaustives qui poussent un individu à entreprendre et cela à partir d'un échantillon de créateurs d'entreprises. Ce qui explique les raisons pour lesquelles cette recherche est considérée à la fois exploratoire et descriptive.

### **I-1- Echantillon étudié :**

L'échantillonnage représente une opération qui consiste à sélectionner un domaine dans une population plus vaste, le choix de ce domaine n'a pas été facile. Comme nous ne pouvons pas assurer la représentativité des différents secteurs et vu les contraintes qui nous ont empêchés de procéder à cette sélection, nous avons opté pour la méthode aléatoire. Le choix de cette méthode et de l'échantillon est constitué de façon à éviter les non réponses, réduire les coûts de l'enquête ainsi que ses délais.

### **I-2- Objectif de l'enquête et contenu du questionnaire :**

Lorsque l'objectif est de décrire un phénomène, le recueil des données peut être structuré et strict et une méthode quantitative par questionnaire convient parfaitement. Cette enquête vise à dresser un état des lieux des entreprises. A base de ce qui est développé dans le cadre théorique et de quelques enseignements méthodologiques, nous avons élaboré un questionnaire composé d'une trentaine de questions réparties en trois parties.

En premier lieu, il vise à faire ressortir les caractéristiques des entrepreneurs et l'entreprise ainsi que les motivations qui poussent l'entrepreneur à la création de son entreprise. Par la suite, nous verrons le profil des employés, leurs origines et leurs nombre et enfin nous terminerons par la trajectoire, les attitudes et les principales préoccupations ainsi que les perspectives d'avenir pour l'entrepreneur dans la zone d'activité de Taharrachth AKBOU, et un dernier point sur les recommandations proposées par les créateurs d'entreprises et cela pour faire face aux problèmes rencontrés.

### **I-3- Déroulement de l'enquête**

Après avoir recueilli les différentes données relatives à la population des entrepreneurs étudiés, et défini l'échantillon de l'enquête et aussi conçu le questionnaire à distribuer, notre enquête de terrain a été lancée au début du mois de mai 2015. La remise des questionnaires a été faite par nous même pour la totalité des entreprises, afin de rencontrer personnellement les dirigeants et propriétaires de ces dernières et pour leur administrer le questionnaire. Le passage du questionnaire a été bien accueilli par certains entrepreneurs, qui n'ont pas hésité à

nous consacrer du temps nécessaire. Pour les autres, nous avons remis le questionnaire pour le remplir afin de le récupérer lors d'une prochaine visite, du fait essentiellement de leur non-disponibilité, négligence ou manque d'intérêt.

Tout au long de notre enquête, nous avons rencontré des difficultés. La plus grande difficulté résidait dans la distribution des questionnaires et l'implication des répondants dans le travail d'enquête. En effet, nous pouvons relever une grande résistance de certains entrepreneurs lesquels, refusent systématiquement de coopérer avec nous. Cela peut s'expliquer par le non perception de façon convaincue de l'utilité du travail et surtout la culture de méfiance et de repli sur soi qui caractérise généralement les entrepreneurs algériens.

**Tableau 10 : La taille de l'échantillon de l'enquête de terrain**

Nombre Questionnaires	Nombre d'entreprise dans l'échantillon	Taux %
Distribués	16	100%
Récupérés	15	93,75%
Non récupérés	01	6,25%

Source : réaliser par nos soins à partir des données de l'enquête de terrain

**Tableau 11 : La taille de l'échantillon étudié**

Nombre Questionnaires	L'échantillon étudié	Taux %
Exploitable	12	80%
Non exploitable	3	20%
Total	15	100 %

Source : réaliser par nos soins à partir des données de l'enquête de terrain

A la fin de l'enquête, nous avons pu distribuer 16 questionnaires. Sur les 16 questionnaires distribués, nous n'avons pu récupérer que 15 questionnaires (taux de réponses de 93,75%). Sur les 15 questionnaires, seulement 12 sont exploitable ce qui représente un taux de réponse de 80%, le reste (soit 3 questionnaires) ont fait l'objet de non réponse ou mal remplis. Les résultats sont récapitulés dans les tableaux 10 et 11 ci-dessus.

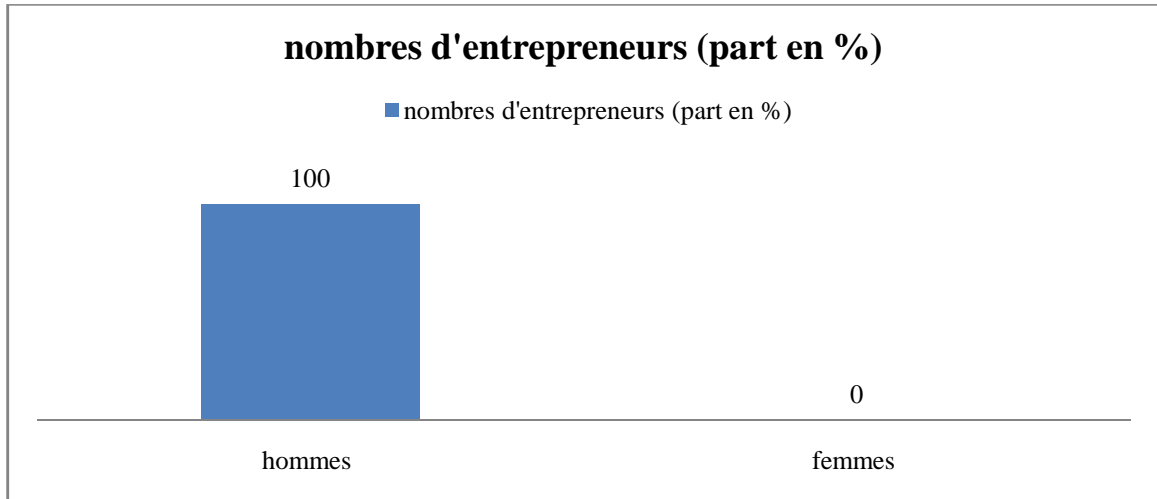
## II- Présentation et interprétation des résultats de l'enquête

Cette section à pour objectifs d'analyser les données recueilli par le moyen du questionnaire et de vérifier l'hypothèse de recherche.

### II-1- Données générales sur l'entrepreneur:

Nous présenterons dans ce qui suit les caractéristiques relatives aux 15 entrepreneurs enquêtés.

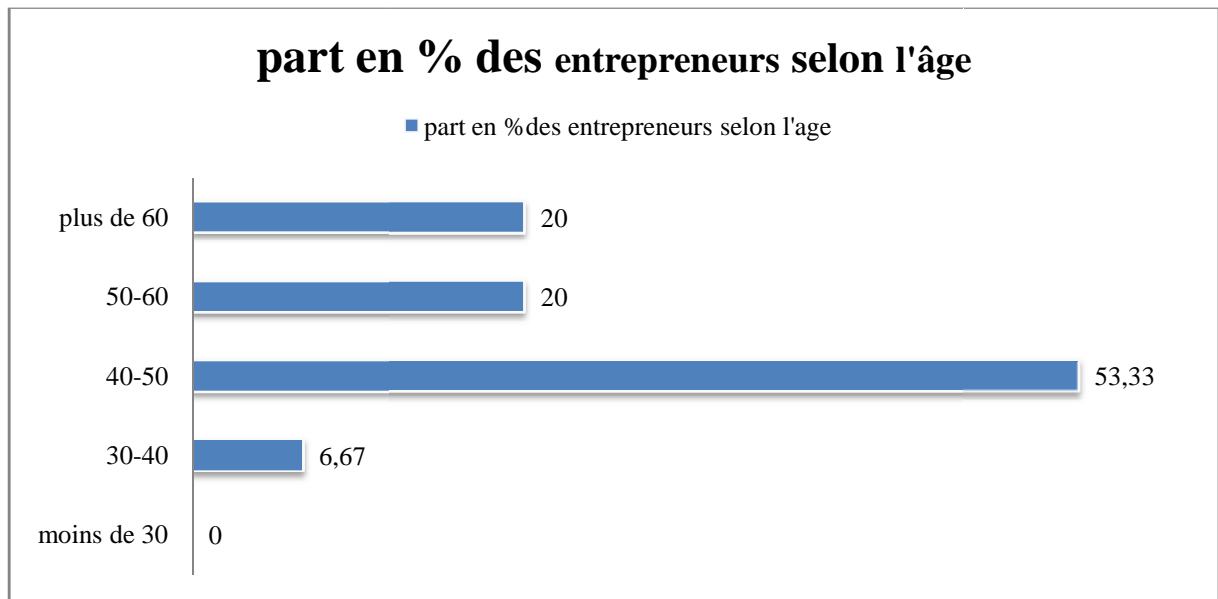
**Figure 05 : sexe de l'entrepreneur**



Source : réaliser par nos soins à partir des données de l'enquête

Selon les résultats de notre enquête présentés dans la figure N° 05 ci-dessus, les femmes sont déficientes au sein de la catégorie sociale d'entrepreneurs. En effet, sur les 15 entreprises enquêtées la totalité des entrepreneurs sont des hommes. Ces résultats sont justifiés par la structure sociale algérienne qui amène les femmes à aspirer à la stabilité de l'emploi ou à fonder une famille.

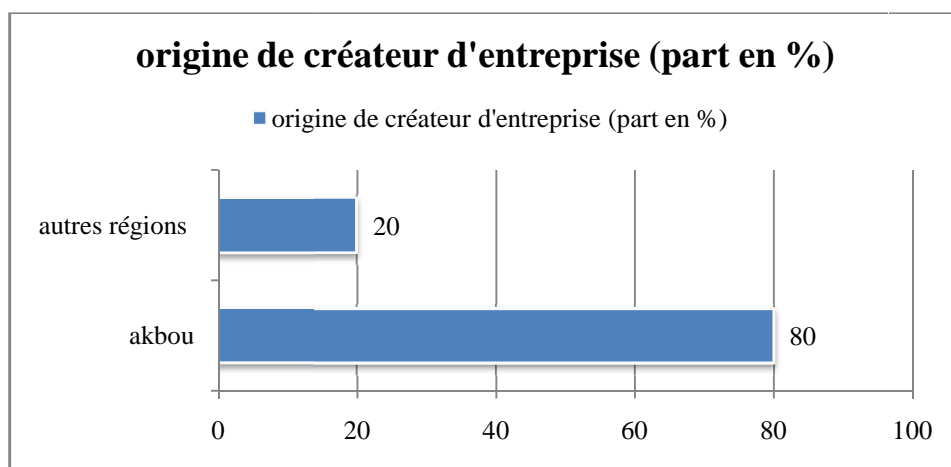
**Figure 6: catégorie d'âge des entrepreneurs :**



Source : réaliser par nos soins à partir des données de l'enquête

En ce qui concerne la catégorie d'âge d'entrepreneur, on constate que la plus dominante c'est la tranche d'âge 40 à 50 ans avec un pourcentage de 53,33%. Cela peut être expliqué par le fait que les personnes qui se lance dans la création de leur entreprise le font à un âge mature, après avoir acquis une certaine expérience dans leur domaine d'activité ou bien dans d'autre et a constitué un épargne, on remarque deux types d'expériences vécues par les entrepreneurs enquêté : une expérience venu du commerce et les entrepreneurs ayant exercé une activité salariale.

