



جامعة بجاية
Tasdawit n Bgayet
Université de Béjaïa

UNIVERSITE A. MIRA DE BEJAIA

Faculté des Sciences Humaines et Sociales

Département de sociologie

Mémoire de fin de cycle

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

Option : sociologie de l'organisation et du travail

Thème

*L'impact des liens sociaux sur le
processus de création de l'entreprise
(cas pratique Béjaïa)*

Présenté par

KHALDI Lounis

ILLILTEN Ziad

Encadré par

Mme HIDER Fouzia

Année universitaire

2021/2022

Remerciement

Avant tous, nous tenons à remercier **Allah** d'avoir guidé nos pas et qui nous a protégé durant toutes nos années d'études.

Au terme de ce modeste travail, nous tenons à adresser nos plus sincères remerciement et gratitude à notre promotrice Mme **HIDER Fouzia** d'avoir accepté de nous encadrer et qui était à l'écoute et disponible pour nous guider dans la réalisation de ce travail.

Nous remercions également et vivement toutes les personnes ayant contribué de près où loin à l'élaboration de ce travail.

Enfin, nous adressons nos sincères remerciements à nos merveilleuses familles, et nos amis qui nous ont toujours soutenus et encouragé tout au long de notre formation.

Merci

Dédicace

J'ai un grand plaisir de dédier ce travail à la lumière de ma vie ma chère famille.

A mes parents Kamel et Sassa qui m'ont toujours soutenu et encouragé dans mes études et à qui je souhaite une longue vie pleine de bonheur, joie et santé.

A mes chers frères, et mes chères sœurs

A ma très chère Taous

A tous mes amis, et ma grande famille

Lounis

Dédicace

Je dédie ce mémoire à mes chers parents, surtout a mon père (paix a son âme),
qui n'a jamais

Cessé de me soutenir malgré le manque des moyens et
De m'épauler, pour que je puisse atteindre mes objectifs et ma réussite
D'aujourd'hui. Je les souhaite que de bonheur, paix et santé

A mes chères sœurs : Atika, Mélissa, Amira et Ghazel

A mon frère Mouloud

A mes chers amis Lyes, Riad et Amirouche

A mon cher binôme Lounis

Ziad

Liste des abréviations :

| Abréviation | Signification |
|--------------------|---|
| PME | Petite et moyennes entreprise |
| EPE | Entreprises publiques économique |
| ONS | Office national de statistiques |
| FMI | Le fond monétaire international |
| PMI | Petite et moyennes industries |
| ANDI | Agence nationale de développement des investissements |
| ANADE | Agence nationale d'appui et de développement de l'entrepreneuriat |
| CNAS | Caisse nationale d'assurance chômage |
| DA | Dinar Algérie |
| OCDE | Organisation de coopération et de développement économiques |
| TPE | La très petite entreprise |
| CAP | Croissance –autonomie pérennité |
| PIC | Plan industriel et commercial |
| EAI | Exploitations agricoles individuelles |
| EAC | Exploitations agricoles collectives |
| EI | Entrepris individuelle |
| EURL | Entreprise unipersonnelle à responsabilité limitée |
| SNC | Société en nom collectif |
| SARL | Société à responsabilité limitée |
| SPA | Société par actions |
| TVA | Taxe sur la valeur ajoutée |
| IBS | L'affranchissement de l'impôt sur le bénéfice des sociétés |
| TAP | Taxe sur l'activité professionnelle |

| | |
|--------------|--|
| CNI | Commission nationale des investissements |
| AGI | Autorisations globales d'importations |
| CNES | Conseil nationale économique et sociale |
| PIB | Produit intérieur brut |
| ANGEM | Agence nationale de gestion de microcrédit |
| CFPA | Centre de formation professionnelle Arts |
| PVC | Polychlorure de Vinyle |

Sommaire :

La partie théorique

| | |
|---------------------------|-----------|
| Introduction | 01 |
|---------------------------|-----------|

Chapitre 01 : Cadre méthodologique

| | |
|------------------------|-----------|
| Préambule | 06 |
|------------------------|-----------|

| | |
|--|----|
| 1. Les raisons de choix du thème | 06 |
|--|----|

| | |
|--|----|
| 2. Les objectifs de la recherche | 06 |
|--|----|

| | |
|---------------------------|----|
| 3. La problématique | 06 |
|---------------------------|----|

| | |
|-------------------------|----|
| 4. Les hypothèses | 11 |
|-------------------------|----|

| | |
|-----------------------------------|----|
| 5. Définitions des concepts | 11 |
|-----------------------------------|----|

| | |
|-------------------------|----|
| 6. La pré-enquête | 15 |
|-------------------------|----|

| | |
|--|----|
| 7. La méthode et la technique de recherche | 16 |
|--|----|

| | |
|----------------------------|----|
| 8. L'échantillonnage | 16 |
|----------------------------|----|

Chapitre 2 : le champ de l'entrepreneuriat et entrepreneur

| | |
|------------------------|-----------|
| Préambule | 19 |
|------------------------|-----------|

| | |
|--|-----------|
| Section 1 : Le champ de l'entrepreneuriat : | 19 |
|--|-----------|

| | |
|-----------------------------|----|
| 1.1 L'entrepreneuriat | 19 |
|-----------------------------|----|

| | |
|---|----|
| 1.2 L'entrepreneuriat historique et évolution | 20 |
|---|----|

| | |
|---|----|
| 1.3 Paradigmes de l'entrepreneuriat | 25 |
|---|----|

| | |
|--|----|
| 1.4 Processus de l'entrepreneuriat | 29 |
|--|----|

| | |
|---|----|
| 1.5 L'entrepreneuriat comme un phénomène économique et social | 29 |
|---|----|

| | |
|--|-----------|
| Section 2 : l'entrepreneur | 30 |
| 2.1 L'entrepreneur | 30 |
| 2.2 Profile des entrepreneurs..... | 33 |
| 2.3 Les caractéristiques de l'entrepreneur | 35 |
| 2.4 Les motivation de l'entrepreneur..... | 38 |
| Conclusion du chapitre..... | 42 |
| Chapitre 3 : Processus de création et réseaux sociaux | |
| Préambule | 44 |
| Section 1 : Processus de création | 44 |
| 1.1 La privatisation..... | 44 |
| 1.2 Processus de création | 45 |
| 1.3 Les types d'entreprises..... | 47 |
| 1.4 Les dispositifs d'aide à la création créé par l'état | 48 |
| 1.5 Genèse de développement des PME en Algérie depuis l'indépendance | 50 |
| 1.6 Les caractéristiques des PME en Algérie..... | 51 |
| 1.7 Le rôle des PME en Algérie | 52 |
| Section 2 : Les réseaux sociaux : | 54 |
| 2.1 Le lien social | 54 |
| 2.2 La théorie des liens forts et des liens faibles | 55 |
| 2.3 Les types des liens sociaux..... | 57 |
| 2.4 Les réseaux sociaux dans les entreprises algériennes | 58 |
| 2.5 Le rôle des liens sociaux dans la création de l'entreprise | 59 |

| | |
|---|-----------|
| Conclusion du chapitre | 59 |
| La partie pratique | |
| Chapitre IV : Caractéristiques socioprofessionnelle des entreprises et des entrepreneurs enquêtés | |
| Préambule | 62 |
| Section 1 : présentation des entreprises | 62 |
| Section 2 : Les caractéristiques socioprofessionnelles des entrepreneurs | 64 |
| 1. La répartition des enquêtés selon l'âge | 65 |
| 2. La répartition des enquêtés selon leur situation matrimoniale | 65 |
| 3. Le niveau d'instruction des entrepreneurs | 65 |
| Conclusion du chapitre..... | 66 |
| Chapitre V : Le processus de création et le rôle des liens sociaux dans le processus de création de l'entreprise | |
| Préambule | 68 |
| Section 1 : Le processus de création..... | 68 |
| 1. L'origine de l'idée de la création | 68 |
| 2. Choix du métier | 69 |
| 3. Les objectifs des entrepreneurs lors de la création de l'entreprise..... | 70 |
| 4. La gestion de l'entreprise : (associé ou pas d'associé) | 71 |
| Section 2 : le rôle des liens sociaux dans le processus de création de l'entreprise..... | 72 |
| 1. Des membres de la famille qui possèdent des entreprises | 73 |
| 2. La contribution de l'entourage dans la création | 73 |
| 3. La contribution de la famille au financement de leurs projets | 74 |
| 4. Les obstacles rencontrés lors de la création et les solutions adoptées par les entrepreneurs | 76 |

| | |
|---|-----------|
| 5. L'aide à la gestion de l'entreprise..... | 76 |
| Conclusion du chapitre..... | 76 |
| Présentation des résultats..... | 77 |
| Conclusion générale..... | 80 |
| La liste bibliographique..... | 82 |

Annexes

INTRODUCTION

Introduction

Introduction :

L'entrepreneuriat est considéré comme l'un des moteurs de la croissance économique, elle commence à prendre une place importante dans le secteur économique et social des nations à savoir la création de richesses, création d'emplois, l'innovation, le renouvellement du parc d'entreprises, l'exploitation des ressources, la diversification et la complémentarité des entreprises.

L'entrepreneuriat est un phénomène complexe qui au cours du temps a pris plusieurs significations. Plusieurs auteurs et chercheurs dans ce domaine ont essayé d'apporter une définition pour ce concept. Parmi ces auteurs, nous citons Thierry Verstraet qui a défini l'entrepreneuriat comme étant un phénomène combinant un individu et une organisation, l'un se définit par rapport à l'autre et vice-versa.

La réussite de la pratique entrepreneuriale et son développement dépend des facteurs liés à l'entrepreneur (ses caractéristiques, ses qualifications, ses compétences). Cependant, l'entrepreneur est devenu le personnage central du développement économique. Il définit le risque d'incertitude, exploite ses idées pour bénéficier au maximum des opportunités qui se présentent. Sa réussite dépend de sa capacité à créer de nouvelles idées et de les réaliser sous forme de projet d'entreprise.

L'acte entrepreneurial est une démarche de création visant la satisfaction de besoins spécifiques du porteur de projet ainsi que la recherche d'une meilleure adéquation avec les besoins de son environnement.

« Resté longtemps dans l'ombre du secteur public, les entrepreneurs algériens ont vu du jour au lendemain leur situation transformée d'une « liberté surveillée » à une franchise totale. Nés déjà dans les années 70 après la transformation de leurs capitaux commerciaux en capitaux productifs voire industriels (J. Pennef, 1981), les entrepreneurs ont évolué au rythme des transformations idéologiques, économiques et politiques qu'a connues l'Algérie depuis 1962. » [AKNINE.S et FERFRA.Y, 2014. P 65].

Lors de la création d'une entreprise, l'entrepreneur investit non seulement son propre capital personnel (connaissances, argent,...) mais il fait aussi appel à ces liens sociaux, liens faibles et liens forts (familial, amical, professionnel).

Le développement de l'entrepreneuriat a évolué dans le temps ce qui a fait d'elle l'objet d'analyses et de recherches poussées, vu son importance dans toutes les dimensions

Introduction

(économique, politique, culturelle et sociale). Notre étude nous permettra de mieux appréhender l'ampleur et l'enjeu que représentent les liens sociaux dans les PME. Ainsi, nous allons tenter de saisir le rôle que ces réseaux jouent dans les différentes transactions qui se font entre les parties prenantes de l'entreprise.

Dans cette ordre d'idée, nous voulons effectuer une recherche sur l'impact des liens sociaux sur le processus de création de l'entreprise dans la wilaya de Bejaïa et de répondre à la question de départ : Quel est l'impact des liens sociaux sur le processus de création de l'entreprise ?

Pour cela, nous avons réparti notre travail en chapitres :

Dans le premier chapitre nous allons présenter le cadre méthodologique de la recherche à savoir les raisons du choix du thème et son objectif, la problématique de recherche, les hypothèses, la définition des concepts clés, la méthode et la technique utilisées, l'analyse de la pré-enquêtes et choix des entrepreneurs interrogés.

Dans le deuxième chapitre, on va donner en premier lieu un aperçu sur l'entrepreneuriat en tant que phénomène social et économique et son évolution la ou on va dégager aussi les paradigmes et le processus de l'entrepreneuriat, ainsi on va donner un aperçu historique sur les entrepreneurs et leurs caractéristiques.

Dans le troisième chapitre nommé le processus de création et les réseaux sociaux, on parlera du processus de création et de ces étapes, ainsi de la privatisation, des types d'entreprises, des dispositifs d'aide à la création de l'entreprise des développements des PME de leurs caractéristiques et de leur rôle en Algérie. Dans un deuxième temps nous allons aborder un aperçu sur les liens sociaux, expliquer la théorie des liens forts et des liens faibles et en fin connaît le rôle des liens sociaux dans la création de l'entreprise et son rôle au sein de l'entreprise Algériennes.

En ce qui concerne la partie pratique, elle est répartie en deux chapitres ; dans le quatrième chapitre nous allons présenter les entreprises et les caractéristiques des entrepreneurs tels que l'âge, leur situation matrimoniale, leur niveau d'instruction.

Dans le cinquième chapitre on va monter d'ou vient l'idée de la création, leurs objectifs lors de la création de l'entreprise ainsi savoir s'ils possèdent des associées au sein de leur entreprise. Dans la deuxième section nous aborderaient la contribution des liens fort (la

Introduction

famille, les amis, proches) des entrepreneurs de la région de Bejaia dans la réalisation de leur projet.

Enfin, les résultats de l'enquête, la conclusion, la liste bibliographique et les annexes.

Partie théorique

CHAPITRE I

Cadre méthodologique

1. Les raisons du choix du thème :

Le choix d'un sujet serait inutile s'il n'y avait pas de problème. En effet, toute recherche naît de l'existence d'un problème qu'il faut élucider ou duquel il faut contribuer à la résolution.

- 1- Le désir de connaître plus profondément le domaine de l'entrepreneuriat des hommes en Algérie et précisément de la wilaya de Bejaïa.
- 2- Améliorer et approfondir nos connaissances sur le processus de création des entreprises.
- 3- C'est un sujet faisable, original qui nous intéresse et qui est en lien avec notre formation.

2. Les objectifs de la recherche :

- 1- Notre recherche a pour but de décrire et de comprendre le parcours socioprofessionnel des entrepreneurs (leur caractéristique- motivation ...etc.).
- 2- Décrire l'impact de ces caractéristiques sur la création de la gestion de temps d'activité, connaître leurs ambitions professionnelles.
- 3- L'influence qui peut avoir la trajectoire socioprofessionnelle sur la création d'entreprise.

3. La problématique :

L'entrepreneuriat est considéré comme un déterminant majeur des performances économiques, s'agissant des notamment des progrès dus à l'innovation. L'importance de son rôle structurale et des dynamiques qu'il impulse dans toute les économies n'est plus à démontrer, les pouvoirs public admettent chaque jour d'avantage qu'il constitue un instrument efficace : pour créer des emplois, augmenter la productivité, et atteindre des objectifs sociaux. De plus en plus deviennent un élément clé des performances économiques, non pas simplement dans la zone OCDE (organisation de coopération et de développement économiques) cet élément clé joue un rôle très important structurale et dynamique important dans toutes les économies. Les politiques relatives à l'entrepreneuriat et aux PME présentent ainsi une dimension locale non négligeable. De fait accroître le taux de création d'entreprises constitue une préoccupation quasiment universelle des collectivités locales soucieuses

d'accélérer le développement ou de s'occuper au déclin de localités. La clé du succès d'une politique de l'entrepreneuriat est l'instauration d'une véritable coopération internationale au sein de laquelle collaborent plusieurs ministres et ministères. **[2ème conférence de l'OCDE des ministres en charge des petites et moyennes entreprises PME, 2004. P 5]**

Aujourd'hui, l'entrepreneur est confondu généralement avec la petite entreprise. Il n'est plus le héros qui apporte des innovations qui vont bouleverser la société. Il crée d'abord son propre emploi. Il est très proche de son environnement local, de ses clients, de ses fournisseurs et de ses financiers et de ses autres partenaires. Il s'inscrit dans un réseau complexe d'entreprise ou il trouve son inspiration et ses sources d'innovation. **[TOUNES.A, 2005. P 14].**

L'entrepreneur a un rôle particulier et indispensable dans l'évolution de système économique libérale. Il est très souvent à l'origine des innovations de rupture. Il crée des entreprises, des emplois et participe au renouvellement et a la restructuration du tissu économique. L'entrepreneur et l'innovateur qui apporte la destruction de créatrice.

[SHUMPETER.J, 1989.P16].

La relation entre l'entrepreneur et l'organisation est de type symbolique, à terme l'un ou l'autre peut devenir un commensal (il vit sur son hôte en détournant une partie des ressources de ces derniers mais lui causé trop de préjudices). Ou pire un parasite (il influence son hôte et peut causer sa mort). Il devient dès lors difficile de continuer à parler d'entrepreneuriat, pour cette raison on peut ne pas réduire l'entrepreneuriat à l'entrepreneur. De plus l'organisation créée peut échapper au contrôle de son initiateur et avoir une existence indépendante.

La création d'entreprise est le déclin ou la sortie du marché des entreprises moins productives sont considérer comme des facteurs essentiels de dynamisme de ces entités et de la croissance économique. On estime que les jeunes entreprises contribuent à réorienter les ressources vers des nouveaux marchés. Qu'elles sont particulièrement innovantes et qu'elles jouent un rôle important comme : créateur d'emploi. Selon les données disponibles, l'esprit entreprise pourrait bien contribuer de manière significative à la réalisation des objectifs clé de la politique gouvernementale **[2ème conférence de l'OCDE des ministres en charge des petites et moyenne entreprises PME, 2004. P12]**

Pour la création des entreprises demeure aujourd'hui et plus qu'avant un sujet très préoccupant pour toute la société qu'il s'agisse de création nouvelle, reprise, développement, en effet réussir ce processus long et très souvent complexe ne s'avère pas facile, c'est une tâche pesante à tout entrepreneurs pourtant de projet.

L'Etat Algérien après de longues années de prohibition où le discours de l'Etat socialiste dans les années 70 prônait un système productif basé sur l'entreprise public (créatrice d'emploi et de richesse). Jusqu'aux années 80, l'Etat fut le principal entrepreneur, le secteur privé était occulté. Après le contre choc pétrolier de 1986, l'entreprise privée se présentait comme la seule issue pour créer de l'emploi et substituer au vide laissé par le secteur public.

L'état Algérienne à complètement modifié son comportement vis-à-vis de l'investissement privé. De l'Etat investisseur des années 1970 et 1980, il devient un Etat incitateur à partir des années 90. Cette renonciation est dû grâce aux émeutes qui ont éclaté le 5 octobre 1988 à Alger, suivies d'autres soulèvements dans les plus grandes villes du pays à cause de la crise économique qui a réduit la capacité budgétaire de l'Etat, sous l'égide d'un plan d'ajustement structurel, ce qui à marque un véritable tournant politique dans l'histoire de l'Algérie indépendante. **[AKNINE.S et FERFRA.Y, 2014. P 66].**

Depuis l'ouverture économique dans les années 90, l'Algérie a affiché des discours d'encouragement et d'ouverture à l'entrepreneuriat à travers des réformes et des lois facilitant la création des entreprises « laisser faire laisser passer ».

« Depuis l'adoption d'un nouveau code des investissements en 1991 qui se veut être la pierre angulaire de la volonté d'ouverture de l'économie et d'une nouvelle politique de promotion de l'investissement, le nombre de PME connaît une croissance continue. Les statistiques démontrent que près de 75% des PME recensées en 2005 ont été créées après ce nouveau code, et que plus de 35% ont été créées durant les 5 dernières années (2000-2005). »

[ASSALA.K, 2006. P 2].

Aujourd'hui les PME sont les structures qui créent le plus d'emploi en Algérie, une PME est une structure qui employant de 10 à 250 salariées, les employeurs d'une PME ne sont jamais assez nombreux ce qui laisse la possibilité de prendre de décision à tout moment où le besoin se fait ressentir. Le secteur PME pèse lourd à la fin de l'année 2019, la population globale des PME s'élève à 1 193 339 entités dont plus de 56% sont constituées de

personnes morales, parmi lesquelles on recense 243 Entreprises Publiques Economiques (EPE). Le reste est composé de personnes physiques (43.73%), dont près de 21% des professions libérales et 23% sont des activités artisanales.

[Bulletin d'information statistique de l'entreprise Algérie N°36 Edition avril 2020]

“Une grande entreprise commence toujours petit.” Richard Branson

Ce sont les PME qui génèrent de la croissance, créent des emplois, se développent plus rapidement et sont plus novatrices, en plus de sa la lutte contre le chômage.

Selon la reconstitution des données de (ONS, FMI, Ministère de la PME/PMI) on constate que le taux d'entrepreneuriat pour 1000000 habitants et de plus en plus en augmentation en 1976 il n'y avait que 28 alors que en 2007 sa à augmenter jusqu'à 159.

