

UNIVERSITE ABDERRAHMANE MIRA - BEJAIA

Faculté des sciences économiques commerciales et des sciences de gestion

Département des sciences de gestion



*Mémoire de fin de cycle*

En vue de l'obtention du Diplôme de Master En Sciences de Gestion

Option : Entrepreneuriat

Thème

# LE ROLE DU CAPITAL SOCIAL DANS LES PRATIQUES ENTREPRENEURIALES

## Cas de la wilaya de Bejaïa

Réalisé par :

HAMOUCHE Hanane

Encadré par :

Mme BOUDACHE Souad

Année universitaire 2021/2022

## Remerciements

*Tout d'abord, nous tenons à remercier le bon dieu,  
De nous avoir donné la force, la volonté et la patience  
d'achever ce modeste travail de recherche.*

*Nos vifs remerciements sont d'abord adressés à notre  
promotrice, Madame BOUDACHE SOUAD qui nous a  
guidées de ses précieux conseils et suggestions, et la  
confiance qu'elle nous a témoignés pour l'honneur qu'elle  
nous a fait en assurant la direction du présent mémoire.*

*Nous tenons à gratifier aussi les membres de jury pour  
l'honneur qu'ils nous font en acceptant d'évaluer notre  
travail*

*Dans l'impossibilité de citer tous les noms, nos sincères  
Remerciements vont à tous ceux et celles qui ont participé  
de près ou de loin à la réalisation de ce travail.*

*Merci énormément.*

## Dédicace

*Je dédie ce travail avec mes vœux de réussite, de prospérité  
et de bonheurs ;*

*A mes très chers parents*

*Pour toutes leurs sacrifices, leur amour, leur tendresse, leurs  
prières quotidiennes et pour toute l'aide qu'ils m'ont  
apportée durant mes études. J'implore le tout-puissant pour  
qu'il leur accorde une bonne santé et une longue vie.*

*A mes cher frères Nadjim et Massinissa*

*Pour leurs soutiens et confiance qu'ils m'ont toujours  
accordés.*

*A toute ma famille mes meilleurs amies Thafrara et El  
Djida.*

*A tous ceux qui me sont chers.*

*HAMOUCHE Hanane*

# Sommaire

---

## Sommaire

Introduction générale.....	1
Chapitre I : Champ de l'entrepreneuriat et l'entrepreneur .....	4
1. Champ de l'entrepreneuriat.....	4
2. L'entrepreneur : L'acteur de l'entrepreneuriat : .....	13
3. Les facteurs qui influencent sur l'activité entrepreneuriale : .....	21
Chapitre II : Capital social et les réseaux sociaux des entrepreneurs.....	26
1. Capital social des entrepreneurs : .....	26
2. Les réseaux sociaux des entrepreneurs : .....	38
Chapitre III : Le rôle du capital social dans les différentes entreprises de Bejaia .....	49
1. Présentation de la wilaya de Bejaia et la méthodologie de recherche .....	49
2. Analyse et interprétation des résultats : .....	55
Conclusion générale .....	72

## Bibliographie

Figures

Tableaux

Annexe

# Liste des abréviations

---

## Liste des abréviations

**BTPH** : Société de bâtiments, Travaux Public et Hydraulique.

**BTP** : Bâtiments et Travaux Publics.

**E** : Entreprise.

**EURL** : Entreprise Unipersonnelle à Responsabilité Limitée

**GE** : Grande Entreprise.

**ME** : Micro Entreprise.

**PE** : Petite Entreprise.

**PME** : Petite et Moyen Entreprise

**SARL** : Société à Responsabilité Limitée

**SNC** : Société au Nom Collectif

**SPA** : Société Par Action

**SIBEA** : Société Industrielle Boulonnerie de L'est Algérien

**ZA** : Zone d'Activité

**ZI** : Zone Industrielle

# *Introduction générale*

## Introduction générale

Le champ de la recherche en entrepreneuriat a connu un essor considérable ces deux dernières décennies, il est devenu de plus en plus important dans notre société. De ce fait, l'entrepreneuriat est considéré comme un instrument clé du processus de création de richesse permettant de favoriser la croissance économique et d'accroître les possibilités d'emploi.

L'entrepreneuriat se lie avec un personnage disposant une volonté individuelle d'entreprendre : « l'entrepreneur » qui a un rôle particulier et indispensable dans la création des entreprises et des emplois avec sa capacité d'innovation, d'assomption de risques et à construire des combinaisons de ressources pour créer de la valeur.

Les chercheurs sont orientés ces dernières années vers une perspective qui voit l'entrepreneuriat comme un processus de mise en réseaux des relations sociales, qui compte sur les relations de l'entrepreneur avec les autres que sur ses processus cognitifs.

Dans ce cadre la réussite entrepreneuriale reposerait sur la capacité de l'entrepreneur à resauter, à mobiliser et développer un réseau relationnel riche en terme d'informations, de connaissance et d'opportunités émanant de l'environnement externe de l'entreprise<sup>1</sup>.

En effet, la création d'entreprise est un acte social, qui s'inscrit dans le cadre du processus qui se déclenche et se poursuit grâce à l'entrepreneur et aux relations qu'il se constitue tout au long de son parcours, en cela la réussite des entreprises nécessite un capital social important.

Ces faits nous ont motivé à travailler sur le capital social des entrepreneurs localisés dans la wilaya de Bejaia. Notre questionnement est formulé comme suit : **Quel est le rôle du capital social dans les entreprises de la willaya de Bejaia ?**

De cette question principale on peut déduire deux questions secondaires, qui nous permettrons de mieux comprendre, préciser et encadrer notre recherche :

- ✓ Quel est le rôle du capital social des entrepreneurs particulièrement, les relations amicales, familiales et professionnelles dans la création des entreprises ?
- ✓ En quoi consiste la contribution des liens forts des entrepreneurs dans la réalisation de leurs projets ?

---

<sup>1</sup> Amina OMRANE, « Quels leviers sociaux pour le succès entrepreneurial ? », L'Harmattan, France, 2014, page 14.

Afin de répondre à notre questionnement nous avons émis les hypothèses suivantes :

**Hypothèses 01 :** Lors de processus de création de leurs entreprises, ces entrepreneurs ont mobilisé des relations amicales, familiales et professionnelles dans la création d'entreprise.

**Hypothèses 02 :** Les liens forts professionnels, familiaux et amicaux apportent une aide capitale pour les entrepreneurs, ainsi que le soutien financier. Ces collaborations jouent un rôle important dans la réussite des projets.

Pour répondre à notre problématique nous avons subdivisé notre travail en trois chapitres : dans le premier chapitre nous présentons le champ entrepreneurial ainsi que la vision sur la notion de l'entrepreneur, ses caractéristiques, qualités, types, et les facteurs qui influencent sur l'activité entrepreneuriale.

Dans le deuxième chapitre nous abordons le capital social et les réseaux sociaux. Pour finir le troisième chapitre nous avons interprétés les résultats de l'enquête qui a été menée auprès d'un échantillon de 30 entreprises.

*Chapitre I : Champ de  
l'entrepreneuriat et l'entrepreneur*

## Chapitre I : Champ de l'entrepreneuriat et l'entrepreneur

### Introduction

Au cours de ce chapitre, nous allons tenter de traiter le champ de l'entrepreneuriat dans la première section (sa définition, ses paradigmes, ses formes, sa classification et ses avantages). La deuxième section nous allons présenter l'acteur principal de l'entrepreneuriat « l'entrepreneur », ses caractéristiques et qualités, et sa typologie.

La dernière section sera consacrée à définir les facteurs qui influencent sur l'activité entrepreneuriale.

### 1. Champ de l'entrepreneuriat

A l'heure actuelle, l'entrepreneuriat constitue un phénomène qui attire de plus en plus les chercheurs dans ce domaine, c'est le processus dynamique qui consiste en la création de la richesse par des individus qui assument les risques afin de donner de la valeur à un bien ou un service.

L'entrepreneuriat est une notion large, il n'existe pas de définition précise de l'activité entrepreneuriale. Les recherches réalisées dans ce domaine ont proposé de nombreuses définitions.

#### 1.1. Définition de l'entrepreneuriat :

L'entrepreneuriat est un concept très vaste, il peut être perçu de différentes manières, plusieurs auteurs se sont intéressés à le définir :

L'entrepreneuriat est le processus qui amène les personnes à envisager la propriété d'une entreprise comme une option ou solution de carrière viable, à arriver avec des projets d'entreprises à devenir des entrepreneurs, à lancer et à développer une entreprise<sup>2</sup>.

La définition de **PETER** conçoit l'entrepreneuriat comme le processus qui consiste à vouloir créer quelque chose de différent et possédant une valeur, en lui consacrant le temps et

---

<sup>2</sup> STEVENSON, cité par VESTREATE.T « Entrepreneuriat : Modélisation du phénomène », revue de l'entrepreneuriat, vol 1 n°1

# Chapitre I Champ de l'entrepreneuriat et l'entrepreneur

---

le travail nécessaires, en assumant les risques financiers, psychologiques et sociaux correspondant et à en recevoir les fruits sous forme de satisfaction pécuniaire et personnelle<sup>3</sup>.

D'après **Fayolle et Fillion** « L'entrepreneuriat : c'est le processus par lequel des personnes prennent conscience que le fait de posséder leur propre entreprise constitue une option ou une solution viable, ces personnes pensent à des entreprises qu'elles pourraient créer, prennent connaissance de la marche à suivre pour devenir un entrepreneur et se lancent dans la création et le démarrage d'une entreprise<sup>4</sup> »

De ces définitions, nous déduisons que l'entrepreneuriat désigne l'action de création de nouvelles idées pour bénéficier au maximum des opportunités qui se présentent pour créer de la richesse.

## 1.2. Les paradigmes de l'entrepreneuriat :

L'entrepreneuriat est un domaine trop complexe qui ne peut pas être réduit à un seul paradigme, par contre il est nécessaire de montrer la complémentarité entre les paradigmes qui charpentent le champ de l'entrepreneuriat, Verstraete et Fayolle (2004) ont proposé les quatre paradigmes suivantes<sup>5</sup>:

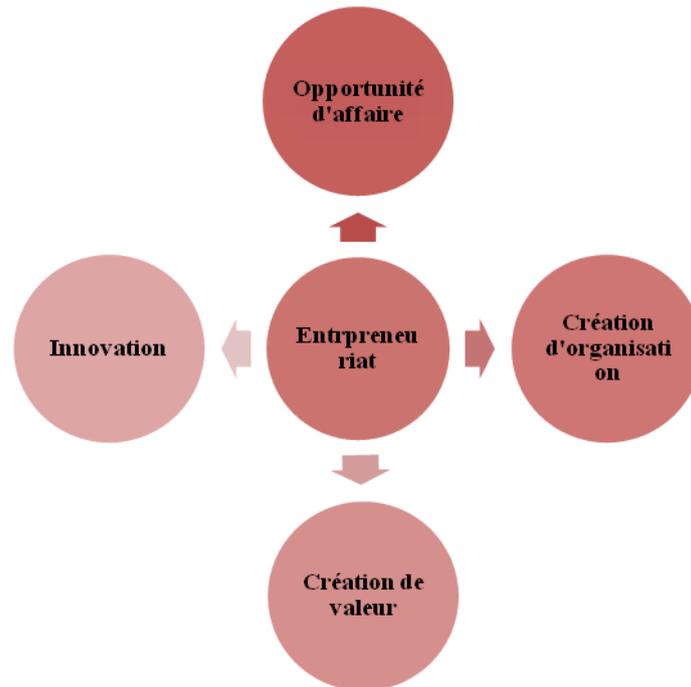
---

<sup>3</sup> PETER, cité par LEVY.TADJINE : « L'entrepreneuriat immigré et son accompagnement », thèse de Doctorat en Science de Gestion, 2001, page 35

<sup>4</sup> A. Fayolle et I-J Fillion, 2006, p 254

<sup>5</sup>Verstraete et Fayolle, cité par Raouf Jaziri, « Une vision renouvelée des paradigmes de l'entrepreneuriat : vers une reconfiguration de la recherche en entrepreneuriat, Entrepreneuriat et Entreprise : nouveaux enjeux et nouveaux défis», Université de Gafsa, avril 2009, Tunisie, page 5.

Figure n°1 : Paradigmes de l'entrepreneuriat



Source : établie par les auteurs.

### 1.2.1. Le paradigme de l'opportunité d'affaire :

**Schumpeter (1935)**, affirme que « l'opportunité entrepreneuriale est la résultant d'une nouvelle combinaison des facteurs de la production qui se manifeste dans l'introduction d'un nouveau produit, d'une nouvelle méthode de production d'une nouvelle source d'approvisionnement, et finalement d'une forme d'organisation industrielle ».

### 1.2.2. Le paradigme de la création d'une nouvelle organisation :

L'objet de l'étude fait valoir que l'entrepreneur est la création d'une nouvelle organisation. Dans cette idée, l'étude de l'entrepreneuriat revient à étudier la naissance de nouvelles organisations. **Bruyat (1993)**, affirme que « toutes les créations d'organisation ne conduisent pas à des situations ou l'intensité de changement pour l'individu et l'importance de la création de valeur si situent à des niveaux élevés parce que ces entreprises peuvent êtres créés par imitation, par reproduction ou encore dans le but de transférer une activité existante ».

## 1.2.3. Le paradigme de création de valeur :

L'entrepreneuriat est défini dans cette approche comme un phénomène ou un processus qui permet de créer de la valeur qu'elle soit individuelle, économique ou sociale. La recherche relative au lien entre l'entrepreneuriat et la croissance économique peut être liée à ce paradigme.

Pour **Cartner (1990)** et **Bruyatt (1993-1994)**, la création de la valeur a été identifiée quand un thème situé au cœur de l'entrepreneuriat. Le champ de ce dernier est fixé dans la relation qui lie l'individu et la valeur qu'il crée.

## 1.2.4. Le paradigme de l'innovation:

L'innovation est le fondement de l'entrepreneuriat car elle implique de nouvelles idées d'offre ou de production de nouveaux biens et services, ou de réorganisation de l'entreprise. « L'innovation, c'est créer une entreprise différent de ce qu'on connaissait auparavant, c'est-à-dire découvrir ou transformé un produit, c'est proposer une nouvelle façon de faire, de distribuer ou de vendre <sup>6</sup> ».

## 1.3. Formes de l'entrepreneuriat :

Figure n°2 : les formes de l'entrepreneuriat



Source : établie par nous-mêmes.

<sup>6</sup> JULIEN, M. 1996, Page 35.

### 1.3.1. La création d'une nouvelle entreprise ou l'entrepreneuriat ex-nihilo :

C'est la forme d'entrepreneuriat la plus plébiscitée par les jeunes porteurs de projets. Elle se base sur la concrétisation d'une « nouvelle » idée avec un investissement initial nul ou négligeable (pas de reprise, ni de rachat de fonds ou de franchise). La motivation derrière cette forme d'entreprendre peut être une innovation, une réponse à des problèmes rencontrés au quotidien par le porteur de projet<sup>7</sup>.

Créer une entreprise quand rien n'existe n'est pas facile il faudra du temps pour arriver à implanter son produit dans un marché, pour convaincre les utilisateurs et les acheteurs 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 des ressources suffisantes. La création ex-nihilo exige beaucoup de travail, de rigueur et de ténacité. Par ailleurs, les risques doivent être particulièrement bien évalués.

### 1.3.2. Création par essaimage :

**Daval. H (2000)** propose la définition suivante : « L'essaimage est un processus qui se manifeste lorsqu'un employé entreprend de créer sa propre structure ou de reprendre une entité existante, indépendante de l'entreprise essaimant, en bénéficiant de la part de cette dernière qu'il quitte, de diverses formes d'appui et d'accompagnement, afin de limiter les risques d'échec »<sup>8</sup>

La création par essaimage consiste le soutien apporté par une entreprise mère (entreprise essaimant) à un employé (essaimé) lui permettant de créer sa propre entreprise tout en restant salariés chez elle. Créer une entreprise quand on est 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.

### 1.3.3. 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, autour d'un concept, qui a déjà été utilisé ailleurs. La création franchise bénéficie un

---

<sup>7</sup> <http://www.esam-ecoles.com>, consulté le 13 Avril 2022.

<sup>8</sup> Daval H, cité par Eric Michael La violette, « L'essaimage en PME : enjeux et modalités », thèse du doctorat en sciences de gestion, université jean moulin Lyon 3, soutenue en 2005, Page 8.

# **Chapitre I**

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

---

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

### **1.3.4. L'entrepreneuriat :**

Elle consiste en la création d'une nouvelle activité par un employé entrepreneur au sein de son entreprise mère.

**Pinchot (1985)** c'est le premier qui a introduit le mot « intrapreneuriat » ; pour lui, l'intrapreneuriat revient à entreprendre dans une structure existante en développant des pratiques et comportements entrepreneuriaux à l'intérieur d'une grande entreprise. Le personnage-clé de ce phénomène est l'intrapreneur « le rêveur qui franchit le cap du rêve. Celui qui de son propre chef, devient responsable de la création d'innovation, quel qu'elle soit, au sein d'une entreprise»<sup>9</sup> .

### **1.3.5. La reprise d'entreprise :**

Elle se définit selon **Fayolle (2004)** comme « un processus pour lequel une personne physique ou morale, le repreneur acquiert la propriété d'une entreprise ou d'une activité existante et occupe la fonction de direction générale ».

La reprise d'une entreprise ou d'activité en bonne santé : Dans ce cas, il faut avoir, au bon moment, l'information de vente de ce genre d'entreprise, ensuite, avoir les ressources financières nécessaires pour déposer, et surtout avoir des compétences en management et ne pas perdre du temps dans l'apprentissage.

La reprise d'une entreprise en difficulté : Il est important de connaître la nature de la difficulté, et le cadre légal de la reprise.

### **1.3.6. L'entrepreneuriat solidaire et social:**

Selon **L'OCDE**, l'entrepreneuriat social renvoie à « toute activité privée d'intérêt générale... et n'ayant pas comme raison principal la maximisation des profits mais la satisfaction de certains objectifs..., ainsi que la capacité de mettre en place..., des solutions innovantes... ».

---

<sup>9</sup> Gifford Pinchot, «Intrapreneuring: Why you don't have to leave the corporation to become an entrepreneur», Joanna cotler books, 1985.

# **Chapitre I**                      **Champ de l'entrepreneuriat et l'entrepreneur**

---

Dans cette forme il s'agit de la création et du développement des organisations à but non lucratif qui se différencient des entreprises économiques par le fait que leur objectif primordial n'est pas le gain de l'argent mais de servir un intérêt général. Ses trois objectifs fondamentaux sont :

## **— Projet économique**

- ✓ Production de biens et services.
- ✓ Prise de risques.
- ✓ Création de la richesse et d'emploi.

## **— Gouvernance participative**

- ✓ Implication participative des parties prenantes.
- ✓ Processus de décision non fondée sur la propriété du capital.
- ✓ Rémunération limitée du capital.

## **— Finalité sociale**

- ✓ Lutter contre le chômage et la pauvreté.
- ✓ Valorisation du patrimoine.
- ✓ Développer le lien social

### **1.3.7. Le techno-entrepreneuriat :**

Ce type d'entrepreneur recherche souvent des associés ou constitue une équipe à qu'il confie la gestion de l'entreprise. Il s'agit d'entreprendre un projet innovant dans le domaine des TIC. Elle renvoie à un mariage entre l'esprit innovant et la technologie.

L'entrepreneur technologique doit généralement commercialiser son produit sur une base internationale dès le lancement, car il s'adresse à quelques clients spécifiques, disséminés sur la planète<sup>10</sup>.

### **1.4. Classification de l'entrepreneuriat :**

L'entrepreneuriat est classifié selon un nombre de critères comme la légalité, le nombre d'entrepreneurs, la durée de l'activité, le sexe, le statut juridique de l'entrepreneur, etc. en<sup>11</sup> :

---

<sup>10</sup> Alain Fayolle, Louis jacques Fillion, « Devenir Entrepreneur : des enjeux aux outils », Pearson Education, France, Paris, 2006, Page 60.

### **1.4.1. Entrepreneuriat formel et informel :**

L'entrepreneuriat formel englobe les activités liées à l'économie formalisée c'est à dire les activités autorisée et reconnues par l'État alors que l'entrepreneuriat informel est relatif aux activités qui sont menées dans l'obscurité, non enregistrées par l'État.

### **1.4.2. Entrepreneuriat individuel et entrepreneuriat collectif:**

L'entrepreneuriat individuel, c'est le désir d'une personne de se distinguer, d'acquérir plus d'indépendance et davantage, et de la liberté sans aucune autorité. Les individus qui suivent ce chemin recherchent un épanouissement personnel, professionnel et financier. L'entrepreneuriat individuel correspond effectivement à l'activité indépendante.

L'entrepreneuriat collectif ou communautaire se caractérise par un ensemble d'individus qui identifient un besoin commun et décident de travailler en collaboration pour répondre à ce besoin. Dans l'entrepreneuriat collectif, les individus partagent les bénéfices et les risques et ils ont envie d'entreprendre ensemble et non d'être en concurrence.

### **1.4.3. Entrepreneuriat occasionnel et entrepreneuriat durable :**

Selon la durée de l'activité, l'entrepreneuriat occasionnel reprend des activités quotidiennes, temporaires, tandis que l'entrepreneuriat durable correspond aux activités et notamment les entreprises dont les opérations durent longtemps.

### **1.4.4. Entrepreneuriat féminin et entrepreneuriat masculin :**

Certaines activités peuvent être exclusivement exercées par les femmes alors que d'autres peuvent être spécifiques aux hommes.

### **1.4.5. Entrepreneuriat privé, entrepreneuriat public et entrepreneuriat social :**

Le critère est le statut juridique de l'entreprise, l'entrepreneuriat privé concerne les entreprises du secteur privé ; l'entrepreneuriat public concerne les entreprises du secteur public et l'entrepreneuriat social concerne les différentes entreprises du secteur de l'économie sociale.