**Figure 7: Origine de créateur d'entreprise**



Source : réalisé par nos soins à partir des données de l'enquête

Les résultats De la figure n° 07 nous montrent que 80% des entrepreneurs sont originaire de la commune d'AKBOU, alors que seulement 20% viennent d'autres régions (généralement les communes voisines), autrement dit les entrepreneurs préfèrent s'implanter essentiellement dans leur territoire d'origine. Ceci peut être expliqué par le fait que les caractéristiques sociales des entrepreneurs imposent une certaine proximité de lieu de résidence ce qui fait apparaître les liens privilégiés et l'attachement au territoire d'origine, ainsi que ce dernier est le lieu de naissance de l'entrepreneur et c'est là qu'il a vécu entourer par sa famille et ses amis qui constitue un appui et un soutien moral important pour lui.

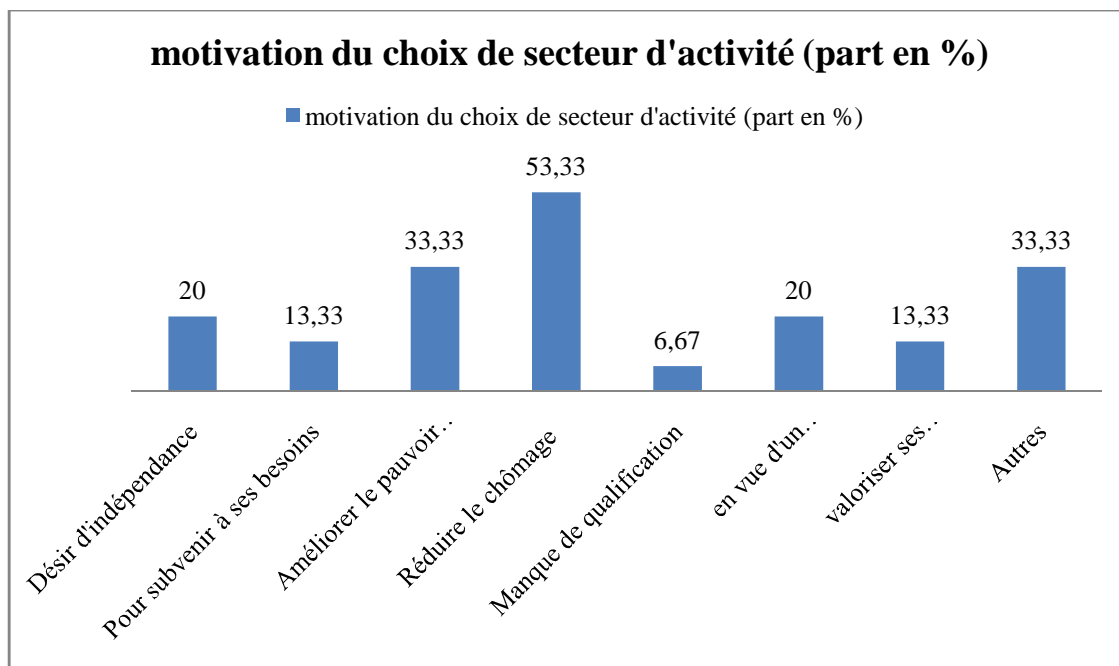
Ce choix de localisation peut être aussi expliqué par :

- L'utilisation des lieux familiaux comme lieu d'implantation de leurs entreprises ;
- Participation des entrepreneurs au développement de leurs régions.

## II-2- Les causes et les raisons du choix de secteur d'activité

Toute création d'entreprise nécessite un choix de secteur dont lequel le créateur veut investir et lancer son projet. Dans ce qui suit on présentera les raisons du choix du secteur d'agroalimentaire pour le cas des entrepreneurs enquêtés dans la commune d'AKBOU.

**Figure 8: Les motivations à être entrepreneurs**



Source : réaliser par nos soins à partir des données de l'enquête

Le choix de secteur d'activités se fait selon diverses raisons dans l'enquête menée à Taharachth 53,33% des entrepreneurs déclarent que c'est pour réduire le chômage et créer plus de chances de travail pour les citoyens. D'autres ont fait le choix pour améliorer le pouvoir d'achat des employés avec un taux de 33,33% des entrepreneurs enquêtés, 33,33% c'était pour d'autres raisons telles que :

- connaissance du secteur,
- développement de l'industrie au niveau régional,
- l'apport d'une qualité au marché,
- secteur attractif et savoir-faire qui est plus approprié aux moyens financiers et technique,
- choix familiale dont ils ont acquis un savoir-faire et un potentiel de développement important.

D'autres ont fait le choix pour le désir d'indépendance avec un taux de 20% des entrepreneurs enquêtés, 14,28% c'était pour subvenir à leur besoins, cela peut être expliqué par l'envie de s'enrichir et avoir une certaine classe social de faire une fortune et combattre la pauvreté.

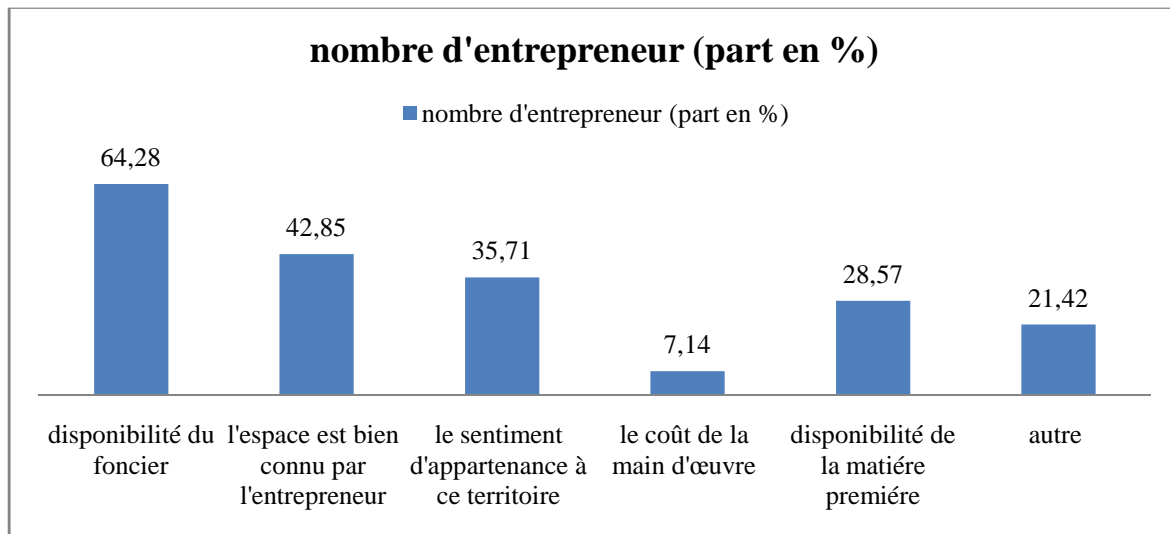
La valorisation des compétences est aussi évoquer par les entrepreneurs enquêtés avec un pourcentage de 13,33%, ils veulent prouver ce qu'ils sont capable de faire et d'attirer le respect et la considération des gens

**Remarque :** la majorité des entrepreneurs enquêtés annoncent que c'est leur activité principale avec un pourcentage de 85,71%.

### II-3- déterminants de localisation

Le territoire influence de façon déterminante la création d'entreprise et le choix du secteur par le créateur. Voici les résultats obtenu résumé dans le tableau n°16 pendant l'enquête en ce qui concerne le choix des entrepreneurs le territoire de la commune d'AKBOU comme lieu de localisation pour leurs entreprises.

**Figure 9: Les raisons de choix de localisation**



Source : réaliser par nos soins à partir des données de l'enquête

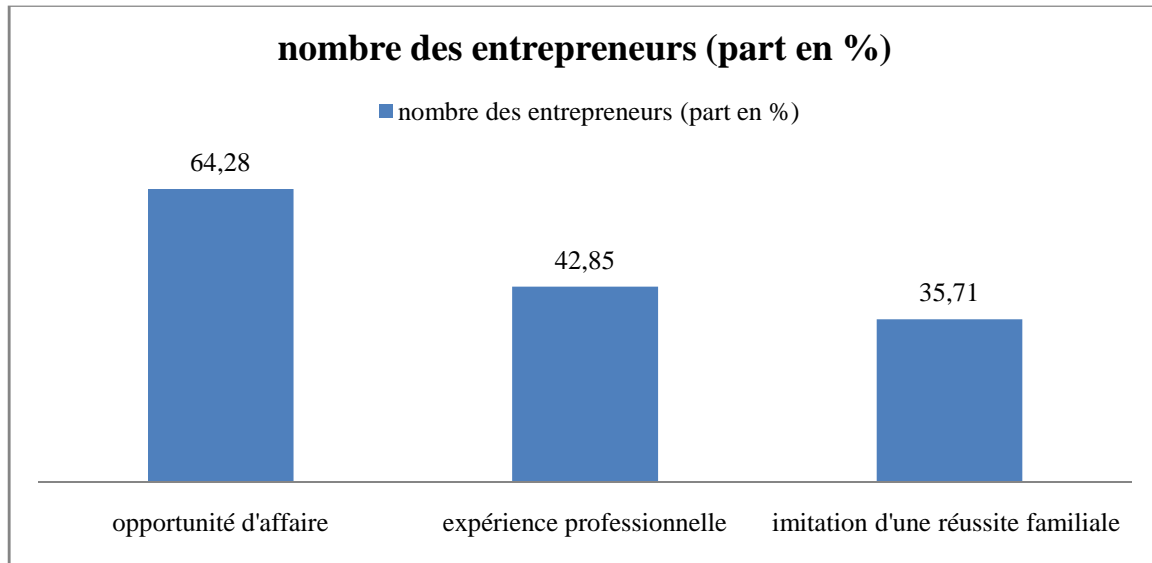
Les entrepreneurs enquêtés de la commune d'AKBOU, à propos de leur choix de localisation qui s'est porté sur le territoire de la commune d'AKBOU, ont donné les réponses qui sont résumé dans la figure n°09. La disponibilité du foncier apparait comme un facteur de ce choix soit un pourcentage de 64,28% (héritage familiale). 42,85% de ces entrepreneurs renvoie la raison de leur choix à la bonne connaissance de l'espace puisque ils sont nés et ont fait leurs études primaires et moyennes à AKBOU.