[AKNINE.S et FERFRA.Y, 2014. P 73]

La création des dispositifs (ANDI, ANADE, CNAC) on permet d'encourager l'entrepreneuriat en offrant plusieurs avantages : création d'entreprises et création d'emplois, soutenir les chômeurs porteurs de projet d'investissement. Ces trois dispositifs, se base sur deux types d'encouragement : par l'allégement fiscal Et par des financements directs de l'entreprise créée.

Prenant par exemple : L'ANADE accorde aux Jeunes promoteurs trois prêts non rémunérés : Un prêt de 500.000 DA destiné aux diplômés de la formation professionnelle, pour l'acquisition de Véhicules ateliers en vue de l'exercice des activités de plomberie, électricité Bâtiment, chauffage, climatisation, vitrerie, peinture bâtiment, mécanique Automobile. Un prêt de 500.000 DA pour la prise en charge du loyer des Locaux destinés à la création d'activités sédentaires. Un prêt pouvant aller Jusqu'à 1.000.000 DA, au profit des diplômés de l'enseignement supérieur. **[ASSALA.K, 2006. P 72].**

Certes la création des institutions à but d'aider l'entrepreneur lors de la création d'une entreprise mais ce dernier fait aussi appel à ses liens sociaux.

« L'entrepreneur n'est jamais seul, il est porté par son groupe d'appartenance, famille avant tout, puis par concentricité de clientèle et d'allégeance »

[YASSINE.B et YASSINE.M, 2006].

Le rôle des réseaux sociaux a, très tôt, fait l'objet d'analyses dans le champ de l'entrepreneuriat. Si Aldrich & Zimmer (1986) ont souligné le rôle des réseaux sociaux dans Le processus entrepreneurial, Burt (1992) insiste sur le fait que l'entrepreneur est, par nature, à l'intersection de réseaux relationnels non redondants (trous structurels), tandis qu'Aldrich & Waldinger (1990) et Granovetter (1995) soulignent la diversité des réseaux relationnels Activés selon la communauté d'appartenance de l'entrepreneur.

La famille apporte dans la plupart des temps un soutien financier et matériel, mais aussi et surtout un soutien psychologique, de conseil et aussi par sa participation au fonctionnement de l'entreprise. Donc la famille joue un rôle très important en matière de création d'entreprise.

L'utilisation d'un réseau d'amis peut aussi amener un plus lors de la création de l'entreprise, d'ailleurs, les amis sont les meilleurs alliés eux aussi peuvent amener un soutien financier et matière mais à part donner leurs idées ou leurs avis sur le projet ça aussi on peut le considérer comme une forme de soutien car ils mettent de différents moyens, compétences et apports en numéraire, afin de pouvoir mettre en œuvre une idée de projet.

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

[BELATTAF.M et NASROUN.N, 2013.P84].

Avec un nombre de 20684 entreprises, ces derniers sont considérés comme un enjeu majeur pour la quasi-totalité du pays. L'ensemble des avantages qu'il génère justifie énormément l'intérêt croissant qu'il suscite. Par ailleurs, en plus de sa contribution dans la création d'emploi, dans l'innovation et le renouvellement du tissu économique.

[MOUFFOK.N-D, 2018. P210].

Une des définitions les plus courantes de l'entrepreneuriat consiste à l'associer à la création d'entreprise. La décision d'entreprendre est personnelle, souvent influencée par des facteurs environnementaux, ayant un rapport avec le vécu familial et professionnel de l'entrepreneur, tels que les aides diverses dont ils bénéficient, qu'elles soient financières, matérielles ou psychologiques.

[BELATTAF.M et NASROUN.N, 2013.P83].

On va élaborer un ensemble de pré enquête auprès des hommes créateurs d'entreprises PME privées au niveau de la wilaya de Bejaïa en Algérie en élaborant un entretien regroupant une série de questions avec ses derniers.

Notre intérêt s'appuie donc à répondre à ces deux questions :

- Quelle est l'impact des liens sociaux dans le processus de création des PME ?
- Quelle sont les motivations des entrepreneurs lors de la création ?

4. Les hypothèses :

- Les liens sociaux jouent un rôle très important dans le processus de la création des PME.
- Les facteurs financiers incitent les entrepreneurs à la création.

5. Définitions des concepts :

5.1 L'entrepreneuriat :

L'entrepreneuriat est un objet d'étude travaillé par des chercheurs de diverse origine investissant le champ en privilégiant, bien légitimement, une grille de lecture résonnant avec les préoccupations de leur discipline scientifique, il est néanmoins loisible de prendre une perspective interdisciplinaire ou transdisciplinaire pour étudier cet objet. Au-delà de ces approches, certain revendiquant l'autonomie de l'entrepreneuriat, en arguant qu'aucune disciplinaire ne peut, seul éclairer suffisamment le phénomène.

[VERSTRATE.T, 2000. P 7].

Définition de l'entrepreneuriat d'après :

D'après FAYOLLE et FILION « 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

[FILION.L et FAYOLLE.A, 2006. P 254].

P. Michael :

L'entrepreneuriat est un processus dynamique qui consiste à créer de la richesse supplémentaire. La richesse est créée par les individus qui assument les risques principaux en termes de capitaux, de temps et/ou d'implication professionnelle afin de donner de la valeur à un bien ou à un service. L'acte productif peut ou non être nouveau ou exclusif. Mais la valeur doit y être instillée par l'entrepreneur dans la mesure où il rassemble et alloue les compétences et ressources nécessaires.

Gartner : Il a considéré l'entrepreneuriat comme : le processus d'organisation qui conduit à la création d'une nouvelle organisation. [BERREZIGA.A, 2014. P 11].

À part les définitions proposées par les différents auteurs cités ci-haut, il y a également l'Organisation de Coopération et de Développement Économiques (OCDE) qui propose la définition suivante : « *L'entrepreneuriat, c'est l'action humaine, soutenue par le milieu environnant, générant de la valeur sur le marché par la création ou le développement d'une activité économique, évoluant avec cette valeur pour finalement affecter l'économie, et ce, dans le but de mieux répondre aux besoins individuels et collectifs d'un territoire* »

[JULIEN.P et CADIEUX.L, 2010.P 30].

Dans cette définition, l'entrepreneuriat est considéré comme étant une action humaine : car il n'y a pas d'entrepreneuriat, pas d'entreprise sans l'homme, parce que c'est l'homme qui est au centre de toute activité entrepreneuriale et aussi c'est lui qui entreprend (entrepreneur).

5.2 L'entrepreneur :

L'entrepreneur représente l'essence ou le cœur de l'entrepreneuriat. Il innove en fonction des opportunités qui se présentent, mais aussi organise les ressources pour produire et commercialiser, tout en cherchant son intérêt.

D'après Cantillon, L'entrepreneur achète une matière première- souvent un produit de l'agriculture- à un prix certain pour la transformer et le revendre à un prix certain, c'est donc quel qu'un qui sait saisir une occasion en vue de réaliser un profit, mais qui doit en assumer les risques. [FILIO.J, 1997. P 133]

D'après Maclellan, L'entrepreneur est quel qu'un qui exerce un contrôle sur une production qui ne sera pas qu'à sa consommation personnelle.

D'après SCHUMPETER, L'entrepreneur n'est pas l'inventeur d'une découverte, c'est plutôt l'innovateur. C'est-à-dire : c'est lui qui introduira cette découverte dans l'entreprise, dans l'industrie, dans l'économie, soit le responsable de l'innovation a proprement parler ; veut dire dans cette perspective, son rôle est de vaincre une série de résistance.

On comprend à partir de ces définitions que l'entrepreneur est 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....

Ainsi pour notre recherche, nous considérons l'entrepreneur comme un agent qui possède des capacités et des connaissances dans différents domaine, dont la mission principale consiste à produire, quel que soit le secteur d'activité l'agriculture, l'industrie ou le commerce. Par ailleurs, L'entrepreneur contribue à accroître la richesse de la nation, son travail est productif, conduisant à la reproduction de la valeur.

5.3 Les PME :

Selon Bucaille et Beauregard « *La PME est diversité elle l'est dans son marché, dans ses comportements, dans ses hommes, dans son évolution, dans ses technologie ou dans ses risques. Aucune PME ne ressemble totalement à une autre*».

[OUSALEM.H et YOUNICI.K, 2012. P 35].

Selon Weber (1988) les entreprise différent par la taille , le métier , la nature du capital (personnel , familial , étranger ,...) ; mais aussi par le degré d'autonomie (société indépendante , filiale , sous-traitante ...) , le rapport à l'économie mondiale (secteur protégé , en expansion ou en déclin,...) à l'origine sociale de son chef , son capital culturel et relationnel , son identité patronale.**[OUSALEM.H et YOUNICI.K, 2012. P 38].**

Aussi, les définitions de la PME peuvent se subdiviser en deux approches distinctes selon les critères de référence utilisés : d'une part, les définitions se basant sur des critères endogène a l'entreprise tel la dimension, le chiffre d'affaire, d'autre part, celles utilisant des critères exogènes comme le secteur d'activité et la forme juridique.

5.4 Le lien social :

« *Le lien social entre deux ou plusieurs individus désigne la ou les relations interpersonnelles directes existant entre eux. Ces relations interpersonnelles reposent sur divers types d'interactions. On peut ainsi décrire un lien social comme une interaction particulière, régulière, entre deux individus. L'un des fondements du lien social est l'obligation de réciprocité. On distingue également, d'après Mark Granovetter, des liens forts (étroits) et des liens faibles* ».

C'est l'ensemble des relations qu'un individu entretient avec des personnes de son entourage, elles peuvent être très fortes dans le cas des relations plus fréquentes tel que la famille et les amis, et elles peuvent aussi être faibles dans le cas des relations moins fréquentes, comme le cas des anciens camarades de classe, les voisins,...etc.

[FALLERY.B et MARTI.C, 2007. P 170].

5.4.a Les liens fortes :

Les liens forts sont ceux que l'on a avec des amis proches (il s'agit de relations soutenues et fréquentes).

5.4.b Les liens faibles :

Selon Granovetter, « *les liens faibles sont plus socialement performants (ils permettent de parcourir une plus grande distance sociale). Les liens faibles relient des individus plus éloignés socialement, ils permettent de mettre en relation des groupes d'individus et donc de parcourir une plus grande distance sociale. C'est pour cette raison que cette première variable est intéressante car l'on est face à un choix stratégique : privilégier l'efficacité sociale en sollicitant des liens faibles pour obtenir des capitaux, quels qu'ils soient, ou privilégier des liens forts pour s'appuyer sur une confiance durable au moment de la création d'entreprise* ». **[FALLERY.B et MARTI.C, 2007. P 171].**

5.5 Le capital social :

Bourdieu semble avoir été l'un des premiers à utiliser le terme de capital social qu'il définit comme « *l'ensemble des ressources réelles et potentielles liées à la possession d'un réseau durable de relations plus ou moins institutionnalisées de connaissance et de reconnaissance Mutuelles – soit, en d'autres termes, l'appartenance à un groupe* »

[BOURDIEU.P, 1980.P02].

- Le capital culturel, concept proche de celui de capital humain, qu'il soit incorporé (culture, langage, connaissance des codes sociaux) ou institutionnalisé (diplômes, titres).
- Le capital économique lié aux ressources patrimoniales ou au revenu
- Le capital symbolique, désignant toute forme de capital (culturel, social, ou économique) Ayant une reconnaissance particulière au sein de la société. Selon lui, le volume de capital social détenu par un individu varie en fonction du nombre de personnes appartenant à son réseau personnel et du volume de capital culturel, économique et symbolique qu'elles détiennent.

Le capital social chez Bourdieu est comme le capital symbolique, Un méta-capital, il n'a pas de contenu (Godechot et Mariot, 2004). Ils le considèrent comme un démultiplicateur des autres capitaux (économique et culturel).

Au même titre que les autres capitaux, le capital social est perçu comme un instrument de domination mobilisé par un groupe social et ne prend son sens que dans l'exercice d'un rapport de pouvoir (Baret et Soto-Maciel, 2004).

J. Coleman (1988) définit le capital social par sa fonction collective de facilitation de l'action pour les individus d'un groupe, « il rend possible la réalisation de certains buts qui ne pourraient être réalisés en son absence » : amélioration de la circulation de l'information et bienveillance des autres à notre égard (solidarité, normes de coopération), mais en contrepartie le réseau social est contraignant car il oblige à suivre des principes de comportements.

D. Putnam (2001) conçoit le capital social comme une grandeur caractéristique de l'état d'une société : les réseaux, les normes et la confiance, qui facilitent la coordination et la coopération pour un bénéfice mutuel.

On comprend donc à travers toutes ces définitions que le capital social de répartition des pouvoirs et des voix dans la société, sert comme un moyen de financement ou moment de la création de l'entreprise, et il sert également d'indicateur concernant la bonne santé de l'entreprise.

6. La pré-enquête :

Afin de savoir si les liens sociaux ont un impact sur le processus de création de l'entreprise, on a effectué quatre entretiens auprès des entrepreneurs de la wilaya de Béjaïa d'une période allant de (27 février 04 mars 2022). Donc on a pu interroger quatre entrepreneurs, l'un propriétaire d'une entreprise de recyclage de pneus, le second locuteur d'une entreprise de l'import et export de produits sanitaires, le troisième est propriétaire d'une auto école, le dernier possède une entreprise de travaux publics. Ces quatre entretiens se sont déroulés dans des endroits différents. On a pu alors poser quatre questions générales sur notre sujet.

Les entrepreneurs nous ont dévoilés les motivations qui les ont poussés à créer leurs entreprises, aussi l'aide de leurs réseaux personnelles et réseaux d'amis durant cette création, finalement ils nous ont donné leurs avis sur l'importance des liens familiaux et sociaux durant la création.

Durant ce travail de recherche, nous avons assuré l'accessibilité sur le terrain de notre thématique de recherche et d'avoir l'idée de la population d'étude sur laquelle on va travailler. Ainsi on a réussi grâce à cette pré-enquête de tisser des liens, ressortir nos hypothèses, définir les concepts opérationnelles. En fin elle nous a permis de définir la méthode et la technique qu'on doit utiliser pendant ce travail.

7. La méthode et la technique de recherche :

7.1 La méthode de recherche :

Afin de répondre à la question de notre problématique, à savoir l'impact des liens sociaux sur le processus de création de l'entreprise (cas pratique Bejaïa). Nous avons opté pour la méthode qualitative à fin de comprendre le phénomène et de vérifier les hypothèses de

travail, cette démarche nous à permis aussi de recourir aussi plein d'informations sur notre sujet.

7.2 La technique de recherche :

Une technique est un moyen d'investigation de la réalité qui se fait de façon directe ou indirecte.

Dans notre cas nous avons choisi l'entretien semi-directif pour recueillir des informations en relation avec le but fixé et puisque notre population est restreinte, ce qui fait le meilleur moyen qui vas nous permettre de recueillir des faits au prés des hommes entrepreneurs.

8. L'échantillonnage :

Nous avons pu réaliser 10 entretiens avec des entrepreneurs créateurs et propriétaire d'entreprises, Nous avons opté pour l'échantillonnage non probabiliste type boule de neige ; A chaque fois que nous rencontrons un de nos interlocuteurs, nous lui demandons s'il peut nous orienter vers d'autres entrepreneurs, nous avons pu grâce à ça d'interviewer 10 entrepreneurs aux activités diverses (fabrication, commerce, service...etc.) Les entretiens se sont déroulés dans des conditions différentes et dans des lieux différents.

Ont ce moment-là on a réalisé 10 entretiens pour nous c'est suffisant vu l'objectif de notre de notre étude qui ne vise pas à généraliser les résultats mais de comprendre l'impact des liens sociaux sur le processus de création des entreprises,

CHAPITRE II :

**Le champ de l'entrepreneuriat
et l'entrepreneur**

Préambule :

À travers ce chapitre, nous allons présenter quelques éléments théorique on ce qui concerne l'entrepreneuriat en général, son historique et son évolution ainsi on à présenter les paradigmes de l'entrepreneuriat. Expliquer c'est quoi le processus entrepreneurial, expliquer les différents aspects d'une démarche entrepreneurial mais aussi l'entrepreneuriat comme un phénomène économique et sociale.

La deuxième section de se chapitre on la consacré pour hommes entrepreneurs la ou on à donner un aperçu historique de ce dernier ainsi on à expliquer les motivations de l'entrepreneur à l'égard de l'entrepreneuriat, présenter ces caractéristiques. Finalement on à identifier le profile des entreprises gérée par les hommes entrepreneurs ainsi que le profile des hommes entrepreneurs.

Section 1 : Le champ de l'entrepreneuriat**1.1 L'entrepreneuriat :**

Aujourd'hui, l'entrepreneuriat constitue un phénomène qui attire de plus en plus les chercheurs dans les domaines de l'économie et de la gestion. L'entrepreneuriat est un phénomène complexe qui au cours du temps a pris plusieurs significations. Plusieurs auteurs et chercheurs dans ce domaine ont essayé d'apporter une définition pour ce concept. Parmi ces auteurs, nous citons Thierry Verstraet qui a définit l'entrepreneuriat comme étant un phénomène combinant un individu et une organisation, l'un se définit par rapport à l'autre et vice versa. *«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'entreprise à apprendre à devenir des entrepreneurs, à lancer et à développer une entreprises»*, [Stevenson]

[VESTREATE.T, 2001. P 51].

L'entrepreneuriat est un champ d'étude scientifique et nécessite une modélisation basée sur deux composantes individu-organisation ou interaction entre eux d'une manière symbiotique sous trois axes ou dimensions. La première est la dimension cognitive qui se focalise sur la pensée, la source des idées, le point de départ de toute entreprise ou projet

d'investissement. La deuxième est la nécessité d'élaborer un plan d'action qui s'inscrit dans le cadre de la dimension praxéologique permettant de clarifier les différents schémas tracés par la pensée. A partir de là, découle la troisième dimension fondée sur la construction de la structure de l'entreprise afin de l'insérer dans la structure sociale au sein de laquelle existe cette entreprise.

L'entrepreneuriat une voie de développement arrive au bon moment pour répondre à l'attente des jeunes, bref sur la façon d'entreprendre, de créer les entreprises (petite ou moyenne). Chercher à développer l'esprit de la création pour participer au changement intégrale de notre pays.

L'entrepreneuriat comme nous pouvons le constaté est un moyen d'augmenter la productivité et l'innovation. Selon Paturel (2007), on parle d'entrepreneuriat si celui-ci « est, à partir d'une idée, l'exploitation d'une opportunité dans le cadre d'une organisation impulsée, créée de toute pièce ou reprise dans un premier temps, puis développée ensuite, par une personne physique seule ou en équipe qui subit un changement important dans sa vie, selon un processus qui aboutit à la création d'une valeur nouvelle ou à l'économie de gaspillage de valeur existante».

L'entrepreneuriat fait augmenter la concurrence sur les marchés avec la création d'entreprise ce qui a des répercussions positives sur la productivité de tout le secteur. L'apport d'innovation redynamise le secteur et pousse les autres entreprises à se perfectionner.

1.2 L'entrepreneuriat historique et évolution :

Le concept d'entrepreneuriat a été créé pour la première fois dans les années 1700 exactement c'était en 1755 que le pionnier Cantillon l'a utilisé pour la première fois avec une certaine clarté, alors que le concept est bien utilisé avant lui mais sans aucune précision de sens. Cantillon était essentiellement un banquier qu'on qualifierait aujourd'hui de prêteur de capitaux de risque. Ses écrits nous révèlent un homme à la recherche d'occasions d'affaires, préoccupé par une gestion astucieuse et économe qui optimalise le rendement sur le capital investi. Et le sens a évolué depuis. De nombreuses écoles de pensée se sont succédé pour étudier et analyser finement l'activité entrepreneuriale.

La recherche sur l'entrepreneuriat a donné lieu à plus de 1 000 publications par an présentées dans quelque 50 colloques et 25 revues spécialisées. Ce champ de recherche comprend de très

nombreuses spécialisations. Nommons en quelques-unes : innovation et créativité ; création, démarrage et fermeture d'entreprises ; croissance d'entreprises ; travail autonome et micro entreprises ; franchises ; études sur diverses dimensions de l'entrepreneur : comportements, d'activités, processus entrepreneurial, intra preneurs et entrepreneuriat corporatif, techno preneurs, développement régional, entrepreneuriat ethnique, systèmes de soutien à l'entrepreneuriat et politiques gouvernementales, entrepreneuriat coopératif, éducation entrepreneuriale, entrepreneuriat féminin ; études sur la PME avec tout ce que cela implique d'approches fonctionnelles, telles que finance de PME, marketing de PME, gestion des opérations PME, gestion des ressources humaines de la PME, systèmes d'information et PME, stratégie de PME.