---

<sup>11</sup> Elément du Mémoire « Les déterminants de l'entrepreneuriat », de master en Entrepreneuriat, Université de Bejaïa, juillet 2021, page 07.

### 1.5. Les avantages de l'entrepreneuriat :

L'entrepreneuriat a pris un grand changement ces dernières années, elle est devenue aujourd'hui une source de richesse et d'essor économique et social. Elle permet la création d'entreprise et de faire renaître les entreprises qui ont disparues ou qui disparaissent, c'est une source de l'innovation et de la diminution du taux du chômage grâce à la création de nombreux emplois.

«En offrant aux entreprises innovantes la possibilité de lancer et de développer leurs idées, nous cherchons à encourager la croissance économique et la création d'emplois, ainsi qu'à repérer et à déployer des solutions efficaces face à des problèmes de développement critiques»<sup>12</sup>.

#### 1.5.1. Entrepreneuriat et croissance économique :

**Ganesh Rasagam** : « Ce sont eux qui forment l'épine dorsale de l'économie locale, et en proposant des solutions nouvelles à des problèmes de développement anciens, ils peuvent aussi être d'importants moteurs d'une croissance durable et inclusive ».

L'entrepreneuriat encourage la croissance économique, c'est une source de richesse pour l'économie des pays. Un pays riche en termes d'activité entrepreneurial est un pays où le taux de chômage est moins élevé, la société très active et le nombre de brevet d'innovation est très considérable.

#### 1.5.2. Entrepreneuriat et création d'emploi :

L'évolution économique actuelle montre que l'entrepreneuriat est un facteur clé d'expansion et de mobilisation. En effet, la création de nouvelles entreprises est un moteur essentiel de création d'emploi, et de dynamique de tissu économique.

La création d'entreprise apparaît alors comme une source potentiel d'emplois et une réponse au problème du chômage qui est la situation des personnes capable de travailler, qui veulent travailler et qui cherchent un travail et ne trouvent pas.

---

<sup>12</sup> Anabel Gonzalez, «Les petites entreprises dynamisent la croissance économique et créent de l'emploi», publié le 20/06/2016.

# Chapitre I Champ de l'entrepreneuriat et l'entrepreneur

---

L'entrepreneuriat est conçu comme un moyen de lutte contre le chômage<sup>13</sup>.

## 1.5.3. Entrepreneuriat et innovation :

L'innovation et l'entrepreneuriat sont des moteurs fondamentaux de l'économie, L'innovation est au cœur de la dynamique entrepreneuriale, c'est un symbole de changement et de nouveauté, et un moyen de développement économique.

L'innovation est définie comme étant le moteur de la croissance économique et de création de richesses significative<sup>14</sup>.

Selon **Joseph Schumpeter** ; l'entrepreneur est un innovateur qui a le goût de la prise de risque. Toute initiative entrepreneuriale nécessite un niveau minimum d'innovation de la part de l'entrepreneur, en identifiant les opportunités qui lui donneront un avantage significatif sur les autres acteurs, en les mettant en difficulté, ou en les faisant disparaître. Elle conduira à de nouvelles activités économiques plus développées.

Les entrepreneurs doivent chercher constamment les sources d'innovation, bien les maîtrisées, et savoir les mettre en œuvre, pour avoir les meilleures chances de réussir.

## 1.5.4. Renouveau du parc d'entreprise :

L'idée d'entrepreneuriat consiste à créer des entreprises ou à reprendre celles qui sont en difficultés et à les remettre sur pied en reprenant tout ou partie de leurs activités, ou à redynamiser l'entreprise et à reprendre leurs activités. Ceci constitue une compensation pour les échecs et la disparition des anciennes sociétés. L'entrepreneuriat contribue à la revitalisation des territoires, et contribue ainsi à redynamiser l'activité économique et à accompagner le changement structurel.

## 2. L'entrepreneur : L'acteur de l'entrepreneuriat :

L'entrepreneur est le cœur de l'entrepreneuriat. Il innove au fur et à mesure que les opportunités se présentent : c'est celui qui crée et dirige l'entreprise, il possède des qualités particulières, qui met en œuvre de nouvelles méthodes pour chercher son intérêt.

---

<sup>13</sup> Jean-Delmas, cité par Ashoka, J.F, Ashoka, F.F, « Innover pour l'agriculture : Histoires et témoignages de jeunes entrepreneurs transformant l'agriculture grâce aux nouvelles technologies », Carole salas, Italie, 2016, page 77.

<sup>14</sup>Josée Saint-Perr, cité par Célestin Mayoukou et Claudine Ratsim bazafy, «Entrepreneuriat et innovation » Ed l'Harmattan, 2007, p15.

### 2.1. Définition de l'entrepreneur :

Être entrepreneur n'est pas donné à tous ! Le concept de l'entrepreneur a évolué avec le temps, ce concept était le centre d'études de plusieurs chercheurs.

**Cantillon R.**<sup>15</sup> Est le premier à définir en (1755) l'entrepreneur et à intégrer la notion d'incertitude et de risque dans le processus entrepreneurial. Pour lui l'entrepreneur est celui qui assume le risque de l'incertain peu importe le secteur.

**Shapero (1980)** définit l'entrepreneur : « une personne qui prend l'initiative de rassembler certains moyens, dans une certaine forme et pour un certain but. Cette entité dispose d'une relative autonomie et la personne qui en a l'idée la dirige et en prend le risque»<sup>16</sup>.

**Joseph Schumpeter (1935)** « ne considère une personne comme un entrepreneur que lorsqu'elle découvre ou invente de nouvelles combinaisons de facteur de production<sup>17</sup> ». Selon cet auteur, l'entrepreneur est une personne qui veut et qui est capable de transformer une idée ou une invention en une innovation réussie.

**Toulouse (1984)** « l'entrepreneur peut se caractériser par l'adhésion à des valeurs plus individuelles que collectives, un risque recherché ou accepté assez fort et un intérêt pour le développement beaucoup plus que pour le fonctionnement ».<sup>18</sup>

**Christian Belair** « Un entrepreneur, c'est quelqu'un qui voit des possibilités et des solutions là où les autres voient des problèmes, et qui sait ensuite saisir ces opportunités. »

**Selon Fillion (1988)**, « un entrepreneur est une personne imaginative, caractérisée par une capacité à se fixer et à atteindre des buts. Cette personne maintient un niveau élevé de sensibilité en vue de déceler des occasions d'affaires. Aussi longtemps qu'il ou elle continue d'apprendre au sujet d'occasions d'affaires possibles et qu'il ou elle continue à prendre des décisions modérément risquées qui visent à innover, il ou elle continue de jouer un rôle entrepreneurial »

Nous expliquons cette définition en plusieurs phrases :

---

<sup>15</sup> Cantillon R, « Essai sur la nature du commerce en général », Ed. I.N.E.D, Paris, décembre 2011, P19

<sup>16</sup> Shapero, cité par Emile-Michel Hernandez, « le processus entrepreneurial vers un modèle stratégique d'entrepreneuriat », Ed l'Harmattan, Paris 1999, page 46.

<sup>17</sup> CATHERINE LEGER-Jarniou, « Le grand livre de l'entrepreneuriat », Dunod, paris, 2013, P33

<sup>18</sup> Toulouse, cité par Emile-Michel Hernandez, « le processus entrepreneurial vers un modèle stratégique d'entrepreneuriat », Ed l'Harmattan, Paris 1999, page 47.

« Un entrepreneur est une personne imaginative » ; cette personne imaginative aime se fixer des buts qu'elle sait pouvoir atteindre. Ils ne sont pas toujours écrits, ils constituent un fil conducteur, une vision autour de laquelle l'entrepreneur organise ses activités.

« Caractérisée par une capacité à se fixer et à atteindre des buts », c'est pour réaliser son but qu'il entre en action et qu'il développe les caractéristiques de ténacité, d'internalisé, de créativité, qu'on lui a souvent attribuées dans la recherche.

« Cette personne maintient un niveau élevé de sensibilité en vue de déceler des occasions d'affaires » ; cela implique que l'entrepreneur développe une très grande sensibilité par rapport à son environnement.

« Aussi longtemps qu'il ou elle continue d'apprendre au sujet d'occasions d'affaires possible » ; l'entrepreneur continue à jouer son rôle, il continue à passer à l'action. Il est dans un processus en continuelle évolution. L'objet de cet apprentissage, pour que le rôle entrepreneurial se perpétue demeure toujours le repérage d'occasion d'affaires.

« Et qu'il ou elle continue à prendre des décisions modérément risquées » ; la recherche montre que l'entrepreneur est quelqu'un qui tend à prendre des risques modérés, à minimiser l'incertitude dans son processus de prise de décision.

« Qui visent à innover, il ou elle continue de jouer un rôle entrepreneurial. » ; L'entrepreneur est quelqu'un qui est un agent de changement, qui fait des choses nouvelles et différentes.

Bien qu'il existe plusieurs définitions de l'entrepreneur, ses différents concepts sont résumés comme suit :

L'entrepreneur est celui qui découvre, crée ou exploite les opportunités de mettre sur le marché de nouveaux biens et services. Un entrepreneur investit toute son énergie, son argent et son temps à la réalisation de son projet, et il est caractérisé par une personnalité forte, il a le courage d'ignorer les risques et d'utiliser son plein potentiel de créativité pour innover. D'une manière trop simple c'est une personne qui passe à l'action.

Globalement, L'entrepreneur est considéré comme un chef d'entreprise qui possède les compétences et la motivation suffisantes pour créer une activité économique, se lancer sur un secteur d'activité, créer des emplois, etc.

## 2.2. Caractéristiques et qualités de l'entrepreneur :

### 2.2.1. Caractéristiques d'un entrepreneur :

De nombreuses études ont tenté d'identifier les caractéristiques qui prédisposent les individus à une activité entrepreneuriale. On trouve :

**Tableau N° 01** : Caractéristiques attribuées aux entrepreneurs par les spécialistes en comportement

<i>Innovateurs</i>	<i>Besoin de réalisation</i>
<i>Leaders</i>	<i>Internalisé</i>
<i>Prendre de risques modérés</i>	<i>Confiance en soi</i>
<i>Indépendants</i>	<i>Implication à long terme</i>
<i>Créateurs</i>	<i>Tolérance à l'ambiguïté et à l'incertitude</i>
<i>Energétique</i>	<i>Initiative</i>
<i>Persévérant</i>	<i>Apprentissage</i>
<i>Originaux</i>	<i>Utilisation des ressources</i>
<i>Optimistes</i>	<i>Sensibilité envers les autres</i>
<i>Orientés vers les résultats</i>	<i>Agressivité</i>
<i>Flexibles</i>	<i>Tendance à faire confiance</i>
<i>Débrouillards</i>	<i>Argent comme mesure de performance</i>

### 2.2.2. Les qualités de l'entrepreneur :

L'entrepreneur est considéré comme un élément clé pour expliquer sa réussite ou son échec. Pour réussir son projet d'entreprise, il doit posséder certaines qualités qu'il vaut mieux se connaître <sup>19</sup>:

 **Savoir déléguer** : La délégation est un moyen efficace d'alléger et de répartir la charge du travail tout en mobilisant les compétences des collaborateurs de l'équipe et en renforçant la confiance individuelle et collective à la cohésion<sup>20</sup>.

Savoir (bien déléguer) est une compétence et qualité que tout le monde ne possède pas. Autant de délégation peut entraîner des complications si l'on ne sait pas comment s'y prendre ou si la personne déléguée fait une erreur. Ainsi l'entrepreneur sait expliquer correctement tout ce qui doit être fait, les détails et surtout choisir avec soin la personne à déléguer.

---

<sup>19</sup> <http://www.socialbusinessmodels.ch.com>, consulté le 06 mars 2022.

<sup>20</sup> Laurent combalbert, Dimitri Linardos, <http://www.cairn.info.com>, consulté le 06 mars 2022.

- ✚ **Etre organiser et savoir planifier :** L'entrepreneur est très organisé, sait exactement quand il doit aller travailler et ce qu'il doit faire exactement. Il planifie tout ce qu'il fera, bien sûr il n'est pas possible de tout planifier car inévitablement il y aura des possibilités inattendues. Mais résoudre ces possibilités ne signifie pas détruire son plan et ses objectifs<sup>21</sup>.
  
- ✚ **Respect des engagements :** un entrepreneur fait toujours ce qu'il dit, il tient toujours ses promesses, peu importe les sacrifices personnels impliqués. Cela passe par les comportements suivants : Faire des efforts extraordinaires pour accomplir une tâche ; Aider les employés, ou prendre leur place si nécessaire pour faire le travail ; Il s'efforce d'obtenir la satisfaction du client et valorise le succès à long terme plutôt que les gains à court terme.
  
- ✚ **Savoir prendre des décisions :** Un entrepreneur est un leader, un meneur. Il sait prendre des décisions sans hésitation. C'est une qualité très importante et commune à tous les entrepreneurs. Ils savent prendre des décisions et accepter les erreurs face à leurs choix.
  
- ✚ **Recherche d'opportunités et initiative :** un entrepreneur est quelqu'un qui cherche des opportunités. Lorsque d'autres voient que des problèmes, il prend l'initiative de transformer ces opportunités en activités rentables.  
Cela passe par accomplir des tâches avant que les événements ne les obligent à le faire, développer l'activité de l'entreprise dans de nouveaux domaines et services, profiter d'opportunités inhabituelles pour démarrer une nouvelle entreprise et obtenir du financement ou de l'aide.
  
- ✚ **Exigence d'efficacité et de qualité :** le souci obsessionnel d'améliorer la qualité ou de faire quelque chose de mieux, plus rapidement ou à moindre coût. Cette passion s'exprime à travers l'intégrité et la fierté de l'entrepreneur dans son travail. Cela passe par les comportements suivants :
  - Trouver des façons de faire les choses plus vite ou à moindre coût ;
  - Travailler pour effectuer des tâches qui dépassent les normes d'excellence ;

---

<sup>21</sup> <http://www.kandbaz.com>, consulté le 06 Mars 2022.

- Développer et utiliser des procédures pour s'assurer que le travail est terminé à temps et répond aux normes de qualités convenues.
- ✚ **Persuasion et travail en réseau :** l'entrepreneur utilise la stratégie de la persuasion pour amener les autres à faire quelque chose pour lui ou le suivre. Cela passe par :
  - Utiliser des stratégies délibérées pour influencer et persuader les autres ;
  - Travailler sur le développement et le maintien d'un réseau de contacts professionnels.
- ✚ **Etre tolérant face à l'échec :** Tout le monde passe par l'échec même les entrepreneurs. Certains sont de gros échecs car ils conduisent à la faillite, d'autres sont moins importants. L'entrepreneur prend toujours des risques, il sait qu'il peut faire une erreur ou prendre une mauvaise décision et perdre de l'argent. Mais un simple test lui permet de savoir ce qui fonctionne et ce qui ne fonctionne pas.
- ✚ **Etre prêt à faire des concessions :** L'entrepreneur sait que tout se négocie. Et qu'il devra faire des concessions dans certains cas pour l'amélioration de l'entreprise. Parfois il devra concéder des avantages aux clients les plus fidèles, il devra également passer plus de temps au travail parfois afin de pouvoir remplir le contrat. Il doit être capable et disposé à travailler sous pression.

### D'autre caractéristique et qualités :

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

Source: Bayad. M. Rôle de la diversité dans le processus entrepreneurial 2006. p03.

### 2.3. Les types de l'entrepreneur :

Certains auteurs ont établi une typologie propre à eux, parmi celles-ci :

**Norman Smith (1967)**, fut l'un des premiers à présenter une typologie d'entrepreneurs qui repose sur une base empirique. Elle comprend deux types d'entrepreneurs <sup>22</sup>:

- **L'entrepreneur artisan** : possède peu d'éducation mais une forte compétence technique. Le travail constitue le centre d'intérêt de cet entrepreneur et il adopte une attitude paternaliste au sein de son entreprise, et refuse d'être dirigé.
- **L'entrepreneur opportuniste** : possède plus d'éducation et ses expériences de travail sont diversifiées et nombreuses, il s'identifie plus à la gestion et son attitude est non-paternaliste.

**J. C. Laufer (1975)**, propose une typologie reprenant quatre types d'entrepreneurs qui étaient basées sur les motivations <sup>23</sup> :

- **Le manager ou l'innovateur** : Les motivations du manager ou innovateur sont les besoins de création, de réalisation et de pouvoir et ses objectifs tournent prioritairement autour de la croissance et de l'innovation.
- **L'entrepreneur orienté vers la croissance** : l'objectif principal est la croissance et l'autonomie financière. Ses motivations sont similaires à celles du manager avec un besoin de pouvoir beaucoup plus marqué.
- **L'entrepreneur orienté vers l'efficacité** : Ce type d'entrepreneurs cherche un objectif d'indépendance et refuse la croissance qui pourrait l'amener à ne pas atteindre ce but prioritaire. Ses motivations sont beaucoup plus centrées sur les besoins pouvoir et d'autorité.
- **L'entrepreneur artisan** : a comme motivation centrale le besoin d'indépendance qui est plus important que la réussite économique.

**Julien et Marchesnay**, distinguent deux types de profils d'entrepreneurs : **PIC** (Pérennité, indépendance, croissance), et **CAP** (Croissance, Autonomie, Pérennité)<sup>24</sup> :

---

<sup>22</sup> Smith.N, cite par Lorrain.J & Dussault.L, « Les entrepreneurs artisans et opportunistes : Une comparaison de leurs comportements de gestion », Revue internationale P.M.E, vol1 n°2, 1988, page 159.

<sup>23</sup> Laufer. J.C, cité par Sabrina. B, Olivier.C, « Motivations et typologie d'entrepreneurs : une étude empirique belge », la revue des sciences de gestion, vol 2 N°266, 2014, page 63-74.

<sup>24</sup> FAYOLLE Alain., « l'entrepreneuriat, Apprendre à Entreprendre », Dunod , Paris,2012.

- **L'entrepreneur PIC** : pour l'entrepreneur PIC la priorité est la pérennité de son entreprise ; il cherche l'indépendance en refusant des associés, son objectif est la productivité et la rentabilité. Le PIC est appliqué beaucoup plus par les entreprises familiales.
- **L'entrepreneur C.A.P** : vise d'abord la croissance, le développement de son affaire. Il recherche aussi l'autonomie, mais ne fait pas de la pérennisation de son affaire un objectif primordial, il est donc plus mobile, plus individualiste que le P.I.C<sup>25</sup>.  
Il existe d'autres typologies d'entrepreneurs que l'on présente dans le tableau suivant :

**Tableau N° 02** : Typologies d'entrepreneurs<sup>26</sup>

Auteur	Date	Typologie
Smith	1967	1. L'entrepreneur artisan 2. L'entrepreneur opportuniste
Collin et Moore	1970	1. L'entrepreneur administratif 2. L'entrepreneur indépendant
Laufer	1975	1. Le manager ou l'innovateur 2. L'entrepreneur orienté vers la croissance 3. L'entrepreneur orienté vers l'efficacité 4. L'entrepreneur artisan
Miles et Snow	1978	1. Le prospecteur 2. L'innovateur 3. Le suiveur 4. Le réacteur
Vesper	1980	1. Travailleurs autonomes travaillant seul 2. Bâtitteur d'équipes 3. Innovateurs indépendants 4. Multiplicateurs de modèles existants 5. Exploitants d'économies d'échelle 6. Rassembleurs de capitaux 7. Acquéreurs 8. Artistes qui achètent et vendent 9. Constructeurs de conglomérats 10. Spectateurs 11. Manipulateurs de valeurs apparentes
Julien et Marchesnay	1988 1996	1. PIC (pérennité, indépendance, croissance) 2. CAP (croissance forte, autonomie peu de pérennité).
Carland, Hoy, Carlan	1988	Deux types d'acteur organisationnels : 1. L'entrepreneur 2. Le propriétaire de PME
Lafuente et Salas	1989	Quatre types de nouveaux entrepreneurs : 1. Artisan 2. Orienté vers le risque

<sup>25</sup> Marchesnay.M, cité par Emile-Michel Hernandez, « Le processus entrepreneurial : Vers un modèle stratégique d'entrepreneuriat », édition l'Harmattan, 1999, p.77-80

<sup>26</sup> Thierry VERSTRAETE, Op.Cit, 2000, P 256

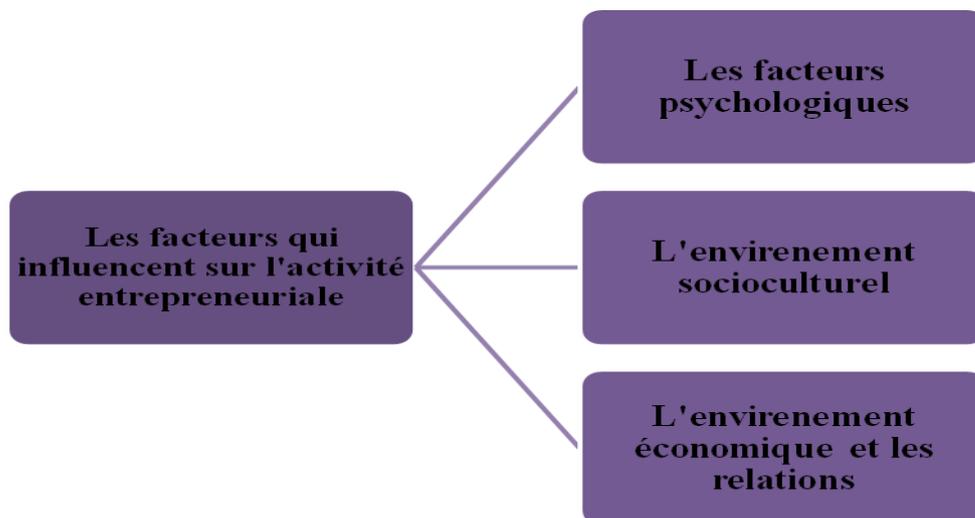
		3. Orienté vers la famille 4. Managérial
Filion	1998	Deux types d'entrepreneurs : 1. Operateur 2. Visionnaire
Marchesnay	1998	1. Isolé 2. Nomade 3. Notable 4. Entreprenant
Duchéneaut	1999	Socio-style de créateurs d'entreprises : 1. rebelles 2. Matures 3. Initiés 4. Débutants

Toutes les personnes qui se lance dans l'aventure entrepreneuriale ne possède pas la même raison et ne fonctionne pas de la même manière, cependant, toutes portent la dénomination entrepreneur.