D'après les résultats obtenus, on remarque aussi que 35,71% des entrepreneurs enquêté disent que c'est leur sentiment d'appartenance qui les pousse à installer leur entreprise dans le territoire d'AKBOU. Autrement dit, le sentiment d'appartenance à un groupe social veut dire le partage des mêmes intérêts et se sentir bien à l'intérieur du groupe ou les luttes, l'émulation et la conviviabilité se mêlent les unes aux autres. Le choix de localisation souvent dépasse la disponibilité de facteur de production pour atteindre des objectifs sociaux.

#### **II-4- Les conditions générales de la création des entreprises**

Les résultats obtenu, relative aux conditions dans lesquels les entrepreneurs enquêtés de la commune d'AKBOU ont lancé leur projet de création, sont résumé dans la figure ci-dessus (n°10).

**Figure 10 : Les situations qui ont déclenchées le processus de création d'entreprise :**



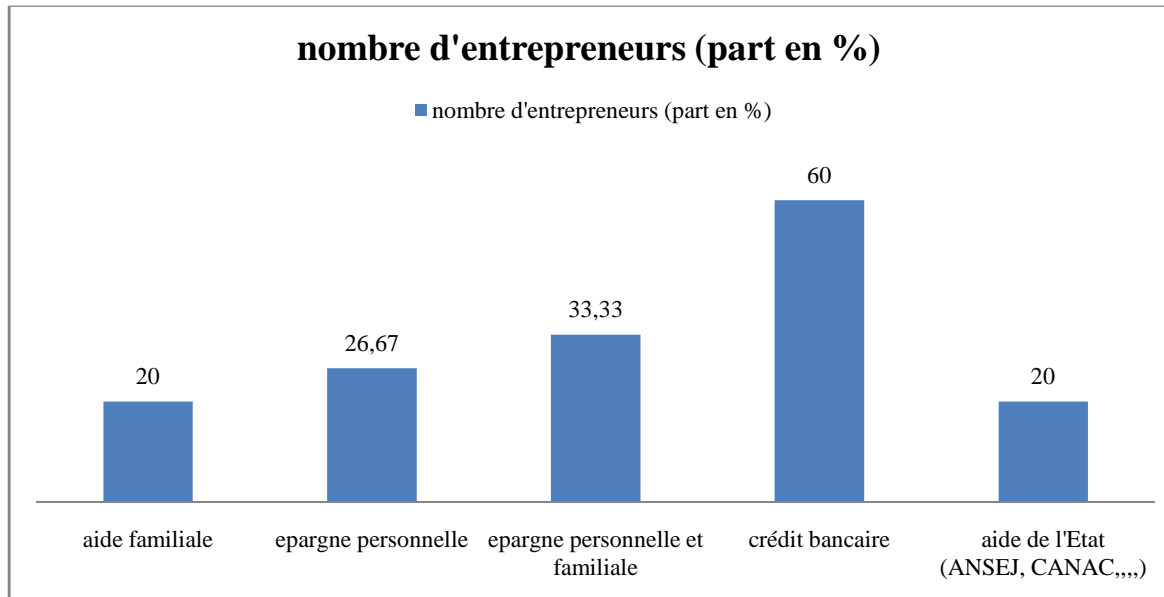
Source : réalisé par nos soins à partir des données de l'enquête

La figure n°10 montre les résultats concernant les motivations de l'entrepreneur de la commune d'AKBOU à se lancer dans son affaire. En effet, 64,28% des entrepreneurs enquêtés déclarent que le point de départ dans leur création a été une occasion saisie cela veut dire que l'opportunité joue un rôle important dans le lancement du projet et sur tous dans le choix de secteur.

Un autre groupe d'entrepreneurs disent que c'est l'expérience avec un pourcentage de 42,85% des entrepreneurs enquêtés, cela a été le cas des anciens salariés et des fonctionnaires du secteur public, qu'ils soient retraités ou qu'ils ont arrêté pour ne plus en dépendre d'une hiérarchie ou d'une administration et qu'ils veulent gérer leur propre affaire. D'un autre côté on trouve le cas des entrepreneurs qui ont imité leur entreprise d'une réussite familiale avec un pourcentage de 35,71% de la population enquêtée.



**Figure 11 : Financement initial lors de réalisation du projet**



Source : réalisé par nos soins à partir des données de l'enquête

Dans les résultats obtenu, Les crédits bancaires constituent 60% de notre échantillon, concernant le financement initial de l'entreprise, 26,67% des entrepreneurs disent que c'est leur propre épargne, alors que 20% qui ont eu l'aide de la famille, cela témoigne l'existence et la contribution de la fortune familiale directement ou indirectement ce qui explique l'existence de plusieurs entreprises familiales. Dans le cas de la commune d'AKBOU, le financement familiale et l'épargne personnel est la première source après le crédit bancaire dans la création d'entreprise, alors que les aides de l'Etat ne représentent que 20% des entrepreneurs enquêté.

Les entrepreneurs enquêtés, soit une totalité de 6 (40%) déclarent que c'est première entreprise, tandis que le reste, 9 entrepreneurs avec un pourcentage de 60% ont déjà de l'expérience de leur domaine.

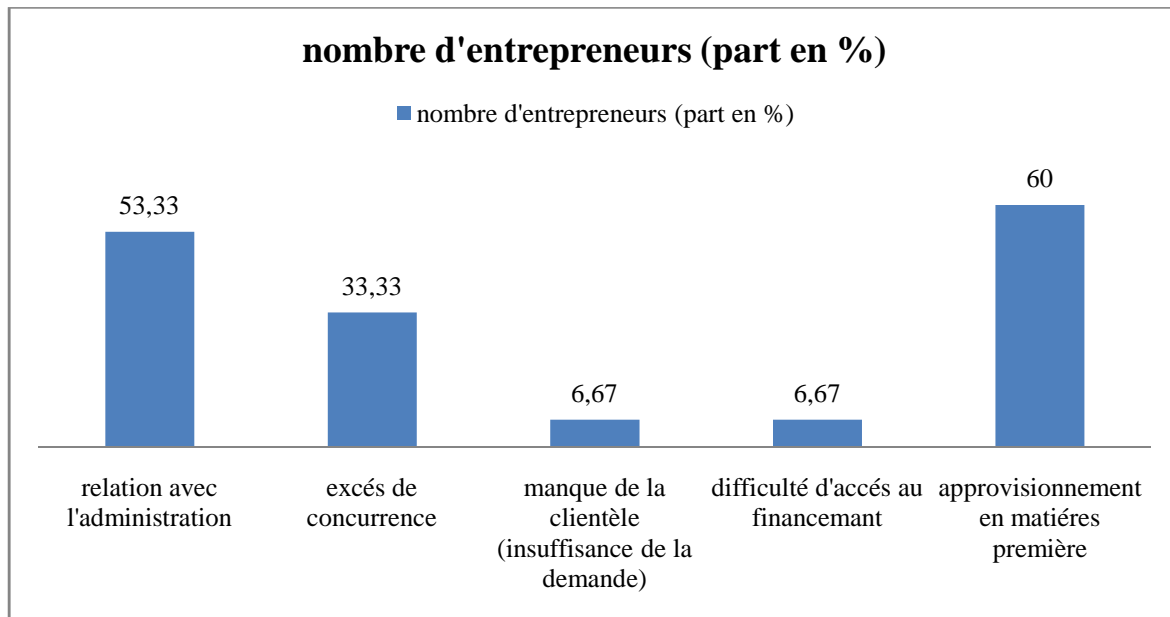
**Tableau12 : influence de l'activité précédente**

	Fréquence	Part en %
Oui	09	60
Non	06	40
Total	15	100

Source : données l'enquête réalisée à Taharrachth

Dans les résultats obtenus, auprès des entrepreneurs enquêtés, concernant l'influence de l'activité exercée auparavant 60% (9 entrepreneurs) confirme avoir acquis de l'expérience de leur activité antérieure qui les a encourager à se lancer dans le projet de création d'une entreprise, que ça soit dans la gestion, l'administration ou d'autres compétence ceux dont ils auront besoin dans leur nouvelle activité pour bien mené leur affaire.

**Figure 12: Principales préoccupations des entrepreneurs**



Source : réalisé par nos soins à partir des données de l'enquête

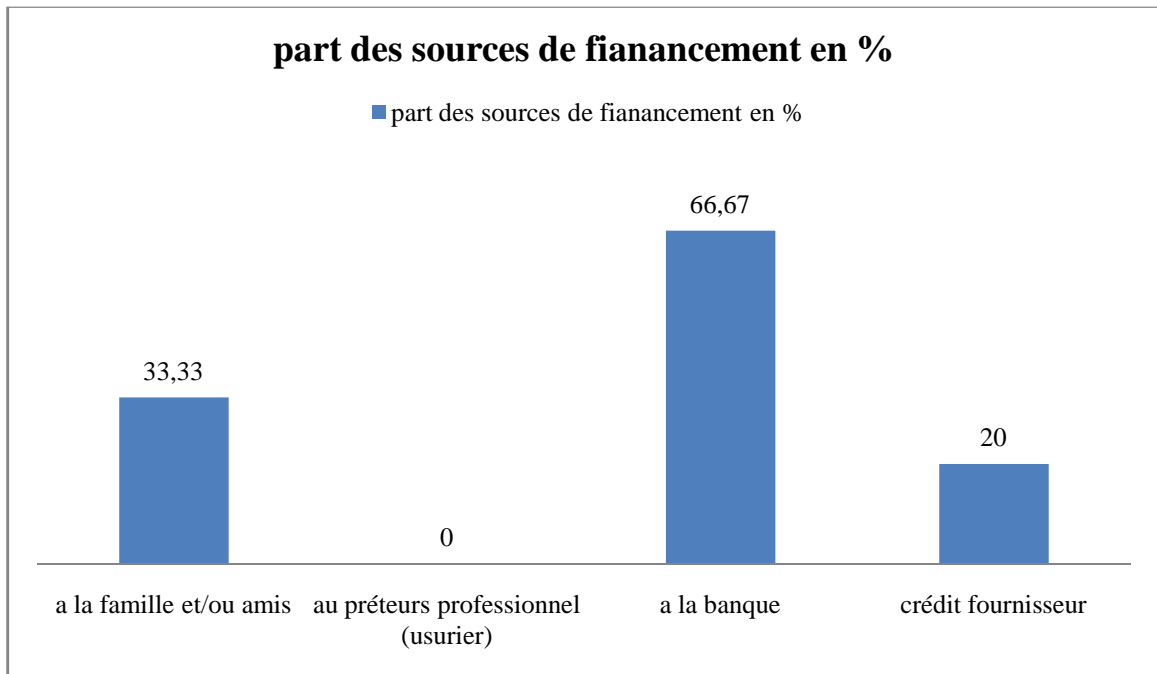
D'après les résultats obtenu (tableau n° 12), le problème majeur des entrepreneurs c'est l'approvisionnement en matière première soit un taux de 60%, suivie par la relation avec l'administration avec un taux de 53,33%, ils réclament la lenteur des procédures administratives et la bureaucratie, l'excès de concurrence avec un pourcentage de 33,33% sur tout dans le secteur agro-alimentaire de la commune d'AKBOU. La difficulté d'accès au financement représente une difficulté pour les entrepreneurs de la commune soit un taux de 6,67% des entrepreneurs enquêtés, ensuite et enfin 6,67% pour le manque de la clientèle.