[FILION.L, 1997. P 131]

Le champ de l'entrepreneuriat est délimité par deux conceptions principales. La première est celle des anglo-saxons (Gartner Shane et Venkataraman) et s'intéresse à la création de l'organisation et l'opportunité entrepreneuriale. En effet, ce sont deux points importants de cette conception. L'apparition de l'organisation permet de faire exercer des activités en sein de l'entreprise et mène à comprendre l'entrepreneuriat. La découverte, l'évaluation et l'exploitation des opportunités constituent une aubaine dans le champ de l'entrepreneuriat. La deuxième conception s'appuie sur la dialogique individu-crédation qui est déterminée en fonction de l'intensité du changement. L'individu est l'acteur principal de la création de valeur, et cette dernière est le support de celui-ci. Le changement permet d'apprécier le degré d'intensité d'une situation entrepreneuriale. **[HERNANDEZ.E, 1999. P62].**

1.2.a Le courant économique :

L'approche fonctionnelle des économistes considéré comme l'origine historique de l'entrepreneuriat, cette approche a pris forme dans les premiers écrits des théoriciens économiques. En premier lieu, à travers les écrits de Richard Cantillon (1697-1735) qui est considéré comme le premier auteur à faire apparaître le concept de l'entrepreneuriat (Filion, 1997). Il a présenté la fonction de l'entrepreneur et son importance dans le développement économique. Puis, Jean-Baptiste Say (1767-1832) a prolongé les analyses de Cantillon en définissant le métier de l'entrepreneur et le capitaliste. Il associe l'entrepreneur à l'innovation en le voyant comme un agent de

changement. Ensuite, c'est Joseph Schumpeter (1883-1950) qui a donné ses assises au champ de l'entrepreneuriat, en publiant sa théorie de l'évolution économique. Pour Schumpeter, l'entrepreneur par son action innovatrice constitue l'élément central du développement économique. La contribution de Schumpeter a été complétée par d'autres économistes dont principalement, (Knight, 1979) et la relation de l'entrepreneur à l'incertitude, (Kirzner, 1979) et les opportunités liées aux besoins et aux imperfections du marché. (Leibenstein, 1979) et son modèle de mesure de l'inefficacité dans l'utilisation des ressources et (Casson M. C., 1982) et l'importance de la coordination des ressources et la prise de décision. D'après Fayolle le point de vue des économistes est multi-composant et tend à dégager, au moins, deux figures d'entrepreneurs et quatre rôles entrepreneuriaux fondamentaux :

- Les deux figures sont celles de l'entrepreneur organisateur d'activités économiques et l'entrepreneur innovateur. Les quatre rôles que joue l'entrepreneur dans le système économique sont: la prise de risque « risk-taker » (Cantillon, Say, Knight) ; l'innovation « innovator » (Schumpeter) ; la saisie d'opportunité « Alert seeker of opportunities » (Hayek, Mises, Kirzner) et les coordinations de ressources limitées « coordinator of limited resources » (Casson M. , 1991). **[FILION.L, 1997. P 129-172].**

L'entrepreneuriat a été identifié par les économistes comme étant une construction utile pour mieux comprendre le développement économique. Le rôle de l'entrepreneur a été étudié sous un angle quelque peu abstrait de sa fonction économique, et en lui allouant un comportement rationnel qui vise le profit maximum. Ce faisant, le refus de développer des modèles plus complexes et qualitatifs est une limite à leur approche (Moreau, 2004). (LEIBENSTEIN, 1968) conclut qu'il n'est pas possible d'établir un modèle de développement économique en relation avec l'entrepreneuriat et ajoute que la théorie de la concurrence donne l'impression qu'il n'y a nul besoin en ce domaine. Ainsi, cette approche fonctionnelle a quelque peu atténué depuis la fin des années 70, ce qui amènera « le monde de l'entrepreneuriat à se tourner vers les behaviouristes pour mieux approfondir la compréhension du comportement de l'entrepreneur » (Filion L. J., 2001).

[FILION.L, 2001. P 137].

Cantillon et Say voyaient l'entrepreneur surtout comme un preneur de risques puisqu'il investissait son propre argent. Pour Cantillon, l'entrepreneur achète une matière

première souvent un produit de l'agriculture à un prix certain pour la transformer et la revendre à un prix incertain. C'est donc quelqu'un qui sait saisir une occasion en vue de réaliser un profit, mais qui doit en assumer les risques. Say fera une différence entre l'entrepreneur et le Capitaliste, entre les profits de l'un et de l'autre. En ce sens, il associe l'entrepreneur à l'innovation ; il voit l'entrepreneur comme un agent de changement. Entrepreneur lui-même, il est le premier à avoir défini l'ensemble des paramètres de ce que fait l'entrepreneur dans le sens où nous l'entendons de nos jours. [FILION.L, 1997. P133, 134].

1.2.b Le courant sociologique :

On a commencé, à partir des années 1970, à analyser le phénomène de l'entrepreneuriat sous un angle de vue sociologique. Certains auteurs étudient l'impact des variables sociologiques sur l'entrepreneur, comme par exemple la classe sociale de l'entrepreneur, son genre, son âge, son statut social, son capital social et notamment son niveau d'études (Orvis Collins et Moore, 1970).

[COLLINS.O et MOORE.G, 1970. P 237].

Des déterminants comme l'éducation, l'expérience professionnelle (Shane, 2003), ou encore la famille (Shoon et Duckworth, 2012), représentent des facteurs non négligeables dans la décision d'entreprendre : « l'entrepreneur ne peut donc être compris qu'en rapport avec la société qui lui accorde ce rôle : c'est un agent social » (Boutillier et Uzinidis, 1995).

[SHOON.I et KATHRYN.D, 2012. P 106].

Les théories culturelles sont également présentes dans la littérature (A. Shapero et Sokol, 1982), et les croyances, les coutumes, les tabous, et les valeurs ou attentes sociales de telle ou telle culture sont étudiées (Hofstede, 1991). Weber, pour sa part, parle de contexte socio-économique. Il explique l'entrepreneuriat comme le produit de valeurs religieuses (l'éthique protestante) et d'un contexte économique favorable au développement du capitalisme (Weber, 1905). Ce courant se concentre principalement sur les forces externes poussant le potentiel entrepreneur à fonder son entreprise.[MAX.W, 1905. P 99]

1.2.c Le courant psychologique :

Ce troisième courant émerge dans les années 1960-70. Le but des auteurs issus de ce courant est principalement d'établir le dénominateur commun des entrepreneurs au niveau psychologique. Certains auteurs pensent que les traits de personnalité représentent des « dispositions stables » (Scheffer et Heckhausen, 2008).

[SCHEFFER.G. et HECKHAUSEN.J, 2008. P 88].

Zhao et Seibert, entre autres, ont fait des recherches sur le lien existant entre l'entrepreneuriat et les traits de personnalité de l'entrepreneur par le biais de tests psychologiques comme le Big Five (Seibert et Zhao, 2006). Selon ces recherches, quatre sur cinq de ces traits sont positivement reliés à l'entrepreneuriat, soit l'extraversion, l'ouverture à l'expérience, le fait d'être consciencieux, et enfin la stabilité émotionnelle. Il semblerait que le fait d'être agréable soit au contraire négativement relié à l'entrepreneuriat, selon cette étude. Cependant, sur ce sujet, les auteurs sont divisés. Par exemple, dans plusieurs études, le trait d'ouverture à l'expérience n'a pas été relié à l'entrepreneuriat (Ciavarella et al., 2004 ; Nicolaou et al., 2010). D'autres auteurs, comme Kets de Vries, s'intéressent aux dysfonctionnements de la personnalité de l'entrepreneur. Ce dernier se penche sur la psychopathologie de l'entrepreneur et le voit comme un individu ayant un comportement déviant (Manfred Kets de Vries et Miller, 1985). Il postule que les entrepreneurs, de par leurs caractéristiques personnelles, seraient attirés par ce milieu et s'y sentiraient à leur place, car ils ne seraient pas complètement intégrés à la société. Sur ce sujet, Henderson vient corroborer ces recherches (1974). Shapero introduit également dans les années 80 la notion de « déplacement psychologique », et intègre cette variable dans son modèle sociologique de l'« événement entrepreneurial » (Albert Shapero, 1980). En fait, il constate que certains entrepreneurs ont vécu des « déplacements », c'est-à-dire des événements ayant eu des répercussions psychologiques, positives ou négatives, dans leur vie personnelle ou professionnelle, et qui ont engendré l'action d'entreprendre : un licenciement, un drame familial, une rencontre décisive, ou encore la découverte d'une opportunité d'affaires (Fayolle, 2005). Il semble cependant que le lien entre la personnalité de l'entrepreneur et l'action de fonder une entreprise ne soit pas si évident que cela et que les études sur le sujet soient peu concluantes. Dans les années 90,

Gartner propose une théorie s'inscrivant dans l'approche comportementale. Pour lui, « les caractéristiques personnelles de l'entrepreneur ne sont qu'auxiliaires à ses comportements » (Gartner, 1989,). Il donne ainsi la prévalence aux comportements de l'entrepreneur par rapport à ses traits de personnalité en développant l'argument que l'entrepreneur évolue dans un contexte et dans un événement entrepreneurial, et que ses actions sont inscrites dans cette réalité. Il apporte l'élément de « dynamisme » aux théories auparavant plus « statiques » de l'entrepreneuriat. Drucker (1985) a fait de même en disant que « l'entrepreneur est toujours en recherche du changement, y répond, et l'exploite comme une opportunité » (Drucker, 1985)

1.3 Paradigmes de l'entrepreneuriat :

1.3.a Le paradigme de l'opportunité d'affaires :

«Un entrepreneur est quelqu'un qui perçoit une opportunité et crée une organisation pour la poursuivre » [BYGRAVE, HOFER, 1991. P 14].

« L'entrepreneuriat est le processus de création ou de saisie d'une opportunité et de sa poursuite quelles que soient les ressources actuellement contrôlées »

[TIMMONS, 1994. P7].

« L'examen scientifique de comment, par qui et avec quels effets les opportunités de créer des biens et services futurs sont découvertes, évaluées et exploitées (Venkataraman, 1997). Par conséquent, le domaine implique l'étude des sources d'opportunités ; le processus de découverte, d'évaluation et d'exploitation des opportunités ; et l'ensemble des individus qui les découvrent, les évaluent et les exploitent »

[SHANE et VENKATARAMAN, 2000. P 218].

Ces citations montrent la centralité du concept d'opportunité dans l'approche des auteurs, mais aussi l'association de celui-ci à d'autres aspects de l'entrepreneuriat. Timmons y associe le contrôle des ressources nécessaire à l'exploitation de l'opportunité. Bygrave et Hofer concilient le paradigme de l'opportunité à celui de la création d'une entité, mais leur propos porte sur l'entrepreneur plus que sur l'entrepreneuriat.

Par opportunité d'affaire, nous entendons tout bien une opportunité de création d'entreprise ou de développement d'une innovation dans une entreprise existante. Une opportunité

d'affaire peut être définie par la possibilité qu'un projet présente d'aboutir à une activité créatrice de valeur, rentable et dotée d'un potentiel de développement ou de pérennisation, compte tenu de l'opportunité de marché et des ressources mobilisable par l'individu.

[FAYOLLE.A et MOLLE.P, 2004.P91].

1.3.b Paradigme de création d'une organisation :

« Un entrepreneur est quelqu'un qui perçoit une opportunité et crée une organisation pour la saisir » **[BYGRAVE, HOFER, 1991, P 14].**

Le premier courant, initié par Gartner (1985, 1990, 1995), défend l'idée que l'entrepreneuriat est la création d'une nouvelle organisation. En fait, Gartner est réputé comme étant le chef de file de ce paradigme de l'émergence organisationnelle. **[GARTNER.P, 1995.P 69].**

Dans cette Perspective, étudier l'entrepreneuriat revient à étudier la naissance de nouvelles organisations, c'est-à-dire les activités permettant à un individu de créer une nouvelle entité juridique indépendante. Ce paradigme a incité certains chercheurs à considérer l'organisation à la fois comme un Moyen et comme le résultat du processus entrepreneurial. Cette dimension dialogique est défendue par Verstraete (1999, 2003b). Ce paradigme est largement corrélé avec le Paradigme de l'opportunité par Bygrave et Hofer (1991) qui, Dans leur définition de l'entrepreneur, stipulent : «Un entrepreneur est une personne qui perçoit une opportunité et qui crée une organisation pour la poursuivre». A propos de ce paradigme, Verstraete (1999, 2003) insiste Sur l'impulsion d'une organisation. Cependant, quels que soient les auteurs qui se rangent dans cette mouvance, la question se pose quant à l'originalité et l'apport réel d'une telle approche tant elle correspond à une évidence (Paturel, 2007). Il va de soi d'impulser une organisation lorsqu'on se met à son propre compte cependant, il convient qu'il ne faut pas se limiter à l'impulsion d'une Entreprise, mais généraliser le paradigme à toutes les organisations ; même celles à but non lucratif (Shane et Venkataraman, 2000). Entre autres, il ne s'agit Pas de penser uniquement à impulser une nouvelle organisation (création Ex-nihilo), mais aussi à celle existante et reprise (Paturel, 2007). Sous cet angle, il nous semble que le paradigme peut être utile pour expliquer l'action entrepreneuriale des membres de l'université dans le cadre de l'acadépreneuriat ou de l'entrepreneuriat académique.

1.3.c Le paradigme du processus entrepreneurial :

L'entrepreneuriat est perçu chez la majorité des chercheurs comme un processus.

Selon Johannisson (2003), l'entrepreneuriat est considéré comme un processus dans lequel les ressources indépendantes à l'origine sont réorganisées d'une nouvelle façon pour saisir une occasion d'affaire.

En somme, le paradigme du processus consiste à décrire et analyser les différentes étapes de la création d'une nouvelle entreprise ex nihilo ou de la reprise d'une entité existante, afin d'en élucider et cerner les problèmes pour y remédier. Souvent, ce paradigme fait appel à la notion d'engagement entrepreneurial qui relève de l'intention entrepreneuriale, dans le processus de création d'entreprise. Cependant, l'intention est insuffisante pour entreprendre : c'est la décision qui fait foi et qui représente le maillon indispensable entre l'intention de créer et l'acte de création (Hernandez et Marco 2006). De même, la modélisation diachronique du processus de création d'entreprise de Bruyat (1993) a fait de l'engagement une phase déterminante du processus entrepreneurial.

[HERNANDEZ.M, 2007. P 9].

Le paradigme du processus entrepreneurial est fortement corrélé avec le paradigme de l'opportunité d'affaire (Cf. Timmons, 1994, p.7), des faits (Toutin 2005), de l'impulsion d'une organisation (Gartner 1993) et celui de l'innovation (Schmitt, 2008). Il a été traité par plusieurs auteurs (Gartner, 1985 ; Schmitt et Bayad, 2007 notamment), et consiste à donner une place capitale à l'entrepreneur en tant qu'individu cognitif et social évoluant dans un environnement, ouvert, finalisé et régulé. Ce paradigme semble être une tendance mobilisant de plus en plus la recherche doctorale d'après les analyses disponibles (Paturel, 2006 ; Bourion 2007 Schmitt et Bayad, 2007).

1.3.d Le paradigme de l'innovation :

C'est le paradigme le plus ancien qui doit son essence à l'économiste Joseph Schumpeter qu'à l'école Autrichienne. L'entrepreneur a un rôle particulier et indispensable dans l'évolution du système économique libéral. Il est très souvent à l'origine des innovations de rupture, il crée des entreprises, des emplois et participe au renouvellement et à la restructuration du tissu économique. L'entrepreneur est l'innovateur qui engendre «la destruction créatrice». Cette « destruction créatrice » est la résultante de nouveaux produits et business modelés qui sont

lancés sur les marchés en remplaçant les anciens. Ainsi, la de striction créatrice est à l'origine du dynamisme industriel et de la croissance à long terme.

1.3.e Le paradigme de création de valeur :

«L'entrepreneuriat est le processus dynamique de création de richesse supplémentaire. Cette richesse est créée par des individus qui assument les risques majeurs en termes d'équité, de temps et/ou d'engagement de carrière liés à la valeur d'un produit ou d'un service. Le produit ou le service lui-même peut ou non être nouveau ou unique, mais la valeur doit d'une manière ou d'une autre être infusée par l'entrepreneur en obtenant et en allouant les compétences et les ressources nécessaires. [RONSTAD, 1984. P 28].

« L'objet scientifique étudié dans le champ de l'entrepreneurship est la dialogique individu/création de valeur » [BRUYAT, 1993 P 7].

Le paradigme de la création de valeur constitue une extension de paradigme de l'innovation adaptée au champ de l'entrepreneuriat. Cette conception est celle avancée par Christian Bruyat dans sa thèse de doctorat (1993), réputée comme une référence épistémologique en matière de modélisation de l'action entrepreneuriale. Pour cet auteur, « l'objet scientifique étudié dans le champ de l'entrepreneuriat est la dialogique individu/création de valeur ». Cette dialogique s'inscrit dans une dynamique de Changement. Elle est définie par Bruyat comme suit : «L'individu est une condition Nécessaire pour la création de valeur, il en détermine les modalités de production, L'ampleur...Il en est l'acteur principal ». Au sens de Bruyat et en application du paradigme de la création de valeur, il est possible de positionner les différentes définitions de l'entrepreneuriat.

Schumpeter c'est le premier qui a relié le phénomène de l'innovation a un acteur social, l'entrepreneur en prenant bien soin de préciser, d'ailleurs que l'entrepreneur n'était pas uniquement le créateur d'entreprise.[FAYOLLE.A et MOLLE.P, 2004. P79].

L'entreprise selon Schumpeter considéré comme une dynamique d'exécution de nouvel combinaisons ou réalisations s'exprime dans ce qu'il appelle des exploitations. L'innovation est la source du développement économique et dépasse généralement la seule mise sur le marché de produits ou de services innovants par une firme établie sa réalisation nécessite en effet d'entreprendre. [FAYOLLE.A et VERSTEATE.T, 2005. P42].

1.4 Processus de l'entrepreneuriat :

Le processus entrepreneurial est considéré comme élément essentiel de la démarche entrepreneuriale. De nombreux auteurs se sont intéressés à ce concept. Van de Ven en 2000, insiste sur la relation causale entre variables dépendantes et indépendantes à travers le temps. Fayolle en 2004, insiste sur l'influence dialogique individu projet.

Une autre vision proposée par Lorino et Tarondeau, en 2006 intègre les compétences de l'entrepreneur dans le processus entrepreneurial. Une approche très récente de (Messaghem et Sammut, 2011) basée sur les travaux de Gartner en 1988, considère que « le processus entrepreneurial se fonde sur la dialogique individu projet qui est elle-même en interaction perpétuelle avec l'environnement ». Dans cette optique, l'environnement est une source d'opportunités et de menaces pour l'Entrepreneuriat.

En effet, l'environnement agit sur l'entrepreneur et son entreprise dans le temps à travers des relations proactives, caractérisées par des comportements issus non seulement de conditions internes mais aussi par d'autres externes fortement complexes et dynamiques. C'est pourquoi la survie des deux (entrepreneur considérée comme un sous PME), doit être produit de diverses influences qui ne pourraient être saisies raisonnablement qu'en intégrant et acceptant la multi dimensionnalité du phénomène (action réaction). L'analyse de Greiner reprise par Vargas en 1984, repose sur le fait que l'évolution du processus entrepreneurial se fait rarement de façon linéaire ou cumulative, et que chaque situation à laquelle doit faire face l'entrepreneur reste unique. C'est pour cela que les solutions restent en étroite relation avec les aptitudes, les valeurs personnelles et les objectifs de l'entrepreneur.

[FAYOLLE.A, 2005. P 5].

1.5 L'entrepreneuriat comme un phénomène économique et social :

L'entrepreneuriat a un rôle particulier et indispensable dans l'évolution du système social et économique elle est très souvent à l'origine des innovations de rupture, elle permet de créer des entreprises, des emplois et participe au renouvellement et à la restructuration du tissu économique.

L'entrepreneur est l'innovateur qui apporte d'après Schumpeter ce qu'on appelle «la destruction créatrice»

Les apports de l'entrepreneuriat à l'économie et à la société concernant la création d'entreprise, la création d'emplois, l'innovation, l'évolution de l'esprit d'entreprendre dans les entreprises et les organisations et l'accompagnement de changements structurels.

L'entrepreneuriat est l'action de créer la richesse et /ou de l'emploi par la création ou la reprise d'une entreprise. Ainsi, au-delà de la création de nouvelles entreprises, l'entrepreneuriat est également au centre des réflexions stratégiques d'organisations de plus grande taille qui souhaitent ou doivent faire face à l'évolution des conditions de marché. La création ou la reprise de petites entreprises constituent également des voies de développement personnel et professionnel.

[BAUMOL.W, 1968. P 64].

Section 2 : le champ de l'entrepreneur :

2.1 L'entrepreneur :

L'entrepreneur représente l'essence ou le cœur de l'entrepreneuriat. Il innove en fonction des opportunités qui se présente, mais aussi organise les ressources pour produire et commercialiser, tout en cherchant son intérêt. L'entrepreneur est celui qui dirige l'entreprise qu'il a créée, qui possède des qualités particulières, qui met en œuvre de nouvelles méthodes. Au sens économique, l'entrepreneur est celui qui combine des ressources, de la main-d'œuvre, des matières premières et d'autres actifs pour leur donner une valeur plus grande qu'auparavant, ou encore celui qui introduit des changements, des innovations et un ordre nouveaux. Pour récapituler les principales écoles de pensée en entrepreneuriat.