**3. Les factures qui influencent sur l'activité entrepreneuriale :**

Plusieurs facteurs peuvent influencer l'entrepreneur, certaines de façon positive, d'autres de façon négative. Les responsables de l'action publique devraient prendre en compte tous les facteurs déterminants le climat des affaires en général et l'entrepreneuriat en particulier. Parmi les facteurs les plus importants qui affectent l'entrepreneur, nous présentons ces principaux :

*Figure n°3 : Les factures qui influencent sur l'activité entrepreneuriale.*



Source : établie par nous-mêmes.

### 3.1. Les facteurs psychologiques :

L'entrepreneuriat peut être un moyen de réaliser un rêve ou une passion, l'ambition est très importante dans toute initiative ou réalisation. Ce sont des atouts importants pour créer une entreprise, dans laquelle le créateur soit très ambitieux et motivé car l'aventure de la créativité est plein d'obstacles<sup>27</sup>. Par conséquent, l'objet à atteindre doit être déterminé d'une manière ou d'une autre.

Parmi les facteurs psychologiques qui influencent sur l'entrepreneur et la création de son entreprise, on trouve l'esprit d'initiative, le besoin de réussite, la prise de risque, le besoin d'indépendance, la confiance en soi, l'énergie et l'engagement..., qui sont considérés l'un des motivations les plus importantes pour exploiter une opportunité ; accéder à un meilleur statut social, participé à la vie économique de la région et pour accroître sa richesse

### 3.2. L'environnement socioculturel :

Il s'agit de l'effet de l'environnement sur l'individu. L'environnement dans lequel vit l'individu joue un rôle important dans la transmission des valeurs entrepreneuriales. Il peut y avoir plusieurs milieux : la famille, l'école, l'université, la société, les régions.

Chacun de ces milieux influence d'une manière ou d'une autre les individus qui composent la société. Cependant, des études ont démontré que l'un des milieux les plus importants pour la transmission d'une culture entrepreneuriale est sans aucun doute la famille. Nous avons remarqué que les entrepreneurs entretiennent souvent des relations très étroites avec les entrepreneurs. Les enfants d'entrepreneurs ont plus susceptibles de devenir entrepreneurs plus tard que les autres enfants. Les parents entrepreneurs sont des modèles à suivre pour les enfants.

D'autre part, l'autre milieu qui joue également un rôle important est le milieu éducatif. En effet, ce dernier peut permettre au futur entrepreneur d'acquérir des compétences (gestion, comptabilité, management, commercial...) nécessaires au bon fonctionnement de l'entreprise. De plus, des stages inclus dans le cursus scolaire peuvent permettre aux étudiants de s'imprégner des réalités du monde de l'entreprise. Et peut-être éveillé chez eux le goût d'entreprendre, de créer leur propre entreprise<sup>28</sup>.

---

<sup>27</sup> Abdallah Mohamed Bourhan, <http://abdallah.over-blog.com>, consulté le 28 Avril 2022.

<sup>28</sup> Abdallah MOHAMED BOURHAN, Op Cit

# Chapitre I Champ de l'entrepreneuriat et l'entrepreneur

---

Le système éducatif peut contribuer dans certains cas aux succès des entreprises par les connaissances qu'il peut apporter aux étudiants. Cela peut être un excellent moyen de sensibiliser les jeunes à la création d'entreprise.

### 3.3. L'environnement économique et les relations :

Les facteurs économiques jouent un rôle important dans l'acte d'entreprendre.

Il s'agit des ressources matérielles, technologiques, informatiques, humaines et financières qui sont nécessaires à tout projet viable. Il est impensable d'espérer créer une entreprise sans disposer au préalable de biens corporels et incorporels. L'entreprise a besoin de divers ressources pour exister et survivre<sup>29</sup>.

Les relations jouent un rôle important dans la prise décision. Les contacts personnels ou professionnels que le créateur a déjà établis lui facilitent la tâche. L'appartenance du créateur à un réseau lui sera d'un grand bénéfice dans l'exercice de ses fonctions d'entrepreneur. En effet il lui sera plus facile d'obtenir les ressources dont son entreprise a besoin pour son développement.

En résumé, L'adéquation entre les composantes humaines (l'homme, ses comportements, ses aptitudes ses motivations, des relations avec ses partenaires) et les composantes stratégiques (le projet, l'environnement, les ressources) est l'un des éléments les plus importants du processus de création.

Les facteurs psychologiques affectent l'entrepreneur à travers l'esprit d'initiative, le besoin de réussite, la prise de risque, le besoins d'indépendance, la confiance en soi, l'énergie et l'engagement.

Le milieu influence également l'entrepreneur, notamment la famille et l'école. En effet, le fils d'un entrepreneur a plus de chance d'être à son tour entrepreneur, la famille peut véhiculer les valeurs entrepreneuriales. Donc le système éducatif contribue aux succès des entreprises à travers les savoir-faire et les compétences qu'il peut fournir aux étudiants-futurs entrepreneurs.

---

<sup>29</sup> IDEM

Brièvement, ces facteurs psychologiques, sociaux et culturels ne suffisent pas à garantir la réussite d'un projet d'entreprise. Il y a bien sur la dimension économique et les relations qui contribuent largement à la continuité du projet.

### **Conclusion :**

Nous avons vu tout au long de ce chapitre deux concepts complémentaires, il ne peut y avoir l'un sans l'autre « l'entrepreneuriat et l'entrepreneur ».

L'entrepreneuriat n'a pas une seule définition, plusieurs auteurs ont abordé ce concept qui revêt une grande importance, puisque la création de nouvelle entreprise est un moteur essentiel de la croissance économique, la création de la richesse et la création des liens sociaux.

Par ailleurs, il existe plusieurs formes d'entrepreneuriat à savoir l'intrapreneuriat et la reprise d'entreprise, comme il existe de nombreuses classifications telles que l'entrepreneuriat formel et informel...

En effet, chaque personne a la possibilité de se lancer dans l'entrepreneuriat. Cependant, certaines qualités permettent d'être un bon entrepreneur qui innove, prend des risques et croit en ses propres capacités. Ces qualités font de l'entrepreneur le principal acteur de l'entrepreneuriat.

Dernièrement, nous avons essayé d'expliquer les facteurs les plus importants qui affectent l'activité entrepreneuriale, qui consistent les facteurs psychologiques, l'environnement socioculturel et l'environnement économique et les relations.

## *Chapitre II : Le Capital social et les réseaux sociaux des entrepreneurs*

### **Chapitre II : Le capital social et les réseaux sociaux des entrepreneurs**

#### **Introduction**

Depuis les travaux portés par les sociologues sur le capital social, il a été prouvé que ce concept est fortement influencé par la théorie des réseaux sociaux, mettent en relief l'interrelation qui existe entre réseau social et capital social<sup>30</sup>. Dans cette perspective qu'on résume ce deuxième chapitre, qui comporte dans la première section la notion du capital social entrepreneuriale, ses différentes théories, sa constitution, son rôle, ses formes et sa mesure. Par ailleurs dans la deuxième section nous allons définir les réseaux sociaux de l'entrepreneur ainsi ses théories, sa nature, ses différentes typologies, sa structure et la nature des liens sociaux.

#### **1. Capital social des entrepreneurs :**

De nombreux sociologues et économistes ont accordé une grande importance au concept de capital social, soulignant la valeur de cette idée.

La notion du capital social est un nouveau concept qui joue un rôle essentiel dans la constitution de réseaux de mobilisation et présente ainsi de nombreuses opportunités dans le domaine de l'entrepreneuriat. Ce concept n'ayant pas une forme et une définition précises.

##### **1.1. Définition du capital social :**

En science de gestion la thématique du capital social a émergé depuis ces dernières années. Bien qu'il ne soit pas dénué d'intérêt aussi bien pour l'entreprise que pour les acteurs économique et sociaux. **Adler et kwon (2002, p.23)** ont répertorié et analysé une vingtaine de définitions pour proposer une définition intégratrice qui stipule que le capital social « constitue la bienveillance disponible aux individus et aux groupes. Son origine provient de la structure et des relations sociales des acteurs. Son effet se manifeste sous forme d'information, d'influence et de solidarité disponibles à l'acteur ». <sup>31</sup>

Le capital social représente l'ensemble des ressources relationnelles que les acteurs peuvent mobiliser à travers leurs réseaux de relations sociales (**Bourdieu, 1980 ; Coleman,**

---

<sup>30</sup> Amina Omrane, «QUELS LEVIERS SOCIAUX POUR LE SUCCES ENTREPRENEURIAL ? » L'Harmattan, France, 2014, p.76.

<sup>31</sup> Cité par Montes.J.C. Et pronovost.S, dans « la conversation sur les notions de capital social et de réseau : à la recherche d'une canne blanche », 16<sup>ème</sup> conférence de L'AIMS, Montréal, juin 2007.

## **Chapitre II Le capital social et les réseaux sociaux des entrepreneurs**

1990 ; Burt, 1997). Ces ressources sont généralement très variées et peuvent consister en des informations, des opportunités ou toute autre forme de soutien moral ou matériel (Uzzi, 1999).<sup>32</sup>

Selon P. Bourdieu le capital social désigne le réseau des relations sociales d'un individu, ainsi qu'il analyse la notion en retournant aux autres capitaux économiques et culturels qui structure incontestablement les rapports de dominations. Pour J. Coleman le capital social dépend d'un réseau très limité et relativement fermé sur lui-même, structure qui évite les relations discontinues et permet contrôle de chacun pas tous. A côté de Coleman et Bourdieu on trouve la notion de capital social, d'après lui, le capital social renvoie aux caractéristiques de l'organisation sociale, telle que les réseaux, les normes et la confiance, qui facilitent la coordination et la coopération pour un bénéfice mutuel. Le capital social, qui peut être simultanément un « bien privé » et un « bien public », repose donc sur les réseaux sociaux, à condition de les concevoir non comme de simple ensembles de contacts, mais comme des vecteurs d'obligations mutuelles générateurs de réciprocité. [CUSSET.P. 2007. P 53].

Le tableau suivant présente un ensemble de définitions complémentaires du capital social, inspirées par d'éminents chercheurs dans le domaine.

**Tableau N° 03** : Définitions complémentaires du capital social (inspiré de la typologie adoptée par Adler et Kwon (2002, p.20).<sup>33</sup>

<b>Principaux auteurs</b>	<b>Définitions du capital social</b>
Baker (1990, p.619)	« Une ressource que les acteurs accèdent à travers leurs structures sociales et ensuite utilisent pour atteindre leurs objectifs ; il est créé par des échanges entre les acteurs ».
Boxman et al (1991, p.52)	« La quantité de personnes parmi lesquelles on peut accéder à leurs ressources qu'ils possèdent ».
Bourdieu et Wacquant (1992, p. 119)	« L'ensemble des ressources actuelles ou potentielles qui s'accroissent par la possession de relations durables plus ou moins institutionnalisées ».
Schiff (1992, p.160)	« L'ensemble d'éléments de la structure sociale qui possèdent une fonction utilitaire ou productive ».
Loury (1992, p.100)	« Les relations personnelles qui permettent l'accès à des opportunités valorisées dans le marché... des avantages financiers dans la mesure où il permettent la

<sup>32</sup> Amina Omrane, « QUELS LEVIERS SOCIAUX POUR LE SUCCES ENTREPRENEURIAL ? » L'Harmattan, France, 2014 P81-82.

<sup>33</sup> Amina Omrane, Op Cit, Page 82-83.

## Chapitre II Le capital social et les réseaux sociaux des entrepreneurs

	conservation des inégalités dans la société »
Portes et sensenbrenner (1993, p.1323)	« Les attentes de l'intérieur d'un collectif qui influencent les buts économiques et les comportements de ses membres, même si les attentes ne sont pas nécessairement économiques ».
Thomas (1996, p.11)	« Les processus échangés entre les membres de la sociétés qui permettent le développement de tout le collectif ».
Belliveau et al (1996, p.1572)	« Le réseau personnel d'un individu et son élite des filiations institutionnelles ».
Brehm et Rahn (1997, p.999)	« Le réseau de relations coopératives des citoyens qui favorise la solution de problèmes collectifs ».
Inglehalt (1997, p. 188)	« Une culture de confiance et de tolérance, dans laquelle apparaissent des réseaux d'association volontaire ».
Pennar (1997, p.154)	« Le réseau de relations sociales qui influence les comportements individuelles et affectent la croissance économique ».
Woolcock (1998, p.153)	« Les informations, la confiance et les normes du réciprocité inhérentes au réseau social d'un individu ».
Knoke (1999, p.18)	« Le processus à travers lequel les acteurs créent et mobilisent le réseau social à l'intérieur et entre les organisations afin d'accéder à des ressources possédées par les autres acteurs ».
Gabbay et Leenders (1999, p.3)	« L'ensemble des ressources tangibles ou virtuelles, qui reviennent à un acteur par le biais de ses relations sociales, facilitant la réalisation de ses objectifs ».
Leana et Van Buren (1999, p.538)	Un actif encastré dans des relations (d'individus, de communautés, de réseaux ou de sociétés).
Inkpen et Tsang (2005, p.151)	L'agrégation des ressources encastrées dans, disponibles par, et dérivées du réseau de relation possédé par un individu ou une organisation.

Dans le champ de l'entrepreneuriat, le capital social peut être mieux appréhendé en mettant l'accent, soit sur les liens externes « bridging social capital » entre l'entrepreneur et son réseau de connaissances lointaines, mais valorisable avec lesquelles il entretient des relations prometteuses, soit sur les liens internes « bonding social capital » entre l'entrepreneur et ses membres de famille et amis proches. Ils aboutissent à conclure que, d'une façon générale, le capital social permet de combler les limites personnelles de l'entrepreneur, d'élargir son champ d'intervention et de communication et d'acquérir des ressources manquantes et complémentaires dont il a besoin afin d'assurer le développement de son entreprise nouvelle.

## **Chapitre II Le capital social et les réseaux sociaux des entrepreneurs**

Le tableau présenté permet de visualiser les différences et les similitudes entre les définitions les plus largement adoptées du capital social dans le domaine de l'entrepreneuriat.

**Tableau N° 04 : Principales définitions du capital social entrepreneurial.**

<b>Principaux auteurs</b>	<b>Définitions proposées</b>
Fafchamps et Minten (1999)	Le CSE est assimilé à intrant ou un bien qui, dépendamment du nombre et du type de relations qu'il comprend, permet à la personne d'atteindre les objectifs commerciaux visés.
Anderson et Miller (2002)	Le CSE est un mécanisme de liaison. Il existe comme un artefact relationnel et il est défini comme un actif inhérent aux relations sociales et aux réseaux : c'est une ressource productive qui facilite l'action individuelle, les affaires et la création de valeur.
Anderson et Jack (2002)	Le CSE est un processus fondé sur l'interaction sociale. Il est semblable à un « puzzle » formé par « la colle » qui forme la structure des réseaux permettant la création des relations et un « lubrifiant » qui facilite l'interaction entre les relations et le fonctionnement des réseaux.
Davidsson et Honig (2003)	Le CSE est appréhendé comme l'ensemble des liens sociaux directs et indirects dont disposent l'entrepreneur et des échanges sociaux qui s'y produisent donnant lieu à des ressources.
Liao et Welsch (2005) (en référence aux travaux de Bourdieu, 1986 ; Nahapiet et Ghoshal, 1998 ; et Burt, 1992)	Le CSE incarne l'ensemble des ressources actuelles et potentielles encadrées dans, présente et dérivées du réseau de relation possédé par un entrepreneur individuel. Trois dimensions permettent de cerner le CSE : une dimension structurelle relative à l'architecture des liens sociaux et la qualité des échanges inter-acteurs, une dimension cognitive rattaché ou processus mentaux véhiculé dans le réseau et une dimension relationnelle qui présente les nombres et valeurs partagées au niveau de ce réseau.
Kim et Aldrich (2005)	Le CSE représente un investissement dans les ressources sociales avec des revenus attendus, directement ou indirectement prévus. Il s'agit d'un artefact relationnel social qui se produit dans les interactions sociales, et fondé sur la confiance, sociabilité, l'interdépendance et l'asociabilité entre les individus. Le CSE n'est donc par une ressource en soi, mais

## Chapitre II Le capital social et les réseaux sociaux des entrepreneurs

	l'ensemble des connexions et interactions qui sont présente dans le réseaux et qui permettent à l'individu d'accéder à d'autres ressources.
Bowey et Easton (2007) (en référence aux travaux de Coleman (1990), Ring (1993) et Smart (1993)).	Le CSE constitue une ressource dynamique et productive, un moyen renfermant un mix de confiance mutuelle, réciprocité diffuse, obligations non spécifique et engagement fiable. Il se manifeste souvent comme un stock de crédibilité et / ou de bienveillance qui pourrait incomber aux acteurs du réseau qui contribuent directement ou indirectement à sa création.
Baron (2007)	Le CSE pourrait être défini, soit par : (a) l'habileté des individus à extraire les bénéfices des structures, membres et réseaux sociaux dont ils disposent, soit par (b) les bénéfices en eux-mêmes, c'est-à-dire les avantages que les individus tirent de leurs relations avec les autres.
Jack, Drakopoulo-Dodd et Anderson (2008).	Le CSE est l'ensemble des ressources encadrées dans des relations et des ressources disponibles aux individus via leurs connexions sociales.
De Carolis, Litzky et Eddleston (2009).	Le CSE est appréhendé, dans le contexte entrepreneurial, comme la bonne volonté et l'ensemble des ressources qui émanent du réseau personnel de l'entrepreneur (comprenant l'ensemble de ses relations sociales). Cette bonne volonté et ces ressources se manifestent dans l'information, l'influence et la solidarité qui deviennent à la portée de l'entrepreneur.
Anderson, Drakopoulou-Dodd et Jack (2010).	Le CSE est formé au sein de réseau relationnel de l'entrepreneur et par le biais de l'interaction sociale qui s'y développe.

D'une façon générale, nous définissons le capital social d'un entrepreneur comme la valeur ajoutée que peut lui procurer son réseau relationnel ; c'est-à-dire l'ensemble des liens entretenus avec les autres entrepreneurs, les fournisseurs, les clients, les investisseurs, l'état, etc. Ces liens peuvent être tissés par l'entrepreneur avant la création de l'entreprise (pendant les années passées à l'Université ou lors d'une expérience de travail antérieure, etc.).

## **Chapitre II Le capital social et les réseaux sociaux des entrepreneurs**

---

### **1.2. Les approches du capital social :**

Plusieurs définitions essayent de caractériser le concept du capital social sous différentes projections, le consensus des auteurs précise ce concept dans leur cadre fonctionnel.

Il existe trois approches qui permettent de sauvegarder une compréhension claire du fondement du capital social, c'est l'approche communautaire de Putnam, l'approche fonctionnelle de Coleman, et l'approche conflictuelle et comparative de Pierre Bourdieu, ces différentes analyses soulignent l'aspect stratégique du capital social pour les individus et les organisations et les sociétés.

#### **1.2.1. L'approche communautaire de Putnam :**

Putnam propose une vision communautaire du capital social en le considérant comme « les aspects de la vie collective qui rendent la collectivité plus productive, soit la participation, la confiance et la réciprocité »<sup>34</sup>. Pour lui le capital social est un bien public et multiforme en plus d'être une propriété individuelle, il l'a utilisé pour l'étude de la performance des institutions et pour l'analyse de l'engagement civique.

#### **1.2.2. l'approche fonctionnelle de Coleman :**

Le capital social pour Coleman est une ressource utile et disponible à l'usage pour un acteur à partir des relations et des structures sociales<sup>35</sup>. Sa théorie du choix rationnel est le soubassement de toute théorisation sur le capital social.

Coleman développe et évoque la relation dynamique entre le capital humain et le capital social, les échanges interpersonnels contribue à la valorisation et à l'amélioration des compétences, l'appartenance active aux groupes sociaux favorise le transfert des expériences et la récupération des pratiques agiles. Les travaux de Coleman ont permis de repenser le capital social, c'est une ressource bénéfique pour les communautés et les personnes et c'est un capital évolutif, la productivité du capital social des individus est à l'origine de la productivité des organisations<sup>36</sup>.

---

<sup>34</sup> Putnam. R, « Le déclin du capital social aux États-Unis », Lien social et politique-RIAC, 1999.

<sup>35</sup> Coleman. J. S, « Social Capital in the Creation of Human Capital », The American Journal of Sociology, 1988.

<sup>36</sup> IDEM.

### **1.2.3. L'approche de conflictuelle et comparative de Pierre Bourdieu :**

Bourdieu définit le capital social entant que « l'agrégation des ressources actuelles et potentielles associée à la possession d'un réseau durable de relations mutuelles de considération et de reconnaissance, plus ou moins institutionnalisées »<sup>37</sup>.

Le capital social se maintient comme le produit de la position sociale des individus, et le résultat dépendant de la taille des réseaux et du degré de disponibilité des autres formes du capital <sup>38</sup>, à cet effet, le capital social est plus important chez les individus de la classe sociale la plus aisée en comparaison avec les autres classes, et il est très difficile d'agir sur le capital social sans une évolution significative du capital financier et linguistique et symbolique et culturel, la société en représentant une somme des champs concurrentiels est un espace conflictuel ou les individus cherchent à améliorer leurs positions, en l'occurrence le capital social est un élément de différenciation et de domination selon la perspective bourdienne.