## II-5- Financement des entreprises

Les entreprises rencontrent parfois des problèmes pour financer ses projets d'investissement, dans ce cas elle cherche à retrouver des sources de financement par plusieurs méthodes. Durant notre enquête à Taharrachth, AKBOU on a posé la question

suivante aux entrepreneurs : en cas de besoin de financement à qui faites-vous appelle ? Les résultats sont résumés dans la figure n° 13.

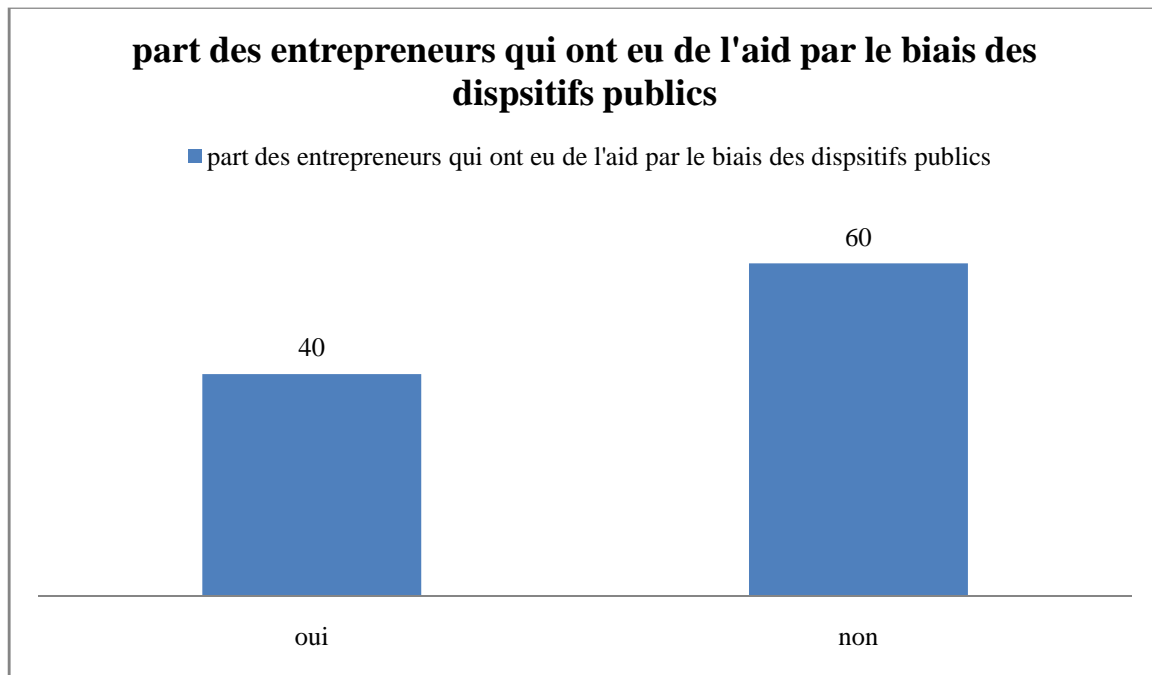
**Figure 13 : Parts des sources de financement en cas de besoin**



Source : réalisé par nos soins à partir des données de l'enquête

Les résultats obtenus sont présentés dans la figure n° 13 nous mènent à dire que les entrepreneurs enquêtés se répartissent en trois groupes essentiels en ce qui concerne leur appel en cas de besoin de financement. Le premier avec un taux de 66,67% font recours à leur banque pour régler les problèmes de financement, le deuxième groupe est constitué de 3 entrepreneurs soit un pourcentage de 20% des entrepreneurs enquêtés font appel aux crédits fournisseurs, et un troisième et dernier groupe composé de 5 entrepreneurs parmi ceux qui ont été enquêtés avec un taux de 33,33% font recours à leur familles et amis, et cela on le trouve généralement dans le cas des entreprises familiales.

**Figure 14: Aide par le biais des dispositifs publics**



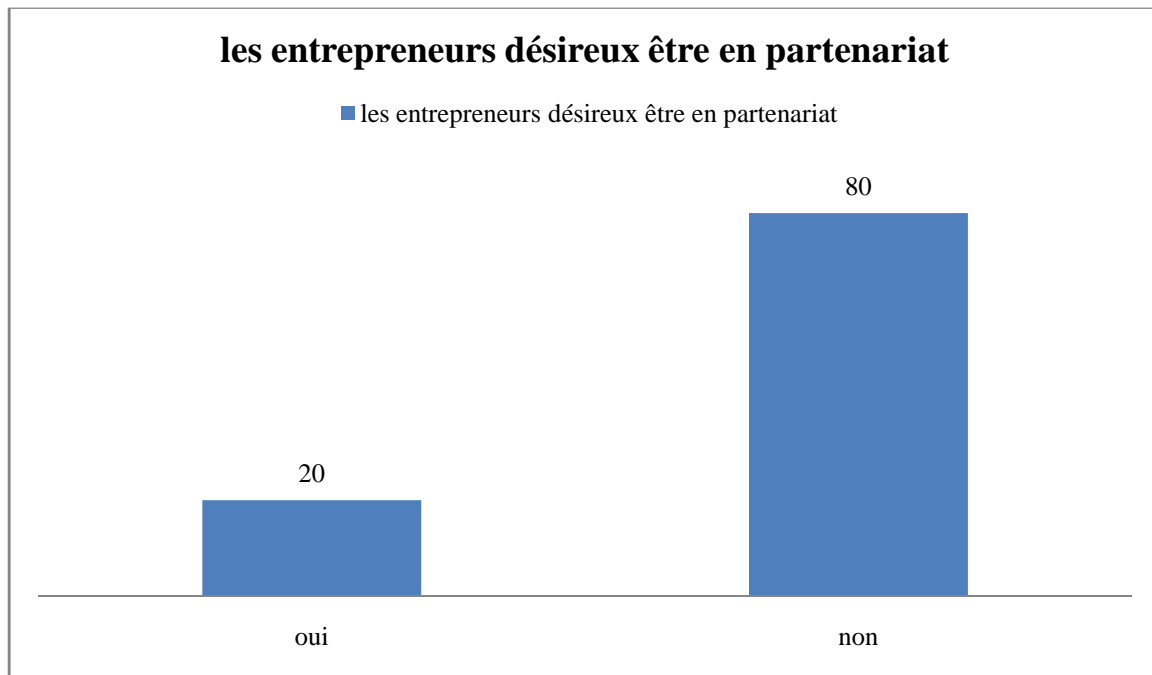
Source : réalisé par nos soins à partir des données de l'enquête

Les résultats de l'enquête révèlent que 60% des entrepreneurs enquêtés n'ont pas déjà eut une aide auprès des dispositifs publics (ANSEJ, CNAC,...), que ça soit par ignorance ou pour éviter les procédures administratifs qui d'après les entrepreneurs enquêté prend beaucoup de temps ainsi que d'autres disent qu'ils ne sont pas intéresser de fait que le montant d'investissement de leurs entreprises et plus élevé que les crédits octroyé par ces dispositifs. Les 40% restantes sont pour les entrepreneurs qui ont eut cette aide.

#### **II-6- Les partenariats réalisés par les entreprises de l'échantillon**

Dans ce qui suit nous allons présenter selon les résultats de notre enquête les partenariats réalisés par les entreprises enquêtées.

**Figure 15 : Le partenariat**



Source : réalisé par nos soins à partir des données de l'enquête

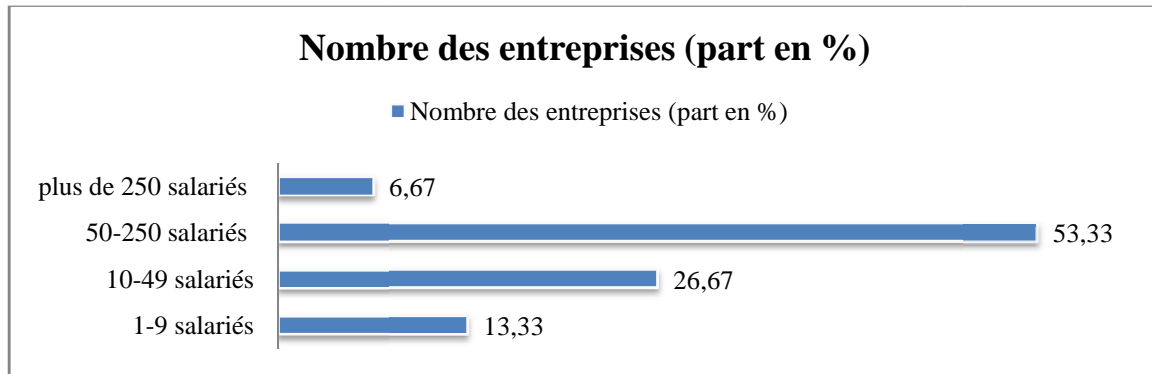
Les entreprises se battent pour avoir de la clientèle, la concurrence les pousse toujours à en faire plus comme se lancer dans un partenariat pour faire face à la concurrence et aux nouvelles menaces qui peuvent les faire couler. Un partenariat, c'est de mettre en commun des techniques et de fond afin de lutter contre un adversaire, c'est aussi une association entre deux ou plusieurs ou plusieurs entreprises ou entités qui décident de coopérer en vue de réaliser un objectif commun. Il peut être aussi une alliance entre un fabricant et un fournisseur de service afin que chacun trouve son compte et augmente sa clientèle. Comme il peut engendrer des contraintes juridiques.

Pour ce qui est de notre cas, l'enquête menée à la zone d'activité de taharrachth nous apprend que 80% des entrepreneurs ne sont pas intéressés au partenariat, alors que seulement 20% qui sont en interaction avec d'autres entreprises, que ça soit le territoire local ou étranger ce qui explique la diversification de l'entreprise.

## **II-7- Profil des employés**

Nous présenterons dans ce qui suit le profil des employés des entreprises enquêtées, l'origine des employés ainsi que leurs effectifs.

**Figure 16 : Effectifs des salariés**



Source : réalisé par nos soins à partir des données de l'enquête

En termes de nombre d'entreprises, la catégorie « moyenne entreprise » (50 à 250 salariés) prédomine avec 53,33% des entreprises enquêtées. La catégorie « petite entreprise » (10 à 49 salariés), occupe le second rang (26,67 %). La « micro-entreprise » (1 à 9 salariés), représente une part relativement faible (13,33 %). En enfin les entreprises a plus de 250 salariés représente le taux le plus faible de notre échantillon soit 6,67%. La prédominance de la petite taille présente l'avantage d'un meilleur contrôle de l'entreprise et peut s'expliquer par les limites qu'a connues la grande entreprise.