[TOUNES. A, 2003. P 27].

La compréhension du phénomène de l'entrepreneuriat ne peut se réaliser avec une simple synthèse des définitions élaborées par plusieurs concepteurs. Chaque auteur explique avec une manière différente le concept et la façon dont il approche ce phénomène. C'est pour cette raison qu'il est intéressant d'exposer dans ce qui suit l'évolution de la théorie de l'entrepreneur. Le concept d'entrepreneur a beaucoup évolué dans le temps et dans l'espace. Il existe plusieurs théories qui sont liées à l'entrepreneur, chaque une d'elles s'appuyant sur un aspect particulier de l'entrepreneur.

2.1.a L'entrepreneur dans la pensée classique :

Les économistes classiques ne parlent ni de l'entreprise, ni de l'entrepreneur en tant que tel. Leur analyse est macroéconomique. Ils cherchent à expliquer le mouvement d'ensemble de l'économie, comment la richesse est produite et comment elle circule, avant les économistes classiques, selon le physiocrate F. Quesnay, l'entrepreneur fait partie de la classe stérile, et ne crée pas de richesses mais il la fait juste circuler.

L'entrepreneur chez Cantillon : l'entrepreneur fut entré dans la pensée économique par Richard Cantillon(1726). Pour cet auteur, il existe une entreprise pilotée par son créateur, qui ne peut prévoir ni les ventes, ni les prix, pas plus que le mode ou les aléas climatique et leurs conséquences sur le comportement d'achat des clients, bien avant Say et Schumpeter, Cantillon a déjà initié dans la première théorie de l'entreprise : « l'entreprise est dirigée par un entrepreneur, elle est caractérisée par une incertitude fondamentale et irréductible », Cependant Cantillon définit l'entrepreneur par son affrontement au risque, c'est-à-dire qu'il n'y a aucune garantie de ce qu'il va recevoir d'après sa décision d'entreprendre « celui qui assume le risque de l'incertain s'engage fermement envers tiers ».

-L'Entrepreneur : individus égoïste : cinquante ans après les travaux de Cantillon, l'arrivée d'Adam Smith avec son ouvrage « la recherche sur la nature et les causes de la richesses des nations » (1776), note l'absence de concept entreprise. Pour lui il n'y a que les individus égoïste, il n'y a pas d'entreprise, il n'y a qu'un marché qui relie des individus qui échangent. L'homme emploie ses capitaux seulement dans le but de recevoir un profit. Il emploie toujours son capital dans des activités dont le produit lui permettra de gagner le plus d'argent. L'égoïsme de cet entrepreneur se justifie par le fait que ce dernier ne cherche pas à servir l'intérêt public. Mais il ne pense que se donner personnellement une plus grande sûreté, et en dirigeant cette industrie de manière que son produit ait le plus de valeur possible.

-L'entrepreneur organisateur de Say : J-B, Say(1803) avec Cantillon et Schumpeter, l'un des trois pères fondateurs de la théorie économique de l'entrepreneur. Il définit l'entrepreneur comme l'intermédiaire entre le savant qui produit la connaissance et l'ouvrier qui l'applique à l'industrie, son objectif est d'accroître la production et de maximiser son profit. L'entrepreneur c'est l'agriculteur ; le manufacturier ou le commerçant qui entreprend de créer pour son compte, à son profit et ses risques, un produit quelconque. Il définit avec précision les qualités qui doivent être chez l'entrepreneur. L'ensemble de ces qualités forme le métier de l'entrepreneur : l'entrepreneur est l'agent principal de la production. Son travail

est productif au même titre que celui de l'ouvrier et du savant, l'entrepreneur doit être d'une capacité de jugement, c'est-à-dire qu'il doit juger ses besoins des moyens et de les satisfaire. Dans la pensée de Say, l'entrepreneur doit diriger et organiser d'une part, prendre des risques, d'autre part, sont les deux traits les plus caractéristiques de l'activité de l'entrepreneur. Le bien être d'un pays dépend de sa population active et du dynamiser de ses entrepreneurs. **[TOUNES.A, 2005. P 6].**

2.1.b L'entrepreneur dans la pensée contemporaine :

Les auteurs contemporains ont beaucoup de difficultés pour définir avec précision l'entrepreneur en tant qu'agent économique. Ils étudient les comportements et les caractéristiques pour étudier son apport particulier dans le fonctionnement de l'économie. « **[BOUTILLIER.S et UZINIDIS.D, 1995. P 80].**

L'entrepreneur chez Drucker : au même titre que Schumpeter, Selon Drucker(1980), l'entrepreneur est celui qui innove, selon lui, les principes de management pratiqué jusqu'en 1970 par les entreprises tels que : l'organisation scientifique de travail surtout manuel, la décentralisation, la planification a long terme... etc. sont devenues insuffisantes par ce que beaucoup d'organisations ont constaté que la spécialisation avait des limites et par ce que des besoins nouveaux sont apparus : besoin d'innovation, changement social, nécessité d'organiser efficacement le travail.

Pour Drucker, l'innovation peut se faire même par rapport au style du management, le management constitue lui-même une innovation : le management, ce « savoir utile » qui permet pour la première fois à l'homme de faire travailler de façon productive des personnes de qualification et de discipline très différentes au sein d'une organisation, est une innovation de ce siècle ». Alors Drucker insiste sur l'innovation et le considère comme un élément essentiel dans la fonction entrepreneuriale.

-L'entrepreneur : leadership. L'entrepreneur est un leader, la force motrice à l'origine de la dynamique économique. Il a une vision de l'avenir basée à la fois sur des éléments rationnels, une expérience et des intuitions. À partir des années 1980 et suivant les travaux de K. LEWIN. W.BENNS a réalisé de nombreuses investigations sur le leadership dans les organisations et il a pu tirer ces principaux résultats : - le leadership a une capacité de vision, c'est-à-dire se projeter dans le futur en tenant compte des contraintes et des opportunités du

présent, -capable de gérer des communications permettant de partager au plus grand nombre de personnes les valeurs de l'organisation et les objectifs à atteindre, - la confiance définit comme étant la capacité à susciter un sentiment de sécurité chez les autres, - la capacité de se gérer par soi-même, en connaissant ses qualités et défauts. [DRUCKER.P, 1985. P 58].

-L'entrepreneur et la théorie de comportement : la réussite de l'entrepreneur n'est pas uniquement rattachée à ses qualités personnelles, Mais elle implique la famille qui lui a donné naissance et la société dans laquelle il puise sa culture. L'initiative individuelle n'est rien sans un contexte social, culturel, économique, et politique propice.

M. WEBER, est le premier auteur auquel nous pouvons rattacher l'approche comportementale dans le champ de l'entrepreneuriat. Cependant, selon plusieurs auteurs, celle-ci a été confirmée par la psychologie présente dans les travaux de Mc. CELLAND dans le début de la décennie 1960. Ce dernier est l'un des premiers à s'intéresser aux liens qui existent entre l'action des individus (les entrepreneurs) et leur environnement (les valeurs, les croyances et les motivations). Le fondement de son analyse est que le développement économique s'explique par l'esprit d'entreprise. Qui lui trouve ses sources dans le besoin d'accomplissement. Les variables environnementales caractérisant les individus sont donc devenues des réels objets d'analyse. (Les principales théories comportementales seront citées dans la section qui suit.

[TOUNES. A, 2003. P 29].

2.2 Profile des entrepreneurs :

Les typologies proposées dans la littérature sont nombreuses. Il est nécessaire de présenter celles qui sont les plus fréquentes dans les ouvrages et celles qui résument les autres approches de typologie.

Selon Norman Smith (1967), il existe deux types d'entrepreneurs. L'entrepreneur artisan et l'entrepreneur opportuniste. L'entrepreneur Artisan est identifié par son éducation limitée. Il possède une forte compétence technique. Le centre d'intérêt de cet entrepreneur consiste à travailler. IL est peu habile pour composer avec son environnement, et ainsi pour maîtriser son affaire. Il se méfie des emprunts. En fait, il adopte une attitude paternaliste au sein de son entreprise avec son personnel. Il préfère travailler à son compte que d'être employé. Il veut prendre contrôle de son entreprise et refuse généralement la croissance..., par

contre l'entrepreneur opportuniste est désigné par son niveau élevé d'éducation, par la diversification de ces expériences de travail, il est mieux intégré dans son environnement et accorde une importance accrue à la croissance et au développement de son entreprise même si, en contre partie, il perd de son indépendance. En effet, cet entrepreneur refuse le paternalisme et s'identifie plus à la gestion des comportements habituels.

Dans l'étude de Jacqueline Laufer (1974-1975), l'auteur a analysé soixante cas de création d'entreprise et a pu désigner quatre types d'entrepreneurs : l'entrepreneur manager ou innovateur, l'entrepreneur propriétaire orienté vers la croissance, l'entrepreneur refusant la croissance mais cherchant l'efficacité et enfin l'entrepreneur artisan. Selon l'auteur, l'entrepreneur manager ou innovateur cherche la croissance alors que l'autonomie n'est pas considérée comme une fin en soi. Ce type est motivé par les besoins de création, de réalisation et de pouvoir, comme l'indique Gabriel Bissirou dans son article sur les PME innovatrices : « le dirigeant innovateur se révèle comme un homme généralement expérimenté, de formation scientifique et techniques. Il n'a pas nécessairement pour but principal la construction d'un patrimoine, professionnel

La croissance, la conquête des nouveaux marchés, le développement des exportations et la création contre la concurrence pour assurer sa survie.

L'entrepreneur propriétaire orienté vers la croissance est favorable à la croissance. Cependant, l'autonomie financière représente un objectif primordial. Cet entrepreneur est toujours à la recherche d'un équilibre permanent entre l'autonomie et la croissance. Il recherche également le pouvoir. L'entrepreneur refusant la croissance mais recherchant l'efficacité préfère être indépendant et refuse la croissance qui pourrait le freiner ou le gêner pour réaliser cet objectif prioritaire. Il est motivé par les besoins de pouvoir et d'autorité. L'entrepreneur artisan privilégie l'indépendance et la survie à la croissance. Sa motivation principale est le besoin d'indépendance et l'objectif de survie de l'entreprise, en outre, pour cet entrepreneur, l'indépendance est plus importante que la réussite économique.

Julien et Marchesnay proposent une intéressante typologie, elle est fondée sur la pérennité de l'entreprise, l'indépendance (désir d'être son propre patron), la croissance (désir d'accomplissement, goût de pouvoir). À partir de ces critères, ces auteurs distinguent deux(2) types d'entrepreneurs : les PIC (pérennité-indépendance-croissance) et les CAP (croissance-autonomie-pérennité). L'entrepreneur PIC (pérennité indépendante croissance) se focalise davantage sur la présentation de son affaire pour la transmettre à ses descendants ou la

vendre. IL s'intéresse à son indépendance pour développer son entreprise. Il préfère l'autofinancement à l'endettement. La croissance ne constitue pas pour lui un but prioritaire. Ce type d'entrepreneur est semblable à l'entrepreneur artisan de Norman Smith.

[DUSSAULT.L, 1998. P 157].

L'entrepreneur CAP (croissance –autonomie pérennité) a le flair des affaires. Il identifie les opportunités et les développe en projets rentable. En outre, il cherche l'autonomie, cependant, il ne fait pas de la pérennisation de son affaire un objectif primordial. La réalisation personnelle est plus importante que la recherche des conditions sécurisantes comme pour l'entrepreneur PIC. Le profil de cet entrepreneur est semblable à celui de l'entrepreneur opportuniste de Norman Smith.

Schumpeter a classifié l'entrepreneur selon ses fonctions. Il distingue quatre types d'entrepreneurs :

- 1- Le fabricant commerçant présente un projet capitaliste. Il est polyvalent car il exerce une multitude de fonction, En outre, il transmet sa position de manière héréditaire.
- 2- Le capitaine d'industrie n'a pas comme tache d'inventer ou de créer de nouvelles possibilités, de production, Mais il met en œuvre ces nouvelles possibilités de production. Il s'intéresse a acquérir la propriété et a contrôler la majorité des actions. Il a besoin d'acuité et de rigueur et aussi d'une certaine étroitesse d'esprit (un comportement irrationnel). Cela le guide a se concentrer sur ses chances immédiates. Et le directeur salarié possède un statut particulier. Les résultats de l'entreprise ne sont pas sa préoccupation principale. Il ne cherche pas la maximisation de ses gains. Et le dernier type si le fondateur s'implique très fortement au début de la vie de l'entreprise. Il lance l'affaire, puis se retire. **[FAYOLLE.A, 2004. P 62].**

2.3 Les caractéristiques de l'entrepreneur :

On sait que la réussite de l'entreprise privée est généralement liée aux caractéristiques propres de créateurs d'entreprise. L'entrepreneur a un rôle particulier et indispensable dans l'évolution du système économique libérale.

D'après Schumpeter « les entrepreneurs constituent le moteur de ce processus de « destruction créatrice » en identifiant les opportunités que des acteurs en place ne voient pas, et en

développant les technologies et les concepts qui vont donner naissance à de nouvelles activités économiques. [FAYOLLE.A, 2005.P 19].

Des entreprises et des institutions cherchent à développer, à retrouver ou à conserver certaines caractéristiques entrepreneuriales comme : la prise d'initiative, la prise de risque, l'orientation vers l'opportunité, la réactivité ou la flexibilité. [FAYOLLE.A, 2005. P 21].

Les caractéristiques des entrepreneurs s'appuient d'avantage sur les niveaux d'instruction et de compétence, les motivations psychologiques et enfin l'expérience et l'âge.

2.3.a Niveaux d'instruction et de compétence :

Des études récentes (Gasse et D'Amours, 2000) ; au Canada et ailleurs indiquent que les niveaux d'instruction des entrepreneurs est plus élevé que celui de l'ensemble de la population. C'est une réalité qui correspond en particulier aux créateurs d'entreprise de technologies de pointe ou à fort potentiel de croissance. Puisque ces entreprises reposent leur avantage concurrentiel sur les connaissances de leurs créateurs, une solide formation est alors nécessaire. Dans une étude sur les compétences et les pratiques de gestion de dirigeants de PME (Gasse, 1998), l'auteur a observé que le niveau moyen de scolarité des dirigeants de PME est de 13 ans et près de 75% avaient fait des études universitaires. Le niveau de compétence peut conditionner l'efficacité personnelle perçue dans l'accomplissement des tâches requises. En effet, la perception des compétences peut influencer la vision de la personne quant à savoir si une situation donnée est maîtrisable. Si cette personne se perçoit comme compétente, elle aura tendance à mieux considérer la création d'une entreprise, comme faisable (Krueger, 2000). Le niveau de la compétence joue un rôle primordial dans la réussite de la création de l'entreprise. En outre, la formation permet au créateur de l'entreprise d'acquérir les connaissances nécessaires pour créer une entreprise. La formation aide l'entrepreneur à être compétent. Un niveau d'instruction élevé permet à l'entrepreneur d'avoir les compétences et le savoir-faire utiles pour la réalisation de son projet.

[GASSE.Y, 1998. P 137].

2.3.b Les motivations psychologiques :

Les motivations psychologiques à la création des entreprises constituent un facteur d'incitation important. Les entrepreneurs font preuve de beaucoup de motivation et de persévérance dans leurs efforts. Ils sont capables de maintenir un rythme accéléré de travail pendant des périodes relativement longues. L'oisiveté les rend tendus et impatientes. L'entrepreneur réussit à lancer une entreprise démontre un haut niveau de détermination et de constance dans la solution des divers problèmes et des difficultés rencontrées. Il ne se laisse pas timide par la complexité des solutions. L'entrepreneur est convaincu et engagé dans ces actions. Plusieurs études récentes sur les entrepreneurs naissants (Menzies, T, Diochon, M et Garand D, 2002) confirment l'importance de la dynamique psychosociologique dans la création des nouvelles entreprises. Ils cherchent l'autonomie et l'indépendance. Ils veulent devenir leur propre patron. Par conséquent, l'entrepreneur type a un fort besoin de réalisation personnelle. Il a confiance en lui et aime les risques modérés. Il est plein d'énergie et de motivation. Ces caractéristiques psychologiques ne se retrouvent pas toutes à un degré équivalent pour tous les entrepreneurs. Même si celle-ci sont un avantage important pour la création d'entreprise, il n'est pas impératif à la réussite de posséder toutes ces caractéristiques psychologiques. Cependant, il est souhaitable de développer ces caractéristiques pour les entrepreneurs potentiels (si on considère qu'elles ont été identifiées chez les entrepreneurs qui ont connus le succès). L'effet combiné de ces caractéristiques pourra influencer non seulement le désir d'entreprendre mais également la rapidité et l'intensité des actions entrepreneuriales.

2.3.c L'expérience et l'âge :

L'expérience et l'Age du créateur au moment où il est intéressé à lancer une affaire entrent également en jeu. Des gens de tous âges se lancent en affaires. Les plus jeunes manquent souvent d'expérience, de contact et de financement. Les plus âgés ont des contraintes familiales et professionnelles. Une étude récente sur les entrepreneurs naissants au Canada (Gasse et autres, 2022) montrent que 57% de ceux-ci ont entre 25 et 44 ans et possèdent jusqu'à 10 ans d'expérience dans le domaine dans lequel évoluera la nouvelle entreprise. Des entrepreneurs ont plus de probabilités de créer des entreprises que d'autres. Toutefois, certains antécédents et certaines caractéristiques semblent mieux préparer l'individu à prendre une décision orientée vers l'entrepreneuriat lorsque l'occasion se présente. L'expérience est un

avantage important pour l'entrepreneur. En fait, il pourra avoir accès à plusieurs soutiens soit le capital ou les connaissances acquises durant son exercice dans le domaine professionnel.

2.4 Les motivations de l'entrepreneur :

Selon le dictionnaire de Dico du manager(2009), la motivation désigne : l'ensemble des raisons rationnelles, émotionnelles, personnelles ou d'intérêt générale, physique et/ou psychologiques, qui pousse un acteur à l'action (déclenchement d'une conduite ou d'un comportement) et/ou à l'adoption d'une attitude particulière et/ou à l'expression d'une option ». Un deuxième sens est : ensemble des forces internes qui poussent l'individu à agir.

Dans le cadre de l'entrepreneuriat, ces forces qui poussent à créer l'entreprise sont de deux sortes, des forces endogènes l'individu (ses caractéristiques innées) et ses forces exogènes contenant l'ensemble des facteurs qui constituent le milieu et l'entourage de l'individu. Ces deux formes constituent les motivations qui incitent l'individu à être entrepreneur.

[DANJOU.I, 2002. P 112].

L'entrepreneuriat, c'est le fait de mobiliser des ressources en vue de lancer des projets et de créer des entreprises dont les produits ou les services répondent à des besoins de la société. Les raisons de créer une entreprise ou d'entreprendre un projet sont nombreuses et varient d'un individu à l'autre.

Alain Fayolle(2004) manifeste sur l'existence d'une motivation principale parmi d'autres motivations personnelles pour les quelles les individus décident de créer ou de reprendre une entreprise. La question posée par cet auteur est la suivante : Est-ce que l'entrepreneur est motivé principalement par l'argent ? **[FAYOLLE.A, 2005. P65].**

P-A Julien et Marchesnay(1996), disent que le bon choix des décisions de l'entrepreneur sera marqué par le profit, qui est l'un des grands objectifs de l'investisseur. La théorie économique a toujours dit que le profit est rarement le premier objectif de l'entrepreneuriat. Ce profit peut être d'une part une contrainte pour compenser les couts et surtout assurer la survie de l'entreprise et d'autre part il permet de faire face à de nouveaux défis pour soutenir la croissance et les nouveaux investisseurs. **[JULIEN.P et MARCHESNAY, 1996.P 53].**

Dans le même sens Alain Fayolle précise que certainement aux idées reçues, les entrepreneurs quel que soit le pays considéré mettent plus souvent en avant les motivations suivantes : Les besoins d'accomplissement- les besoins d'indépendance- les besoins de reconnaissance- la recherche de pouvoir- la passion- le challenge, le défi- l'enrichissement(l'argent n'est que très rarement une motivation), certains auteurs ont affirmé qu'une personne qui présente un profil entrepreneuriale est plus susceptible qu'une autre d'entreprendre un projet parce qu'elle a les habiletés et le comportement nécessaires. Les motivations sont généralement inséparables de sa personnalité et de ses intérêts professionnels et familiaux. Les motivations a la création peuvent être :

2.4.a Motivation psychologique :

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

-Besoin d'indépendance : être son propre patron » est l'explication donné comme un motif de création d'entreprise. Collins et more(1964) considèrent le besoin ou bien le désir d'autonomie comme un facteur de base dans la création d'une nouvelle entreprise. Ils suggèrent qu'on ayant un fort sentiment d'indépendance. Ce sacrifice d'autonomie est acceptable tant qu'ils ne la perçoivent pas comme imposée par une autre personne. **[FAYOLLE.A, 2004. P69].**

-Besoin d'accomplissement : Selon McClelland les personnes ayant un fort besoin d'accomplissement, ils ont les attribues de comportement suivants :

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

-La créativité et l'innovation : les entrepreneurs doivent témoigner d'une réelle créativité et d'une capacité à innover. Leur fonction principale est l'innovation et l'introduction dans un environnement donné, de nouvelles combinaisons productives. Cherchent de nouvelles idées, et introduisent de nouvelles manières de réaliser de nouveaux

produits. L'innovation n'est pas nécessairement une innovation de rupture. Elle peut s'envisager à travers des modifications marginales ; Selon certains auteurs les entrepreneurs ont un comportement particulièrement innovateur et créatif, alors que leur recherche du gain financier représente seulement une raison mineure pour devenir employés à leur compte. La Gestion de l'innovation est également considérée comme le principal défi auquel les entrepreneurs font face afin de concurrencer leurs adversaires.

