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

Mémoire de fin de cycle

En vue de l'obtention du diplôme de master en sciences de gestion

Option : Entrepreneuriat

Thème

La création d'entreprise : facteurs de motivation et obstacles (Cas de la wilaya de Bejaia)

Présenté par :
SMAHI Yasmine
HAMI Akila

Encadré par :
Mme LAHLOU Hafsa

Promotion Juin 2024

Remerciement

Nous remercions dieux le tout puissant de nous avoir donné la santé et la volonté d'entamer ce mémoire.

Tout d'abord, ce travail ne serait pas aussi riche et n'aurait pas pu avoir le jour sans l'aide et l'encadrement de Mme LAHLOU Hafsa, nous la remercions pour la confiance qu'elle nous a accordé dès le début du mémoire, et le soutien qu'elle nous a apporté durant son déroulement.

Nos remerciements s'adressent à l'ensemble des membres de jury qui nous font le grand honneur d'accepter de juger ce travail.

Nous remercions aussi tous les enseignants de département des sciences de gestion pour tous le savoir que nous avons acquis grâce à eux durant notre formation.

Enfin nous remercions toute personne ayant contribué de près ou de loin à la réalisation de ce travail.

Dédicace

Je dédiée ce modeste travail :

A mes chers parents.

Mais aucune dédicace ne sera témoin de mon profond amour, mon immense gratitude et le plus grand respect que je vous porte.

A mes chères sœurs Mélissa, Tasnim et Manel

A mon très cher frère Hichem

A ma nièce d'amour Léa, rayon de soleil de ma famille dont sa présence apporte tant de bonheur dans ma vie.

A ma meilleure amie Chaima.

A tous ceux qui me sont chers.

Yasmine

Dédicace

Je dédiée ce travail à:

Mes parents bien-aimés, dont l'amour et le soutien ont été ma force et ma boussole dans la vie, je vous adresse tout mon amour et ma reconnaissance éternelle.

Merci pour tout ce que vous avez fait et continuez de faire pour moi.

Mes sœurs chéries, Célia et Sabrina, qui ont toujours été mes piliers et mes confidentes.

Mon frère bien-aimé Abdellatif, complice de toujours.

Ma précieuse nièce, Inaya qui occupe une place spéciale dans mon cœur, dont le sourire illumine chaque coin sombre de ma vie.

Mes chères copines Assia et Imen, Merci d'être toujours là pour moi, de partager les rires et les larmes, et de rendre chaque journée plus belle.

Akila

Abréviation et acronymes

ANDI	Agence Nationale de développement des Investissement
ANDPME	Agence Nationale de développement de la PME
ANGEM	Agence Nationale du Gestion de Microcrédit
ANIREF	Agence Nationale d'Intermédiation et de Régulation Foncière
ANSEJ	Agence Nationale pour le Soutien à l'emploi des jeunes
BADR	Banque d'Agriculture et du développement rural
BDL	Banque de Développement Local
BEA	Banque Extérieure d'Algérie
BNA	Banque Nationale d'Algérie
BTPH	Bâtiments et Travaux Publics et Hydrauliques
CALPI	Comité d'Assistance pour la Localisation et la Promotion des Investissements
CASNOS	Caisse Nationale de sécurité Sociale des Non-Salariés
CGCI	Caisse de Garantie des Crédits à l'Investissement
CNAC	Caisse Nationale d'Allocation Chômage
CPA	Crédit Populaire d'Algérie
EURL	Entreprise Unipersonnelle à Responsabilité Limité
FGAR	Fonds de Garantie des Crédits aux PME
GEM	Global Entrepreneurship Monitor
INSEE	Institut National de la statistique et des études économiques
PIB	Produit Intérieur Brut
PME	Petite et Moyenne Entreprise
SARL	Société A Responsabilité Limité
SNAT	Schéma National d'Aménagement du Territoire
SNC	Société en Nom Collectif
SPA	Société Par Actions
TPE	Très Petite Entreprise
ZAC	Zone d'Activité

SOMMAIRE

Abréviation et acronymes

Liste des tableaux et figures

Introduction générale **01**

Chapitre I : L'entrepreneuriat : Cadre théorique

Introduction 04

Section 01 : La théorie de l'entrepreneuriat et l'entrepreneur 04

Section 02 : La création d'entreprise, acte essentiel de l'entrepreneuriat 15

Conclusion 21

Chapitre II : Facteurs de motivation et freins à la création d'entreprises : Revue théorique

Introduction 22

Section 01 : Les motivations à l'égard de la création d'entreprise 22

Section 02 : Les obstacles à l'égard de la création d'entreprise 39

Conclusion 45

Chapitre III : La dynamique entrepreneuriale en Algérie

Introduction 47

Section 01 : L'entrepreneuriat en Algérie 48

Section 02 : Les PME algériennes : états des lieux 53

Conclusion 65

Chapitre IV : L'étude empirique des facteurs de motivation et entraves à la création d'entreprise (cas de la wilaya de Bejaia)