**Tableau 13 : Origine des employés**

Origine	Fréquence	Part en %
Commune d'AKBOU	05	33,33
Autres	00	00
Les deux cas	10	66,67
Total	15	100

Source : données de l'enquête réaliser à Taharrachth

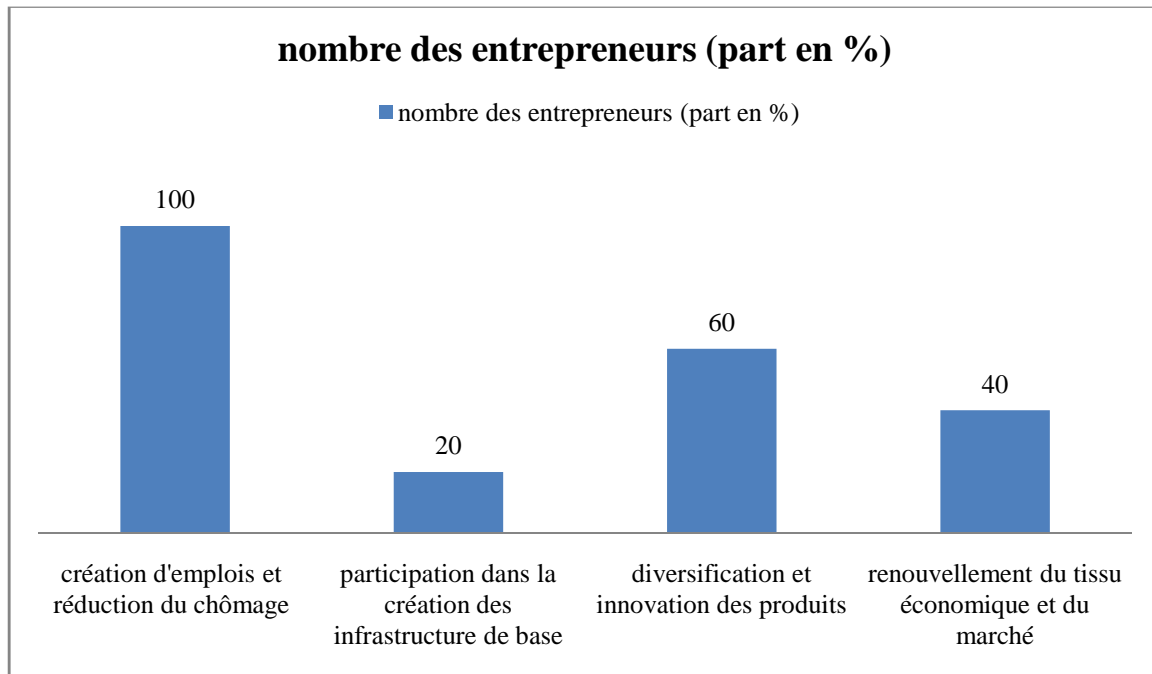
D'après les résultats obtenus, 66,67% des entreprises enquêtées emploient des salariés de la commune d'AKBOU et des employés venant généralement des autres communes et daïras voisine.

## II-8- Participation des entreprises au développement économique et social

L'entreprise participe souvent au développement local du territoire sur lequel elle s'est insérée et l'influence positivement et cela par la création d'emploi et le maintien de l'employabilité en favorisant le recrutement local, le développement d'une expertise local

avec les structures de formation initial et continu et le soutien financier aux infrastructures de bases, etc.

**Figure 17 : Les apports de l'entrepreneur**



Source : réaliser par nos soins à partir des données de l'enquête

### a) La création d'emploi

Les entreprises sont le principal moteur de création d'emploi par leurs investissements, elles participent à une amélioration considérable des conditions de vie et de travail des populations local. Elles jouent par conséquent un rôle vital dans la promotion du progrès économique et social. A présent, les entreprises exigent de plus en plus l'adhérence à des principes et normes du travail reconnus au niveau international dans leurs activités. Ces normes et principes soulignent l'importance des politiques favorisant la productivité et encouragent les entreprises à fonctionner de façon socialement responsable. Avoir un emploi permet aux personnes de mené une vie agréable ainsi que d'avoir un bon statut social en tant que personne active et génère de la richesse. Aussi bien, assurer une bonne situation financière, qui lui permet également d'exploiter ses capacités et son savoir-faire. Cependant, dans nos résultats relatifs à notre enquête au niveau de la commune d'AKBOU, on trouve que 100% (figure n° 17) des entrepreneurs enquêtés participent à la réduction du taux de chômage

**b) La création des infrastructures de bases**

La disponibilité des infrastructures de base performantes constitue un des préalables indispensables à la réussite de toutes actions visant à l'amélioration des conditions de vie des populations et à la réduction de la pauvreté et le développement économique et social. Ces infrastructures de base comprennent essentiellement l'énergie, l'eau, les transports, l'habitat et la communication. Autrement dit ces infrastructures stimulent l'investissement et le commerce et cette dernière conduisent au développement des infrastructures.

- **Infrastructures de transport :** constituent un déterminant essentiel de la compétitivité des produits de l'élargissement des marchés à travers les coûts de services de transport, l'accessibilité aux marchés et les délais de livraison des biens en toute sécurité.
- **Infrastructures de télécommunications et technologiques de l'information et de la communication (TIC) :** les TIC ont complètement transformé le commerce international, les progrès technologique dans ce domaine ont été remarquables ces dernières années et ont permis une diffusion rapide des connaissances. Les TIC facilitent le commerce à travers la réduction des délais de dédouanement et du délai d'attente des marchandises aux frontières et dans les ports, une meilleure communication entre producteurs et consommateurs, l'amélioration de l'accès aux informations de marché, le paiement électronique, le suivi des cargaisons, etc. pour que les TIC jouent son rôle auquel elles ont été destinées de catalyseur et de facilitateur de commerce, le territoire doit se doter d'infrastructures et des services abordables contribuant ainsi à combler le fossé numérique avec le reste du monde.
- **Infrastructure énergétique :** l'énergie est un pilier majeur pour le développement économique et social, et un facteur de production et de rendement industriel contribuant à l'amélioration de la compétitivité et à la promotion des échanges commerciaux entre les pays et elle constitue un objet d'échange en elle-même.

On constate ces dernières années une participation massive du secteur privé au développement des infrastructures de télécommunication suite à la libéralisation du secteur à cause d'un retour sur l'investissement relativement rapide, alors que les infrastructures de transport leur développement et entretien revient entièrement aux Etats.



De ce fait, les résultats pour notre enquête montrent que les entreprises de la commune d'AKBOU participent à 20% à la création des infrastructures de base.

**c) Diversification et innovation des produits**

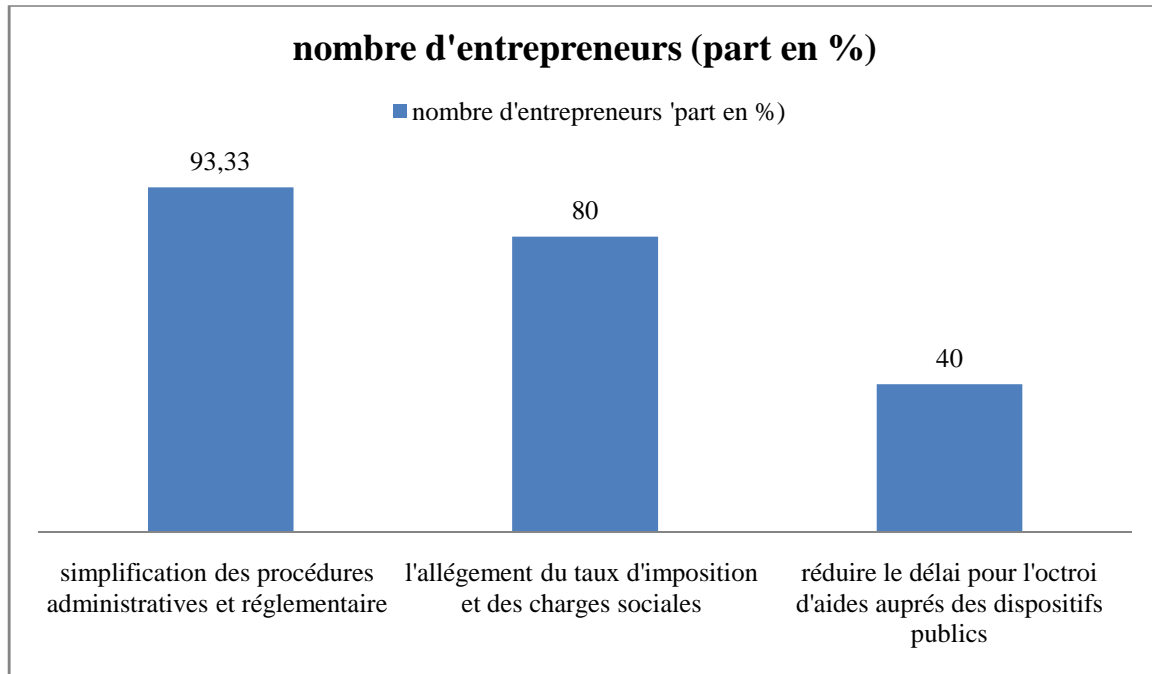
Le développement d'une entreprise repose sur sa capacité à proposer des biens et services que les clients sont prêt à payer plus cher que leur coûts de production, et le préfèrent à ceux des concurrents éventuels. Dans une économie où les technologies disponibles évoluent rapidement et où certain pays disposent d'une main d'œuvre qualifiée et un bon marché, la compétitivité des entreprises dépend de plus en plus de leur capacité à innover. Autrement dit, tout projet d'entreprise viable est en soi une innovation, génératrice de croissance et d'emploi, et mérite d'être encouragé. Mais la plupart des créations d'entreprise concernent des entreprises à faible contenu technologique et faible perspectives de croissance. De ce fait, 60% des entrepreneurs enquêtés contribuent dans la diversification des produits et dans l'amélioration et l'innovation de ces mêmes produits.

**d) Renouveau du tissu économique et du marché**

Le tissu économique regroupe toutes les entreprises d'une économie, et constitue l'ensemble des relations entre elles, qu'elles soient des relations de concurrence ou de complémentarité. Suite au nombre important des entreprises créées, le tissu productif attire de nombreux emplois et établissements, cette attractivité productive s'accompagne d'arrivée d'actifs souvent diplômés et de travailleurs indépendants. Les résultats de notre enquête présentés dans la figure n°17 montrent que 40% des entrepreneurs enquêtés contribuent dans le renouvellement du tissu économique et du marché et cela par la diversification des produits ainsi que ces créations d'entreprises, qui sont d'un nombre considérable et évoluent de plus en plus, attirent les employeurs à venir travailler dans la ville d'AKBOU.