-La prise de risque : l'action d'entreprendre est entouré d'incertitude. Des changements imprévus peuvent surgir au cours de l'investissement. Le risque est vu comme le risque de perdre. Ce qui n'est pas sans conséquence sur le capital et sur le moral de l'entrepreneur (conséquences économiques et psychologiques). Quatre grands types de risques sont toutefois encourus par les créateurs d'entreprises ; le risque financiers, le risque de carrière, le risque familial et le risque que présente ont la possibilité de devenir des entrepreneurs.

[CACHON.J, 1992. P 18].

-L'intériorisé de contrôle : ayant le sentiment de contrôle, l'individu attribue ses capacités et prend la responsabilité de contrôle de son environnement au lieu d'être par l'autre. L'individu pense qu'il a des bonnes chances de pouvoir orienter sa vie.

2.4.b Motivations sociologiques et culturels :

Les facteurs sociologiques et culturels sont des éléments directement liés aux différents milieux de l'individu, et qui peuvent jouer un rôle sur les propensions à entreprendre. Ces milieux (famille, écoles, universités, société, entreprise, profession, territoires,) exercent sur l'individu de nombreuses influences. Plusieurs éléments du vécu d'un individu peuvent avoir un impact sur ces croyances, ses perceptions et ses intentions relatives à l'entrepreneuriat.

-L'âge : la jeunesse et les qualités qui y' sont associées peuvent constituer un plus. La carrière d'entrepreneur commence dans la plupart de cas entre 22et 25ans. Sans doute. Elle peut débuter plus tôt ou plus tard. Mais la chose est moins probable puisqu'il faut à l'entrepreneur de l'expérience, du savoir-faire pertinent, une assise financière et beaucoup d'énergie pour lancer et gérer avec succès une nouvelle entreprise. Dans une étude faite sur les entrepreneurs naissants au Canada, ils ont observé que 57%de ceux-ci ont entre 25 a

44ans et possèdent jusqu'à 10ans d'expérience dans le domaine dans le quel évoluera la nouvelle entreprise.

-La famille et les proches : les aspects de l'environnement familial de l'individu ont un impact sur la décision d'entreprendre. La profession et le statut social de son père ou de sa mère et ses relations avec ses parents. Pour certains économistes, la profession des parents est déterminante dans la vie des entrepreneurs, car la famille joue un rôle essentiels, les jeunes issus d'une famille d'entrepreneurs sont plus disposés a entreprendre. Les jeunes grandissant dans ce genre de famille ou d'entourage, considèrent leurs parents ou ses proches comme des modèles à imiter. **[GASSE.Y, 2003.P 52]**.

-L'éducation : des recherches ont montré que l'éducation joue un rôle important dans l'éveil des entrepreneurs, elle permet de doter l'entrepreneur de compétences et de connaissances qu'il estime très utiles, même décisive pour la concrétisation de son projet. Le système éducatif permet donc de sensibiliser les étudiants, de valoriser l'image de l'entrepreneur et apporte les connaissances et les compétences qui aident les individus a prendre les bonnes décisions, a élaborer des projets solides et a créer des entreprises dotées d'un potentiels important de croissance.

-L'expérience professionnelle : les activités professionnelles antérieures jouent un rôle important dans la création, la croissance et la réussite de l'entreprise. La connaissance d'une technique et d'un secteur d'activité a une influence importante sur l'activité entrepreneuriale. De ce point de vue certains domaines d'expériences ont une importance particulière, par exemple : l'obtention des financements auprès des banques, implantation des établissements industriels, création des réseaux de distribution et l'établissement des plans commerciaux d'attaque du marché. Il est généralement plus facile de lancer une deuxième, troisième, ou quatrième entreprise que de lancer la première.

Le Territoire : le territoire dans lequel l'entrepreneur(ou celui qui se destine a l'entrepreneuriat) passe sa vie personnelle ou professionnelle joue un rôle important qui ne peut être pas négligé. Un territoire peut, en effet, constituer un pole d'attraction entrepreneuriale. Il est considéré comme un déterminant grâce a la disponibilité d'atouts naturels et d'infrastructures de base tels : (réseaux routiers, aéroport, télécommunication, réseaux d'énergie, tissu économique....) ainsi qu'aux ressources humaines, financières et technologiques).

2.4.c Motivations économique :

Les facteurs économiques sont les ressources informationnelles, humaines, technologiques, financières et matérielles, ils occupent une position clé dans la démarche entrepreneuriale. Ce sont les ressources auxquelles doit accéder l'entrepreneur en vue de créer son entreprise.

-les ressources humaines : la présence d'une main d'œuvre qualifiée dans la zone d'implantation favorise l'entrepreneuriat. Une région, où la main d'œuvre est de bon marché, son taux de création d'entreprise s'accroît.

-les ressources financières : la disposition d'un capital financier de départ encourage l'entrepreneuriat. Par contre, un entrepreneur ne disposant pas de moyens financiers nécessaires rencontrera plusieurs difficultés.

-la demande de marché et son accessibilité : l'existence de marchés ouverts influence positivement la création d'entreprise. Cependant, il existe des marchés ouverts, mais encombrés. D'autres sont fermés ou très réglementés. L'implantation d'une nouvelle entreprise y quasiment impossible. Les réseaux personnels et professionnels constituent des éléments facilitateurs qui permettent de gagner du temps et de l'efficacité face à la complexité des démarches et procédures. Aussi, les entreprises se localisent le plus près possible de la demande en vue de minimiser les coûts de transport. La demande locale exerce un impact positif sur la naissance d'entreprises dans la plupart des secteurs, surtout dans le secteur des services la création d'entreprise est influencées par la proximité du marché (Holl, 2004).

-les économies d'agglomération et de localisation : les économies de localisation sont liées au nombre d'entreprises qui appartiennent aux mêmes secteurs regroupés dans une zone spécifique. Dans l'économie de localisation, il s'agit de l'accès à une main d'œuvre spécialisée, la disponibilité des biens et services intermédiaires nécessaires. [FAYOLLE.A, 2003.P 67].

Conclusion du chapitre

D'après ce chapitre on peut comprendre que l'entrepreneuriat contribue à la croissance économique, elle est aussi un moyen d'augmenter la productivité et l'innovation et permet le développement personnel et professionnel. Crée des entreprises ainsi de l'emploi et des richesses dans toutes sortes de domaine. Et que l'entrepreneur est le moteur de l'entrepreneuriat et c'est lui le créateur et le dirigeant de l'entrepris

CHAPITRE III :

Processus de création et

Réseaux sociaux

Préambule :

Dans ce chapitre nous allons présenter un aperçu sur le processus de création, de ces étapes. Ainsi des PME Algériennes de leur développement, leurs caractéristiques et surtout leur rôle dans le pays. La deuxième section du chapitre on va le consacrer pour parler des liens sociaux et leurs implications dans le processus de création des entreprises et cela à travers plusieurs explications et notions qui rentrent en vigueur dans le processus entrepreneuriale, en se basant principalement sur les multiples structures d'aides on tout ce qui concerne les différents types de liens sociaux.

Section 1 : le processus de création**1.1 La privatisation :**

L'opération de la privatisation en Algérie est apparue pour la première fois au début des années quatre-vingt avec la loi 81/84 relative à la cessation des biens immobiliers publics aux particuliers presque au Dinar symbolique, suivie de la loi 87/19 concernant les exploitations agricoles publiques, qui a donné lieu à la création d'exploitations agricoles individuelles (E.A.I) et d'exploitations agricoles collectives (E.A.C). Ont été aussi mises en place les lois de la réforme, dès janvier 1988, sur l'autonomie de l'entreprise publique (loi 88/01), les lois 88/02, 88/03, respectivement loi relative à la planification, et loi relative aux fonds de participation, la loi 89/01 enfin qui complète la notion de contrat de « management » et ses principales caractéristiques : c'est à ce titre que la société internationale SOFITEL gère des infrastructures hôtelières neuves, pour le compte d'une entreprise publique touristique. La constitution du 23 février 1989, notamment dans son article 12, précise le champ de la propriété publique. Celui-ci fut mieux apprécié dans l'article 18 qui distingue le domaine privé de l'État, de son domaine public ; quant au secteur bancaire, on peut citer la loi n° 90/10, relative à la monnaie et au crédit. [**Loi d'orientation sur les entreprises publiques économiques, (1990), Législation de la réforme économique, Secrétariat Général du Gouvernement, Direction des journaux Officiels, pp. 6-26.**]

Mais la loi propre à la privatisation des entreprises publiques est celle contenue dans l'ordonnance n° 95/22 du 26 août 1995. Cette loi a été révisée et modifiée par le décret n° 96 /10 de janvier 1996. [**BOURBIA.O, 1095. P 77**].

Elle a permis d'éclaircir les modalités de la privatisation, ainsi que la branche privatisé et les différentes procédures relatives à cette opération.

Cette privatisation est justifiée par l'inefficacité productive et les déficits financiers de ces entreprises. Donc parmi les raisons de la privatisation on peut citer :

- La modernisation de l'entreprise.
- Assurer des rentrées financières substantielles escompté de la cession au secteur privé de ces entreprises.
- L'amélioration de l'efficacité économique des entreprises.
- L'amélioration de la compétitivité.
- La réduction du déficit budgétaire.

[AIDOU.D.M, 1996. P 127].

1.2 Processus de création :

Pour W.D. BYGRAVE (1989a, P. 8) écrit que le processus de création d'entreprise tel que décrit dans son modèle fait partie intégrante du paradigme entrepreneurial et qu'il fera une quasi-unanimité dans le modèle de la recherche. « There will be almost unanimous that the phenomena in this model are an integral part of entrepreneurship paradigm ».Le processus entrepreneurial amont apelle des variables:

- Inhérentes a l'individu qu'il réparti en deux groupes. Le premier agit sur la naissance de l'idée (besoin d'accomplissement, contrôle interne, prise de risque, valeurs personnelles, formation et expériences antérieure). Le second intervient au niveau du déclenchement de l'événement de création, (prise de risque, insatisfaction au travail, perte d'emploi, formation, âge, sexe et engagement) ;
- Sociologiques qui sont l'influence des relations personnelles, des collègues, de la famille et de modèles d'entrepreneur ;
- Environnementales réparties elle aussi en deux groupes. Le premier a un impact sur la naissance de l'idée et le déclenchement de l'événement (opportunité, modèles d'entrepreneur et créativité). Le second intervient sur le déclenchement de l'événement et sa mise a exécution (la concurrence, les ressources, les incubateurs ou les pépinières et les politiques en faveur de l'entrepreneuriat).

1.2.a Les étapes de la création :

Créer une entreprise nécessite de faire aboutir différentes étapes :

- 1- Trouver une idée à partir des atouts, d'intérêt, des goûts, et des motivations ainsi que les grandes tendances. Il n'est pas forcément obligatoire de trouver une idée innovante pour réussir un projet de création d'entreprise : une grande majorité des créations d'entreprise qui réussissent n'est que la copie de business existants.
- 2- Evaluer l'idée de création d'entreprise grâce à un outil d'évaluation de projet. Cette étape est indispensable, elle permet d'évaluer le potentiel du projet mais aussi de la capacité à le mener à bien.
- 3- Réaliser une étude de marché.
- 4- Réaliser un plan d'affaires ou business plan soit le point complet sur la stratégie suivie, assorti d'une prévision technique et financière, fort utile notamment de trouver des financements.
- 5- Choisir un statut juridique adapté.
- 6- Réaliser les formalités nécessaires auprès de l'administration.
- 7- Apprendre à Vendre, à faire de la qualité, à gérer.
<http://www.theses.fr/2001MARN0098>. consulte le 17-05-2014

1.2.b Les étapes de la création des entreprises en Algérie :

- 1- La dénomination : consiste à donner à l'entreprise. Pour cela, il faut se rendre au centre national du registre de commerce, remplir un formulaire en proposant 4 noms d'entreprise classés par ordre de préférence.
- 2- Acte de propriété (bail de location- domiciliation) : une fois l'entreprise est nommée, il faut lui trouver une domiciliation. Pour cette seconde étape ; il est important de passer par le notaire afin d'obtenir un bail de location ou acte de propriété, qui doit être au nom de l'entreprise. Le notaire se chargera aussi de formaliser la preuve de dépôt du capital social de l'entreprise.
- 3- Création de statut de l'entreprise : cette étape permet la rédaction du statut juridique de l'entreprise. Le statut personne physique n'est pas concerné par cette étape, seul les autres formes juridiques d'entreprises (SARL, EURL..etc.), considérées comme personne morale doivent rédiger le statut de l'entreprise chez le notaire.

- 4- Bulletin officiel des annonces légales : la création ou la modification des statuts d'une société doit impérativement paraître sur le bulletin officiel des annonces légales.
- 5- Paiement de timbre fiscal : le lieu : impôts, cout : 4.000 DZD, dossier : reçu de versement.
- 6- Paiement des droits d'inscription au registre de commerce : le lieu : BNA, cout : varie selon le capital de l'entreprise et le nombre d'activités exercées, Dossier : fiche de versement.
- 7- Immatriculation au CNRC : obtenir le registre de commerce(RC). Le cout de cette étape varie selon le capital de l'entreprise et le nombre d'activités exercées.
- 8- Déclaration d'existence aux impôts : une fois le registre de commerce en poche, il faut déclarer l'existence de son entreprise aux impôts et par conséquent pour obtenir une carte d'identification fiscale de l'inspection des impôts, afin de régler les obligations fiscales de l'entreprise fraîchement créée.

1.3 Les types d'entreprises :

La forme juridique d'une entreprise permet à l'entrepreneur de définir les liens que l'entreprise aura avec ses clients, de fixer le mode d'imposition approprié à son activité ainsi que les responsabilités et les obligations qui en découlent. Parmi les différentes formes juridiques existantes :

✓ Les entreprises individuelles (E.I) :

Destinée aux entreprises de taille modeste, petites et très petites entreprises. Création simple et rapide, ne nécessitant pas de statut. Le patrimoine de l'entreprise est celui de son créateur. Et le remboursement des dettes de l'entreprise peut s'étendre aux biens personnels du créateur.

✓ Entreprise Unipersonnelle à Responsabilité Limitée (EURL) :

Entreprise individuelle composée d'un seul associé. La responsabilité de ce dernier sera à concurrence de ses apports dans le capital social.

✓ Société en Nom Collectif (SNC) :

Composée de plusieurs associés et adaptée généralement pour les entreprises familiales.

La SNC est une structure juridique parfois utilisée par des professions libérales non réglementées mais elles sont rarement choisies par les créateurs d'entreprise.

[PAPIN.R, 2011. P323].

✓ **Société à Responsabilité Limitée (SARL) :**

Créée par minimum deux (02) associés à cinquante (50) au maximum. Elle peut être dirigée par un ou plusieurs gérants (associés ou salariés). Son capital ne peut être inférieur à 100 000 DA et est divisé en parts sociales d'égale valeur nominale de 1000 DA au moins.

www.mincommerce.gov.dz/guidactcom/formjurd.pdf.28/04/2022 à 14:55

✓ **Société Par Actions (SPA) :**

Composée au minimum de sept (07) actionnaires et gérée par un conseil d'administration. Son capital social minimum est de 5.000.000 DA, en cas d'appel public à l'épargne, et de 1.000.000 DA s'il n'y a pas d'appel public à l'épargne. Est divisé en actions. La responsabilité des dettes de l'entreprise est à concurrence des apports des actionnaires.

✓ **Le regroupement :**

Constitué de deux ou plusieurs personnes morales pour une durée déterminée. A pour but de mettre en œuvre tous les moyens propres à faciliter ou à développer l'activité économique de ses membres, à améliorer ou à accroître les résultats de cette activité. Administré par une ou plusieurs personnes. Les membres du regroupement sont solidaires et tenus des dettes sur leurs patrimoines personnels sauf convention contraire des tiers contractants.

1.4 Les dispositifs d'aide et d'accompagnement à la création de l'entreprise en Algérie :

La faiblesse des capitaux privés et l'inexpérience des porteurs de projets, a orienté les pouvoirs publics vers des modes de soutien et d'accompagnement pour stimuler l'entrepreneuriat. Les trois dispositifs phares sont, l'ANDI, l'ANADE et la CNAC s'inscrivent dans deux dynamiques, création d'entreprises et création d'emplois. Ces trois

dispositifs, se base sur deux types d'encouragement : par l'allégement fiscal et par des financements directs de l'entreprise créée.

1.4.a L'ANDI :

Destinée aux projets d'investissement supérieur à 135000 dollars US. Ces investissements vont bénéficier de l'exonération des droits de douanes pour les équipements, la franchise de la TVA, l'exemption des droits de mutation à titre onéreux pour toutes acquisitions immobilières effectuées dans le cadre de l'investissement concerné, l'affranchissement de l'impôt sur le bénéfice des sociétés (IBS) et de taxe sur l'activité professionnelle (TAP) pendant trois ans. Outre les exonérations fiscales, ces investissements bénéficient des avantages multiples tels que l'octroi de prêts non rémunérés, bonification des taux d'intérêts bancaires sur les équipements. Ce dispositif vise à stimuler l'industrie et s'inscrit dans la logique d'attractivité du territoire, car il fait appel à des investissements nationaux et étrangers.

1.4.b L'ANADE :

Le dispositif ANADE vise un double objectif : créer des PME et des emplois. Mis en place dès 1997, il intervient dans le soutien à la création et le financement de la micro-entreprise par des jeunes dont la tranche d'âge est (19-40ans), pour les montants d'investissements pouvant atteindre 10 millions de dinars. Sa mission est de favoriser la création des activités des biens et services par des jeunes promoteurs ainsi que d'encourager toutes formes d'actions et des mesures tendant à promouvoir l'emploi des jeunes. L'ANADE a pour mission de soutenir, de conseiller et d'accompagner les jeunes chômeurs porteurs de projets durant toutes les phases jalonnant le processus de création de leurs micro-entreprises. L'ANADE accorde aux jeunes promoteurs trois prêts non rémunérés : Un prêt de 500.000 DA destiné aux diplômés de la formation professionnelle, pour l'acquisition de véhicules ateliers en vue de l'exercice des activités de plomberie, électricité bâtiment, chauffage, climatisation, vitrerie, peinture bâtiment, mécanique automobile. Un prêt de 500.000 DA pour la prise en charge du loyer des locaux destinés à la création d'activités sédentaires. Un prêt pouvant aller jusqu'à 1.000.000 DA, au profit des diplômés de l'enseignement supérieur. Un prêt non rémunéré octroyé par l'ANADE et modulé selon le niveau de financement. Bonification des taux d'intérêt bancaires à raison de 50 % en zones normales et 75 %

en zones spécifiques. Ces taux passent à 75 % en zones normales et 90 % en zones spécifiques quand l'activité est du secteur de l'agriculture, de l'hydraulique ou la pêche.

1.4.c La CNAS :

Le dispositif CNAC, vise les chômeurs de la tranche d'âge entre 35 et 50 ans, qui investissent dans les activités industrielles et/ou de services, sauf la revente en l'état pour des montants d'investissements pouvant atteindre 5 millions de dinars. Elle inclue un système de prêt (prêt initial à taux 0 et prêts à taux bonifié), un fond de caution mutuelle couvrant 70% du crédit consenti par la banque. La CNAC offre un accompagnement pour les promoteurs. En effet, le souci de préserver les micro-entreprises nouvellement créées d'une mortalité précoce, des sessions de formation à la gestion d'entreprise en direction des chômeurs promoteurs sont assurées, périodiquement, par des conseillers animateurs. En plus de cet appui, il est prévu d'octroyer aux promoteurs éligibles, plusieurs avantages qui sont, la bonification des taux d'intérêts pour les prêts bancaires, la réduction des droits de douanes, l'exonération fiscale et parafiscale, le bénéfice d'un prêt non rémunéré (sans intérêts) de la part de la CNAC.

[AKNINE.S et FERFRA.Y, 2014. P 71-72].