### **1.3. La théorie du capital social en entrepreneuriat :**

Dans le champ de l'entrepreneuriat le capital social est un sujet croisé avec la personne et le comportement et la compétence et l'environnement de l'entrepreneur et il est aussi en étroite relation avec des indicateurs de la performance organisationnelle de développement économique.

Parmi les théories les plus importantes du capital social qui doivent être expliquées, on trouve :

#### **1.3.1. L'approche théorique axée sur les ressources et les connaissances :**

Selon **Knowledge based view** « le capital social est un actif informationnel et il se place parmi les composantes du capital immatériel », L'approche économique axée sur la connaissance est focalisée sur l'utilité stratégique des ressources intangibles. Le capital social est dans ce sens un fournisseur d'informations et de données et d'expériences et une condition nécessaires pour la promotion des atouts d'une économie de connaissance.

---

<sup>37</sup>Bourdieu. P, « Le capital social », Actes de la recherche en sciences sociales, 1980.

<sup>38</sup> Bourdieu. P, « The forms of capital», In J. G. Richardson (Ed), Handbook of theory and research for the sociology of education, New York: Greenwood, 1985, page 241-258.

### **1.3.2. La théorie du choix rationnel :**

C'est également la théorie empruntée par **Coleman** pour recadrer le concept du capital social, l'approche individuelle en capital social est traduit par l'engagement des personnes dans des processus sociaux actifs tant qu'il maintient un bénéfice déterminé, cette hypothèse est aussi présente dans la littérature économique pour anticiper le comportement du consommateur et de producteur et l'acteur public et l'évolution des structures de marchés.

### **1.3.3. La théorie du financement hiérarchique :**

Cette théorie propose une évolution des formes de financement pour les entreprises en prenant en considération les conséquences organisationnelles et managériales et les contraintes financières lié à une stratégie de financement quelconque, les relations sociales permettent de minimiser les coûts et l'asymétrie d'information, le capital social dans ce sens consolide la volonté des entreprises à choisir des moyens de financement peu risqués en terme de dépendance et de coût.

### **1.3.4. La théorie de l'apprentissage social :**

« L'avantage d'accès aux informations et aux connaissances attribuées par le biais du capital social permet de notifier raisonnablement son apport à la forme interactionniste de l'apprentissage entre les acteurs d'un réseau, l'entrepreneur est un apprenant permanent et l'ensemble de ses actes émergent avec des processus d'apprentissage différents »<sup>39</sup>

« L'apprentissage social est le processus d'acquisition et de compréhension des connaissances par des échanges interpersonnels et au sein des groupes sociales moyennant le facteur clé de l'observation »<sup>40</sup>.

### **1.3.5. La théorie des trous structuraux :**

Selon **Ronald Burt**, le volume de ces trous structuraux agit sur la densité d'un réseau social et sur le capital social des personnes, l'entrepreneur s'installe dans les différents réseaux qui seront bénéfiques selon leur degré de densité et de cohésion.

---

<sup>39</sup>Minniti.M, and Bygrave.W, «A dynamic model of entrepreneurial learning, Entrepreneurship: Theory and Practice», 25(3), 2001, page 5-16.

<sup>40</sup>Tadayon Nabavi, Razieh, «Bandura's Social Learning Theory & Social Cognitive Learning Theory», 2012.

## **Chapitre II Le capital social et les réseaux sociaux des entrepreneurs**

---

En effet, les réseaux denses là où les trous structuraux sont moins présents sont plus dynamique et donnent un éventail portail aux entrepreneurs pour accéder à différentes ressources, de même un réseau social riche en trous structurels est révélateur des possibilités de promotion de la position de l'entrepreneur en exploitant ces discontinuités au sein des groupes sociales offrant peu de possibilités pour l'activité entrepreneuriale.

### **1.3.6. La théorie des liens faibles et la théorie de l'encastrement social :**

Pour **Granovetter**, l'entrepreneur réinvestit les anciennes connaissances et les personnes reconnues mais n'ayant plus un lien fort et une fréquence intense d'interaction avec lui, les relations statiques seront réanimées par les efforts de l'entrepreneur qui, avec son nouveau statut aura très probablement des réponses favorables face à son appel à une nouvelle réinsertion sociale.

### **1.3.7. La théorie des parties prenantes :**

« Le processus entrepreneurial est une continuité des activités collaboratives où l'entrepreneur n'agit pas tout seul<sup>41</sup> », « l'entrepreneuriat est une structure de relations bilatérales et multilatérales entre les différents partenaires de l'écosystème<sup>42</sup> ». Le capital social est une matière qui assure la cohésion et l'intégration et l'engagement de ces différents acteurs.

L'entrepreneur ne peut réussir qu'à travers une bonne gouvernance des relations professionnelles avec les groupes d'influences et les entités et les acteurs capables de transformer et d'agir sur son activité.

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

« Les constitutions de capitaux sociaux semblent se réaliser individuellement dans un premier temps avant de passer à un niveau collectif. Mais tout en restant sous le contrôle de l'intérieur du réseau »<sup>43</sup>.

Trois conditions doivent être vérifiées pour que l'acteur bénéficie d'un capital social :

---

<sup>41</sup> Rob Salkowitz, «Young World Rising: How Youth, Technology and Entrepreneurship are Changing the World from the Bottom Up. Wiley», 2010.

<sup>42</sup> Lundstrom, Anders, Stevenson, Lois.A, «EntrepreneurshipPolicy: Theory and Practice», Springer USA, 2002.

<sup>43</sup>Fayolle. A, « Introduction à l'entrepreneuriat ». Edition Dunod, paris, 2005.page 123.

## **Chapitre II Le capital social et les réseaux sociaux des entrepreneurs**

---

- Il doit disposer de l'opportunité d'entrer dans des transactions sociales (les connections du réseau social).
- Les membres du réseau social doivent être motivés pour agir en faveur de l'acteur.
- Ils doivent avoir la capacité de le faire.<sup>44</sup>

Nous constatons donc que le coût de développement et d'entretien des relations interpersonnelles constitue le prix minimum à payer pour constituer un capital social. L'appartenance personnelle à crée son capital qui peut varier selon l'expérience, la situation socioprofessionnelle et le réseau personnel patrimonial (amical, familiale).

### **1.5. Le rôle spécifique du capital social :**

En regard les dimensions les plus traditionnellement, on peut penser que le capital social joue un rôle propre ; Selon **Bourdieu (1979)** le capital social est étroitement dépendant des capitaux économiques et culturels, eux même très fortement liés à l'origine sociale.<sup>45</sup>

**Granovetter** constate que les catégories supérieures qui utilisent leurs liens faibles sont en mesure de trouver des meilleurs emplois, il n'a pas véritablement formulé de lien explicite entre statut social et force de lien. Ayant servi à acquérir ce statut, cette formulation fût le résultat indirect d'une étude sur les réseaux du petit monde menée par Lin, nous formulons dans le sens d'une théorie liant plus explicitement capital social et acquisition du statut<sup>46</sup> :

- Le capital social signifie que les ressources auxquelles un individu accède à travers son réseau à un effet sur le résultat de ses actions instrumentales et par conséquent sur l'acquisition du statut.
- Le capital social dépend de la position originelle des individus considéré (statut assignés ou statut acquis antérieurement à l'action instrumentale étudiée).
- Le capital social mobilisable est plus important lorsque cet individu peut accéder à des liens faibles, s'il peut les mobiliser effectivement, il se donne de meilleures chances de voir son action aboutir (une recherche d'emploi par exemple).

---

<sup>44</sup> Jean-Luc Arrégle et al., « Origines du capital social et avantages concurrentiels des firmes familiales », Dans Management 2004/2 (Vol. 7), page 13 – 36.

<sup>45</sup> Alain Degenne, Michel Forcé, « Les réseaux sociaux, 2ème Edition Armand Colin », Paris, 2004. Dans Revue de l'OFCE 2001/1 (no 76), pages 189 à 216.

<sup>46</sup> Ibid, page 190.

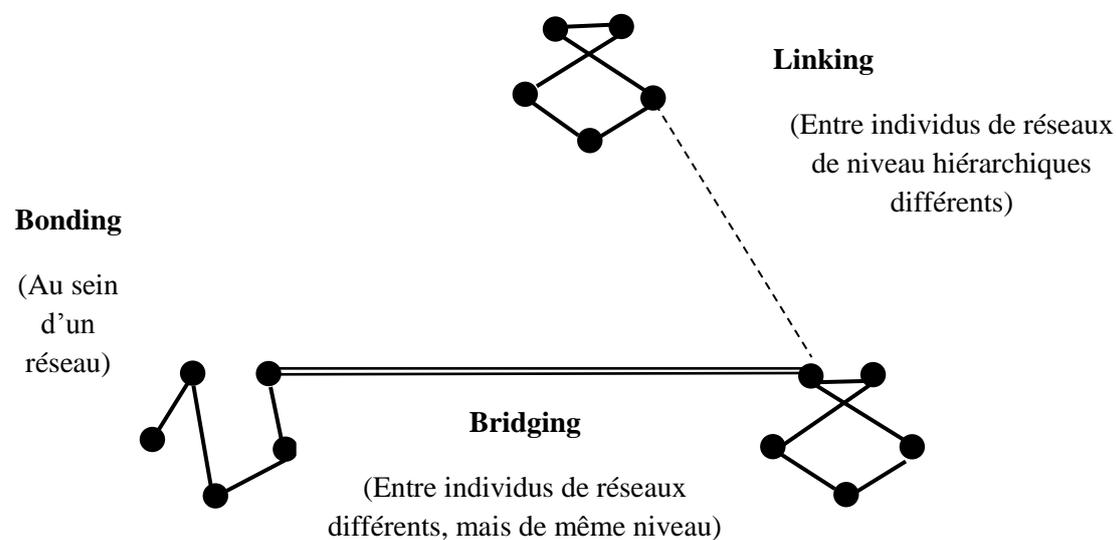
## Chapitre II Le capital social et les réseaux sociaux des entrepreneurs

- Au sein de la hiérarchie, comme ces liens relient d'avantage des niveaux différents ils sont plus propices à une éventuelle mobilité (entre un statut assigné et un statut acquis antérieurement et celui obtenu par l'action instrumentale étudiée).
- Ces hypothèses conduisent à une théorie de l'acquisition du statut qui cherche non pas à se substituer aux théories classiques existantes, mais plutôt à les compléter en suggérant une prise en compte plus systématique de la dimension réticulaire.

### 1.6. Les formes du capital social :

De nombreux thèmes se retrouvent recentrés encore sur la hiérarchie et les formes du capital social, les interprétations des précurseurs en ce sujet ont permis de distinguer le capital social de liaison (Bonding social capital : est la typologie du capital social au sein d'un réseau avec les pairs et les personnes de proximité relationnelle) et le capital social d'intégration (bridging social capital : est le capital social permettant d'explorer d'autres réseaux sociaux) et le capital social de réseautage (networking social capital : est l'œuvre des efforts fournis pour accéder aux ressources d'autres communautés).

Figure n°4 : les formes du capital social<sup>47</sup>



- *Bonding* : Liens horizontaux forts avec des personnes situées dans son réseau proche (exemple : famille, amitiés, collègues, voisinages, etc.).
- *Bridging* : Liens horizontaux faibles avec des personnes appartenant à d'autres groupes sociaux et réseaux (exemple : liens avec des personnes de différents groupes socioéconomiques, religieux, genres, niveaux de scolarité, langues parlées, etc.).

<sup>47</sup> Schéma adapté d'Aldrich, 2012, page.34.

## **Chapitre II Le capital social et les réseaux sociaux des entrepreneurs**

---

→ *Linking* : Liens verticaux avec des personnes représentant des institutions ou des organisations en position d'autorité ou d'influence dans la société (exemple : élus gouvernementaux, police, banques, entreprises, etc.)<sup>48</sup>.

Ces trois formes génèrent des bénéfices différents pour les individus et la collectivité. Les liens de forme *bonding* sont par exemple associés à une plus grande facilité pour les individus à obtenir de l'aide de leurs proches en situation difficile, et à un niveau de confiance plus élevé dans la communauté (**Aldrich et Meyer, 2015**). Les liens de forme *Bridging* facilitent entre autres le partage d'informations sur l'accès à certaines ressources (**Aldrich et Meyer, 2015**) ainsi que la recherche d'emploi (**Granovetter, 1973**), tandis que les liens de forme *Linking* peuvent aider les communautés à faire valoir leurs préoccupations auprès des gouvernements. Il est donc important de considérer les trois formes de liens lorsque l'on cherche à mesurer le capital social.<sup>49</sup>

### **1.7. La mesure du capital social :**

Le capital social peut être mesuré en 3 dimensions :

- **Taille du réseau relationnel :**

Il s'agit de mesurer l'étendue du réseau relationnel en termes de disponibilité et de diversité de liens sociaux. Cette dimension se mesure par le nombre des liens directs entretenus avec certaines catégories d'acteurs individuels (**Burt, 1992 ; Batjargal, 2001**).

- **Nature des liens sociaux :**

Cette dimension correspond au degré d'intimité des relations sociales interpersonnelle. Les liens sociaux peuvent être soit des liens faibles concernent des connaissances vagues ou superficielles et ne donnent en général pas lieu à un investissement affectif (**Lin, 1995**), soit des liens forts sont des liens d'attachement, ils caractérisent généralement le cercle intime des individus (**Granovetter, 1973**).

- **Qualité des liens sociaux :**

---

<sup>48</sup> Cité-ID Living Lab 4750 Henri-Julien, Montréal, « Mesurer le capital social : Guide destiné aux organisations », (Québec) H2T 3E5 Canada, page 7.

<sup>49</sup>Op Cit, page 8.

## **Chapitre II Le capital social et les réseaux sociaux des entrepreneurs**

---

Selon (**Lai et al, 1998 ; Batjargal, 2001**), il s'agit de mesurer la richesse du réseau relationnel d'un individu par rapport aux caractéristiques socio-économiques (statut, prestige, pouvoir, richesse...).

### **2. Les réseaux sociaux des entrepreneurs :**

Les réseaux sociaux des entrepreneurs peuvent être un déterminant important de réussite ou d'échec du projet car il représente une clef d'identification et d'opportunité et également une source de capacités entrepreneuriales.

#### **2.1. Définition du réseau social :**

La notion du réseau social apparaît pour la première fois dans un article de **Barnes (1954)**, prenant pour objet d'études les relations entre les individus et les régularités qu'elles présentent, pour les décrire, rendre compte de leur formation et de leur transformation, et analyser leurs effets sur les comportements individuels.

**Granovetter (1985, p.490)**, chercheur emblématique des réseaux sociaux, quant à lui, présenté le réseau comme « des relations personnelles concrètes et des structures qui génèrent de la confiance et découragent la malfaisance ». **Brass (1992)** va dans cette logique en appréhendant les réseaux sociaux comme l'ensemble des acteurs (individus et organisations) et l'ensemble des relations entre ces acteurs.

**Laumann et Al (1978, p.458)** mettent en perspective que les réseaux sociaux incarnent l'ensemble des relations entretenus par différents moyens entre les individus et les groupes sociaux qu'ils composent. Ils soulignent que ces réseaux « sont l'ensemble d'instance (telles que des personnes, des organisations, des groupes sociaux...) liés par des relations sociales formelles ou informelles, fondées sur l'amitié, le transfert de ressources ou d'autres axes de solidarité ».

Un peu plus tard, **Dubini et Aldrich (1991, p. 350)** assimilent les réseaux à « l'ensemble configuré de relations entre individus, groupes et organisations ».

Ainsi, le réseau social renvoie à une structure sociale particulière qui est composée par des relations entre des unités sociales qui peuvent être des individus, des groupes informels d'individus ou bien des organisations plus formelles comme des associations, des entreprises,

## **Chapitre II Le capital social et les réseaux sociaux des entrepreneurs**

voire même des pays. Cette structure est constituée d'un ensemble d'unités sociales et des relations que ces unités sociales entretiennent les unes avec les autres, directement, ou indirectement, à travers des chaînes de longueurs variables. Les relations qui relient ces unités devraient être de même types (collaboration, conseil, influence, soutien)<sup>50</sup>.

### **2.2. Théorie des réseaux sociaux :**

Nous venons de constater à quel point les réseaux sociaux sont importants pour les projets et les entrepreneurs naissants. Il est évident que l'entrepreneuriat, quel que soit la situation considérée, est de moins en moins une affaire d'individus isolés. Une création réussie implique d'une façon ou d'une autre un collectif et des réseaux d'individus. Les réseaux de soutien et les réseaux de mobilisation sont des principaux types qui semblent très utiles aux entrepreneurs naissants.

#### **2.2.1. Les réseaux de soutien :**

Ces réseaux sont constitués de personnes aidées (les entrepreneurs naissants) ou qui recherchent une aide auxquelles des personnes « aidantes » (organismes de formation, d'orientation, structures d'accompagnement, agences publiques, etc.) apportent du soutien sous forme de biens ou services, d'informations, de mises en relation et de prestations diverses. Le soutien est d'autant plus grand que les personnes aidées ont une bonne compréhension des acteurs qui peuvent les aider et qu'ils disposent ou ont la capacité de développer un capital social important<sup>51</sup>.

#### **2.2.2. Les réseaux de mobilisation :**

La constitution de ces réseaux s'appuie beaucoup également sur le capital social des acteurs qui recherchent soutien et aide. Les personnes aidées sont toujours des entrepreneurs naissants, qui sont à la recherche des personnes dans leur environnement ou ils stimulent du courage, énergie et volonté. Donc les personnes qui apportent de l'aide occupent des positions centrales et dominantes et leur donnent toute leur cohérence et leur raison d'être<sup>52</sup>. Parmi ces personnes on trouve les membres de la famille et les amis proches.

---

<sup>50</sup>Amina Omrane, « QUELS LEVIERS SOCIAUX POUR LE SUCCES ENTREPRENEURIAL ? », L'Harmattan, France, 2014. Page 77.

<sup>51</sup>A.Fayolle, « introduction à l'entrepreneuriat », Dunod, Paris, 2005. Page 117.

<sup>52</sup> Op Cit, page 118.

## **Chapitre II Le capital social et les réseaux sociaux des entrepreneurs**

### ➤ **La famille et les amis proches :**

La famille et les amis sont la première source majeure de soutien à qui retourne chaque entrepreneur lors du démarrage de son entreprise. Et qui constituent ainsi un lien particulier pour l'entrepreneuriat. La famille donne un ensemble de ressources et de capacités qui sont très utiles, ainsi qu'elle soutient et accompagne les premiers pas de la création de l'entreprise par des biens, du temps, des conseils et des encouragements. Selon **Alain Fayolle**, la famille et les amis, représentent des ressources plus facilement mobilisables et qui contribuent à fertiliser et nourrir des dynamiques essentiellement individuelles. La famille peut aussi apporter d'autres supports et de ressources à ses membres créateurs de leur entreprise, comme les entrepreneurs cherchent souvent les sources financières premières au sein de leur famille plutôt qu'après de financeurs externes.<sup>53</sup>

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

Certains auteurs estiment qu'il s'agit d'un véritable système de relations, la structure de réseau ne peut toutefois être dégagée qu'à posteriori. L'analyse structurale tente de trouver les régularités de comportement, et les groupes qui présentent ces régularités, après avoir analysé une totalité de relations dans une population finie et seulement sur cette base. Plusieurs critères sont alors utilisables. Avec ce que l'on appelle la connexité, il s'agit de repérer des groupes en raison des liaisons directes ou indirectes entre leurs membres. La cohésion s'appuie plutôt sur la densité des relations dans le groupe.<sup>54</sup>

Il y a trois notions des paramètres qui caractérisent la structure des relations entre les acteurs :

- La taille elle correspond au nombre de personnes qui appartiennent au réseau personnel. «elle a un impact significatif sur la capacité à identifier des opportunités, une taille importante est en effet censée permettre à l'entrepreneur d'avoir accès à une grande quantité d'information»<sup>55</sup>.
- La densité du réseau social exprime le rapport entre les nombres de liens qui existent entre ses membres «la densité des relations au sein d'un réseau rapport le nombre de relations existantes au nombre de relations possible»<sup>56</sup>.

---

<sup>53</sup> Fayolle.A, et JEAN-MICHEL. D, 2012, Page 35.

<sup>54</sup> Michel Forsé, « Dans Informations sociales », 2008/3 (n° 147), pages 10-19.

<sup>55</sup> CHOLLET Barthélemy, « L'analyse des réseaux sociaux : quelle implication pour le champ de l'entrepreneuriat », In : 6eme congrès international francophone sur la PME, Université Grenoble II, octobre 2002, page 3.

<sup>56</sup> Alain Fayolle, « Dans Entreprendre & amp; Innover » 2015/4 (n° 27), page 117.

## **Chapitre II Le capital social et les réseaux sociaux des entrepreneurs**

---

- La hiérarchie «un réseau est hiérarchisé dans la mesure où il est organisé autour de l'un des contacts qui le compose. Le critère de la densité est souvent associé à la rapidité de circulation de l'information. Toutes défaillances ou stratégies de rétention de l'information de la part de la densité sont largement étudiées par R. Brut. A côté des paramètres de structure, on distingue ceux qui caractérisent la nature des réseaux qui existent entre les individus. On distingue classiquement les liens forts et les liens faibles.<sup>57</sup>

### **2.4. La typologie de réseau social :**

Les différents types des réseaux permettent d'envisager des relations sociales fondées sur la confiance, basée sur des valeurs communes sur le respect du même principe d'autorité, sur la connaissance d'une même source de légitimité. **Mitchell (1973)**, **Szarka (1990)**, ainsi que **Julien (2005)** proposent trois types de réseaux sociaux : les réseaux personnels, d'affaires et d'information.