Introduction 66

Section 01 : Présentation de la wilaya de Bejaia 66

Section 02 : Analyse des résultats de l'enquête 72

Conclusion 88

Conclusion générale **90**

Bibliographie

Résumé

Introduction Générale

Aujourd'hui, l'entrepreneuriat s'impose comme un pilier essentiel pour la quasi-totalité des nations contemporaines. Les multiples bénéfices qu'il engendre justifient pleinement l'intérêt grandissant qu'il suscite. Au-delà de sa contribution indéniable à la création d'emplois, à l'innovation et à la revitalisation économique, l'entrepreneuriat revêt également un intérêt profond pour les individus, qui y trouvent souvent une source d'épanouissement personnel, notamment à travers la création d'entreprises. L'entrepreneuriat est souvent assimilé, de manière synonymique, à la création d'entreprises, comme le souligne Verstraet dans sa définition *« l'entrepreneuriat est un phénomène conduisant à la création d'une organisation impulsée par un ou plusieurs individus s'étant associés pour l'occasion* » [1]

L'entrepreneuriat est devenu un domaine académique à part entière qui a suscité un vif intérêt depuis les années 1980, marqué par une multiplication des recherches universitaires. Son exploration est au centre des préoccupations dans de nombreux pays, où l'on discute des similarités et des disparités qui existent, souvent en fonction des variations de taux d'emploi et de la dynamique de création d'entreprises.

Dans le paysage économique, la création d'entreprise est devenue une force motrice incontestable du développement et de la croissance. Cette dynamique repose sur deux piliers fondamentaux : l'entrepreneur et son environnement.

En l'Algérie, cette tendance a commencé à se manifester tardivement. A la fin des années 1980, l'état a amorcé un désengagement progressif de l'économie, particulièrement en matière d'investissement, ouvrant ainsi la voie à l'initiative privée. Pour encourager l'entrepreneuriat, plusieurs mesures incitatives ont été mises en place. Parmi celles-ci figurent la création du ministère de la PME en 1992, l'adoption du code des investissements en 1993 et l'établissement de divers dispositifs d'aide à la création d'entreprises tels que l'ANSEJ et la CNAC. Ces initiatives ont contribué à une floraison de PME dans plusieurs régions du pays.

La wilaya de Bejaia, ne fait pas exception à cette dynamique. Avec un tissu économique dynamique et une tradition entrepreneuriale bien ancrée, elle se distingue par son potentiel entrepreneurial et son attrait pour la création et le développement des PME. Cependant,

[1] Thierry Verstraet et Alain Fayolle, 2005 « revue de l'entrepreneuriat », vol.4, p37.

malgré ce dynamisme, la création et la croissance des PME dans cette région ne sont pas dénuées de défis et de contraintes.

L'acte d'entreprendre est avant tout une décision personnelle, influencée par divers facteurs environnementaux, matériel et psychologique dont il peut bénéficier. Cela inclut également les défis et obstacles qui peuvent survenir tout au long de ce processus.

C'est dans ce contexte que s'inscrit notre étude, qui vise non seulement à étudier les motivations qui incitent les entrepreneurs à créer leurs entreprises, mais aussi à mettre en évidence les obstacles qui se dressent sur leur chemin et les défis auxquelles ils sont confrontés tout au long de leur aventure entrepreneuriale dans cette wilaya.

- **Problématique de recherche**

La problématique de notre recherche peut donc être formulée de la façon suivante :

« Quels sont les moteurs principaux qui incitent les individus à se lancer dans l'entrepreneuriat et les obstacles qui entravent ce processus dans la wilaya de Bejaia ? »

- **Hypothèses**

Sur la lumière de la littérature existante et des premières observations quelques hypothèses préliminaires peuvent être avancées :

Hypothèse 1 : les entrepreneurs sont motivés par le désir d'atteindre l'indépendance financière et de réaliser leur autonomie professionnelle.

Hypothèse 2 : l'entrepreneur trouve plusieurs difficultés notamment, le manque d'accès au financement et la contrainte administrative.

- **Choix du sujet et objectifs de recherche**

Les raisons qui nous ont poussées à choisir ce thème tout d'abord s'appuie sur notre intérêt passionné pour l'entrepreneuriat qui constitue également notre spécialité d'étude. Ensuite, en observant de près le paysage entrepreneurial de notre région, nous avons été frappées par le nombre croissant de jeunes entrepreneurs se lançant dans l'aventure entrepreneuriale. Nous sommes motivées à explorer les facteurs qui influent la création d'entreprise mais également les obstacles confrontés. Enfin la rareté des études consacré à ce thème en Algérie; la plupart des études se concentrent sur les facteurs qui influencent la création d'entreprise, mais peu celles qui traitent de près les obstacles auxquels les entrepreneurs sont confrontés.