1.5 Genèse de développement des PME en Algérie depuis l'indépendance :

La majorité des PME en Algérie sont nées à partir de la fin des années 1980. La PME avant cette date n'a joué qu'un rôle secondaire. Majoritairement, on peut distinguer trois périodes de l'évolution de la PME depuis l'indépendance :

1.5.a La période 1962-1982 :

La PME et durant cette période a été considéré comme complément au secteur public, car toutes les politiques sont concentrées sur le développement de ce dernier laissant en marge le secteur privé se débrouiller comme il peut. De ce fait les promoteurs privés se sont dirigés vers les créneaux de services et de commerce, et même ces créneaux n'ont pas trouvé l'environnement favorable et encourageant, la législation de travail était rude, la fiscalité très

lourde et le commerce extérieur était fermé, telles étaient les principaux blocages de cette période pour l'émancipation de la PME privée.

1.5.b La période 1982-1988 :

Cette seconde étape est caractérisée par la promulgation des nouveaux cadres législatifs et réglementaires relatifs à l'investissement privé comme :

- La loi du 21/08/1982 qui a élargi les domaines d'activités et offre certaines avantages au secteur privé.
- En 1983, l'Etat mis en place un office pour l'investissement privé (OSCIP), Grâce à cette loi plus 1000 projets ont été inscrits et près de 777 de PME ont été réalisées.

1.5.c A partir de 1988 :

L'Etat a mis en place dans un nouveau cadre législatif et plusieurs réformes liées aux programmes de redressement économique, pour le développement de secteur privé et la promotion des petites et moyennes entreprises.

- Des mesures de facilitation administratives dans la phase de création de l'entreprise.
- La création d'un fonds de garantie des prêts accordés par les banques en faveur des PME.
- La création d'un conseil national de l'investissement (CNI) et la suppression de la distinction entre investissement public et investissement privés (CNES, 2002).

1.6 Les caractéristiques des PME en Algérie :

Un certain nombre de caractéristiques communes se dégage pour rendre compte de la réalité des PME.

À travers quelques recherches de (MARCHESNAY, 2003 ; Gillet, 2003 ; Melbouci, 2003) on peut dégager certains des caractéristiques des PME Algériennes :

- Un environnement très influent.
- Faibles spécialisations du travail.

- La centralisation de la gestion.
- Un système d'information et communication peu organisé.
- Un processus de décision peu formalisé.
- Le marché des entreprises est principalement local et national très rarement international.
- En 2008, l'Algérie comptait près de 520 000 entreprises opérant dans l'économie marchande. La quasi-totalité (99,8 %) était des PME ;

[PIERRE.J et MATIEU.M, 2003. P 58].

- Les PME Algérienne sont plutôt familiales et peu favorable à l'ouverture du capitale aux étrangers.
- Les techniques de croissance sont non matérialisées et non utilisées.
- Elles utilisent un nombre de dépendants très important.
- Le niveau d'instruction des entrepreneurs est limité.
- La qualité des biens et services produits par les PME est inférieure à celle des produits concurrents étrangers.
- Les PME privées fournissent un emploi à plus d'un million de personnes ;
- En moyenne, les PME algériennes emploient 3 personnes, ce qui explique la forte présence de ce type d'entreprise en Algérie (96,15%).

[ASSALA.K, 2006. P8].

1.7 Le rôle des PME en Algérie :

Les PME représentent près de 95 % du tissu des entreprises et jouent un rôle important avec 56% de la population active, 52% du total de la production du secteur privé hors hydrocarbures et près de 35% de la valeur ajoutée.

L'importance des PME en Algérie se mesure au regard du dynamisme du secteur. Sa contribution au développement économique se décline en termes d'importance numérique, de création d'emplois, de valeur ajoutée et de chiffre d'affaires.

En fait, l'appui que le Gouvernement a consacré aux PME, ces dix dernières années, s'est traduit par une évolution de cette catégorie d'entreprise permettant de totaliser à la fin de

l'année écoulée 852 053 PME contribuant à la création de plus de 2 millions d'emplois. Il est à préciser qu'à l'instar de beaucoup de pays, plus de 90 % du tissu PME sont des très petites entreprises (TPE) nécessitant un accompagnement spécifique pour favoriser leur émergence, développement et par conséquent leur survie.

[Communication de monsieur Abdelghani.M DGPME, 2015].

D'un autre côté Les PME contribuent au PIB hors hydrocarbures et à la valeur ajoutée. Les investisseurs privés sont intéressés par ce secteur plus que l'Etat et le secteur public, puisque ce dernier est attiré beaucoup plus par les grandes entreprises qui nécessitent un soutien et une intégration que peut garantir les PME avec les projets de la sous-traitance.

Le rôle des PME en Algérie est passé par plusieurs étapes, à partir de la marginalisation de ce rôle dans les premières années de l'indépendance, en arrivant à l'exploration et l'exploitation de ce rôle dans l'économie algérienne.

L'attribution des investisseurs privés dans la création des entreprises en Algérie, est très importante. On trouve que le nombre des PME/PMI privées représentent la majorité des entreprises qui figurent dans l'économie algérienne avec un taux qui dépasse 99% du nombre total des PME/PMI.

Le secteur privé et le secteur public contribuent tous les deux dans le PIB hors hydrocarbures avec des taux différents où on trouve que la contribution du secteur privé (90%) est beaucoup plus importante que celle du secteur public (10%).

Il faut aussi indiquer que cette contribution est considérée comme insuffisante pour atteindre l'indépendance à l'égard du secteur hydrocarbures.

[Tahraoui.M, (2007/2008)]

Malgré l'évolution de l'état des PME/PMI en Algérie, on remarque que l'Etat Algérien a besoin de beaucoup plus d'efforts pour développer ce secteur, afin de bien l'exploiter pour bénéficier des avantages que nous représentent ce genre d'entreprises qui sont loin de ceux représentés par les PME/PMI dans les autres pays, surtout dans les secteurs d'activité créatifs et productifs.

Section 2 : les réseaux sociaux :**2.1 Le lien social :**

D'une manière générale, le lien social est perçu comme l'ensemble des rapports de traits ou interaction, voir de tous les divers mécanismes qui permettent de faire interagir les individus entre eux. L'origine des travaux sur la force des liens remonte aux travaux du sociologue Mark Granovetter en 1973 et concerne l'effet des relations sur la recherche d'emplois. La définition qu'a donnée Granovetter est la suivante : « *lien dont la force est une combinaison (probablement linéaire) de la quantité de temps, de l'intensité émotionnelle, de l'intimité (la confiance mutuelle) et des services réciproque qui caractérisent ce lien.* »

[FALLERY.B et MARTI.C, 2007. P 170].

On constate alors que c'est en fonction de l'intensité de la relation que le lien sera qualifié de fort, faible ou absent. De plus en plus, l'intensité des liens modifie la disposition des agents à innover. La nature des liens induit l'implication dont fait preuve un individu dans sa démarche de construction de relations personnelles.

2.2 La théorie des liens forts et des liens faibles :

Les réseaux sociaux des entrepreneurs peuvent être un déterminant important de réussite ou d'échec du projet car il représente une clef d'identification et d'opportunité. Compte tenu de leurs ressources limités » les PME doivent recourir a différentes réseaux afin d'obtenir une information riche. Le rôle de ces réseaux et d'aider ces entreprises a profiter de sources informationnelles diverses, les auteurs rappellent que dans les PME les réseaux sont essentiellement des réseaux personnels et d'affaires qui sont le plus souvent des réseaux forts (clients, fournisseur). Mais certain réseaux plus purement informationnels, qui peuvent comprendre aussi bien des réseaux sociaux qu'institutionnels, servent alors a compléter les informations provenant des réseaux personnels et d'affaires. Ces réseaux a liens faibles sont sociologiquement plus éloignés du dirigeant. Néanmoins, ils peuvent justement favoriser le repérage des signaux faibles que préconisent, afin d'aider l'ensemble de l'entreprise a apprendre de façon permanente. **[DEGENNE.A et FORSE.M, 2004. P 172].**

Mark Granovetter a classé les liens interpersonnels en fonction de leur force selon quatre critères (la durée de la relation, l'intensité émotionnelle, l'intimité et les services réciproques que se rendent les partenaires). **[DEGENNE.A et FORSE.M, 2004. P 127].**

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

[DEGENNE.A et FORSE.M, 2004. P 185].

Les liens faibles quant à eux, impliquent moins les acteurs, ils permettent d'être plus réactif et plus rapide dans l'utilisation des informations disponibles et donc plus rapide dans la réalisation de projets : « les liens faibles constituent des ponts pouvant donner accès à d'autres réseaux pour des informations spécifiques et le plus souvent nouvelles, même si elles sont partielles.

L'hypothèse centrale du fameux article de M. Granovetter (1973) sur la force des liens faibles est que si un individu A a un lien fort simultanément avec un individu B et un individu C, il est très probable que B et C se connaissent en aient eux aussi un lien fort, ce pour trois raisons (Granovetter, 1973). Premièrement, par ce que la force du lien implique qu'A passe beaucoup de temps avec B et avec C, ce qui augmente les chances que ces derniers finissent par se rencontrer. Deuxièmement, par ce que les personnes qui ont un lien fort ont tendance à se rassembler (principe d'homophilie) : si A ressemble à la fois à B et à C, B ressemble à C et l'apparition d'un lien fort B-C est de ce fait très probable vas créer une dissonance cognitive chez B (respectivement C), qui le conduira à se rapprocher de C (respectivement B), pour que ses sentiments soient congruents avec ceux de A.

[CHOLLET.B, 2002. P6].

2.3 Les Types des liens sociaux :

L'organisation de coopération et de développement économiques(OCDE) définit les réseaux : « les réseaux sont avant tout des liens entre des individus parfois isolés mais le plus souvent membres d'entreprises, d'associations ou d'organismes privés, semi-privés ou publics, ces liens constituant des sources d'information de toute sorte.

[PIERRE-ANDRE. J et LACHANCE.R et autres, 2004. P182].

On remarque dans cette définition que le réseau désigne l'ensemble des relations qui unissent des individus faisant partie d'un même groupe social et/ou qui établissent des règles sociales entre individus ou groupes sociaux différents et s'échangent les informations entre eux.

Les réseaux sociaux sont faits de liens, généralement positifs, fort ou faibles, tels qu'il y a une connexion directe ou indirecte de chacun des participants à chacun des autres, permettent la mise en commun des ressources dans le milieu interne. Il arrive que les connexions servent aussi à la mise en ordre des ressources par rapport à l'environnement externe, ce qui est caractéristique des appareils.

[LEVESQUE.M, 2002. P403].

Pour Granovetter : « lien dont la force est une combinaison (probablement linéaire) de la quantité de temps, de l'intensité émotionnelle, de l'intimité (la confiance mutuelle) et des services réciproques qui caractérisent ce lien. **[FALLERY.B et MARTI.C, 2007. P17].**

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

D'une manière générale, le lien social est perçu comme l'ensemble des rapports des traits ou interactions voir tout les divers mécanismes qui permettent de mettre les individus entre eux, la théorie de liens « des liens faibles et des liens forts » énoncée par le sociologue Mark Granovetter en 1973 est une bonne explication de l'intérêt de développer ses réseaux, il se distingue entre deux (2) types de liens :

- 1- Les liens forts : On peut définir les liens forts comme nos relations avec les personnes de notre famille, amis, proche de loin et de près, et nos collègues et tous ceux que nous voyons régulièrement sont en effet à l'origine de la cohésion sociale. « Les liens forts sont se confiance et procurent une certaine sécurité.

[FALLERY.B et MARTI.C, 2007. P 171].

- 2- Les liens faibles : les liens faibles eux sont les contacts avec qui nous passons peu de temps et où l'émotionnel et l'affectif est peu présent voir nul. Ils favorisent l'intégration sociale et la circulation d'information.

Granovetter définit les réseaux a liens faibles comme : « ceux avec lesquels les individus ont peu d'interactions dans le temps, une faible intensité émotionnelle, peu de confiance et peu de services réciproque. [FALLERY.B et MARTI.C, 2007. P 170].

2.4 Les réseaux sociaux dans les entreprises algériennes :

La construction du réseau sociale se forge dans un contexte de compétitivité dans lequel certain individus développent et mobilisent un réseau social afin d'obtenir des informations qui le conduiront a la réalisation de leur projet. Les réseaux de liaison et le produit de stratégie d'investissement social consciemment ou inconsciemment orientées vers l'institution ou la reproduction de relation sociale directement utilisables. A court ou long terme, contingents comme les relations de voisinage, de travail ou même de parenté, on relation a la fois nécessaires et élective, impliquant des obligations durables, subjectivement ressenties (sentiments de reconnaissance, de respect, d'amitié...) ou institutionnellement garanties), cela grâce a l'alchimie de l'échange de paroles, de dons... [BOURDIEU.P, 1980. P02].

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

La prise en considération des différents types de réseaux permet d'envisager des relations sociales fondées sur la confiance, basées sur des valeurs communes, sur le respect du même principe d'autorité, sur la reconnaissance d'une même source de légitimité. Il existe plusieurs sortes de réseaux de partage d'information :

- 1- Les réseaux personnels sont généralement : formés de quelques membres du personnel (cadre ou employé clé), de membres de la famille proche ou élargie, d'amis ou de collègues d'études, d'un client particulier, d'un membre spécifique de l'association d'entrepreneur. [JULIENET.P et LACHANCE.R et autre, 2004. P 183].

C'est-à-dire des personnes en qui on a confiance pour discuter de développement d'entreprise, étant donné l'importance de la dimension affective dans les échanges que l'on a avec elles.

- 2- Les réseaux d'affaires : ce sont tous les intervenants des diverses transactions de l'entreprise sur deux coté. En premier lieu on trouve en amont les fournisseurs qui peuvent nous donner des conseils quand le cout des produits fluctue. En second lieu,

en aval, ce sont tous les clients ou intermédiaires (grossistes, publicitaires....) qui ont une influence sur le marché. Cependant les réseaux d'affaires peuvent faire parties des réseaux personnels a partir du moment où ils gagnent la confiance de l'entrepreneur.

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

En effet, lors de la création de l'entreprise, le capital investi est souvent le fait du réseau familial et amical (parfois les membres de la famille sont associés) ; en plus des économies personnelles de l'entrepreneur. Souvent est associé à la création de l'entreprise, un membre de la famille (frère, beau frère, sœur, enfants) ou des amis (exemple d'ancien collègue travaillant a la chambre de commerce et d'industrie d'Alger). Les réseaux de connaissances (familiale, professionnelle et des amis jouent aussi fortement, par exemple : pour intervenir dans le secteur de l'administration. [GILLET.A, 2005. P 11].

D'après ce que MADOUIM a constaté dans ses recherches sur les entrepreneurs que la création de l'entreprise est de ce fait une affaire familiale, elle est l'occasion de mobiliser et de mesurer le degré de solidarité des frères et sœur a coté du porteur de projet. Le fils, le frère, ou le cousin figurent comme associés. En contrepartie, l'entrepreneur espère pouvoir offrir un emploi à ses proches au chômage ou en situation précaire. [MADOUIM. 2008.P 143].

2.5 Le rôle des liens sociaux dans la création de l'entreprise :

La création d'entreprise est d'abord une idée, qu'il s'agit de transformer en activité économique, plus en activité rentable. Puis il faut formaliser l'ensemble de ces étapes dans un document appelé le business plan. La création d'entreprise est un mode de vie, un challenge permanent, une capacité à jongler avec sa trésorerie et à prendre des décisions dont les conséquences impacteront niveau de vie de l'entrepreneur et de ses collaborateurs.

Selon le ministère de la PME les étapes de création d'entreprise commence par l'idée du projet. Puis, de l'idée a l'élaboration du projet. Ensuite, le lancement du projet, enfin le démarrage de l'activité.

[Communication du Ministère de la PME et de l'artisanat Algérie, 2006]

La famille et les amis sont la première source majeure de soutien à qui retourne chaque entrepreneur lors de 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 des 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.

[FAYOLLE.A et JEAN-MICHEL.D.2012, P 35].

D'après ce que MADOUIM a constaté dans ses recherches sur les entrepreneurs que la création de l'entreprise est de ce fait une affaire familiale, elle est l'occasion de mobiliser et de mesurer le degré de solidarité des frères et sœurs à côté du porteur de projet. Le fils, le frère, ou le cousin figurent comme associés. En contrepartie, l'entrepreneur espère pouvoir offrir un emploi à ses proches au chômage ou en situation précaire. **[MADOUIM, 2008.P 143].**

Conclusion du chapitre

A la fin de ce chapitre on peut comprendre que les liens sociaux ont un impact très important dans l'émergence du processus entrepreneurial, cela grâce aux avantages que ces derniers offrent que ce soit dans la création de l'entreprise ou dans son accélération et son développement, sans oublier que les liens sociaux facilitent la décision entrepreneuriale grâce à ses apports matériels et immatériels, à l'instar de l'expérience professionnelle, les fonds propres fournis, le repérage d'opportunités d'affaires et la constitution d'un réseau de partenaires.

Partie pratique

CHAPITRE IV

Caractéristiques socioprofessionnelle des entreprises et des entrepreneurs enquêtés

CHAPITRE IV Caractéristiques socioprofessionnelle des entreprises et des entrepreneurs enquêtés

Préambule :

Dans ce chapitre nous allons présenter les entreprises qui forment notre échantillon d'étude. Notre échantillon se compose de 10 entrepreneurs ce qui fait 10 entreprises qui se situent dans les différents régions de la wilaya de Béjaïa, nous présenterons tout d'abord les entreprises ainsi dans la deuxième section du chapitre nous exposerons les caractéristiques personnelles des entrepreneurs, telles que leurs âges, leurs niveaux d'instructions, leurs situations matrimoniales.

Section 1 : présentation des entreprises :

Ce qui suit nous allons d'écrire les entreprises et les entrepreneurs interrogés :

Bara ceramica :

Forme juridique : société à responsabilité limitée (SARL)

Nombre de salariés : 13

Activité principale : vente de matériaux de construction et de finition

Année de création : 2014

Entreprise de menuiserie aluminium et pvc :

Forme juridique : entreprise individuelle

Nombre de salariés : 8

Activité principale : menuiserie aluminium et pvc

Année de création : 2017

Plombier ambulant :

Forme juridique : entreprise individuelle

CHAPITRE IV Caractéristiques socioprofessionnelle des entreprises et des entrepreneurs enquêtés

Nombre de salariés : 9

Activité principale : installation de chauffage et de climatisation

Année de création : 2019

EURL PHENIX

Forme juridique : entreprise unipersonnelle à responsabilité limitée

Nombre de salariés : 60

Activité principale : fabrication de vêtements de travail

Année de création : 2001

Matériaux de construction :

Forme juridique : entreprise individuelle

Nombre de salariés : 10

Activité principale : vente de matériaux de construction

Année de création : 2005

SARL TRADING SOFA

Forme juridique : société à responsabilité limitée

Nombre de salarié : 11

Activité principale : vente de meuble importation et locale

Année de création : 2019

Entreprise d'informatique :

Forme juridique : entreprise individuelle

Nombre de salarié : 05

CHAPITRE IV Caractéristiques socioprofessionnelle des entreprises et des entrepreneurs enquêtés

Activité principale : sécurité de réseaux informatique, caméra vidéo de surveillance, alarme.

Année de création : 2021

ENTREPRISE BENKERROU :

Forme juridique : entreprise individuelle

Nombre de salariés : 07

Activité principale : vente des pièces détachés et accessoires asiatique

Année de création : 2014

EURL ALIGRO LUX :

Forme juridique : entreprise unipersonnelle à responsabilité limitée

Nombre de salariés : 08

Activité principale : transformation et conservation de fruits et légumes

Année de création : 2019

Menuiserie AMRI :

Forme juridique : entreprise personnelle

Nombre de salariés : 09

Activité principale : vente et montage des portes fenêtres et balcon en aluminium et en pvc

Année de création : 2014

Section 2 : Les caractéristiques socioprofessionnelles des entrepreneurs

En ce qui suit, nous allons exposer les caractéristiques socioprofessionnelles des entrepreneurs tels que leurs âges, état civil, niveau d'instruction ...

CHAPITRE IV **Caractéristiques socioprofessionnelle des entreprises et des entrepreneurs enquêtés**

1. La répartition des enquêtés selon l'âge :

D'après les données recueillies on peut constater que l'âge des interrogés des PME de la wilaya de Béjaïa varie entre 27 et 58ans répartie en 4 catégories :

La première catégorie est la catégorie de [27 à36] ans ce qui veut dire que malgré le jeune âge de cette catégorie les entrepreneurs sont dans la responsabilité de la création de l'entreprise.

La deuxième catégorie est la catégorie de [37 à46] ans suivie de la catégorie d'âge de [47 à56] ans, on peut comprendre d'après ces deux catégories que souvent la création d'entreprise est précédée d'une longue expérience professionnelle (conducteur de tracteur, gestionnaire de stock, vente des vêtements cabas et travaux divers...) Enfin un seul entrepreneur âge de plus de 59 ans.