Les réseaux personnels comprennent les contacts avec la famille, les amis et les connaissances représentant les *alters*, qui sont en relation directe avec l'individu en question, dénommé aussi *ego*. Quant au réseau d'affaires, intitulé aussi réseau commercial, il comporte les organisations avec lesquelles l'entrepreneur effectue des transactions commerciales. Le réseau d'information et de communication est formé par les organisations et individus (tels que les consultants, les institutions locales...) qui pourrait servir d'appui pour l'entrepreneur, en lui procurant les informations dont il a besoin pour mener à bien son activité<sup>58</sup>.

**Julien et Lachance (2006)** ont suggéré un quatrième type de réseau : le réseau social qui facilite l'insertion de l'entreprise dans son milieu. Cette catégorie de réseau se rapproche de la notion de réseau symbolique, référant aux liens communautaires, par opposition au réseau personnel appréhendé, au sens de **Johannisson (1988, 1998)**, comme étant l'ensemble des relations d'amitié de l'entrepreneur et le réseau de production formé par les transactions avec des organisations sur le marché<sup>59</sup>.

---

<sup>57</sup> Revue française de sociologie, année 1995/36-4/, page 599-628.

<sup>58</sup> Amina Omrane, « QUELS LEVIERS SOCIAUX POUR LE SUCCES ENTREPRENEURIAL ? », L'Harmattan, France, 2014. Page 90.

<sup>59</sup> Op Cit, Page 91.

## **Chapitre II Le capital social et les réseaux sociaux des entrepreneurs**

D'autres auteurs créent une typologie très classique qui met en avant<sup>60</sup> :

- Les réseaux formels et les réseaux informels.
- Les réseaux familiaux et les réseaux professionnels et les réseaux physiques.

Et dans un sous-bassement plutôt organisationnel et inter organisationnel il est possible de distinguer :

- Les réseaux interpersonnels et inter organisationnels.
- Les réseaux d'alliance et les réseaux inter-entreprises et les réseaux régionaux.

La littérature scientifique différencie les réseaux pour estimer la dynamique informationnelle et le degré d'interaction interne entre les nœuds de réseau.

- Les réseaux denses, des réseaux les moins denses.
- Les réseaux à signaux forts, et des réseaux à signal faible.

### **2.5. La structure du réseau de relations sociales :**

La dimension structurelle du capital social correspond à la structure du réseau de relations entre les acteurs. Elle comprend différentes facettes dont nous citons principalement la présence ou l'absence de liens entre les acteurs à travers le réseau. La dimension structurelle du réseau a été beaucoup étudiée et explorée par **Burt (1992, p.60)**, cette structure ne prédit pas directement les attitudes ou les comportements, elle prédit plutôt des similarités entre les attitudes et les comportements. Ceci découle du fait que les gens développent généralement des liens avec leurs semblables, qui leur sont, le plus souvent, socialement similaires.

La taille et la densité représentent les deux attributs les plus communément reconnus d'un réseau personnel, du fait qu'elles ne posent pas problème au niveau de l'opérationnalisation, d'autant plus qu'elles donnent une idée sur « l'ampleur » du réseau étudié<sup>61</sup>. D'autres chercheurs traitent le nombre de trous structurels comme déterminants d'un réseau.

---

<sup>60</sup><https://eursed.org/ijarimss> , «Le capital social en entrepreneuriat : une introduction théorique et une délimitation contextuelle », page 7. Consulté le 15/05/2022.

<sup>61</sup>Aydi. A, « Réseaux personnels, capital social et création d'entreprises : Facteurs de structuration et effets sur la performance », Thèse de doctorat en science de gestion, FSEG Sfax, 2010.

## Chapitre II Le capital social et les réseaux sociaux des entrepreneurs

### 2.5.1. La taille du réseau relationnel :

La taille du réseau désigne le nombre de liens directs entretenus entre l'entrepreneur et les différentes autres catégories d'individus du réseau « le nombre des contacts d'un individu » (**Burt, 1992 ; Batjargal, 2001 ; Greve et Salaff, 2003 ; Zhao et al, 2010**), un contact pourrait être un ami, un investisseur, un client, un fournisseur, comme il peut être un organisme à l'instar de la banque, du centre d'affaires, de l'incubateur ou d'une association professionnelle.

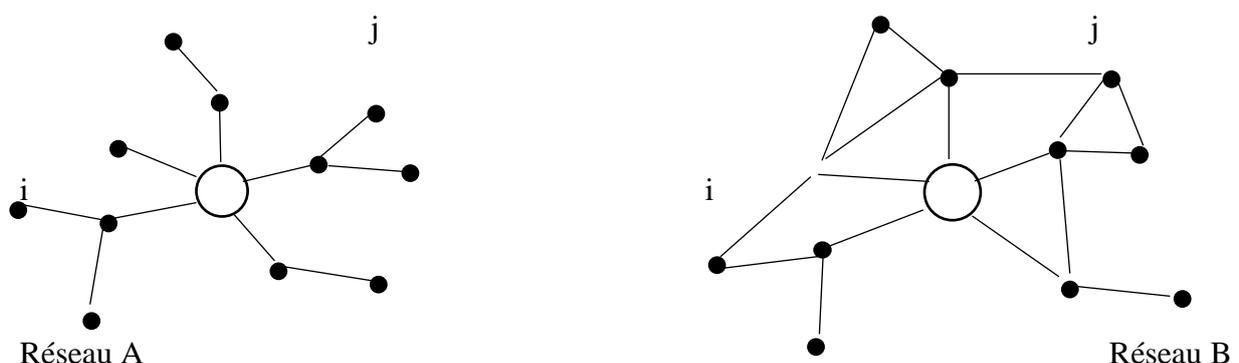
Plusieurs travaux ont mis en perspective la corrélation positive qui existe entre le nombre de contacts d'un individu et son profit (en terme de rémunération, de réussite professionnelle, de détention de pouvoir...), ainsi que **Burt (2000)** ont révélé que les réseaux étendus ayant un nombre de contacts élevé sont assez importants pour le développement des projets entrepreneuriaux car leur permettent d'accéder aux ressources détenues par les autres acteurs du réseau. « Plus que le réseau de l'entrepreneur est large, mieux il accède aux ressources informationnelles, notamment celles relatives à la reconnaissance des opportunités » **Baron (2007)**.

### 2.5.2. La densité du réseau :

« La densité est la proportion des paires d'acteurs d'un réseau (des alters) qui sont connectés. C'est l'étendue à laquelle les contacts d'un ego interconnectés » **Burt (1983)**. Ceci signifie que plus les alters sont reliés les uns aux autres, plus les contacts sont redondants et plus le réseau est dense.

**Chollet (2002)** a présenté la densité comme le rapport entre le nombre de liens qui existent entre les membres du réseau pris deux à deux et le nombre total des liens potentiels, si tous les membres du réseau étaient liés entre eux.

Figure n°5 : La notion de densité d'un réseau (adapté de Chollet, 2002, page 3)



## **Chapitre II Le capital social et les réseaux sociaux des entrepreneurs**

Le réseau d'un individu est dit de densité maximale quand il est composé de gens qui se connaissent tous (Réseau B de la figure n°5).

Le réseau d'un individu est dit de densité minimale, si l'entrepreneur est le seul membre du réseau avec qui chacun a des relations (Réseau A de la figure n°5).

D'après le point de vue de **Burt**, si tous les alters sont reliés les uns aux autres, le réseau est très dense et les contacts sont redondants, ce qui influe négativement sur le capital social. Par contre le point de vue de **Coleman, Uzzi, Ahuja** mettent en relief qu'une densité élevée est nécessaire à la qualité de l'information qui circule le long des structures relationnelles. Donc plus un individu est doté d'un réseau relationnel dense, plus le transfert des connaissances entre ces individus est aisé.

### **2.5.3. Les trous structuraux d'un réseau :**

Le concept de trou structural constitue un vide entre deux contacts non reliés entre eux et qui ne drainent pas les mêmes bénéfices informationnels. **Burt (2000)**, met en avant qu'un réseau riche en trous structuraux permet à l'entrepreneur d'avoir un accès plus facile, plus rapide et un meilleur contrôle de l'information.

En 2005, **Burt** affirme ses résultats déjà obtenues en stipulant que les trous structuraux présentent trois sortes d'avantages :

- ✓ Un accès plus rapide à l'information (l'information ne suit plus les voies formelles et hiérarchiques de diffusion);
- ✓ Une information de meilleure qualité (l'information est non redondante de part et d'autre du trou) ;
- ✓ Un contrôle sur la diffusion de l'information (l'intermédiaire peut choisir quand et à qui il diffuse l'information)<sup>62</sup>.

Les entreprises opérant dans un environnement instable et riche en opportunités profitent davantage du nombre de trous structurels, ce qui renforce leur capacité à acquérir plus de ressources.

### **2.6. La nature des liens sociaux (liens forts, liens faibles, liens multiplexes) :**

---

<sup>62</sup><https://WWW.strategie-aims.com> « L'impact du capital social entrepreneurial sur l'accès aux ressources externes : une question de compétences sociales ? ». P 7. Consulté le 16/05/2022.

## **Chapitre II Le capital social et les réseaux sociaux des entrepreneurs**

Tout individu qui dispose d'un réseau social possède de nombreux liens directs avec d'autres personnes appartenant à ce réseau. Ces liens sociaux peuvent être, selon **Granovetter (1973, 1982)**, soit des liens forts, soit des liens faibles. D'autres chercheurs ont rajouté un troisième lien qui touche à la nature des liens sociaux appelé la multiplicité des relations.

### **2.6.1. Les liens forts :**

Sont caractérisés par un degré élevé de confiance interpersonnelle, d'affection et d'attachement, sont généralement établis avec des connaissances « intimes » sur lesquelles l'individu peut compter (conjoint, parents, amis intimes...) et auxquels il consacre beaucoup de temps du fait qu'ils sont proches de lui, ces liens forts sont caractérisés par des connaissances intimes de l'individu que **Krackhardt (1992)** décompose en deux composantes :

- **La fréquence :** pour dire que l'interaction est fréquente et donne lieu à un échange important d'informations.
- **La durée :** elle énonce un « vécu relationnel » qui accroît la connaissance d'une partie par l'autre.

### **2.6.2. Les liens faibles :**

Correspondent aux connaissances vagues, occasionnelles, superficielles ou fortuites qui ne génèrent pas un investissement affectif et les personnes n'ont pas à s'investir au niveau émotionnel à leur égard (**Dubini et Aldrich, 1991**). Ils caractérisent donc des relations interindividuelles où les personnes se rencontrent peu, consacrent peu de temps à entretenir la relation et n'éprouvent pas de proximité émotionnelle bien particulière.

Pour **Granovetter (1973, 1982)** « les liens faibles permettent aux individus de tirer profit de maintes opportunités et chances qui s'offre à eux et favorisent la cohésion social et l'accès à différents cercles d'informations », « les liens faibles, mobilisés avec les personnes qui sont rarement en contact avec l'entrepreneur, peuvent former des ponts facilitant l'accès à d'autres réseaux, autres que le réseau des relations directes redondantes »<sup>63</sup>.

#### ➤ **La différence entre les liens forts et les liens faibles :**

- Les liens forts produisent des liens plus fréquents que les liens faibles, on y passe plus de temps.

---

<sup>63</sup> Amina Omrane, Op Cit, Page 103- 104.

## **Chapitre II Le capital social et les réseaux sociaux des entrepreneurs**

---

- Il y a plus d'intimité, sous forme de confiance mutuelle, dans les liens forts que dans les liens faibles.
- Les liens forts ont une intensité émotionnelle plus forte que les liens faibles.
- Les services réciproques rendus plus fréquemment dans les liens forts que dans les liens faibles.
- La diversité des relations est plus grande dans les liens forts, ce qui signifie que les « proches » sont reliés entre eux dans des domaines plus divers que les « connaissances ».

Les raisons des liens forts ont donc tendance à se fermer sur eux-mêmes d'avantage que les réseaux sociaux de liens faibles, qu'ont plutôt tendance à s'ouvrir vers l'extérieur. Il en est ainsi de la circulation de l'information entre les proches, d'une part de connaissances, d'autre part, les proches, qui se voient fréquemment se transmettront moins d'information nouvelle que les connaissances, qui se rencontrent moins fréquemment<sup>64</sup>.

### **2.6.3. Les liens multiplexes :**

La multiplexité sert à valoriser la pluralité des contenus de l'échange et à véhiculer plusieurs ressources à la fois. **Kapferer (1969)**, ainsi **Degenne et Forsé (2004)** précisent que le critère de multiplexité permet d'apprécier la variété des contextes et des circonstances dans lesquels les individus ont eu des échanges, la diversité de leurs expériences partagées, et la multiplicité des niveaux de relations existantes entre eux.

**Larson et Starr (1993)** font la distinction entre :

- Les relations de l'entrepreneur dites unidimensionnelles dont la fonction est unique pouvant être soit économique (relations de travail, rattachant un client à son fournisseur), soit sociale (relations d'amitié).
- Les relations de l'entrepreneur dites bidimensionnelles dont la fonction est double, à la fois économique et sociale (relations de travail et d'amitié)<sup>65</sup>.

---

<sup>64</sup>Vincent Lemieux, Mathieu Ouimet, « Dans L'analyse structurale des réseaux sociaux » 2004, page 43- 53.

<sup>65</sup> Amina Omrane, Op Cit, Page 105.

## **Chapitre II Le capital social et les réseaux sociaux des entrepreneurs**

---

### **Conclusion :**

Dans ce chapitre, nous avons parlé sur le capital social qui représente l'un des facteurs ayant les effets les plus considérables sur l'entrepreneur, et sur son environnement et qui ouvre la voie au développement des réseaux sociaux qui améliorent la légitimité de l'entrepreneur et accentue la visibilité des opportunités, dans le cadre de notre recherche on se focalise sur la théorie des liens forts et des liens faibles où on a démontré leurs spécificité et comment elle influence l'action au sein d'une organisation.

*Chapitre III : le rôle du capital social  
dans les différentes entreprises de  
Béjaia*

## **Chapitre III: le rôle du capital social dans les différentes entreprises de Bejaia**

---

### **Chapitre III : le rôle du capital social dans les différentes entreprises de Béjaia**

#### **Introduction**

Notre étude porte sur le rôle du capital social dans les pratiques entrepreneuriales dans les entreprises.

Dans le présent chapitre nous présentons la wilaya de Bejaia et la méthodologie de recherche à savoir : l'objectifs de la recherche, l'échantillon étudié, outil de recueil de données, le déroulement de l'enquête et le traitement du questionnaire dans une première section ; dans une deuxième nous interprétons les résultats qui nous permettent de répondre à la problématique de notre recherche à savoir quel est le rôle et l'importance du capital social dans les pratiques entrepreneuriales ?

#### **1. Présentation de la wilaya de Bejaia et la méthodologie de recherche**

##### **1.1. Présentation de la wilaya de Bejaia :**

D'abord nous allons présenter la wilaya de Bejaia, la densité de sa population, le nombre des PME créés durant les dernières années selon leurs secteurs d'activités et sa dynamique entrepreneuriale.

##### **1.1.1. Historique de la wilaya de Bejaia :**

Située au cœur de l'espace méditerranéen, Bejaia (Bgayet, Bougie, Bugia, Buggea), Ville d'Algérie qui donna son nom aux petites chandelles (les Bougies) et à partir de laquelle les chiffres arabes ont été popularisés en Europe, renferme de nombreux sites naturels et vestiges historiques, qui témoignent encore aujourd'hui des fastes de sa longue histoire. Son tissu urbain est caractérisé par une continuité ininterrompue d'occupation depuis l'antiquité<sup>66</sup>.

##### **1.1.2. Situation géographique :**

La wilaya de Bejaia occupe une superficie de 3.223,50 km<sup>2</sup>, Elle est située au Nord Est du pays, limitée par :

- la wilaya de Sétif et la Wilaya de Bordj Bou Arreridj au Sud ;

---

<sup>66</sup> Direction des PME de la wilaya de Bejaia, Annuaire statistique 2020 Edition 2021, Page 6.

## Chapitre III: le rôle du capital social dans les différentes entreprises de Bejaia

- la wilaya de Bouira et la Wilaya de Tizi Ouzou à l'Ouest ;
- la wilaya de Jijel à l'Est ;
- Une ouverture directe sur la Mer méditerranée au Nord.

Figure N°06 : Communes de la wilaya de Bejaia



Source : Directions des PME de la wilaya de Bejaia 2020-2021

### 1.1.3. La densité de population de la wilaya de Bejaia :

Tableau N°05 : Répartition de la population selon le sexe :

Sexe	Population année 2020	%	Superficie Global (Km <sup>2</sup> )	Densité global (Hab/Km <sup>2</sup> )
Masculin	505 124	51	3223,49	207
Féminin	484 926	49		
Total	990 050	100		

Source : Direction de l'environnement, annuaire statistique 2020 Edition 2021

D'après les données du tableau N°5, nous déduisons que l'estimation de la population vers fin 2020 fait ressortir que la population masculine est plus dominante avec 51% contre 49% pour la population féminine.

## Chapitre III: le rôle du capital social dans les différentes entreprises de Bejaia

**Tableau N°06** : répartition de la population selon l'Age

Age	Masculine	Féminine
De 0 à 19 ans	176 226	159 943
De 20 ans à 39 ans	201 446	187 922
De 40 ans à 59 ans	95 261	90 644
De 60 ans à 79 ans	34 333	38 703
Plus de 80 ans	6 858	7 714
<b>Total</b>	<b>990 050</b>	

**Source** : Direction de l'environnement, annuaire statistique 2020 Edition 2021

D'après les données du tableau N°06, nous déduisons que 72,5% de la population a moins de 35 ans, 21% entre 36 et 60 ans et 6,5% plus de 60 ans, sur ce on retient que la population des jeunes domine.

### 1.1.4. La dynamique entrepreneuriale dans la wilaya de Bejaia :

La dynamique entrepreneuriale dans la wilaya de Bejaia se focalise sur la localisation des entreprises et leurs évolutions.

#### a. Zones industrielles (ZI) et zones d'activités (ZA) :

**Tableau N°07** : Les zones industrielles de la wilaya de Bejaia

Communes	Nombre de Z.I	Superficie total en HA	Superficie occupée en HA
Bejaia	01	114,17	95,5901
Akbou	01	36,98	35,2877
<b>Total</b>	<b>02</b>	<b>151,15</b>	<b>130,8578</b>

**Source** : Direction de l'industrie et des Mines 2021.

Le tableau N°07, nous permet de constater que la wilaya de Bejaia contient deux zones industrielles actives, la plus grande zone industrielle est celle située a Bejaia qui occupe une superficie totale de 114,17 HA<sup>67</sup>

<sup>67</sup> Bulletin de la direction des PME de la wilaya de Bejaia, 2020-2021, page 29.

## Chapitre III: le rôle du capital social dans les différentes entreprises de Bejaia

**Tableau N°08** : La zone d'activité de la wilaya de Bejaia

La wilaya de Bejaia	Nombre de Z.A	Superficie total en HA	Superficie occupée en HA
	19	198,3518	128,1064

**Source** : Direction de l'industrie et des Mines 2021.

Le tableau N°08, nous permet de constater que La wilaya de Bejaia dispose de 19 zones d'activités avec une superficie totale de 193,3518 HA. Celle-ci se divise entre 16 communes qui contiennent chacune 01 zone sauf El-kseur, Akbou et Seddouk qui elles abritent 02 zones.

### b. Dynamique des PME :

**Tableau N°09** : Population globale des PME de 2017 à 2019

Année	2017		2018		2019	
	Nbr des PME	%	Nbr des PME	%	Nbr des PME	%
PME privées	25036	99,84	27203	99,85	28842	99,85
PME publiques	41	0,16	41	0,15	41	0,15
Total	25077	100	27244	100	28883	100

**Source** : Direction d'industrie et des Mines.

Le tableau N°09, nous permet de constater que le nombre de PME de 2017 à 2018 dans la wilaya de Bejaia a augmenté de 2167 entreprises, et le nombre de PME entre 2018 et 2019 a connu un croisement significatif de 1639 entreprises. Cette augmentation revient à l'évolution des PME privées alors que le nombre des PME publiques est resté constant.

### 1.2. Méthodologie de recherche :

Afin de répondre à notre problématique, nous avons procédé à une enquête de terrain menée auprès d'un échantillon de trente (30) entreprises par le biais d'un questionnaire regroupant une série de questions relatives à notre étude.

#### 1.2.1. Objectif de l'enquête :

L'objectif de cette enquête est de collecter un maximum d'information et de solliciter plusieurs entreprises afin de nous aider à mieux comprendre l'impotence du capital social

## Chapitre III: le rôle du capital social dans les différentes entreprises de Bejaia

dans les entreprises, et le rôle des réseaux sociaux des entrepreneurs dans la réalisation de leurs projets.

### 1.2.2. Echantillon de l'enquête :

Cette enquête a porté sur un échantillon constitué de 40 entrepreneurs (hommes et femmes), dont 35 questionnaires ont été récupérés. Seulement 30 questionnaires sont exploitables ce qui présente un taux de réponse de 87,5%. Le reste (soit 5 questionnaires) ont fait l'objet de non réponses ou mal remplis (non exploitables), ce qui nous a obligé à les éliminer de notre étude. (Tableaux N°10 et N°11).

**Tableau N°10** : la taille de l'échantillon de notre enquête

Nombre Questionnaires	Nombre d'entreprise dans l'échantillon	Taux(%)
Récupérés	35	87,5
Non récupérés	5	12,5
Distribués	40	100

Source : établie par nous-mêmes.

**Tableau N°11** : la taille de l'échantillon étudié

Nombre Questionnaires	L'échantillon étudié	Taux%
Exploitables	30	85,7
Non exploitables	5	14,3
Total	35	100

Source : établie par nous-mêmes.