## II-9- Les dispositions favorables espérées

Figure 18 : Dispositions espérer pour l'avenir



Source : réaliser par nos soins à partir des données de l'enquête

Parmi les réformes externes que les entrepreneurs souhaiteraient voir se concrétiser est la simplification des procédures administratives et réglementaires qui se situe en tête de leurs priorités, et selon les résultats de la figure 93,33% des enquêtés, 80% c'est la proportion des enquêtés de notre échantillon qui déclarent l'allègement du taux d'imposition et les charges sociales, quand au reste soit un pourcentage de 40% souhaite la réduction des délais pour l'octroi des aides auprès des dispositifs publics et cela concerne beaucoup plus les bénéficiaires de ces aides.

***Conclusion :***

Au terme de cette enquête, nous avons jugé utile de procéder à un récapitulatif exhaustif de ses principaux résultats émanant des constats préliminaires dans les réponses des entrepreneurs. Le but de notre enquête était, rappelons le, d'essayer d'identifier les éléments de réponses qui ont un trait aux pratiques entrepreneuriales et leurs influence sur la création d'entreprise. Ils permettent de montrer l'importance de l'acte de création de l'entreprise.

L'acte de créer est un acte individuel en apparence, mais c'est toute une équipe de soutien qui est derrière le créateur, l'influence du milieu économique est primordiale autrement dit notre étude montre que l'entrepreneur est toujours encadré par sa famille et que les réseaux et l'environnement familial jouent un rôle très important dans la création de l'entreprise. Comme ils trouvent de différentes difficultés telles que : manque d'infrastructure de base, lourdeur des procédures administratives, la relation avec le service de l'administration publique, manque de main d'œuvre qualifiée, absence d'instituts ou d'écoles spécialisés dans les études des corps gras ou d'agroalimentaire, difficulté dans l'approvisionnement de la matière première, contrôle rigoureux des organismes de contrôle dans la région. Et pour y faire face, les entrepreneurs enquêtés proposent d'alléger les procédures administratives et demandent aux contrôleurs des organes d'état: d'harmoniser les contrôles dans tout le territoire de la rigueur dans toutes les régions pour pouvoir supprimer les concurrents déloyaux. Il résulte aussi que la majorité des entrepreneurs enquêtés ont comme objectifs : l'accès au foncier industriel, l'augmentation du volume de l'emploi, l'augmentation de leurs parts du marché et l'augmentation des bénéfices et avoir de nouvelles recettes. En plus ils adoptent des stratégies de développement par une certaine complémentarité avec les autres acteurs de développement basées sur la recherche d'opportunités pour améliorer la compétitivité et faire face à la concurrence.

*Conclusion*  
*Générale*

### *Conclusion générale :*

L'entrepreneuriat renvoi souvent à la création d'entreprise et d'activités, mais elle constitue aussi l'esprit d'entreprendre ou l'action entrepreneuriale qui est lancée, soit quand il y a un manque de perspectives d'emploi dans les organisations existantes, soit quand la croissance économique offre des opportunités de marché. La décision de création d'entreprise peut être aussi favorisée par les réseaux et les ressources qui sont mis à la disposition de l'individu.

Dans le cas algérien, nous remarquons l'existence d'un environnement entrepreneurial spécifique, lié principalement aux dimensions socio-économique et socio-culturelle (chômage et travail informel), à la lourdeur des procédures administratives, au manque de financement, ainsi qu'à l'incertitude qui règne sur le marché algérien depuis des décennies. Les réformes à venir devraient insister sur la simplification des procédures administratives par la lutte contre la bureaucratie et la corruption et inciter le système bancaire à s'y impliquer davantage dans la promotion de nouvelles entreprises, sous forme de crédit, de capital risque et d'aides diverses. L'enjeu principal est de faciliter le travail du futur entrepreneur dans l'économie officielle et de réduire ainsi l'économie informelle.

L'activité entrepreneuriale joue un rôle important en ce qui concerne l'amélioration du niveau de vie des habitants de la commune d'AKBOU et des communes voisines notamment par la création d'emploi. Le processus de recherche que nous avons suivie nécessite à priori une compréhension du concept de: l'intention entrepreneuriale. L'enquête de terrain a été menée sur le territoire de la commune d'AKBOU et on s'est rapproché des organismes concernés pour avoir les données nécessaires pour entamer l'étude. À terme de notre enquête on a pu ressortir par des réponses, fournies par les entrepreneurs enquêtés, pour les questions posées aux concernés.

À la fin de l'enquête, nous avons pu distribuer 16 questionnaires. Sur les 16 questionnaires distribués, nous n'avons pu récupérer que 15 questionnaires avec un taux de réponses de 93,75%.

Notre objectif est d'analyser les données recueillies par le moyen du questionnaire et de vérifier l'hypothèse de recherche. Et cela nous a menés à ressortir avec les résultats suivants :

- Les résultats nous montrent que 80% des entrepreneurs sont originaires de la commune d'AKBOU, autrement dit les entrepreneurs préfèrent s'implanter essentiellement dans leur

territoire d'origine. Ceci peut être expliqué par le fait que les caractéristiques sociales des entrepreneurs imposent une certaine proximité de lieu de résidence ce qui fait apparaître les liens privilégiés et l'attachement au territoire d'origine, ainsi que ce dernier est le lieu de naissance de l'entrepreneur et c'est là qu'il a vécu entourer par sa famille et ses amis qui constitue un appui et un soutien moral important pour lui.

Ce choix de localisation peut être aussi expliqué par :

- L'utilisation des lieux familiaux comme lieu d'implantation de leurs entreprises ;
- Participation des entrepreneurs au développement de leurs régions.
- En ce qui concerne la catégorie d'âge d'entrepreneur, on constate que la plus dominante c'est la tranche d'âge 40 à 50 ans avec un pourcentage de 53,33%. Cela peut être expliqué par le fait que les personnes qui se lance dans la création de leur entreprise le font à un âge mature, après avoir acquis une certaine expérience dans leur domaine d'activité ou bien dans d'autre et a constitué un épargne, on remarque deux types d'expériences vécues par les entrepreneurs enquêté : une expérience venu du commerce et les entrepreneurs ayant exercé une activité salariale.
- Le choix du secteur d'activités se fait selon diverses raisons dans l'enquête mené à Taharachth 53,33% des entrepreneurs déclarent que c'est pour réduire le chômage et créer plus de chance de travaille pour les citoyens. D'autres ont fait le choix pour améliorer le pouvoir d'achat des employés avec un taux de 33,33% des entrepreneurs enquêté, 33,33% c'était pour d'autres raisons telles que :
  - ✓ connaissance du secteur,
  - ✓ développement de l'industrie au niveau régional,
  - ✓ l'apport d'une qualité au marché,
  - ✓ secteur attractif et savoir-faire qui est plus approprié aux moyens financiers et technique,
  - ✓ choix familiale dont ils ont acquis un savoir-faire et un potentiel de développement important.

D'autres ont fait le choix pour le désir d'indépendance avec un taux de 20% des entrepreneurs enquêté, 14,28% c'était pour subvenir à leur besoins, cela peut être expliqué par l'envie de s'enrichir et avoir une certaine classe social de faire une fortune et combattre la pauvreté.

La valorisation des compétences est aussi évoquer par les entrepreneurs enquêté avec un pourcentage de 13,33%, ils veulent prouver ce qu'ils sont capable de faire et d'attirer le respect et la considération des gens

- Le territoire est un facteur important pour toute création d'entreprise cette dernière à besoin d'un environnement local très particulier pour agir. Dans ce sens, les entrepreneurs enquêtés de la commune d'AKBOU, à propos de leur choix de localisation qui s'est porté sur le territoire de la commune d'AKBOU. 42,85% de ces entrepreneurs renvoie la raison de leur choix à la bonne connaissance de l'espace puisque ils sont nés et ont fait leurs études primaires et moyennes à AKBOU. La disponibilité du foncier apparait comme un facteur de ce choix soit un pourcentage de 64,28% (héritage familiale).

D'après les résultats obtenus, on remarque aussi que 35,71% des entrepreneurs enquêté disent que c'est leur sentiment d'appartenance qui les pousse à installer leur entreprise dans le territoire d'AKBOU. Autrement dit, le sentiment d'appartenance à un groupe social veut dire le partage des mêmes intérêts et se sentir bien à l'intérieur du groupe ou les luttes, l'émulation et la conviviabilité se mêlent les unes aux autres. Le choix de localisation souvent dépasse la disponibilité de facteur de production pour atteindre des objectifs sociaux.

- Les résultats concernant les motivations de l'entrepreneur de la commune d'AKBOU à se lancer dans son affaire. En effet, 64,28% des entrepreneurs enquêté déclarent que le point de départ dans leur création a été une occasion saisie cela veut dire que l'opportunité joue un rôle important dans le lancement du projet et sur tous dans le choix de secteur.

Un autre groupe d'entrepreneur disent que c'est l'expérience avec un pourcentage de 42,85% des entrepreneurs enquêté, cela a été le cas des anciens salariés et des fonctionnaires du secteur public, qu'ils soient retraité ou qu'ils ont arrêté pour ne plus en dépendre d'une hiérarchie ou d'une administration et qu'ils veulent gérer leur propre affaire. D'un autre coté on trouve le cas des entrepreneurs qui ont imité leur entreprise d'une réussite familiale avec un pourcentage de 35,71% de la population enquêté.

Notre étude montre que la majorité des entrepreneurs sont toujours encadré par leurs famille et que les réseaux et l'environnement familial jouent un rôle très important dans la création de l'entreprise. Comme ils trouvent de différentes difficultés telles que :

- Manque d'infrastructure de base.

- Lourdeur des procédures administratives, la relation avec le service de l'administration publique.

- Manque de main d'œuvre qualifiée.

- Absence d'instituts ou d'écoles spécialisés dans les études des corps gras ou d'agroalimentaire.

- Difficulté dans l'approvisionnement de la matière première.

- Contrôle rigoureux des organismes de contrôle dans la région.

Et pour y faire face, les entrepreneurs enquêtés proposent d'alléger les procédures administratives et demandent aux contrôleurs des organes d'état:

- D'harmoniser les contrôles dans tout le territoire de la rigueur dans toutes les régions pour pouvoir supprimer les concurrents déloyaux.

Il résulte aussi que la majorité des entrepreneurs enquêtés ont comme objectifs :

- L'accès au foncier industriel,

- L'augmentation du volume de l'emploi,

- L'augmentation de leurs parts du marché et l'augmentation des bénéfices et avoir de nouvelles recettes.

En plus ils adoptent des stratégies de développement par une certaine complémentarité avec les autres acteurs de développement basées sur la recherche d'opportunités pour améliorer la compétitivité et faire face à la concurrence.