D'après l'enquête effectuée on peut constater que la majorité des entrepreneurs porteurs de projets figurent dans la catégorie jeune et cela grâce aux avantages reçues auprès des institutions étatiques telle que (ANJEM, ANADE) d'une part, et d'autres part grâce aux formations offertes par les centres de formation telle que la CFPA, qui montrent le chemin pour lancer sa propre activité.

2. La répartition des enquêtés selon leur situation matrimoniale :

La répartition de notre échantillon par situation matrimoniale, laisse apparaître que la majorité des enquêtés 7 cas sur 10, sont mariés et ont des enfants. Certaines des entrepreneurs mariées déclarent que c'est grâce à leur situation familiale qu'ils ont pu réaliser leur projet d'avenir, l'un des enquêtés témoin « *c'est grâce à ma famille, mes enfants que j'ai réussi à créer mon entreprise et de continuer malgré toutes les obstacles parce que je le fais pour eux et c'est eux qui me donnent la force pour continuer* »(propriétaire d'une entreprise de fabrication de vêtements de travail, âgé de 43 ans).Ce qui explique que les entrepreneurs mènent une vie sociale stable avec un objectif dans leurs vies, celui de subvenir aux besoins de leurs familles. Contrairement aux entrepreneurs célibataires ils veulent toujours profiter plus de leurs vies d'indépendance mais ils pensent aussi que se marier va les empêcher de réaliser leurs projets.

CHAPITRE IV **Caractéristiques socioprofessionnelle des entreprises et des entrepreneurs enquêtés**

De ce fait on peut déduire que la situation matrimoniale de l'entrepreneur, peut le motiver lors de la création comme elle peut l'empêcher.

3. Le niveau d'instruction des entrepreneurs :

Selon les données collectées aux pris de nos enquêtés, on voit que le niveau d'instruction le plus élevé est le niveau moyen ce qui explique que nous enquêtés on quitter l'école tôt. Un de nous enquêtés nous à déclarer« *l'école est pour moi une perte de temps* » (propriétaire d'une entreprise de menuiserie aluminium et pvc, âgé de 29 ans). Mais ils n'ont pas resté là, car ils ont fait des formations et des stages aux pris des centre de formation étatiques qui forment de vrais entrepreneurs.

Puis on remarque que trois de nos enquêtés ont un niveau universitaire et deux dont leurs niveaux est secondaire ils ont exploité leurs différents diplômes et formations au service de leurs entreprises. L'un de nos enquêtés à déclarer «*mes diplômes en université n'étaient pas suffisants alors j'ai fait une formation de gestion de ressources humaines pour devenir gestionnaire de stock chez l'entreprise PROFERT à Bejaïa et enfin créé ma propre entreprise*» (propriétaire d'une entreprise de vente de matériaux de construction et de finition âge de 47 ans).

Ainsi, un seul de nos enquêtés à un niveau primaire, il est âgé de 59 ans il à quitter l'école très tôt à cause de la situation de ça famille car ils étaient pauvre.

Finalement on peut dire que le niveau d'instruction n'est pas obligatoire pour ce lancer dans l'entreprenariat car toute personne à un rêve a réaliser et grâce à la volonté il peut transformer son rêve en une passion, une entreprise.

Conclusion du chapitre :

La wilaya de Bejaia où l'enquête a été faite, présentent un potentiel entrepreneurial important. Le profil des entrepreneurs est divers car ils ont des caractéristiques différentes, que sa soit dans leur âge, niveau d'instruction ou leur situation familiale, mais on déduit qu'il n'y a pas d'âge idéal pour créer une entreprise et que chaque personne peut créer son entreprise sans aucun niveau d'instruction où une formation est nécessaire pour réussir dans le domaine, sauf avoir de l'ambition et du désir d'atteindre ces objectifs et ces projets.

CHAPITRE V

Le processus de création et le rôle des liens sociaux dans le processus de création de l'entreprise

CHAPITRE V Le processus de création et le rôle des liens sociaux dans le processus de création de l'entreprise

Préambule :

Ce chapitre va se décomposer en deux sections dans la première nous allons parler sur le processus de création, à savoir d'où vient l'idée de la création, les raisons et les objectifs derrière cette création et savoir si nous entrepreneurs possédons des associés.

Dans la deuxième section nous allons éclaircir le rôle des liens sociaux durant le processus de création des entreprises des entrepreneurs de la wilaya de Béjaïa. Nous allons tout d'abord parler sur l'idée de création, ainsi savoir que si les entrepreneurs ont des proches qui possèdent des entreprises et s'ils ont fait recours à leur entourage lors de la création de leurs entreprises (famille, amis, proches). Ensuite on va parler sur les moyens et source de financement des entrepreneurs, ainsi les obstacles qu'ils ont rencontrés durant la création et savoir comment ils l'ont résolu, en fin on va chercher à savoir à qui ils font appel lorsqu'ils tombent dans le besoin telle que les problèmes liés à leurs entreprises ou à la gestion de cette dernière.

Section 1 : Le processus de création

1. L'origine de l'idée de la création :

À la base de toute création d'entreprise, il y a une idée. Lors de notre enquête on en a identifié plusieurs d'ailleurs, elle peut être née par expérience professionnelle, d'un savoir-faire, d'une formation initiale qui leur a permis d'acquérir les compétences indispensables, ou encore de simples circonstances qu'ils leur ont offert l'opportunité de se lancer, l'idée peut être aussi émise par une autre personne qui peuvent être le père, le frère, les grands-parents, les amis, ou une connaissance, mais ça peut être aussi un rêve d'enfance. Certains ont été inspirés par des entreprises de la même activité que parfois le propriétaire est un de leurs proches ou leur ancien patron comme le déclare l'un de nous enquêtés *«durant mes deux années de travail chez mon cousin j'ai trouvé que ça fonctionnait bien pour lui, il y avait toujours de nouveaux clients, donc je me suis dit si j'ouvre mon atelier propre à moi sûrement que je vais réussir»* (propriétaire d'une entreprise de menuiserie aluminium et PVC âgé de 29ans).

CHAPITRE V Le processus de création et le rôle des liens sociaux dans le processus de création de l'entreprise

« *Entreprendre suppose un état cognitif conduisant une personne à agir conformément au type d'action qu'appelle l'acte correspondant, à partir d'une idée et de la détection ou de la construction d'opportunités d'affaires* ». [VERSTRAETE, 2003].

2. Choix du métier :

Parmi les raisons de choix de métier des entrepreneurs qu'on à interroger on trouve en premier l'amour et la passion pour le métier, car pour eux l'un des plus grands avantages qu'ils peuvent avoir sur leur concurrents est de s'amuser avec ce qu'ils font. Et aimer son travail n'est pas seulement un bonus supplémentaire au succès, c'est aussi un signe avant-coureur important et sa permet d'aller de l'avant comme l'a affirmé l'un de nous enquêtés «*mon travail je le fais par amour, cela le rend plus facile et plus amusant*» (propriétaire d'une entreprise de transformation et conservation de fruits et légumes âgé de 32 ans)

En second lieu on trouve on trouve qu'ils ont choisi leur métier plutôt qu'un autre métier vu que c'est un métier trop demander dans la société et qui apporte des bénéfices comme le confirme l'un de nous enquêtés «*j'ai choisi ce métier car c'est une profession très valorisant et trop demander j'ai su que c'est un métier qui marche beaucoup et qui apporte alors je me suis dit pourquoi pas ne pas ouvrir ma propre entreprise*» (propriétaire d'une entreprise de vente de meubles importation et local âgé de 31 ans)

Quelques entrepreneurs enquêtées on choisit leur métier car il ont déjà travaille dans le même domaine ou il on acquière beaucoup de connaissances sur ce dernier comme le déclare l'un de nous enquêtés «*J'ai travailler pendant 3 ans chez littorale froid a Jijel, à travers le temps je me suis rendu compte que je faisait presque le tout que sa soit la gérance dans l'entreprise, le montage, la répartition et plein de choses j'ai appris tout ce qu'il faut apprendre donc j'ai créé ma propre entreprise a moi*» (propriétaire d'une entreprise de d'installation de chauffage et de climatisation âgé de 30 ans)

Finalement pour certains de nous enquêtées le choix de leurs métiers c'est un héritage de la famille, un métier de la famille ce qui montre l'importance et le rôle de la famille dans l'influence du choix du métier «*mon père était un mécanicien et propriétaire d'une entreprise de vente de pièces détachées, alors je n'ai même pas cherché à travailler ailleurs*» (propriétaire d'une entreprise de vente de pièces détachées asiatique âgé de 42 ans)

CHAPITRE V Le processus de création et le rôle des liens sociaux dans le processus de création de l'entreprise

On conclut alors qu'il existe beaucoup de raisons de choix de métier non seulement par l'Amour ou passion mais ça peut être aussi par l'expérience dans le métier ou parce que ce dernier est très demander et surtout il peut être aussi un héritage de famille, ceux qui ont pu hériter de leur entreprise, ce qui veut dire qu'ils ont pris la relève de leur entreprise familiale ou de l'expérience de leurs parents.

3. Les objectifs des entrepreneurs lors de la création de l'entreprise :

Crée son entreprise est pour certains un challenge très excitant, un moyen de se réaliser, de gérer sa vie professionnelle sans contrainte, d'être libre.

Quelques entrepreneurs dans notre enquête on crée leur entreprise dans l'objectif de devenir chef, autonome et indépendant. Ces entrepreneurs sont mariés et leurs âge varié entre 37 et 46 ans. Ils veulent pouvoir choisir avec qui ils travaillent, diriger l'équipe et être libre. Un de nous enquêtés déclare que *«être mon propre patron me permet d'avoir une certaine liberté surtout au niveau de l'emploi du temps que je définis moi-même mais aussi sur l'organisation et le fonctionnement de l'entreprise, et sa me permets de gagner plus d'argent»* (propriétaire d'une entreprise de vente de meubles importation et local âgé de 31 ans)

En effet SLAMANI, R., & autre accentuent : « ce facteur souligne le besoin d'autonomie des entrepreneurs qui désirent le pouvoir, qui veulent diriger, être leur propre patron, choisir ceux qu'il faut faire, maitriser leur temps, régler eux-mêmes leur travail, choisir ceux qu'ils préfèrent ». [SLAMANI.R et autres, 2002. P73].

Pour certains de nos interviewés, l'objectif de la création de leur entreprise est l'amélioration de leur situation financière, comme le déclare l'un de nous enquêtés *«j'ai déposé plein d'argent pour réussir mon projet ce n'es comme même pas pour rester dans la même situation mais c'est pour rapporter plus de bénéfices»* (propriétaire d'une entreprise de vente et montage des portes fenêtres et balcon en aluminium et en pvc âgé de 34 ans)

SLAMANI.R., & autres affirment que : « le désir de faire de l'argent est une motivation significative chez les entrepreneurs. Surtout ceux et celles qui ont perdu leur emploi ou qui cherchent à mieux subvenir à leurs besoins et a ceux de leur famille. ».

[SLAMANI.R et autres, 2002. P73].

CHAPITRE V Le processus de création et le rôle des liens sociaux dans le processus de création de l'entreprise

En troisième lieu l'objectif de la création selon quelques entrepreneurs interrogés et d'exploiter leur connaissance, un de nous enquêtés indique *«J'ai étudié l'informatique à l'université de Oran et j'ai fait un stage d'informatique à Cheraga à Alger j'ai constater que j'ai appris plein de choses sur le domaine de l'informatique, j'ai décider alors d'ouvrir mon cabinet d'informatique en tout ce qui concerne sécurité de réseaux informatique, caméra vidéo de surveillance, alarme, dans le but de mettre mes connaissances en pratique»* (propriétaire d'une entreprise d'informatique âgé de 32 ans)

Ainsi quelques entrepreneurs dans notre enquête on crée leur entreprise c'est pour aider leur familles et leurs apporter du soutien comme l'a déclaré l'un de nous enquêtés *«ma famille est la première de mes responsabilités et j'en suis leur premier responsable, j'ai créé cette entreprise avant tout c'est pour ramener tout ceux dont ils ont besoin et tout ce qu'il peut leurs être utile»* (propriétaire d'une entreprise de vente de matériaux de construction âge de 59 ans)

Enfin, certaines des entrepreneurs enquêtées on créés leur entreprise pour investir dans d'autres projet dans l'avenir comme le confirme l'un de nous enquêtés *«avant on vendait juste les articles sanitaires locale, mais une fois que j'ai vu que sa apportait et que je commence à être connu dans les lieux, j'ai eu l'agrément de l'importation je commence à importer des articles de la Chine, de la Turquie et de l'Espagne et dans l'avenir je compte ouvrir un usine de construction des articles sanitaires ici à Bejaïa»*(propriétaire d'une entreprise de vente de matériaux de construction et de finition âgé de 47 ans)

Par conséquent, les objectifs d'un entrepreneur lors de la création d'une entreprise sont multiples, selon l'angle dans lequel on se trouve. Mais par contre on remarque que la plupart d'entre eux on crée leur entreprise soit pour des raisons économiques soit pour investir dans d'autres projet.

4. La gestion de l'entreprise : (associé ou pas d'associé)

Après l'enquête menée on à constater que tout nous entrepreneurs gèrent tout seuls leurs entreprises et ils ont pas d'associés, avec une fréquence de 10/10 ce qui montre que les entrepreneurs préfèrent être seule a gérer l'entreprise, un de nous enquêtés à déclarer *« je n'est pas créé ma propre entreprise à moi pour que quelconque viens partage avec moi la gestion*

CHAPITRE V Le processus de création et le rôle des liens sociaux dans le processus de création de l'entreprise

de l'entreprise ou me donner des ordres et qui pense que tout est permis ou qu'il me manipule» (propriétaire d'une entreprise d'installation de chauffage et de climatisation, âgé de 30ans).

Ce que DANY.F affirme : « L'entrepreneur se caractérise par un besoin d'accomplissement élevé ; il préfère être responsable de la solution des problèmes, établir ses propres objectifs et les atteindre par leur seul effort. Ils ont également tendance à prendre des risques modérés en fonction de leurs habilités...» [DANY.F, 2002. P07].

On comprend aussi que les entrepreneurs évitent la cogérance pour ce méfier des problèmes, car les cogérants peuvent devenir plus tard des concurrents comme ils peuvent délivrer les secrets de l'entreprise on peut ajouter aussi la difficulté à se faire confiance et l'incapacité de s'entendre et de prendre des décisions communes

Section 2 : le rôle des liens sociaux dans le processus de création de l'entreprise

1. Des membres de la famille qui possèdent des entreprises :

Durant notre enquête menée sur l'existence ou no existence des membres de la famille des entrepreneurs qui possèdent des entreprises on à trouver 9 sur 10 entrepreneurs qui ont des membres de leur famille que sa sois des cousins, leurs pères ou leurs frères qui occupent de dévers entreprise (cafétéria, plombier, entreprise de peinture, de motos, entreprise d'électricité bâtiment...)

Mais il y en à des membres de la famille qui possèdent des entreprises de même profession que nos enquêtés, qui ont suivis le même domaine (le cas du propriétaire d'une entreprise de pièce détachée)

On peut remarquer que le taux élevé des entrepreneurs venant de famille ayant la profession de chef d'entreprise, cela explique que la famille joue un rôle important dans l'apprentissage et le développement de l'esprit d'entreprise des personnes, car ce métier permet de comprendre et de plonger au cœur du monde de l'entreprise en acquérant l'expérience et les compétences nécessaires.

CHAPITRE V Le processus de création et le rôle des liens sociaux dans le processus de création de l'entreprise

2. La contribution de l'entourage dans la création :

Lors de notre enquête menée on à réaliser que tout les entrepreneurs ont fait appel a leur entourage lors de la création de leurs entreprises que sa soit dans le côté administratif, financière ou matériel et aussi ce qui concerne la paperasse comme l'a indiqué l'un de nous enquêtés *«au début j'ai demander à certains de mes anciens amis et collègues que j'ai eu dans mon ancien job de l'aide à trouver un espace a louer où débiter mon commerce et surtout de l'aide à avoir l'autorisation du lieu, mais aussi de l'aide à connaître les fournisseurs qui existent au niveau de la wilaya»*(propriétaire d'une entreprise de vente de matériaux de construction âgé de 59 ans)

Un autre entrepreneur nous a dit : *«dans chaque démarche je demande des conseils aux pré de ma famille, mes amis, parfois de l'aide pour tisser des liens. De l'aide matériel aussi financier. Parfois de l'aide pour résoudre des problèmes administratifs»* (propriétaire d'une entreprise de vente de matériaux de construction et de finition âgé de 47 ans)

Mark Granovetter qui a étudié le rôle des réseaux pour la création d'entreprise dans différentes communautés ethniques en Asie du Sud-est (Granovetter, 2003). Le principal résultat de son analyse est que la forme et les caractéristiques du réseau du créateur jouent un rôle décisif dans les chances de succès des projets de création. Ceci montre la pertinence d'une approche prenant en compte des facteurs non économiques. L'entrepreneur ethnique a également été l'objet de diverses autres enquêtes en sciences sociales.

On déduit alors que l'entrepreneur à toujours besoin de son entourage lors de la création de son entreprise.

3. La contribution de la famille au financement de leurs projets :

Les résultats de notre enquête montrent que 8 entrepreneurs on reçu de l'aide financière de la part de leurs familles comme le déclare l'un de nous enquêtés *«ma famille était la première à m'aider financièrement, surtout mon père qui ma donner la moitié de l'argent qu'il faut pour débiter mon projet»* (propriétaire d'une entreprise de menuiserie aluminium et PVC âgé de 29 ans). Mais il en à aussi 2 entrepreneur qui on reçu de l'aide financière aux pris de leurs amis comme le confirme l'un de nous enquêtés *«j'ai reçu de*

CHAPITRE V Le processus de création et le rôle des liens sociaux dans le processus de création de l'entreprise

l'aide financière de mon ancien collègue de travail à cette époque ce n'était pas une grosse somme mais sa reste un geste que je tolérerais toute ma vie» (propriétaire d'une entreprise de vente de matériaux de construction âgé de 59 ans)

On à remarquer aussi qu'il n'y a pas que l'aide financière que l'entrepreneur reçoit mais il existe aussi de l'aide moral et matérielle. Les liens forts participent à ancrer une culture entrepreneuriale aux personnes.

Selon Krackhardt (1992), les entrepreneurs utilisent la famille et d'autres liens forts pour avoir des ressources utiles pour la création d'entreprises. La confiance est la base de ces liens forts (amis et famille). [KRACKHARDT.D, 1992. P 216].

L'enquête montre le rôle primordial des liens forts (famille, amis, proches, collègues) et son importance pour l'entrepreneur à fin de réaliser son projet. Les liens forts permettent un meilleur accès aux ressources financières que les liens faibles et plus nombreux seraient les liens avec des personnes haut placées, meilleure sera la performance de l'entreprise.

4. Les obstacles rencontrés lors de la création et les solutions adoptées par les entrepreneurs :

La création d'une entreprise est un long parcours parsemé d'obstacles et de difficultés. Du stade de l'idée de projet jusqu'à sa concrétisation, les étapes et les problématiques à résoudre seront nombreuses. Lors de notre enquête on à trouver que nous enquêtées avaient des problèmes lors de la création de leurs entreprises des problèmes administrative, des problèmes de financement, la peur d'échouer et de ne pas réussir, des problèmes de location et d'autorisations, l'implantation et le recrutement, l'expérience, le manque d'idées, des problèmes lors de l'importation...