(Le tableau n°12) décrit et présente notre échantillon qui constitue de trente (30) entreprises localisés dans la wilaya de Bejaia, nous retrouvons quatorze (14) entreprise localisés à El-kseur, huit (08) à Bejaia ville, Cinq (05) à Akbou, deux (02) à Seddouk et une (01) à Sidi aich.

Nous remarquons que les entreprises qui composent notre échantillon sont de secteurs d'activité différents, la majorité se concentre sur l'industrie 43,3%, le commerce 26,7% et les

## **Chapitre III: le rôle du capital social dans les différentes entreprises de Bejaia**

---

services 20%, à coté de trois autres entreprises qui sont de secteur BTPH 3,3%, agriculture 3,3% et agro-alimentaire 3,3%.

### **1.2.3. Outil de recueil de données :**

Nous avons choisi de mener notre enquête à l'aide d'un questionnaire qui comporte un total de 30 questions et est subdivisé en 3 axes :

**Le premier axe** : il porte sur l'identification de l'entreprise : dans cet axe nous présentons les entreprises de notre échantillon en nous appuyant sur la raison sociale, le statut juridique, la taille et le secteur d'activité.

**Le deuxième axe** : il est consacré à l'identification de l'entrepreneur en nous appuyons sur l'âge, le niveau d'étude, situation matrimoniale et l'expérience professionnelle.

**Le dernier axe** : Présente le capital social des entrepreneurs : dans cet axe nous présentons les compétences de l'entrepreneur, son réseau de relation et son accès aux ressources financières.

### **1.2.4. Déroulement de l'enquête :**

Notre enquête a été lancée au début de mai 2022. Nous avons utilisé deux méthodes pour remplir les questionnaires. Dans la première, nous avons appliqué la méthode qui consiste à déposer le questionnaire au niveau de l'entreprise pour être rempli et de le récupérer ultérieurement en raisons de temps et la non disponibilité des entrepreneurs (beaucoup d'entre eux n'était pas sur place). Dans la deuxième, nous avons utilisé la méthode d'administration directe pour collecter les informations sur terrain.

Cependant, la réponse au questionnaire a été bien acceptée par certains entrepreneurs qui n'ont pas hésité à prendre du temps pour nous parler d'eux-mêmes.

Bien que nous avons rencontré des difficultés tout au long de notre enquête pour convaincre les entrepreneurs à répondre à nos questions.

### **1.2.5. Le traitement des questionnaires :**

Dans cette étape, il s'agit de rendre toutes les informations collectées exploitables en les présentant sous forme de données chiffrées, dans des tableaux ou graphiques dont

## Chapitre III: le rôle du capital social dans les différentes entreprises de Bejaia

l'analyse nous permettrons de ressortir des résultats et réponses à propos des questions qu'on avait posées dans notre enquête.

### 2. Analyse et interprétation des résultats :

Dans cette section, nous allons présenter les résultats obtenues dans notre enquête ainsi que le traitement des données récolter sur le terrain.

#### 2.1. L'identification des entreprises :

Dans ce premier axe du questionnaire, on va procéder à la présentation des entreprises qui constituent notre échantillon d'étude, qui se compose de trente entreprises localisées à Bejaia ville, El-kseur, Sidi aich et d'Akbou.

**Tableau N°12** : Présentation des entreprises enquêtées

	Nom de l'entreprise	Date de création	Lieu d'implantation	Forme juridique	Domaine d'activité	Secteur d'activité	Nombre d'employés
E1	Soummam computer system	/	ZAC Route de sidi Ahmed Bejaïa	SARL	Commercial	Commerce	351
E2	ORAC , GAC	Mars 1986	ZI El-kseur	SPA	Agroalimentaire	Agricole	59
E3	La Belle	2006	Bejaia	SPA	Agroalimentaire	Agricole	612
E4	SICAM BOTON	Décembre 2014	ZI 4 chemins Bejaia	SARL	Fabrication d'article métallique	Industrie	20
E5	SIBEA	1992	3 Ind 4 Chemins Bejaïa	SARL	Tréfilerie	Industrie	/
E6	S.C.S	1988	ZI Ihaddaden Bejaia	SARL	BTP Céramique	BTPH Industrie	400
E7	MORTERO	2010	Arrière port Bejaia	SPA	Industriel	Industrie	80
E8	AGRO-CEREALES	1997	ZAC Taharacht Akbou	SARL	Production agro-alimentaire	Industrie	47
E9	ALL PLAST	1997	ZAC Taharacht Akbou	SARL	Transformation des plastiques	Industrie	205
E10	SAMSOFF PLAST	2010	ZAC N°2 Taharacht Akbou	EURL	Transformation plastique	Industrie	12
E11	GENERAL EMBALLAGE	01 Aout 2000	ZAC Taharacht Akbou	SPA	Fabrication et transformation de carton ondulé	Industrie	1324
E12	COMPLEXE AGRO ALIMENTAIRE	06 Mars 2005	ZI El-kseur Bejaia	SARL	Agro-alimentaire	Industrie	335
E13	LAKSAR MOBILI	01 Janvier 2018	ZI El-kseur Bejaia	ETS	Fabrication de mobilier en toutes matières	Industrie	10

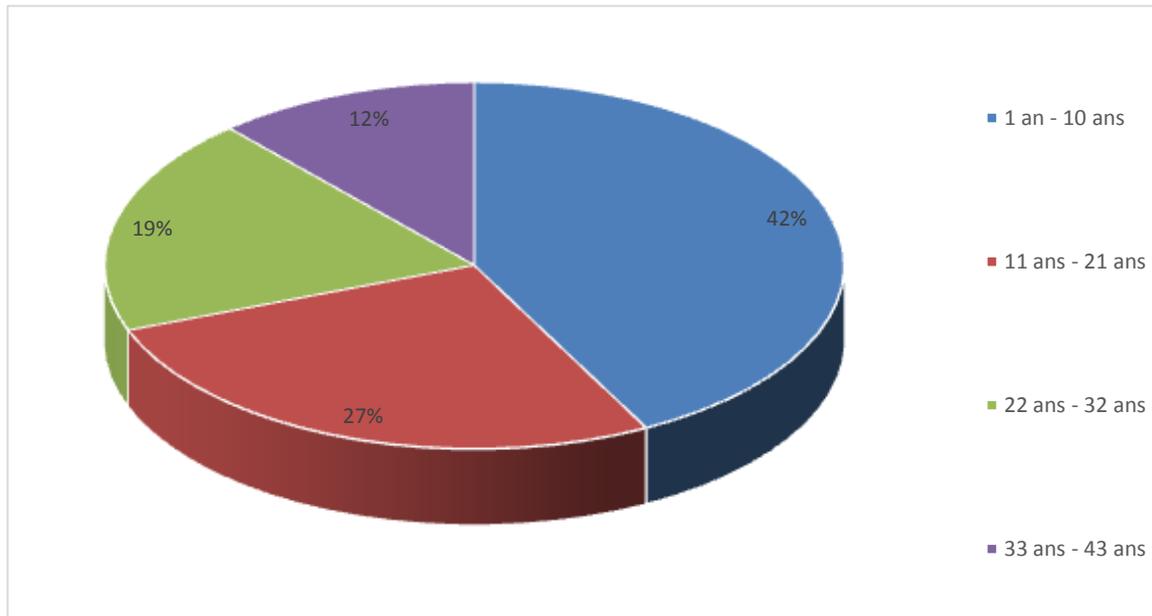
### Chapitre III: le rôle du capital social dans les différentes entreprises de Bejaia

E14	MERY CARTON	/	ZI El-kseur Bejaia	SARL	Fabrication et transformation de carton ondulé	Industrie	38
E15	ADEL COMPUTERS	2002	Cité seghir Bejaia	ETS	Informatique	Service commerce	13
E16	ECOLE DE CONDUITE	2006	El-kseur	EURL	Auto-école	Service	01
E17	AMAYAS DECO	2013	El-kseur	EURL	Objet déco et article de ménage	Commerce	00
E18	SARL UNILAIT	/	Z.I El-kseur	SARL	Boissons et jus	Agro-alimentaire	95
E19	SIPACO	2016	Z.I El-kseur	SARL	Agro-alimentaire	Industrie commerce	36
E20	UNIVERS D'OZ	/	ZAC Taharacht Akbou	SARL	Fabrication de détergents	Industrie	142
E21	EPE SPA DIVINDUS APMC	1984	Z.I El-kseur	SPA	Matériaux de constructions	BTPH	61
E22	AUTO- ECOLE	Mars 2018	Seddouk	EURL	Service	Service	01
E23	PATISSERIE CYRA	2021	El-kseur	EURL	Service	Service Commerce	01
E24	PIECES D & A POUR VEHICULE	01/08/2019	Seddouk	EURL	Commercial	commerce	/
E25	TOPOGRAPHI	2013	El-kseur	EURL	Service	Service	/
E26	COIFFEUSE NAS	1992	El-kseur	EURL	Service	Service	01
E27	NAS COUTURIERE	Mars 2020	El-kseur	EURL	Couture	Service	/
E28	SABY COUTURIERE	2017	Sidi aich	EURL	Couture	Service	03
E29	RIMAS BOUTIQUE LOCATION ROBES BLANCHES	Juin 2015	Bejaia	EURL	Commercial	Commerce	01
E30	Crèche Kenza	2004	El-kseur	SARL	Service	Service	02

Source : élaboré par nous-mêmes.

### Chapitre III: le rôle du capital social dans les différentes entreprises de Bejaia

Figure N°07 : Répartition des entreprises selon leur date de création

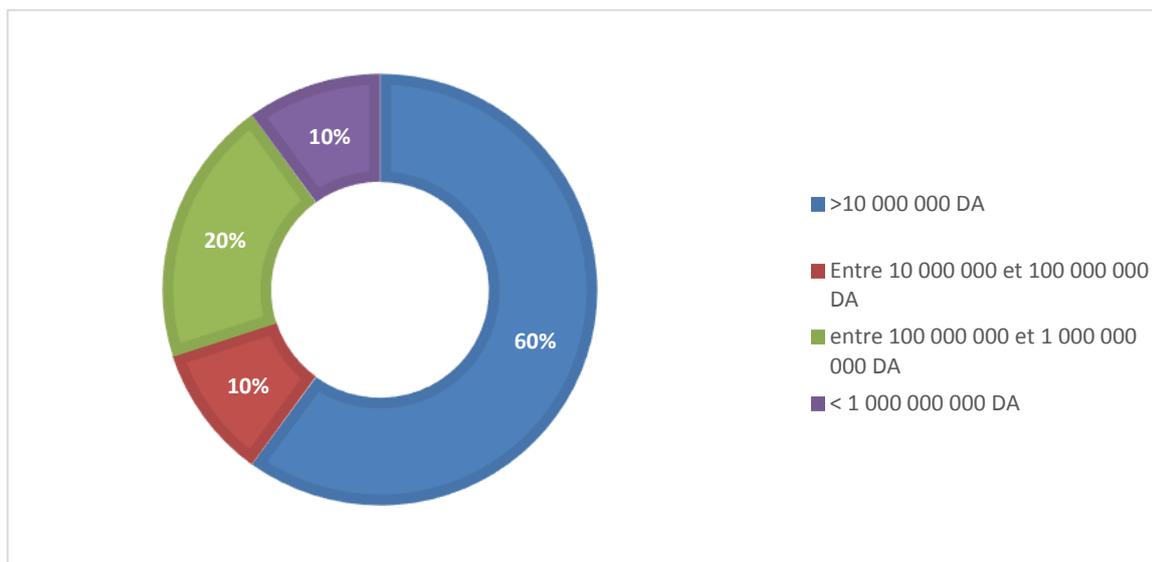


Source : élaboré par nous-mêmes.

42% des entreprises enquêtés ont moins de dix ans, pour 27% de cas, l'âge est compris entre 11 ans et 21 ans.

Nous retrouvons, 19% de cas dont la création atteint les 32 ans, suivi de 12% qui atteignent 43 ans.

Figure N°08 : Répartition des entreprises selon leur capital investi



Source : élaborer par nous-mêmes.

## Chapitre III: le rôle du capital social dans les différentes entreprises de Bejaia

Les entreprises nouvellement créées sont généralement des PME et micro entreprises, notamment des SARL ou des entreprises individuelles, constituées avec un capital de départ, qui est dans 60% de cas inférieur à 10 000 000 dinars (E10, E23, E28...) et inférieurs à 100 000 000 dinars (E4, E13) dans 10% de cas, un taux similaire représentant les grandes entreprises qui sont supérieur à 1 000 000 000 dinars (E2, E12).

**Tableau N°13** : Branche d'activité de l'entreprise

	Une nouvelle création	Reprise d'une entreprise familiale	Extension	Rachat d'une activité	Autres
Effectifs	20	5	2	2	1
%	66,7	16,7	6,7	6,7	3,3

Source : élaboré par nous-mêmes.

L'analyse des données de tableau N°13, nous permet de constater que la plupart des entreprises sont 66,7% d'une nouvelle création, 16,7% d'une entreprise familiale. En ce qui concerne les types d'extension et le rachat d'une activité sont d'un ordre de 6,7%.

**Tableau N°14** : statut juridique de l'entreprise

Forme	Nombre	Taux %
SPA	5	16,7
SARL	12	40
EURL	11	36,7
ETS	2	6,7
SNC	0	0
Total	30	100

Source : élaboré par nous-mêmes.

Selon les données du tableau N°14, nous constatons que le statut juridique le plus adopté par les entreprises de notre échantillon est le statut SARL avec un taux de réponse de 40%. Et le statut EURL occupe la deuxième place avec un taux de 36,7%, suivie par la SPA avec un taux de 16,7% et un très faible taux de 6,7% pour le statut ETS.

## Chapitre III: le rôle du capital social dans les différentes entreprises de Bejaia

**Tableau N°15** : Taille et effectifs d'entreprise

Taille / effectif	Nombre	%
ME de 0 à 9	8	30,8
PE de 10 à 49	7	26,9
PME de 50 à 250	6	23,1
GE Plus 250	5	19,2
<b>Total</b>	<b>26</b>	<b>100</b>

Source : élaboré par nous-mêmes.

L'analyse des données du tableau N°15 nous permettent de remarquer que les ME dominant notre échantillon avec un taux de 30,8%, suivie des PE avec 26,9%, les ME avec un taux de 23,1%, et les GE sont estimées seulement à 19,2%.

### 2.2. Profil de l'entrepreneur :

Dans le deuxième axe du questionnaire, nous avons cherché à déterminer les caractéristiques personnelles des entrepreneurs interrogés, notamment, la catégorie d'âge à laquelle ils appartiennent, leurs niveaux d'instruction, leur situation sociale. Nous avons cherché aussi à déterminer le parcours professionnel suivi par chacun d'eux et le rapport qu'il a avec le métier d'entrepreneuriat.

**Tableau N° 16** : Le sexe et la situation matrimoniale de l'entrepreneur.

	Sexe		Total	Situation matrimoniale			Total
	Homme	Femme		célibataire	marié	divorcé	
Effectifs	23	7	30	4	26	0	30
%	76,7	23,3	100	13,3	86,7	0	100

Source : établie par nous-mêmes

**Tableau N°17** : L'origine de l'entrepreneur

	L'origine de l'entrepreneur								Total
	Alger	Béjaia	El-kseur	Akbou	Seddouk	Ouzellaguen	Sidi aich	Batna	
Effectifs	14	5	4	1	1	1	1	1	28
%	48,3	17,2	13,8	3,4	3,4	3,4	3,4	3,4	100

Source : élaboré par nous-mêmes.

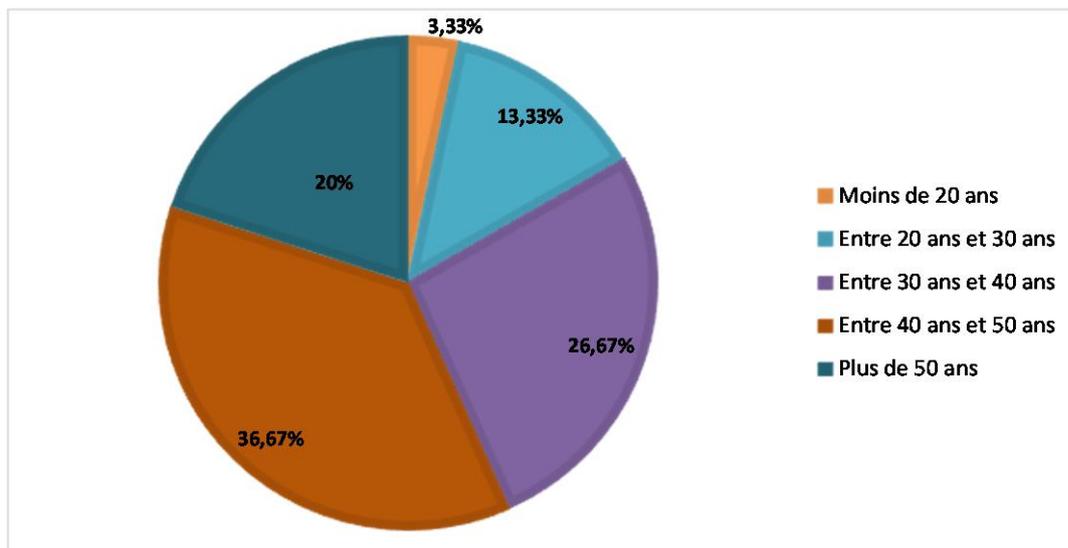
L'analyse des données des tableaux N°16 et n°17, nous remarquons que l'échantillon interrogé regroupe les entrepreneurs des deux sexes (homme et femme) dont la majorité d'eux

### Chapitre III: le rôle du capital social dans les différentes entreprises de Bejaia

sont des hommes, la plupart 86,7% sont mariés ce qui veut dire que ces entrepreneurs sont des personnes stables et qui assument des responsabilités familiale, ainsi qu'à leurs statuts dont la société, tandis que la majorité des femmes questionnées 13,3% sont célibataires car elles veulent créer leurs propres mode de vie dans le but d'améliorer et d'avoir la richesse.

Tous les entrepreneurs interrogés sont Algériens.

Figure N°09 : le profil des entrepreneurs selon leur critère d'âge



Source : élaboré par nous-mêmes.

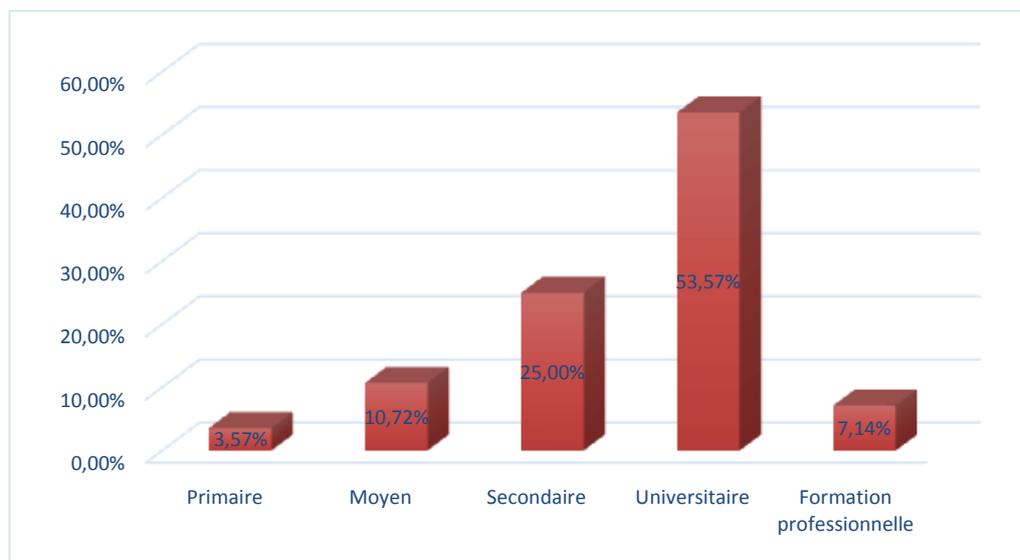
L'âge de la majorité des entrepreneurs soit 36,67% est compris entre 40 ans et 50 ans, cette catégorie indique le cumul d'expérience dans le domaine, le sens de responsabilité et l'intérêt porté pour la réalisation des projets.

Nous constatons également un pourcentage important d'entrepreneurs soit 26,67% dont l'âge est situé entre 30 ans et 40 ans, 20% des entrepreneurs interrogés ont plus de 50 ans.

16,66% vari proportionnellement entre : 3,33% pour les entrepreneurs de 20 ans et 13,33% pour les entrepreneurs qui disposent d'un âge compris entre 20 ans et 30 ans.

## Chapitre III: le rôle du capital social dans les différentes entreprises de Bejaia

Figure N°10 : Le profil des entrepreneurs selon leur niveau d'instruction



Source : élaboré par nous-mêmes.

Nous constatons que 15 entrepreneurs ont eu une formation universitaire de toutes les entreprises recensées avec un taux de 53,57%

46,43% varient proportionnellement entre : 25% pour un niveau secondaire, 10,72% pour le niveau moyen et 7,14% pour la formation professionnelle et 3,57% pour le niveau primaire.

Le niveau d'instruction des entrepreneurs est un des facteurs qui peut faciliter d'entreprendre une activité, mais ceci n'exclut pas la volonté qui se manifeste par les entrepreneurs à s'aventurer dans les différents domaines.

Tableau N°18 : L'état des entrepreneurs avant la création des entreprises.

	Dirigeant	Manager	Simple fonctionnaire	étudiant	En chômage	retraité	Total
Effectifs	15	3	5	3	4	0	30
%	50	10	16,7	10	13,3	0	100

Source : élaboré par nous-mêmes.