*Références*  
*Bibliographiques*

## **Bibliographie**

### **a) Ouvrage :**

- 1) BENREDJEM Rédha, l'intention entrepreneuriale : l'influence des facteurs liés à l'individu et au milieu, Ed CERAG, Grenoble 2, 2009.
- 2) Abderrahmane ABEDOU, Ahmed BOUYACOUB et Hamid KHERBACHI, « l'entrepreneuriat en Algérie 2009 /2012 : Global Entrepreneurship Monitor (GEM) », Décembre 2013.
- 3) Alain FYOLLE, entrepreneuriat ; apprendre à entreprendre, Ed DUNOD, janvier 2004.
- 4) BENREDJEM Rédha, l'intention entrepreneuriale : l'influence des facteurs liés à l'individu et au milieu, Ed CERAG, Grenoble 2, 2009.
- 5) Alain FAYOLLE, introduction à l'entrepreneuriat, Ed DUNOD, Paris, 2013.
- 6) Pierre-André JULIEN et Michel MARCHESNAY, « l'entrepreneuriat », Ed. ECONOMICA, janvier 1996.
- 7) Guechtouli Widad et Manelle, l'entrepreneuriat en Algérie : quels enjeux, pour quelles réalités ?, Ed IPAG, Paris, 2014.
- 8) Dr AKNINE et PR Ferferra.Y, entrepreneuriat et création d'entreprise en Algérie : une lecture à partir des dispositifs de soutien et d'aide à la création d'entreprise, Algern, 2014.
- 9) François PERROUX, « la croissance, le développement », dictionnaire de gestion.

### **b) Thèses et Mémoires**

- 1) HANI Slimane, Essai d'analyse de l'impact du capital humain sur l'entrepreneuriat : cas de TPE dans la wilaya de Bejaia, mémoire de magister : science de gestion, université de Bejaia, Juin 2010.
- 2) NAIT CHABANE Abdellatif, Le rôle de l'entrepreneuriat dans le développement local : cas de la commune de Boghni, mémoire de master : science de Gestion, Université de Bejaia, Juin 2014.

c) **Sites internet** :

[www.economieAlgérienne.com](http://www.economieAlgérienne.com)

[www.entrepreneuriat-en-algérie.com](http://www.entrepreneuriat-en-algérie.com)

[www.doc.étudiant.com](http://www.doc.étudiant.com)

*Listes des tableaux,  
Des figures  
Et des schémas*

## ***Liste des tableaux :***

Tableau-1- Typologie des formes d'innovation.....	10
Tableau-2- Provenance des entrepreneurs en Algérie.....	42
Tableau-3- Indice de la qualité de l'entrepreneuriat opportunité/nécessité.....	48
Tableau-4- Les motifs de création d'entreprise selon les différentes phases de développement de l'entreprise.....	49
Tableau-5- Les motifs de création d'entreprise selon le genre et les différentes phases de développement de l'entreprise.....	50
Tableau-6- L'activité entrepreneuriale globale selon l'âge de l'entrepreneur.....	51
Tableau-7- L'activité entrepreneuriale globale selon le niveau d'instruction.....	52
Tableau-8- TEA 2012 et niveau de revenu de la famille.....	53
Tableau-9- TEA 2012 et niveau de revenu de la famille et le genre.....	54
Tableau-10- La taille de l'échantillon de l'enquête de terrain.....	62
Tableau-11- La taille de l'échantillon étudié.....	62
Tableau-12- Influence de l'activité précédente.....	69
Tableau-13- Origine des employés.....	74

## *Liste des figures*

Figure 1 : Phases du développement de l'entreprise et âge de l'entrepreneur .....	51
Figure 2 : L'activité entrepreneuriale globale selon le niveau de revenu des ménages.....	53
Figure 3 : TEA 2012 selon le niveau de revenu de la famille et le genre.....	54
Figure 4 : Le rang de l'Algérie dans le classement de la banque mondiale.....	59
Figure 5 : Sexe de l'entrepreneur.....	63
Figure 6 : Catégorie d'âge des entrepreneurs.....	64
Figure 7 : Origine de créateur d'entreprises.....	64
Figure 8 : Le choix du secteur d'activité.....	65
Figure 9 : Les raisons de choix de localisation.....	67
Figure 10 : Motivations de l'entrepreneur a créer son entreprise.....	68
Figure 11 : Financement initial lors de réalisation du projet.....	69
Figure 12 : Principales préoccupations des entrepreneurs.....	70
Figure 13 : Parts des sources de financement en cas de besoin.....	71
Figure 14 : Aide par les biais des dispositifs publics.....	72
Figure 15 : Le partenariat.....	73
Figure 16 : Effectifs des salariés.....	74
Figure 17 : Les apports de l'entrepreneur.....	75
Figure 18 : Dispositions espérées pour l'avenir.....	78

## *Liste des schémas*

Schéma 1 : L'entreprise en tant qu'unité de production.....	28
Schéma 2 : l'entreprise en tant qu'unité de répartition.....	28
Schéma 3 : Les différents composants de l'environnement de l'entreprise.....	30
Schéma 4 : les trois domaines d'information d'une carte d'identité d'une entreprise.....	33
Schéma 5 : les trois composantes de la culture d'entreprise.....	34
Schéma 6 : classification des entreprises.....	38
Schéma 7 : les parties prenantes de l'activité entrepreneuriale.....	58

## *Les annexes*





**Faculté des Sciences Economiques, Commerciales et des Sciences de Gestion**

**Département des Sciences de Gestion**

# Questionnaire :

Nous sommes des étudiants de l'université Abderrahmane Mira de Bejaia et nous vous serions reconnaissants de bien vouloir répondre aux questions suivantes aussi franchement que possible. Nous avons fait une liste de questions qui se rapportent à l'entrepreneuriat. Veuillez cocher le casier de la réponse reflétant votre cas. Pour des questions supplémentaires, n'hésitez pas à les ajouter à part avec des réponses correspondantes.

L'entrepreneuriat est considéré comme un facteur crucial dans la conduite de la croissance économique et la création d'emploi. Votre assistance représente une contribution importante à la lutte globale contre le chômage.

Ce questionnaire s'inscrit dans le cadre de la préparation d'un mémoire de Master II en management économique des territoires et entrepreneuriat et vise à recueillir les informations d'une recherche sur la problématique de l'intention entrepreneuriale.

Ce travail sera réalisé par les deux étudiants : Mr MEDJKOUNE Mohand et Mlle MAADCI Rachida.

Merci pour votre temps et votre coopération.

Meilleures salutations.

**NB** : Vous pouvez être assurées que l'anonymat du questionnaire sera gardé, il est entendu que toutes les informations recueillies seront dans le respect total de la confidentialité.

Nous vous invitons à répondre aimablement à l'ensemble des questions qui sont proposées dans ce questionnaire et sachez bien que votre attribution nous est très importante.

## Questionnaire

### *Données générales sur l'entrepreneur et son entreprise :*

1) **Age** :.....ans.

2) **Sexe** : - Masculin  - Féminin

3) **Situation matrimoniale** : - Marié (e)  - Célibataire

- Autres, (précisez).....

4) **Etes-vous originaire** :

- D'Akbou

- d'autres communes

- de pays étranger

5) **Niveau d'instruction de l'entrepreneur** :

- Aucun

- Primaire

- Moyen

- Secondaire

- Universitaire

- Formation professionnelle

- Autres,

(précisez).....

.....

6) **Quel est votre plus haut diplôme obtenu ?**.....

.....

7) **Qu'est ce qui vous a poussé à créer votre entreprise ?**.....

.....

.....

.....

8) Quel est le poste occupé par vous avant la création de votre entreprise et dans quelle branche ?.....  
.....  
.....

9) Le stock de connaissances dont vous disposez provient t-il de :

-la vie familiale

-la vie scolaire

-la vie professionnelle

%

%

%

10) Votre formation correspond-elle à votre secteur d'activité ?

Oui  Non

11) Quelle est l'année de création de votre entreprise ?.....  
.....

12) Quel est le statut juridique de votre entreprise ?

-SARL

-SPA

-SNC

-Autres.....

13) Quelle est votre chiffre d'affaire ?

Moins de 10000

Entre 1000000 et 10000000

Plus de 10000000

**14) Situation actuelle de l'entreprise :**

- Critique
- Moyenne
- Bonne, objectif de croissance
- En plein expansion/ croissance

**15) Pourquoi avoir choisi ce secteur d'activité ?**

.....

.....

.....

.....

**16) Cette activité est-elle votre activité principale ?**

- oui
- non

Si non, quelle est l'autre activité ?.....

.....

**17) Pourquoi avez-vous choisi de vous localiser à la zone industrielle d'AKBOU**

- disponibilité du foncier
- L'espace est bien connu par le chef d'entreprise
- Le sentiment d'appartenance a ce territoire
- Le cout de la main d'œuvre
- Une disponibilité de matières premières

- Autres,(précisez).....

.....

.....

.....

**18) Quels sont les facteurs qui ont motivés (encouragés) la création de votre entreprise ?**

- Opportunité d'affaire
- Expérience professionnelle
- Imitation d'une réussite familiale
- Autres,(précisez)

.....  
.....  
.....

**19) Comment avez-vous financé la création de votre activité ?**

- Aide familiale
- Epargne personnelle
- Epargne personnelle et familiale
- Crédit bancaire
- Aide de l'Etat (ANSEJ, CNAC.....)
- Autres,(précisez).....

.....  
.....

**20) Est-ce votre première entreprise ?** Oui  Non

-Si non, avez-vous de l'expérience dans votre domaine ? (précisez la durée)

.....  
.....

**21) la réussite de votre entreprise est-elle influencée par votre activité précédente ?**

Oui  Non

-Si oui, quelles sont vos compétences acquises ?

- Compétences de gestion  - Compétences administrative
- Compétences techniques

- Autres, (précisez) .....

**22) Quels sont les difficultés et les problèmes que vous rencontrez actuellement ?**

- Relation avec l'administration
- Excès de concurrence
- Manque de clientèle (insuffisance de la demande)
- Difficulté d'accès au financement
- Approvisionnement en matières premières
- Autres,(précisez.....  
.....  
.....  
.....

**23) Ces difficultés ont un effet :**

- |           | Faible  | Moyen   | Fort  |
|-----------|---|---|---|
| • Positif | <input style="width: 40px; height: 20px;" type="checkbox"/> | <input style="width: 40px; height: 20px;" type="checkbox"/> | <input style="width: 40px; height: 20px;" type="checkbox"/> |
| • Négatif | <input style="width: 40px; height: 20px;" type="checkbox"/> | <input style="width: 40px; height: 20px;" type="checkbox"/> | <input style="width: 40px; height: 20px;" type="checkbox"/> |

**24) En cas de besoin de financement, à qui faites vous appel ?**

- A la famille et/ou amis
- Au prêteur professionnel (usurier)
- A la banque
- Crédit fournisseur
- Autres,  
(précisez).....