Mais en à remarquer aussi qu'ils utilisent de différentes moyens pour résoudre leurs problème, parfois de faire un crédit bancaire lorsqu'il s'agit d'un problème de financement et parfois ils font appel a leurs entourage que sa soit leurs familles, amis et proches. L'un de nous enquêtés déclare *«j'ai eu certains difficultés lors de la création de mon entreprise premier mot à avoir une autorisation du lieu et deuxième mot aux niveaux financier, mais*

CHAPITRE V Le processus de création et le rôle des liens sociaux dans le processus de création de l'entreprise

grâce à l'intervention des membres de la famille la question d'argent n'était plus un problème et l'autorisation je l'ai eu finalement grâce à un amis qui travaillait à la wilaya» (propriétaire d'une entreprise de vente de matériaux de construction âgé de 59 ans)

Un autre enquêté nous à dit «trouver un garage à louer à était mon plus grand souci au départ, comme vous le savez Taharacht est une grande zone industrielle et c'est difficile de trouver un garage à louer avec une somme moyenne, j'ai trop hésiter au début, mais heureusement que ma famille et toujours était là pour me soutenir et pour me donner du courage on me disant fonce on est derrière toi, et voilà finalement je l'ai fait j'ai louer un garage à Taharacht et ça marche bien finalement»(propriétaire d'une entreprise de vente de pièces détachées asiatiques âgé de 42 ans)

Un autre entrepreneur à déclarer «le seul et unique problème que j'avais c'était au niveau de l'importation, moi j'achète la matière première de l'étranger et quand vous faites vos calculs vous trouverez que les douanes algériennes prennent un peu plus de 50% ce qui veut dire qu'elle prennent plus que le productive lui-même à titre d'exemple j'ai un produit à importer depuis la Chine qui coûte 3\$ qui veut dire 400da si on fait les calculs des droits douanes et la TVA ils vont prendre 255da. En plus de ça ils sont des voleur comme je vous l'avais dit j'achète du tissu semi fini ce qu'il veut dire qu'un pantalon par exemple il peut avoir jusqu'à 5 pièce la douane ne fait pas la différence entre un tissu finit et un tissu semi finit alors ils prennent un peut de ça un peu de cela et nous quand on arrive à la production, à l'assemblage du produit on trouve toujours des pièces qui manquent parfois c'est le devant parfois c'est les manches ... donc je me suis dit c'est bon j'arrête tout cela ma vraiment fatiguée alors on c'est spécialisée sur le vêtement de travail, spécialement le vêtement technique, c'est des tissus trop demander dans les campagnes pétrolières (sonatrach et ses filaires) (propriétaire d'une entreprise de fabrication de vêtements de travail âgé de 43 ans)

Des problèmes lors de la création de l'entreprise il y en a des tonnes dans notre enquête on peut résumer les difficultés qui freinent les entrepreneurs dans la démarche entrepreneurial en ce qui suit : lenteurs administratives, problème de douanes et problèmes de financement. Mais grâce à l'utilisation de leurs réseaux que sa soit famille, amis et proches ils ont su résolu leurs problème et commencent à avancer dans leurs projets

CHAPITRE V Le processus de création et le rôle des liens sociaux dans le processus de création de l'entreprise

5. L'aide à la gestion de l'entreprise :

Lors de notre enquête on a déduit que les entrepreneurs tombent par fois dans des problèmes dans leur entreprise telle que la gestion de l'entreprise, et plein d'autres obstacles qui peut arriver a n'importe quel entrepreneur parfois ils tombent dans le besoin de financement, parfois des problèmes de gestion de leurs entreprises...

Donc on à trouver que 6 entrepreneurs font appel a leurs comptables lorsqu'il s'agit d'un problème de gestion et que 4 entrepreneurs de notre échantillon préfèrent faire appel à leurs membres de famille : père, frères ou sœurs ou même des cousins.

Conclusion du chapitre :

D'après notre enquête menée on peut dire aussi que l'objectif de création de l'entreprise ou les raisons de choix du métier se défaire d'un entrepreneur à un autre, mais on remarque qu'ils cherchent toujours à faire ce dont ils ont de la passion où pour des raisons économiques et voir même investir dans l'avenir dans d'autres projets. Mais on à remarquer aussi que ces entrepreneur évitent d'avoir des associés et préfèrent gérée seul leur entreprise pour ne pas tomber dans les problèmes qui peut avoir entre associés.

Mais on a remarque aussi que les liens sociaux sont très important pour anticiper et avancer dans l'entrepreneuriat, grâce à l'aide reçu auprès de la famille, des proches lors de la création que sa soit du soutien moral, financière, et leurs interventions dans le cas du besoin lorsqu'il s'agit des problèmes que peut rencontrer un entrepreneur lors de la création de son entreprise.

Présentation des résultats

Présentation des résultats

Présentation des résultats de l'enquête :

Ce travail de recherche que nous avons mené auprès des entrepreneurs de la wilaya de Béjaïa sur le rôle des liens sociaux sur le processus de la création de l'entreprise nous a permis de collecter des informations importantes sur notre thème, ainsi de tester nos hypothèses et de répondre à nos questions de recherche, que nous diffuserons dans cet élément :

Selon les résultats de l'enquête nous avons remarqué que la majorité des entrepreneurs sont mariés et ont des enfants ce qui nous fait comprendre qu'ils ont des responsabilités. Leurs âge varié entre 27 et 59 ans, et le niveau d'instruction se défait d'un entrepreneur à un autre, ce qui explique que la création ne nécessite pas un âge où un niveau d'instruction obligatoire pour créé une entreprise.

Ainsi nos entrepreneurs ont eu l'idée de la création par l'expérience professionnelle, une formation initiale qui leurs à permis d'acquérir de l'expérience sur le métier où l'idée à était proposée par l'un de leurs proches.

Ensuite on peut remarquer que nos entrepreneurs ont choisi leurs métiers par amour et passion, parfois parce que le métier est très demander et certains l'on choisit parce que ils ont déjà travaillé dans le même domaine.

On peut constater aussi que nos entrepreneurs ne possèdent pas d'associées dans leurs entreprises, ils préfèrent gérer seuls à fin d'éviter les problèmes. Mais malgré tout l'amour et l'expérience dans le métier et de divers objectifs, ces entrepreneurs rencontrent parfois des problèmes, administratif surtout, et différents autres obstacles lors de la création, ce qu'il leurs à pousser à faire appel à leurs réseaux sociaux dans l'objectif de résoudre leurs problème.

La principale idée de la création vient des autres (famille, amis, proches) avec une fréquence de 7. Ajoutant a cela que la majorité d'entre eux ont été financée par leurs familles durant la création de leurs entreprises ce qui veut dire que toute un projet de création nécessite la mobilisation des ressources et un moyen de financement et certains.

Nos entrepreneurs ont presque tous des proches qui possèdent des entreprises, certains ont suivi le métier de leurs familles (héritage). Nos entrepreneurs démontant que la seul solution pour faire face aux obstacles qu'ils rencontrant c'est de faire appel à leurs relations amicales, familiale et professionnelle, mais ils les utilise aussi pour avoir de l'aide dans la gestion de leurs entreprises, et selon nos interviewés la famille est la première source qui

Présentation des résultats

alimente la création de l'entreprise, ce qui nous fait dire que les liens sociaux ont un rôle très important durant le processus de création, c'est ce qui confirme notre première hypothèse.

Les résultats liés à notre seconde hypothèse conduisent à la conclusion suivante : derrière toute création il existe de multiples objectifs qui se différencient d'un entrepreneur à un autre il y a ceux qui le font pour subvenir aux besoins de leurs familles d'autres dans l'objectif de devenir chef, autonome mais la plupart de nos entrepreneurs ont créé leurs entreprises pour des raisons économiques avec une fréquence de (5) dans le but de faire de l'argent et améliorer leurs situations financières où investir dans d'autres projets vers l'avenir. C'est ce qui confirme notre deuxième hypothèse.

Conclusion

Conclusion générale

Conclusion générale :

Tout au long de notre travail de recherche, nous avons tenté d'apporter des réponses à nos principales questions, à savoir quel est le rôle des liens sociaux sur le processus de création de l'entreprise ? Et quelles sont les motivations des entrepreneurs derrière cette création ?

Certainement, notre enquête de terrain qui à été effectuée auprès des entrepreneurs de la wilaya de Béjaïa, nous à permis de dévoiler l'importance des liens sociaux qui jouent un rôle primordial durant la création, cela à été prouvé par l'origine de l'idée de la création qui provient des proches de l'entrepreneur, la source du financement de leurs projets et la contribution à la création de leurs entreprises, on à constater aussi que les entrepreneurs font appel à leurs réseaux parfois pour résoudre leurs problème surtout pour l'accélération des procédures administratives et parfois pour demander de l'aide financière où matériel.

Donc les entrepreneurs font recours à leurs relations personnelles et cela qu'elle que soit le prix, dans le but de saisir les opportunités offertes, ainsi que leur apporter le soutien nécessaire, pour dépasser plusieurs obstacles et difficultés et pour débiter leurs projets. On a constaté aussi que les liens forts ont une place très importante durant le processus et l'accélération de création.

D'une manière générale, le lien social est un élément essentiel et indispensable durant le processus de création de l'entreprise.

Liste bibliographique

Liste bibliographique

Liste bibliographique :

- 1- 2^{ème} conférence de l'OCDE des ministres et charges des petites et moyenne entreprises PME Istanbul, Turquie 3-5 juin 2004.
- 2- Aidoud.M, (1996).Privatisation des entreprises publiques en Algérie.
- 3- AKNINE SUIDI.R et FERFERA.MD.Y, (2014). Entrepreneuriat et création d'entreprise en Algérie : une lecture à partir des dispositifs de soutien et d'aide à la création des entreprises, N°14.
- 4- Assala.K, (2006). « L'internationalisation des PME et ses conséquences sur les stratégies entrepreneuriales » PME en Algérie : de la création à la mondialisation.
- 5- Assala.K, (2006). «Les PME en Algérie de la création à la mondialisation», cloque international sur « L'internationalisation des PME et ses conséquences sur la stratégie entrepreneurial », Du 25 au 27 octobre, HEG, Fribourg, suisse.
- 6- Baumol.W, (1968). «Entrepreneurship in Economic Theory», American Economic review.
- 7- Berreziga.A, (2014). « La culture entrepreneuriale chez les entrepreneurs Algériens», université Ouargla.
- 8- BOURBIA.O, (1995/1996). L'entreprise Publique Algérienne dans la transition vers l'économie de marché, mémoire de D.E.A, Faculté de droit, des sciences économiques et de gestion, U. de Nice Sofia-Antipolis.
- 9- Bourdieu.P, (1980). Le capital social ». In : Actes de la recherche en science sociales. Vol. 31.
- 10- Boutillier.S et Uzinidis.D, (1995). «l'entrepreneur, une analyse socio économique », Economica, Paris.
- 11- Bulletin d'information statistique de l'entreprise Algérie N°36 Edition avril 2020
- 12- Cachon.J (1992). «Entrepreneurs : pourquoi ? comment ? quoi ?»
- 13- Collins.O etDavid.G, (1970). The organizationmakers : abehavioralstudy of independent entrepreneurs, New York, Appleton-Century-Crofts.
- 14- Communication de monsieur abdelghani mebarek DG PME a l'occasion de la deuxième Édition du colloque du conseil scientifique de la COSOB « financement de la PME et la croissance », Alger, septembre 2015
- 15- Danjou.I, (2002). «L'entrepreneuriat : un champ fertile a la recherche de son unité». Revue Française de gestion. N°138.

Liste bibliographique

- 16- DANY.F, (2002). Cadre et entrepreneuriat, mythes et réalités. Cadres, dynamiques représentations entreprises société. Actes de la journée du 6juin. Organisées par E.M.Lyon. Ecully.
- 17- Drucker.P, (1985). « les entrepreneurs », édition Lattés.
- 18- Dussault.L, (1998).Les entrepreneurs artisan et opportunistes, une comparaison de leur comportement de gestion, revue internationale PME, vol 1. N°2.
- 19- FALLERY.B et MARTI.C, (2007). Vers des nouveaux types de réseaux sur internet ? Les réseaux à liens faibles du dirigeant de petite entreprise. Revue Management et avenir. (N ° 13).
- 20- FAYOLLE.A et VERSTRAETE.T, (2005). Paradigmes et entrepreneuriat, revue de l'entrepreneuriat. Vol 4. N°1.PP33-52.
- 21- Fayolle.A, (2003). « le métier de créateur », Editions d'Organisation.
- 22- Fayolle.A, (2004). L'entrepreneuriat, édition Dunod.
- 23- Fayolle.A, (2004,2005). « Entrepreneur : approche a entreprendre », édition DUNOD, paris.
- 24- Fayolle.A, (2005). Les compétences entrepreneuriales et le processus entrepreneurial : une approche dynamique.
- 25- FILION.L et FAYOLLE A, (2006).Devenir entrepreneur des enjeux aux outils, édition village Mondial.
- 26- Fillion.L, (1997). Le champ de l'entrepreneuriat : historique, évolution, tendances. Revue Internationale PME, Volume 10, Numéro 2.
- 27- Fillion.L, (2001). Réaliser son projet d'entreprise. Montréal : Éditions Transcontinental (3^e éd.rev.).
- 28- Gartner.W, (1995). The domain of entrepreneurship that interests me is focused on the phenomenon of organization creation.
- 29- Gasse.Y, (1998). «Les compétences et les pratiques de gestion des dirigeants de PME», document de travail, Centre d'Entrepreneuriat et de PME, Université Laval.
- 30- Gasse.Y, (2003). «L'influence du milieu dans la création d'entreprises.», centre d'entrepreneuriat et de PME. Québec, université Laval.
- 31- Hernandez.M, (1999) le processus entrepreneurial : vers un modèle stratégique de l'entrepreneuriat, édition l'Harmattan.
- 32- Hernandez.M, (2007).«L'intention ne suffit pas, il faut le passage à l'acte... Le pont entre l'intention et l'action c'est la décision »

Liste bibliographique

- 33- JULIEN.P et CADIEUX.L, (2010). La mesure de l'entrepreneuriat, Rapport d'étude, Institut de la statistique du Québec.
- 34- Julien.P et Marchesnay, (1996). «L'entrepreneur », Paris.
- 35- JULIENP et LACHANCE.A et MORIN.M, (2004). « Signaux forts et signaux faibles : une enquête sur les liens réticulaires dans les PME dynamiques », In : Géographie Économie Société, Vol. 6.
- 36- Krackhardt.D, (1992). "The Strength of StrongTies : The Importance of Philos in Organisations", in N. Nohria & R.G. Eccles (Eds.), Networks and organizations : Structure, Form, and Action, Boston, MA : Harvard UniversityPress.
- 37- Lévesque.B, Bourque.G et Forgues.E, (2001). La nouvelle sociologie économique, Paris : Desclée de Brouwer, 268.
- 38- Loi d'orientation sur les entreprises publiques économiques, (1990), Législation de la réforme économique, Secrétariat Général du Gouvernement, Direction des journaux Officiels.
- 39- MADOU.I.M, (2008). Entrepreneurs issus de l'immigration magrébin à la quête de la reconnaissance sociale. Montreuil : Éditeur commercial Aux lieux d'être.
- 40- Matouk.B et Nacéra.N, (2013). Entrepreneuriat et création d'entreprises. Facteurs déterminant l'esprit d'entreprise : cas de Bejaïa.N°14.*Management et sciences sociales*. La responsabilité des entreprises et les PME.
- 41- Ministère de la PME et de l'artisanat Algérie, 2006. Présentation du secteur de la petite et moyenne entreprise et de l'artisanat.
- 42- OUSALEM.H et YOUNICI.K, (2012). «Contribution de l'ANSEJ à la dynamique entrepreneuriale : Cas de l'ANSEJ Bejaïa», mémoire de fin d'étude.
- 43- PAPIN.R,(2011).La création d'entreprise : créer, gérer, développer, reprendre, DUNOD, Paris.
- 44- Pierre-André.J, Richard.L et MORIN.M, (2004). « Signaux forts et signaux faibles : une enquête sur les liens réticulaires dans les PME dynamiques ». in : Géographie Économie Société, Vol. 6.
- 45- Revue internationale P.M.E, vol. 10, n°2, 1997
- 46- Scheffer.G. et Heckhausen.J, (2008). «Trait theories of motivation», dans Motivation and Action, Cambridge UniversityPress.
- 47- Schumpeter.J, (1989). L'entrepreneur, moteur de la dynamique économique.
- 48- Shoon.I et Duckworth.K, (2012). « WhoBecomes an Entrepreneur ? Early Life Experiences as Predictors of Entrepreneurship », Developmental Psychology.

Liste bibliographique

- 49- SLAMANI.R et AUTRES, (2002). Développement de l'entrepreneuriat féminin en Algérie : identification des facteurs de motivation. Revue des sciences commerciales. Vol 7. N° 13.
- 50- ST-PIERRE.J et MATIEU.M, (2003). « L'innovation de produit chez les PME manufacturière : Organisation, facteur de succès et de performance, rapport de recherche, ministère des finances, de l'économie et de la recherche, trois-rivières.
- 51- Tahraoui.M, (2007/2008). Pratiques bancaires de banques étrangères envers les PME Algériennes : cas de la Société Générale Algérie, mémoire de magistère en sciences commerciales, option finance et économie internationale, université d'Oran, Algérie.
- 52- Tounes.A, (2003). «L'intention entrepreneuriale », Thèse pour le doctorat en Science de gestion, université de Rouen.
- 53- TOUNES.A, L'entrepreneur : l'odyssée d'un concept, n° 03-73 IAE de Rouen – CREGO (Centre de Recherche et d'Etudes en Gestion des Organisations) Faculté de Droit, de Sciences Economiques et de Gestion 3, Avenue Pasteur.
- 54- Verstraet.T et Fayolle.A, (2004). Quatre paradigmes pour cerner le domaine de recherche en entrepreneuriat, 7eme congrès international francophone en entrepreneuriat et PME. Montpellier.
- 55- Verstraet.T, (2000). Histoire d'entreprendre, les réalités de l'entrepreneuriat. Édition EMS (management et social), Paris.
- 56- Verstraete.T, (2003) « Proposition d'un cadre théorique pour la recherche en entrepreneuriat », Editions de l'ADREG, <http://asso.nordnet.fr/adreg>.
- 57- VESTREATE.T, (2001). « Entrepreneuriat : modélisation du phénomène », revue de l'entrepreneuriat, vol 1, n° 1. Laboratoire de recherche en entrepreneuriat du CLAREE, upresa CNRS 104, avenue du peuple belge.
- 58- Weber.M, (1905). L'Éthique protestante et l'esprit du capitalisme, Gallimard.

Liens consultés :

- 1- <http://www.theses.fr/2001MARN0098>. Consulté le 17-05-2014
- 2- www.mincommerce.gov.dz/guidactcom/formjurd.pdf, consulté le 28 avril 2022
- 3- <http://www.industrie.gov.dz/Dispositifs-d-aides-et-regimes-d-incitation-à-l-investissement>, consulté le 18 mai 2022

Les annexes

Annexes

Annexe N°1 : Guide d'entretien :

Guide d'entretien

1- Les données personnelles :

- Quelle est votre âge ?
- Quelle est votre situation matrimoniale ?
- Quelle est votre niveau d'instruction ?
- Etes-vous le propre dirigeant de votre entreprise ?
- Quelle était vos objectifs lors de la création de votre entreprise ?
- Quelle était votre profession avant la création de votre entreprise ? Quelle entreprise ?
Pendant combien de temps ?
- Pourquoi vous avez choisi ce domaine et non pas un autre ?

2- La création :

- Quelle est la date de la création de votre entreprise ?
- Quelle est l'activité principale de votre entreprise ?
- Quelle est le nombre de vos salariés ?
- Avez-vous des associés ? Qui sont ?

3- Les réseaux :

- Comment avez-vous eu l'idée de créer votre entreprise ?
- Avez-vous des membres de votre famille qui possèdent une entreprise ?
- Avez-vous fait recours à votre entourage lors de la création de votre entreprise ?
- Avez-vous eu du soutien financier de la part de votre famille, vos amis ou vos proches ? Si c'est oui, qui vous a aidé ?

Annexes

-Avez-vous eu des difficultés lors de la création de votre entreprise ? Si c'est oui comment vous les avez résolus ?

-Actuellement lorsque vous tombez dans le besoin, dans les problèmes liée a votre entreprise telle que la gestion de l'entreprise vous fait appel à qui pour vous aider ?

Résumé :

Notre travail porte sur la contribution des liens sociaux dans la création des entreprises dans la wilaya de Béjaïa. Notre problématique se focalise autour de la question principale suivante : Quelle est l'impact des liens sociaux sur le processus de la création des entreprises ? À fin de mieux comprendre ce phénomène nous avons appuyé notre étude sur une recherche dans des revues et sur internet qui nous à permis de cerner notre travail.

Nous avons ensuite effectué des entretiens aux pris des entrepreneurs de la wilaya de Béjaïa. On constate d'après les résultats de l'enquête que les liens sociaux sont essentiels, indispensable et jouent un rôle très important durant le processus de la création.

Mots-clés : liens sociaux, création, Béjaïa, entrepreneurs.

Abstract :

Our work focuses on the contribution of social ties in the creation of enterprises in the wilaya of Béjaïa. Our problematic is focused around the following main question : What is the impact of social ties on the process of enterprise creation ? In order to better understand this phenomenon, we based our study on research in journals and on the Internet, which allowed us to define our work.

We then conducted interviews with entrepreneurs in the wilaya of Bejaia. We note from the results of the survey that social ties are essential, indispensable and play a very important role during the creation process.

Keywords : social ties, creation, Bejaia, entrepreneurs.

ملخص :

يركز عملنا على مساهمة الروابط الاجتماعية في إنشاء الأعمال التجارية في ولاية بجاية. تركز مشكلتنا على السؤال الرئيسي التالي: ما هو تأثير الروابط الاجتماعية على عملية إنشاء الأعمال؟ من أجل فهم هذه الظاهرة بشكل أفضل، استندنا في دراستنا إلى البحث في المجالات وعلى الإنترنت، مما سمح لنا بتحديد عملنا.

ثم أجرينا مقابلات مع رواد أعمال من ولاية بجاية. نرى من نتائج الاستطلاع أن الروابط الاجتماعية ضرورية ولا غنى عنها وتلعب دورًا مهمًا للغاية خلال عملية إنشاء شركة.

الكلمات المفتاحية : الروابط الاجتماعية، بجاية، رواد أعمال، إنشاء شركة.