## Chapitre III: le rôle du capital social dans les différentes entreprises de Bejaia

Selon les données du tableau N°18, la majorité des enquêtés ont déjà exercé une fonction salariale dans des secteurs privés et publics, (15) des entrepreneurs enquêtés étaient dirigeants, (05) étaient des simples fonctionnaires et (03) autres entrepreneurs étaient des managers, cette influence professionnelle cumulée à l'expérience a poussé les entrepreneurs à créer leurs entreprises. Nous retrouvons (07) entrepreneurs étaient en chômage parmi des étudiants.

### 2.3. Capital social des entrepreneurs :

Dans ce dernier axe, les questions traitent l'objectif principal de notre recherche, qui est le capital social des entrepreneurs, il s'agit d'information sur les compétences de l'entrepreneur et leur réseau de relation, et ensuite des informations sur l'accès aux ressources financières.

#### 2.3.1. Compétences de l'entrepreneur :

**Tableau N°19** : Les facteurs déclencheurs de l'initiative d'entreprendre

	Conseils des proches	Projet(s) similaire(s)	Avantages fiscaux	Technologie développée	Expérience	Total
Effectifs	10	9	2	1	8	30
%	33,3	30	6,7	3,3	26,7	100

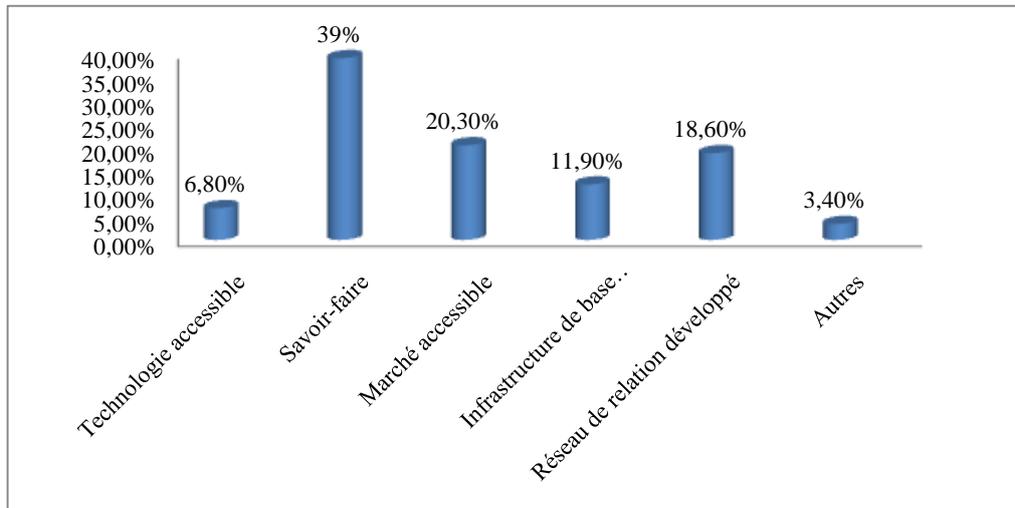
Source : élaboré par nous-mêmes.

Les résultats du tableau N°19, nous permettent de constater que les facteurs déclencheurs de l'initiative d'entreprendre sont le conseil des proches 33,3%, et l'inspiration d'un projet similaire 30%.

Nous retrouvons également le cumul d'expérience qui a motivé 26,7% d'entrepreneurs à créer leurs entreprises.

### Chapitre III: le rôle du capital social dans les différentes entreprises de Bejaia

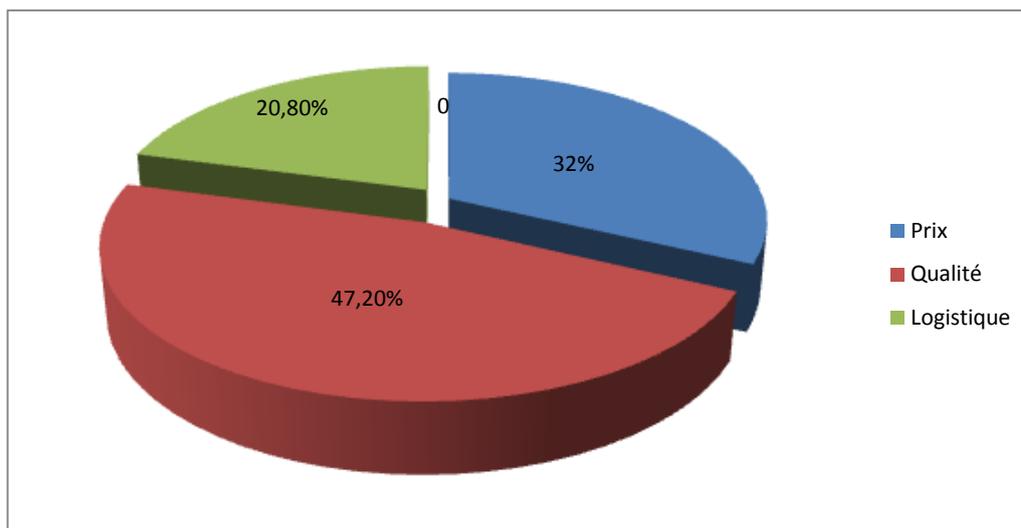
Figure N°11 : Les atouts qui permettent aux entrepreneurs de développer leurs projets



Source : élaboré par nous-mêmes

A partir de cette figure, nous avons constaté que l'un des principaux atouts qui permet aux entrepreneurs de développer leurs projets c'est le savoir-faire 39%, ensuite l'accessibilité du marché et le réseau de relation développé 18,60%. D'autres entrepreneurs ont créés leurs entreprises en raison de la disponibilité de l'infrastructure de base 11,90% et la technologie 6,80%.

Figure N° 12 : La distinction des produits et services



Source : élaboré par nous-mêmes

## Chapitre III: le rôle du capital social dans les différentes entreprises de Bejaia

Les réponses obtenues, nous permettent de constater que les entreprises de notre échantillon adressent leurs produits et services par rapport à leurs qualités pour 47,2%, 32% par rapport à leurs prix. Tandis que d'autres entreprises les distinguent par rapport à la logistique pour 20,8%.

**Tableau N° 20** : La gestion des entreprises :

	Vous-même	En collaboration avec						
		Conjoint	Père	Mère	Frères et sœurs	Cousins	Amis	Autres
Effectifs	26	3	0	0	4	1	1	3
%	68,4	7,9	0	0	10,5	2,6	2,6	7,9

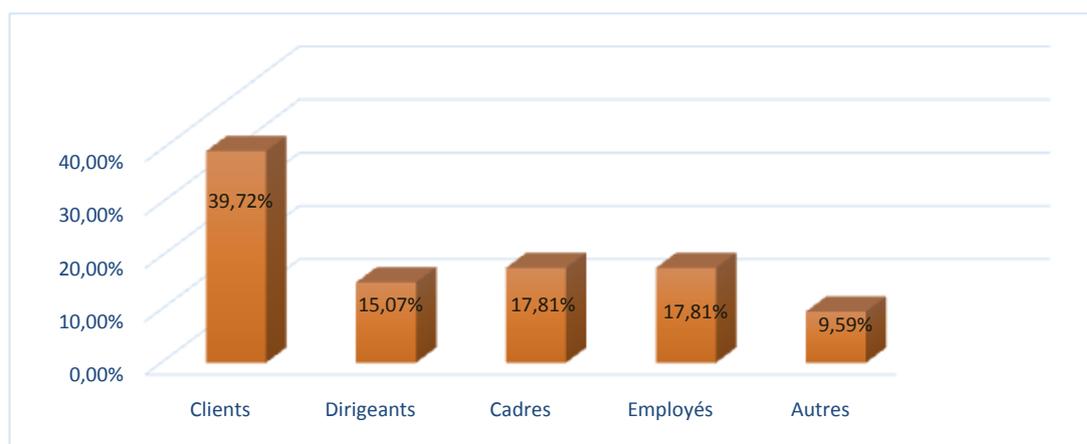
Source : élaboré par nous-mêmes

D'après le tableau N°20, Nous constatons que la majorité des entrepreneurs 68,4% gèrent seul leurs entreprises, ce qui démontre leur dotation de capacité et d'aptitudes de prise de risque et d'initiative et de gestion. Ils préfèrent être seul à gérer l'entreprise car ils pensent que les cogérants pourraient devenir plus tard des concurrents en s'accaparant de l'entreprise.

Par contre 31,6% des entrepreneurs préfèrent gérer leurs entreprises en collaboration avec les membres de leurs famille (conjoint, frères et sœurs) grâce à cette relation familiale ils développent un climat social favorable pour l'environnement du travail .

### 2.3.2. Réseau de relation:

**Figure N°13** : Répartition des réponses obtenues selon les relations des entrepreneurs



Source : élaboré par nous-mêmes

### Chapitre III: le rôle du capital social dans les différentes entreprises de Bejaia

D'après les données obtenues, nous remarquons que les relations des entrepreneurs sont beaucoup plus entretenues avec des clients soit 39,72% pour but d'établir avec eux une communication personnalisée pour les fidéliser et d'acquérir de la clientèle, d'améliorer la visibilité d'entreprise et l'accessibilité au marché.

17,81% d'entrepreneurs ont des relations avec des cadres, basés sur des valeurs communes, sur le respect du même principe d'autorité et sur la connaissance d'une même source de légitimité. Un même taux d'entrepreneurs entretenus des relations avec des employés pour instaurer un climat de confiance, d'estime et de probité et développer l'esprit de l'entreprise.

Pour 15% d'entrepreneurs ont des relations avec d'autres entreprises pour but d'assurer le bon fonctionnement d'entreprise.

**Tableau N° 21** : Motifs des relations

	Effectifs	%
Collaborer	20	27,78
Développer des méthodes de travail et de gestion	19	26,39
Trouver des solutions à des problèmes	18	25
Développer le réseau de relation	14	19,44
Autres	1	1,39

Source : élaboré par nous-mêmes

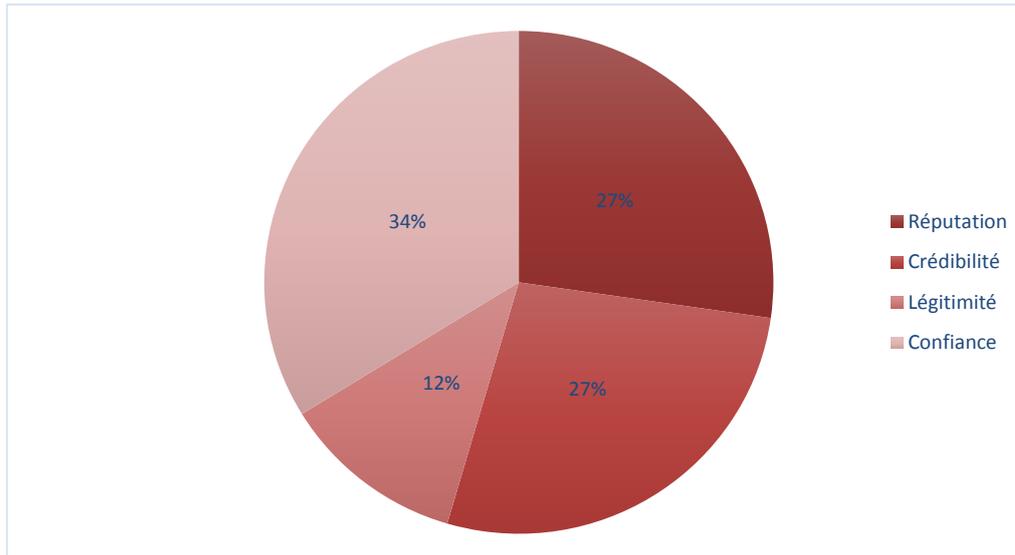
L'analyse des données du tableau N°21, nous permet de constater que les relations des entrepreneurs enquêtés sont orientées pour collaborer dans 27,78% de cas, ce qui permet aux entrepreneurs de trouver des solutions créatives ainsi que de réduire les erreurs et prendre en compte toutes les possibilités.

Les relations qui sont orientés pour développer des méthodes de travail de gestion, et pour trouver des solutions à des problèmes sont d'un taux de réponse de 26,39 et 25% respectivement.

### Chapitre III: le rôle du capital social dans les différentes entreprises de Bejaia

Ensuite vient les relations qui visent à développer le réseau de relation pour près de 19,5% de cas, ce qui permet aux entrepreneurs de rencontrer des personnes ayant les mêmes ambitions pour maximiser leurs chances de créer d'opportunités, et enrichir leurs réseaux professionnels.

Figure N°14 : Répartition des réponses obtenues selon le choix des liens des entrepreneurs



Source : élaboré par nous-mêmes

Cette figure démontre la répartition des réponses obtenues dans les différentes entreprises enquêtées par rapport aux liens des entrepreneurs pour 34% les relations sont fondées sur la confiance qui est un facteur important pour renforcer les liens entre les entrepreneurs et fidéliser leurs clients. Nous soulevons que certains liens sont fondés sur la réputation et la crédibilité avec un taux commun de 27%, alors que la légitimité est estimée à 12% comme le pourcentage le plus faible.

Tableau N°22 : le degré de développement des liens

	Développés	Plus ou moins développés	Plutôt rétrécit	Aucun changement	Total
Effectifs	24	5	0	1	30
%	80	16,7	0	3,3	100

Source : élaboré par nous-mêmes

D'après le tableau N°22 nous constatons que la plupart des entrepreneurs enquêtés soit 80% ont déclaré que leurs liens sont développés, 16,7% des entrepreneurs ont des liens plus

## Chapitre III: le rôle du capital social dans les différentes entreprises de Bejaia

ou moins développés, tandis que les liens de 3,3% d'entrepreneurs n'ont connu aucun changement.

### 2.3.3. L'accès aux ressources financières :

**Tableau N°23** : La structure financière des entreprises enquêtés

Type de financement	Effectifs	%
Autofinancement	12	40
Capitaux familiaux	3	10
Héritage	1	3,3
Emprunts bancaire	9	30
Emprunts chez des amis	3	10
Autres	2	6,7
Total	30	100

Source : élaboré par nous-mêmes

L'analyse des données du tableau N°23, nous permet de constater que la majorité voire 40% des entrepreneurs enquêtés ont créés leurs entreprises par leurs propres moyens (Autofinancement), 3,3% par héritage, 30% ont eu recours aux emprunts bancaires.

Certains entrepreneurs ont eu recours à d'autres moyens de financement en raison du manque du capital d'investissement, nous dénotons les capitaux familiaux et emprunts chez des amis avec un taux de 10%.

Relativement à ces résultats nous relevons que les entrepreneurs de notre échantillon n'ont pas hésité à faire recours à des ressources externes pour lancer leurs projets.

**Tableau N° 24** : L'accès aux ressources financières

	Effectifs	%
Très facile	2	6,67
Facile	7	23,33
Plus ou moins facile	14	46,67
Difficile	7	23,33
total	<b>30</b>	<b>100</b>

Source : élaboré par nous-mêmes

A travers les résultats indiqués dans le tableau N°24, nous déduisons que l'accès de la majorité des entrepreneurs aux ressources financières était plus ou moins facile avec un taux

### Chapitre III: le rôle du capital social dans les différentes entreprises de Bejaia

de 46%, ce qui signifie que ces entreprises disposent des solutions adéquates pour les problèmes de financement.

Les réponses faciles et les réponses difficiles issues d'un même pourcentage de 23,33%. Et dans 6,67% de cas qui trouvent l'accès aux ressources financières très facile.

**Tableau N°25** : Les difficultés des entrepreneurs

Type de réponse	Nombre d'entreprises	%
Oui	21	70
Non	9	30
Total	30	100

Source : élaboré par nous-mêmes

D'après les données du tableau N°25, nous observons que 70% des entrepreneurs ont rencontré des difficultés et 30% n'ont rencontrés aucune difficulté.

**Tableau N°26** : Les difficultés rencontrées

Difficultés	Effectifs	%
Difficulté de bénéficier d'un emprunt	3	14,3
Difficultés financières	12	57,1
Réduction des effectifs suite aux difficultés de paiement	3	14,3
Restriction de l'activité de base	3	14,3
Total	21	100

Source : élaboré par nous-mêmes.

L'analyse des données du tableau N° 26, nous permet de constater que la plupart des entrepreneurs 57,1% rencontrent des difficultés financières, tandis que le reste des entrepreneurs interrogés 42,9% rencontrent des différentes difficultés telles que :

- Difficulté de bénéficier d'un emprunt.
- Difficulté de paiement.
- Difficulté de restriction de l'activité de base.

### Chapitre III: le rôle du capital social dans les différentes entreprises de Bejaia

**Tableau N°27** : L'aide de l'entourage à surmonter les difficultés

Type de réponse	Nombre	Si oui précisez	%
Oui	16	<ul style="list-style-type: none"><li>• Amis</li><li>• Frères et sœurs</li><li>• Cousins</li><li>• Père et mère</li><li>• Banque</li><li>• Conjoint</li></ul>	53,3
Non	14		46,7
Total	30		100

Source : élaboré par nous-mêmes

L'analyse des données du tableau N°27, nous permettons de constater que la plupart (16) des entreprises soit 53,3% font appel à leurs amis et famille (père, mère, frères, sœurs et cousins) pour surmonter leurs difficultés et résoudre leurs problèmes de financement.

Les (14) entreprises restantes soit 46,7% préfèrent de surmonter leurs propres difficultés tous seuls.

## **Chapitre III: le rôle du capital social dans les différentes entreprises de Bejaia**

---

### **Conclusion :**

Dans notre travail nous nous sommes intéressés à une thématique d'actualité qui inscrit sur l'importance des liens sociaux dans la consolidation d'un réseau de relation. Nous avons mené une enquête de terrain auprès d'entreprises localisées dans la wilaya de Bejaia et nous nous sommes parvenu à enquêter 30 entreprises sur les 40 entreprises déclarées ce qui nous permet de justifier la crédibilité de nos résultats car notre échantillon est représentatif à hauteur de 80%. La plupart des entreprises sont des PME avec un taux de 80,8% et les 19,2% restant sont des GE.

Les résultats obtenus nous ont permis aussi de constater que les entreprises de notre échantillon ont été financées, soit par l'autofinancement ou bien avec un emprunt bancaire, et 6 entreprises ont été financées par des capitaux familiaux et des emprunts chez des amis.

Cette enquête nous a permis d'identifier que nos interrogés tissent des relations avec des clients 39,72%, des cadres et des employés avec un taux similaire de 17,81% et avec des dirigeants 15,07%. Ces relations sont-elles orientées pour collaborer, développer des méthodes de travail, de gestion, le réseau de relation et pour trouver des solutions à des problèmes.

Au final, nous dénotons que les liens familiaux et amicaux des entrepreneurs jouent un rôle très important lors des difficultés rencontrées, et dans la conduite de leurs affaires et la gestion de leurs entreprises...

## *Conclusion générale*

### Conclusion générale

Tout au long de ce travail, nous avons essayé d'apporter des réponses à notre question principale à savoir, **quel est le rôle du capital social dans les pratiques entrepreneuriales ?**

Pour ce faire, nous avons élaboré un éclairage théorique sur les concepts de « l'entrepreneuriat », et de « l'entrepreneur ».

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

Ensuite nous avons étudié l'importance du capital social qui ouvre la voie à l'appropriation des ressources, et au développement des compétences entrepreneuriales suite au simple mécanisme d'apprentissage social et de transfert informel de connaissances, il représente un des facteurs ayant les effets les plus considérables sur l'entrepreneur et sur son environnement.

Au fil de notre enquête effectuée au sein des entreprises situées à la wilaya de Bejaia, nous avons pu constater à travers les réponses récoltées qu'il faut posséder une base financière et personnelle afin de couvrir toutes les dépenses de lancement et malgré toute la volonté et l'expérience des entrepreneurs dans le domaine, ils rencontrent des obstacles et des problèmes dans la concrétisation de leurs projets, mais ils se sont basés sur leurs réseaux sociaux afin de résoudre leurs difficultés et de saisir les opportunités offertes, ainsi que d'apporter le soutien nécessaire afin d'assurer le bon fonctionnement de leur entreprise, nous avons aussi constaté que la taille du capital social, la nature des liens sociaux et le statut social des membres du capital social influencent la performance de l'entreprise, ce qui confirme nos hypothèses de recherche.

Au final, nous pouvons souligner que le capital social permet de combler les limites personnelles de l'entrepreneurs, d'élargir son champ d'intervention et de communication et d'acquérir les ressources manquantes et complémentaires dont il a besoin afin d'assurer le développement de son entreprise nouvelle.

## *Références bibliographiques*

### Bibliographie

#### Ouvrage

1. Alain Fayolle, Louis Jacques Filion, « Devenir Entrepreneur : des enjeux aux outils », Pearson Education, France, Paris, 2006.
2. Amina Omrane, « QUELS LEVIERS SOCIAUX POUR LE SUCCES ENTREPRENEURIAL ? » L'Harmattan, France, 2014.
3. Ashoka, J. F, Ashoka, R. R, « Innover pour l'agriculture : histoire et témoignages de jeunes entrepreneurs transformant l'agriculture grâce aux nouvelles technologies, Carole salas, Italie 2016.
4. Bourdieu. P, « Le capital social », Actes de la recherche en sciences sociales, 1980.
5. Bourdieu. P, « The forms of capital », In J. G. Richardson (Ed), Handbook of theory and research for the sociology of education, New York : Greenwood,1985.
6. Cantillon R, « Essai sur la nature du commerce en général », Ed. I.N.E.D, Paris, décembre 2011.
7. CATHERINE LEGER –Jarniou, « Le grand livre de l'entrepreneuriat », Dunod, Paris, 2013.
8. Célestin Mayoukou et Claudine Ratsimbazafy, « Entrepreneuriat et innovation » éd L'Harmattan,2007.
9. Coleman. J. S, « Social Capital in the Creation of Human Capital », The American Journal of Sociology, 1988.
10. Emile-Michel Hernandez, « le processus entrepreneurial vers un modèle stratégique d'entrepreneuriat », Ed L'Harmattan, Paris 1999.
11. Fayolle. A, « Introduction à l'entrepreneuriat », Dunod, Paris, 2005.
12. FAYOLLE Alain., « l'entrepreneuriat, Apprendre à Entreprendre », Dunod, Paris,2012.
13. Gifford Pinchot, « Intrapreneuring: why you dont have to leave the corporation to become an entrepreneur », Joanna cotler Books, 1985.
14. Lundstrom, Anders, Stevenson, Lois. A, « Entrepreneurship Policy: Theory and Practice », Springer USA, 2002.
15. Rob Salkowitz, « Young World Rising: How Youth, Technology and Entrepreneurship are Changing the World from the Bottom Up. Wiley », 2010.
16. Tadayon Nabavi, Razieh, « Bandura's Social Learning Theory & Social Cognitive Learning Theory », 2012.
17. Vincent Lemieux, Mathieu Ouimet, « Dans L'analyse structurale des réseaux sociaux », 2004.