**25) Avez-vous déjà obtenu de l'aide par le biais des dispositifs publics (ANSEJ, CNAC...)?**

Oui  Non

-Sinon, pourquoi ? .....  
.....  
.....

**26) Etes-vous déjà en partenariat avec une ou plusieurs firmes ?**

Oui  Non

- Si oui, ces firmes sont-elles localisées à :

- La zone industrielle d'AKBOU
- D'autres communes
- Autres,  
(précisez).....  
.....

- Si non, souhaitez-vous entrer en partenariat avec d'autres firmes ?

Oui  Non

-Si oui, dans quels types ? .....

***Profil des employés :***

**27) Quel est le nombre des employés de votre entreprise :**

A la date de création

A la date actuelle :

- Homme  -homme
- Femme  -femme

**28) Niveau d'étude des salariés (en nombre, si possible) :**

- niveau supérieur
- niveau secondaire
- niveau primaire
- Autres (précisez) .....
- .....
- .....

**29) Quel est l'origine géographique de vos employés ?**

- Akbou
- Autres régions

30) Est-ce que vous les employer d'une manière :

-Occasionnelle  - Permanente

*La trajectoire et les perspectives d'avenir pour l'entrepreneur*

31) Si vous aurez une occasion de faire une formation, dans quel domaine vous allez engager et pourquoi ?.....

.....  
.....  
.....  
.....  
.....

32) Comptez-vous :

- Agrandir votre entreprise ? Oui  Non

- Créer d'autres unités ? Oui  Non

- Créer des filiales ? Oui  Non

- Si oui, dites pourquoi ? .....

.....  
.....  
.....  
.....  
.....

33) Quels sont vos apports, en termes de développement, pour votre commune ?

- Création d'emploi et réduction du chômage
- Participation dans la création des infrastructures de base
- Diversification et innovation des produits
- Renouvellement du tissu économique et du marché

- Autres, (précisez) .....

.....  
.....  
.....



**34) Quelles sont les dispositions favorables espérées ?**

- Simplification des procédures administratives et réglementaires
- L'allègement du taux d'imposition et des charges sociales
- Réduire le délai pour l'octroi d'aides auprès des dispositifs publics
- Autres, (précisez) .....  
.....  
.....  
.....

**35) Est-ce-que votre secteur d'activité est innovant ?**

Oui  Non

- Si oui, comment ? .....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....

**36) quelles sont les principales difficultés que vous rencontrez ? .....**

- .....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....

37) Quels sont vos propositions et recommandations afin de résoudre ces difficultés ?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

38) Votre entreprise continue a existé grâce à votre :

- Capital humain
  - Capital financier
  - Autres .....
- .....

Merci pour votre temps et précieuse coopération.

Nos sincères salutations.

Signature

## ***La table des matières :***

Dédicaces	
remerciement	
Introduction.....	1
<i>Chapitre I : Entrepreneuriat, Entrepreneur, Entreprise : de quoi s'agit-il ?</i> .....	4
I- Entrepreneuriat.....	4
I-1- Définition de l'entrepreneuriat.....	4
I-2- Importance de l'entrepreneuriat dans la société.....	6
a) L'innovation.....	6
b) La création d'emploi.....	11
c) L'esprit d'entreprendre dans les entreprises et les organisations.....	11
d) Mutations structurelles, politiques, économiques et sociales.....	12
I-3- l'entrepreneuriat, objet spécifique de recherche.....	12
a) Création d'une nouvelle organisation ou émergence organisationnelle.....	12
b) Identification et exploitation des opportunités.....	13
c) Dialogique individu/création de la valeur nouvelle.....	14
I-4- les diverses formes de l'entrepreneuriat.....	15
a) Création d'entreprise.....	15
b) La reprise d'entreprise.....	16
c) L'intrapreneuriat.....	17
II- Entrepreneur.....	18
II-1- Définition de l'entrepreneur.....	18
II-2- Mythes et réalités de l'entrepreneur.....	18
a) Entreprendre relève de l'inné ou de l'acquis.....	18
b) N'importe qui peut créer une entreprise.....	18
c) Les entrepreneurs sont des joueurs.....	19

d) Entreprendre permet de devenir son propre patron et d'être complètement indépendant.....	19
II-3- approches et outils d'autodiagnostic.....	19
a) Se connaître en tant qu'homme.....	20
b) Se connaître en tant qu'entrepreneur naissant.....	22
c) Connaître son projet.....	23
II-4- les caractéristiques individuelles favorables à l'entrepreneuriat.....	24
a) La tolérance et l'ambiguïté, la confiance, et l'optimisme.....	24
b) La perception et l'estimation des risques.....	24
c) Une forte capacité de travail et la résistance au stress.....	24
d) La créativité.....	24
e) La capacité de convaincre et de communiquer.....	25
f) La capacité à conduire l'organisation et l'équipe vers le futur souhaité.....	25
g) Une focalisation sur les opportunités d'affaires.....	25
h) Le sens de l'initiative, la responsabilité et l'intégrité.....	25
i) L'ouverture d'esprit et les capacités d'apprentissage.....	25
III- Entreprise.....	27
III-1- Définition de l'entreprise.....	27
III-2- Une diversité des dimensions analytiques (angle de vue).....	27
a) L'entreprise, centre d'unité de production et de répartition.....	27
b) L'entreprise, une organisation au sein de l'environnement.....	29
c) L'entreprise un groupe humain.....	31
d) L'entreprise : une culture.....	32
III-3- Les finalités de l'entreprise.....	35
a) La notion de finalité.....	35
b) Les différents types de finalités.....	35
c) Classification des entreprises.....	35

<i>Chapitre II</i> : Entrepreneuriat en Algérie.....	40
I- Etat des lieux de l'entrepreneuriat en Algérie.....	41
I-1- Contexte et dynamique entrepreneuriale en Algérie.....	41
I-2- la provenance des entrepreneurs.....	42
I-3- La place des femmes entrepreneurs.....	42
I-4- Le financement et la place de l'investisseur.....	43
I-5- De l'entrepreneuriat par incubation.....	44
I-6- Des initiatives privées pour la promotion de l'entrepreneuriat en Algérie.....	44
II- La transition de l'entrepreneuriat : du local vers l'international.....	45
II-1- Les procédures de la création d'entreprise en Algérie comparées avec deux pays en développement et deux pays développés.....	45
III- La qualité de l'activité entrepreneuriales locale « Algérie ».....	46
III-1- la qualité de l'activité entrepreneuriales, les motivations des créateurs d'entreprises.....	46
a) La qualité de l'entrepreneuriat en Algérie.....	47
b) Le créateur d'entreprise-son profil.....	50
IV- Connaissance de l'environnement socioéconomique : les 4M.....	54
IV-1- Milieu familial et proches.....	55
a) La famille.....	55
b) Le réseau d'amis.....	55
IV-2- Milieu professionnel, des métiers et des professions.....	56
IV-3- milieu d'appuis aux affaires.....	56
a) Structure d'appui et d'accompagnement.....	57
b) Structure de formation et d'information à l'entrepreneuriat.....	57
c) Structure de financement.....	57

IV-4- Milieu associatif.....	57
a) Les associations d'anciens diplômés.....	57
b) Les clubs.....	57
IV-5- model des 4M.....	58
<i>Chapitre III : les différents facteurs qui influencent l'activité entrepreneuriale dans la zone</i>	
<i>d'activité Taharrachth. AKBOU.....</i>	
I- Présentation de l'enquête.....	61
I-1- Echantillon étudié.....	61
I-2- objectif de l'enquête et contenu du questionnaire.....	61
I-3- Déroulement de l'enquête.....	61
II- Présentation et interprétation des résultats de l'enquête.....	62
II-1- Données générales sur l'entrepreneur.....	63
II-2- Les causes et les raisons du choix du secteur d'activité.....	65
II-3- Détermination de localisation.....	66
II-4- Les conditions générales de la création des entreprises.....	67
II-5- Financement des entreprises.....	70
II-6- Les partenariats réalisés par les entreprises de l'échantillon.....	72
II-7- Profils des employés.....	73
II-8- participation des entreprises au développement économiques et social.....	74
a) La création d'emploi.....	75
b) La création des infrastructures de base.....	76
c) Diversification et innovation des produits.....	77
d) Renouveau du tissu économique et du marché.....	77
II-9- les dispositions favorables espérées.....	78

Conclusion générale.....80

Bibliographie

Liste des abréviations

Liste des tableaux

Liste des figures

Liste des schémas

Annexes

## ***RESUME***

Dans ce présent travail, nous insistons sur le fait que l'entrepreneuriat est surtout une affaire de personnes, mais qu'il est possible de faire émerger chez elles l'esprit d'entreprise, le goût d'entreprendre, ainsi que de développer les compétences nécessaires pour réussir. Il y a cependant des conditions à mettre en place dans l'environnement global, mais aussi et surtout dans le milieu immédiat des entrepreneurs. Nous verrons entre autres, que le développement d'une culture entrepreneuriale, dans un milieu donné, relève autant de facteurs reliés aux personnes, c'est-à-dire, aux entrepreneurs eux-mêmes, à leur famille, à leur évolution dans un environnement donné, qu'à la localisation proprement dite de l'entrepreneur et de l'entreprise.

Le message important ici, est que l'entrepreneuriat peut se développer chez les personnes en autant que l'environnement soit facilitateur et valorisant pour les entrepreneurs. Plus un milieu se donne les éléments d'une culture entrepreneuriale riche et reconnue, plus les entrepreneurs émergent et se développent tôt dans la vie.

À partir d'un modèle descriptif, on essaie de présenter les principales influences de la création d'entreprise dans un milieu afin de mieux en comprendre la dynamique, et surtout d'identifier des moyens d'interventions capables de stimuler une culture entrepreneuriale riche et porteuse.

***Mot clés*** : entrepreneuriat, entrepreneur, intention entrepreneuriale, culture entrepreneuriale.

## ***Summary***

In this working, we insist on the fact that the entrepreneurship is especially an affair (business) of people, but that it is possible to bring the foreground at their home the entrepreneurial spirit, the taste to begin, as well as to develop the necessary skills to make a success. There are however conditions to be set up in the global environment, but also and especially in the immediate environment of the entrepreneurs. We shall see among others that the development of an entrepreneurial culture, in a given environment, raises so many factors connected with people, that is, to the very entrepreneurs, to their family, to their evolution in a given environment, as to the location itself of the entrepreneur and the company.

The message mattering here is that the entrepreneurship can be developed at the people as much that the environment is a facilitator and valuing for the entrepreneurs. The more an environment gives itself the elements of a rich and recognized entrepreneurial culture, the more the entrepreneurs emerge and develop early in life.

From a descriptive model, we try to present the main influences of the new business start-up in an environment to understand better the dynamics, and especially identify ways of interventions capable to stimulate a rich and expanding entrepreneurial culture.