### Articles et revues

1. Alain Degenne, Michel Forcé, « Les réseaux sociaux », 2<sup>ème</sup> Edition Armand colin, paris, Dans Revue de l'OFCE 2001/1 n° 76, 2004.
2. Alain Fayolle, « dans Entreprendre & amp ; Innover », 4 n° 27, 2015.
3. Anabel Gonzalez, « Les petites entreprises dynamisent la croissance économique et créent de l'emploi », publié le 20/06/2016.
4. Cité-ID Living Lab 4750 Henri-Julien, « Mesurer le capital social : Guide destiné aux organisations », Montréal (Québec) H2T 3E5 Canada, 2019.
5. CHOLLET Barthélemy, « L'analyse des réseaux sociaux : quelle implication pour le champ de l'entrepreneuriat », In : 6<sup>ème</sup> congrès international francophone sur la PME, Université Grenoble II, octobre 2002.
6. FILION Louis Jacques, Le champ de l'entrepreneuriat : historique, Revue internationale P.M.E, 1997, Volume 10, N°2.
7. Jean-Luc Arrégle et all, « Origines du capital social et avantages concurrentiels des firmes familiales », Dans Management 2 (Vol. 7), 2004.
8. Laufer. J.C, cité par Sabrina. B, Olivier.C, « Motivations et typologie d'entrepreneurs : une étude empirique belge », la revue des sciences de gestion, vol 2 N°266, 2014.
9. Montes.J.C. et pronovost. S, dans « la conversation sur les notions de capital social et de réseau : à la recherche d'une canne blanche », 16<sup>ème</sup> conférence de L'AIMS, Montréal, juin 2007.
10. Minniti. M & Bygrave.W, (2001), « A dynamic model of entrepreneurial learning, Entrepreneurship: Theory and Practice », 25(3), 2001.
11. Michel Forsé, « Dans Informations sociales », 3 n° 147, 2008.
12. Putnam. R, « Le déclin du capital du capital social aux Etats-Unis », Lien social et politique-RIAC, 1999.
13. Raouf Jaziri, Une vision renouvelée des paradigmes de l'entrepreneuriat : « Ver une reconfiguration de la recherche en entrepreneuriat. Entrepreneuriat et entreprise : nouveaux enjeux et nouveaux défis », Université de Gafsa, avril 2009, Tunisie.
14. Smith. N, Cité par Lorrain. J & Dussault. L, « Les entrepreneurs artisans et opportunistes : une comparaison de leurs comportements de gestion », Revue internationale PME, vol 1 n°2, 1988.

15. Revue française de sociologie, année 1995/36-4/.

16. VESTREATE.T « Entrepreneuriat : Modélisation du phénomène », revue de l'entrepreneuriat, vol 1 n°1.

### ✚ Mémoire

1. Aydi. A, « Réseaux personnels, capital social et création d'entreprises : Facteurs de structuration et effets sur la performance », Thèse de doctorat en science de gestion, FSEG Sfax, 2010.
2. Daval H, cité par Eric Michael La violette, « L'essaimage en PME : enjeux et modalités », thèse du doctorat en sciences de gestion, université jean moulin Lyon 3, soutenue en 2005.
3. LEVY.TADJINE : « L'entrepreneuriat immigré et son accompagnement », thèse de Doctorat en Science de Gestion, 2001.
4. Medjkoune fatiha, « Les déterminants de l'entrepreneuriat », Mémoire de master en Entrepreneuriat, Université de Bejaïa, juillet 2021.

### ✚ Site internet

1. <http://www.esam-ecoles.com> , consulté le 13 Avril 2022.
2. <http://www.socialbusinessmodels.ch.com>, consulté le 06 mars 2022.
3. Laurent combalbert, dimitri linardos, <http://www.Cairn.Info.com> , consulté le 06 mars 2022.
4. <http://www.kandbaz.com>, consulté le 06 mars 2022.
5. Abdallah Mohamed Bourhan, <http://abdallah.over-blog.com> , consulté le 28 Avril 2022.
6. <https://eursed.org/ijarimss> , «Le capital social en entrepreneuriat : une introduction théorique et une délimitation contextuelle », page 7, Consulté le 15/05/2022
7. <https://WWW.strategie-aims.com> « L'impact du capital social entrepreneurial sur l'accès aux ressources externes : une question de compétences sociales ? ». Page 7, Consulté le 16/05/2022.

### Bulletin

1. Bulletin de la direction des PME de la wilaya de Bejaia, Annuaire statistique 2020 Edition 2021.
2. Bulletin de la direction d'industries et des mines, rapport 2021.
3. Bulletin de la direction de l'environnement de la wilaya de Bejaia.
4. Rapport 2017, direction de l'industrie et des Mines.

## *Liste des figures*

## Liste des figures

---

### Liste des figures

Figure n°1 : Paradigmes de l'entreprenariat.....	6
Figure n°2 : les formes de l'entrepreneuriat.....	7
Figure n°3 : Les facteurs qui influencent sur l'activité entrepreneuriale. ....	21
Figure n°4 : les formes du capital social .....	36
Figure n°5 : La notion de densité d'un réseau .....	43
Figure N°06 : Communes de la wilaya de Bejaia .....	50
Figure N°07: Répartition des entreprises selon leur date de création .....	57
Figure N°08: Répartition des entreprises selon leur capital investi .....	57
Figure N°09: le profil des entrepreneurs selon leur critère d'âge .....	60
Figure N°10: Le profil des entrepreneurs selon leur niveau d'instruction.....	61
Figure N°11: Les atouts qui permettent aux entrepreneurs de développer leurs projets.....	63
Figure N° 12: La distinction des produits et services.....	63
Figure N°13: Répartition des réponses obtenues selon les relations des entrepreneurs.....	60
Figure N°14: Répartition des réponses obtenues selon le choix des liens des entrepreneurs ..	66

## *Liste des tableaux*

# Liste des tableaux

---

## Liste des tableaux

<b>Tableau N° 01 :</b> Caractéristiques attribuées aux entrepreneurs par les spécialistes en comportement	16
<b>Tableau N° 02 :</b> Typologies d'entrepreneurs .....	19
<b>Tableau N° 03 :</b> Définitions complémentaires du capital social .....	25
<b>Tableau N° 04 :</b> Principales définitions du capital social entrepreneurial.....	27
<b>Tableau N°05 :</b> Répartition de la population selon le sexe : .....	50
<b>Tableau N°06 :</b> répartition de la population selon l'Age .....	47
<b>Tableau N°07 :</b> Les zones industrielles de la wilaya de Bejaia.....	51
<b>Tableau N°08 :</b> La zone d'activité de la wilaya de Bejaia .....	52
<b>Tableau N°09 :</b> Population globale des PME de 2017 à 2019 .....	52
<b>Tableau N°10 :</b> la taille de l'échantillon de notre enquête .....	53
<b>Tableau N°11 :</b> la taille de l'échantillon étudié .....	53
<b>Tableau N°12 :</b> Présentation des entreprises enquêtées .....	55
<b>Tableau N°13:</b> Branche d'activité de l'entreprises. ....	58
<b>Tableau N°14 :</b> statut juridique de l'entreprise .....	58
<b>Tableau N°15:</b> Taille et effectifs d'entreprise .....	59
<b>Tableau N° 16 :</b> Le sexe et la situation matrimoniale de l'entrepreneur.....	59
<b>Tableau N°17 :</b> L'origine de l'entrepreneur.....	59
<b>Tableau N°18 :</b> L'état des entrepreneurs avant la création des entreprises.....	61
<b>Tableau N°19 :</b> Les facteurs déclencheurs de l'initiative d'entreprendre .....	62
<b>Tableau N° 20 :</b> La gestion des entreprises :.....	60
<b>Tableau N° 21 :</b> Motifs des relations.....	65
<b>Tableau N°22 :</b> le degré de développement des liens .....	66
<b>Tableau N°23 :</b> La structure financière des entreprises enquêtés.....	67
<b>Tableau N° 24 :</b> L'accès aux ressources financières .....	67
<b>Tableau N°25 :</b> Les difficultés des entrepreneurs .....	68
<b>Tableau N°26 :</b> Les difficultés rencontrées.....	68
<b>Tableau N°27 :</b> L'aide de l'entourage à surmonter les difficultés .....	69

# *Annexes*

**Université Abderrahmane Mira De Bejaïa**

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

**Département des Sciences de Gestion**

**Master en Entrepreneuriat**

# Questionnaire

Le présent questionnaire s'inscrit dans le cadre d'un travail universitaire de master, celui-ci nous permettrons de recueillir des informations concernant notre enquête de terrain sur le thème « Le rôle du capital social dans les pratiques entrepreneuriales ».

Ainsi les informations recueillies lors de cette enquête ne feront aucun objet de publication en l'état, et resteront strictement anonymes.

Nous vous remercions d'avance pour votre collaboration ainsi que le temps que vous nous avez consacré.

Veillez agréer nos salutations les plus distinguées.

**Préparé par :**

- **Hamouche Hanane**
- **Ferdji Lylia**

**Sous la direction de :**

**Mme Boudache Souad**

## Annexes

---

### Questionnaire :

#### ➤ **Axe n°1 : Identification de l'entreprise**

##### ❖ **Raison sociale :**

.....

##### ❖ **Adresse de l'entreprise :**.....

##### ❖ **Siège social de l'entreprise :**

• Tel / Fax :.....

• Site web : .....

##### ❖ **Date de création de l'entreprise :**.....

##### ❖ **Domaine d'activité**.....

##### ❖ **Capital investi de l'entreprise :**.....

##### ❖ **Type d'entreprise :**

Micro entreprise  PE  PME  GE

##### ❖ **Forme juridique de l'entreprise :**

SARL  SPA  SNC  EURL  Autres :

.....

##### ❖ **Le secteur d'activité :**

Agriculture

Artisanat

industrie

BTPH

Service

Commerce

autres

(précisez).....

##### ❖ **Nombre d'employés arrêté au 31.12.2021**.....

##### ❖ **Localisation de votre entreprise :**

Une zone d'activité

Une zone industrielle

Un terrain privé

Autres

##### ❖ **Votre entreprise est elle :**

Une nouvelle création

Reprise d'une entreprise familiale

## Annexes

---

- Extension
- Rachat d'une activité
- Autres (précisez).....

### ➤ **Axe N°2 : profil de l'entrepreneur**

#### ❖ L'Age de l'entrepreneur

- Moins de 20 ans
- Entre 20 ans et 30 ans
- Entre 30 ans et 40 ans
- Entre 40 ans et 50 ans
- Plus de 50 ans

#### ❖ Le sexe de l'entrepreneur

Homme                       Femme

#### ❖ L'origine de l'entrepreneur : .....

#### ❖ Niveau d'instruction :

Primaire       moyen       secondaire       universitaire  formation professionnelle

#### ❖ Situation matrimoniale :

- Célibataire                       marié                       divorcé

#### ❖ Avant la création de votre entreprise étiez-vous :

- Dirigeant
- Manager
- Simple fonctionnaire
- étudiant
- En chômage
- Retraité

### ➤ **Axe n°3 : capital social des entrepreneurs**

#### **Compétences de l'entrepreneur**

#### ❖ **Comment est venue l'idée de créer votre entreprise ?**

- Conseils des proches
- Projet(s) similaire(s)
- Avantages fiscaux
- Technologie développée
- Autres .....

#### ❖ **Quels sont les principaux atouts qui vous ont permis de développer votre projet?**

- Technologie accessible

## Annexes

---

- Savoir- faire
- Marché accessible
- Infrastructure de base disponible
- Réseau de relation développé
- Autres
- ❖ **Vos produits et services se distinguent t'ils sur le marché par rapport à leur :**
- Prix
- Qualité
- Logistique (transport, service après-vente ...)
- Autres (précisez)
- ❖ **la gestion de votre entreprise est-elle assurée par**
- vous-même
- en collaboration avec :
  - votre conjoint
  - père
  - mère
  - frères et ou sœurs
  - cousins
  - amis
  - autres

### **Réseau de relation**

- ❖ **Entretenez-vous des relations avec des :**
- clients
- dirigeants
- cadres
- des employés
- autres (précisez)
- ❖ **vos relations sont-elles orientés**
- pour collaborer
- développer des méthodes de travail et de gestion
- trouvez des solutions a des problèmes
- développer le réseau de relation
- autres (précisez)
- ❖ **Vos liens sont-ils fondés sur**
- la réputation

## Annexes

---

- la crédibilité
- la légitimité
- la confiance
- autres (précisez)
- ❖ Depuis la création de votre entreprise, ces liens se sont-ils :
  - Développés
  - Plus ou moins développés
  - Plutôt rétrécit
  - Aucun changement

### **L'accès aux ressources financières**

- ❖ **Quelle est la structure de votre capital :**
    - Autofinancement
    - Capitaux familiaux
    - Héritage
    - Emprunts bancaire
    - Emprunts chez des amis
    - Autres précisez .....
  - ❖ **L'accès aux ressources financières était-il :**
    - Très facile
    - Facile
    - Plus ou moins facile
    - Difficile
  - ❖ **Avez-vous vécu la situation suivante :**
    - Difficulté de bénéficier d'un emprunt
    - Difficultés financières
    - Réduction des effectifs suite aux difficultés de paiement
    - Restriction de l'activité de base
  - ❖ **Votre entourage vous a aidé à les surmonter ?**
    - Oui       non
- Si oui, parmi ceux qui vous ont aidé, vous identifiez :
- Amis

## Annexes

---

- Cousins
- Père
- Mère
- Frères et sœurs

# *Table des matières*

# Tables des matières

---

## Tables des matières

Introduction générale.....	1
Chapitre I : Champ de l'entrepreneuriat et l'entrepreneur .....	4
Introduction .....	4
1. Champ de l'entrepreneuriat.....	4
1.1. Définition de l'entrepreneuriat :.....	4
1.2. Les paradigmes de l'entrepreneuriat : .....	5
1.2.1. Le paradigme de l'opportunité d'affaire.....	6
1.2.2. Le paradigme de la création d'une nouvelle organisation :.....	6
1.2.3. Le paradigme de création de valeur :.....	7
1.2.4. Le paradigme de l'innovation:.....	7
1.3. Formes de l'entrepreneuriat : .....	7
1.3.1. La création d'une nouvelle entreprise ou l'entrepreneuriat ex-nihilo : .....	8
1.3.2. Création par essaimage :.....	8
1.3.3. Création par franchise :.....	8
1.3.4. L'entrepreneuriat : .....	9
1.3.5. La reprise d'entreprise :.....	9
1.3.6. L'entrepreneuriat solidaire et social: .....	9
1.3.7. Le techno-entrepreneuriat :.....	10
1.4. Classification de l'entrepreneuriat : .....	10
1.4.1. Entrepreneuriat formel et informel :.....	11
1.4.2. Entrepreneuriat individuel et entrepreneuriat collectif:.....	11
1.4.3. Entrepreneuriat occasionnel et entrepreneuriat durable : .....	11
1.4.4. Entrepreneuriat féminin et entrepreneuriat masculin : .....	11
1.4.5. Entrepreneuriat privé, entrepreneuriat public et entrepreneuriat social : .....	11
1.5. Les avantages de l'entrepreneuriat :.....	12
1.5.1. Entrepreneuriat et croissance économique : .....	12

# Tables des matières

---

1.5.2.	Entrepreneuriat et création d'emploi : .....	12
1.5.3.	Entrepreneuriat et innovation : .....	13
1.5.4.	Renouvellement du parc d'entreprise : .....	13
2.	L'entrepreneur : L'acteur de l'entrepreneuriat : .....	13
2.1.	Définition de l'entrepreneur : .....	14
2.2.	Caractéristiques et qualités de l'entrepreneur : .....	16
2.2.1.	Caractéristiques d'un entrepreneur : .....	16
2.2.2.	Les qualités de l'entrepreneur : .....	16
2.3.	Les types de l'entrepreneur : .....	19
3.	Les facteurs qui influencent sur l'activité entrepreneuriale : .....	21
3.1.	Les facteurs psychologiques : .....	22
3.2.	L'environnement socioculturel : .....	22
3.3.	L'environnement économique et les relations : .....	23
	Conclusion.....	24
	Chapitre II : Le Capital social et les réseaux sociaux des entrepreneurs .....	26
	Introduction .....	26
1.	Capital social des entrepreneurs : .....	26
1.1.	Définition du capital social : .....	26
1.2.	Les approches du capital social : .....	31
1.2.1.	L'approche communautaire de Putnam : .....	31
1.2.2.	l'approche fonctionnelle de Coleman : .....	31
1.2.3.	L'approche de conflictuelle et comparative de Pierre Bourdieu : .....	30
1.3.	La théorie du capital social en entrepreneuriat : .....	32
1.3.1.	L'approche théorique axée sur les ressources et les connaissances : .....	32
1.3.2.	La théorie du choix rationnel : .....	33
1.3.3.	La théorie du financement hiérarchique : .....	33
1.3.4.	La théorie de l'apprentissage social : .....	33

## Tables des matières

---

1.3.5.	La théorie des trous structuraux : .....	33
1.3.6.	La théorie des liens faibles et la théorie de l'encastrement social :.....	34
1.3.7.	La théorie des parties prenantes : .....	34
1.4.	La constitution du capital social :.....	34
1.5.	Le rôle spécifique du capital social :.....	35
1.6.	Les formes du capital social :.....	36
1.7.	La mesure du capital social :.....	37
2.	Les réseaux sociaux des entrepreneurs : .....	38
2.1.	Définition du réseau social :.....	38
2.2.	Théorie des réseaux sociaux :.....	39
2.2.1.	Les réseaux de soutien :.....	39
2.3.	La nature du réseau social : .....	40
2.4.	La typologie de réseau social : .....	41
2.5.	La structure du réseau de relations sociales : .....	42
2.5.1.	La taille du réseau relationnel :.....	42
2.5.2.	La densité du réseau : .....	43
2.5.3.	Les trous structuraux d'un réseau :.....	44
2.6.	La nature des liens sociaux (liens forts, liens faibles, liens multiplexes) : .....	44
2.6.1.	Les liens forts : .....	45
2.6.2.	Les liens faibles .....	43
2.6.3.	Les liens multiplexes : .....	46
	Conclusion.....	47
	Chapitre III : le rôle du capital social dans les différentes entreprises.....	49
	Introduction .....	49
1.	Présentation de la wilaya de Bejaia et la méthodologie de recherche .....	49
1.1.	Présentation de la wilaya de Bejaia :.....	49
1.1.1.	Historique de la wilaya de Bejaia :.....	49

## Tables des matières

---

1.1.2.	Situation géographique :.....	49
1.1.3.	La densité de population de la wilaya de Bejaia : .....	50
1.1.4.	La dynamique entrepreneuriale dans la wilaya de Bejaia : .....	51
a.	Zones industrielles (ZI) et zones d'activités (ZA) : .....	51
b.	Dynamique des PME : .....	52
1.2.	Méthodologie de recherche : .....	52
1.2.1.	Objectif de l'enquête : .....	52
1.2.2.	Echantillon de l'enquête : .....	53
1.2.3.	Outil de recueil de données : .....	51
1.2.4.	Déroulement de l'enquête : .....	51
1.2.5.	Le traitement des questionnaires : .....	51
2.	Analyse et interprétation des résultats : .....	52
2.1.	L'identification des entreprises : .....	52
2.2.	Profil de l'entrepreneur : .....	59
2.3.	Capital social des entrepreneurs : .....	62
2.3.1.	Compétences de l'entrepreneur : .....	62
2.3.2.	Réseau de relation:.....	61
2.3.3.	L'accès aux ressources financières : .....	64
	Conclusion.....	70
	Conclusion générale .....	72

Bibliographie

Liste des figures

Liste des tableaux

Tables des matières

# LE ROLE DU CAPITAL SOCIAL DANS LES PRATIQUES ENTREPRENEURIALES

## Résumé

Le travail réalisé dans ce mémoire a pour objectif de mieux comprendre le rôle du capital social dans les pratiques entrepreneuriales. Les résultats d'étude exploratoire réalisée auprès de trente entrepreneurs localisés dans la région de Bejaia, nous ont permis de soulever que le capital social ouvre la voie à l'appropriation des ressources, et au développement des compétences entrepreneuriales de l'entrepreneur en tissant des liens forts avec des acteurs. Il lui permet de combler les limites personnelles, d'élargir son champ d'intervention et de communication et d'acquérir les ressources manquantes et complémentaires dont il a besoin afin d'assurer le développement de son entreprise nouvelle.

**Mot clés :** entrepreneuriat, entrepreneur, capital social.

## Abstract

The work carried out in this thesis aims to better understand the role of social capital in entrepreneurial practices. The results of the exploratory study carried out with thirty entrepreneurs located in the region of Bejaia, allowed us to raise that social capital opens the way to the appropriation of resources, and to the development of entrepreneurial skills of the entrepreneur by weaving strong links with actors. It allows him to fill the personal limits, to widen his field of intervention and communication and to acquire the missing and complimentary resources which he needs in order to ensure the development of his new enterprise.

**Keywords :** entrepreneurship, entrepreneur, social capital.