Les objectifs de notre recherche sont tout d'abord, de mettre en relief l'importance de l'entrepreneuriat dans le développement économique, ensuite, d'identifier les principaux facteurs psychologiques et opportunités environnementales sociétales et personnelles qui

affectent un porteur de projet et enfin d'explorer les obstacles majeurs auxquels sont confrontés les entrepreneurs lors de la création de leur projet dans la région de Bejaia.

- **Méthodologie**

Pour répondre à notre problématique, nous avons utilisé deux approches de recherche :

- **Une approche théorique :** basée sur une revue de littérateur et de la documentation existante sur le thème. Cette méthode nous permettra d'explorer en profondeur les aspects essentiels du sujet ainsi que les fondements théoriques de l'entrepreneuriat et l'entrepreneur.
- **Une approche pratique :** basée sur une étude d'une catégorie spécifique d'entrepreneurs, en l'occurrence ceux qui sont à l'origine de la création de leur propre entreprise. Pour collecter les données nous avons choisi de mener un questionnaire avec un échantillon de 30 entreprises privées situées dans la wilaya de Bejaia.

- **Structure de la recherche**

Ce mémoire se présente sous forme de quatre chapitres soigneusement élaborés pour offrir une perspective complète sur le sujet. Le premier chapitre intitulé l'entrepreneuriat : cadre théorique, pose les bases de notre étude et qui est divisé en deux sections ; la première présente le cadre théorique et les concepts de base de l'entrepreneuriat et l'entrepreneur acteur de développement entrepreneurial ainsi que ces caractéristiques et typologies. La deuxième traite la création d'entreprise en tant qu'acte essentiel de l'entrepreneuriat.

Le deuxième chapitre titré approche théorique des facteurs de motivation et les freins à la création d'entreprise, s'appuie dans ces deux sections sur une revue de littérature spécialisé pour identifier les motivations et les obstacles généraux liés à la création d'entreprise avant d'exposer le cas sur la wilaya de Bejaia.

Le troisième chapitre, baptisé la dynamique entrepreneuriale en Algérie, se décompose en deux sections ; la première étudie le développement de l'entrepreneuriat en Algérie depuis l'indépendance ; la deuxième offre un panorama statistique des PME en Algérie.

Le quatrième chapitre aborde la partie empirique de notre mémoire, focalisant sur les facteurs de motivation et les obstacles à la création d'entreprises dans la wilaya de Bejaia, la première section dévoile une présentation socio-économique de la wilaya, tandis que la deuxième section plonge dans le cœur de notre recherche, révélant les résultats de notre enquête ainsi que l'analyse les données collectée

Introduction

L'entrepreneuriat, est devenu le pilier essentiel de notre société contemporaine. Son influence s'étend à travers divers secteurs, apportant avec lui un vent de dynamisme et d'innovation et de création d'emplois. En tant que phénomène économique et social, il incite à repousser les limites de la créativité et de la prise de risques.

L'entrepreneuriat, un concept aussi ancien que complexe, défie toujours une définition universelle. Thierry Verstraet le définit comme étant un phénomène combinant un individu et une organisation, où l'entrepreneur façonne son environnement pour des fins socioéconomiques, dans une relation empreinte de symbolisme.

La création d'une entreprise représente un parcours ambitieux et risqué, où chaque acteur est confronté à des défis uniques. Ce processus exigeant, fruit d'expériences personnelles et de circonstances particulières, ne garantit pas le même niveau de réussite pour tous les entrepreneurs. Le profil individuel, comprenant le niveau d'études et les compétences spécifiques, joue un rôle crucial dans le succès d'un projet entrepreneurial.

Nous consacrons ce chapitre à explorer le cadre théorique et conceptuel de l'entrepreneuriat. Il sera subdivisé en deux sections. La première section, abordera quelques théories principales de la notion de l'entrepreneuriat et de l'entrepreneur. La deuxième section sera consacrée sur la création d'entreprise en tant qu'acte essentiel de l'entrepreneuriat.

Section N°01 : La théorie de l'entrepreneuriat et l'entrepreneur

L'entrepreneuriat, à la croisée de l'économie et du social, revêt diverses significations, avec plusieurs auteurs et économistes offrant différentes définitions de ce concept.

1-1-Définitions de l'entrepreneuriat

Il n'existe aucune définition universelle de l'entrepreneuriat car chaque chercheur a sa propre perspective. Nous avons choisi les définitions les plus pertinentes.

- Dans le dictionnaire des sciences de gestion, l'entrepreneuriat est défini comme « l'état de celui ou ceux qui sont entrepreneurs » Cet état résultat de trois éléments

indissociables ; l'esprit d'entreprise, la création d'entreprise, et l'entrepreneur lui-même.[2]

- Selon Thierry Verstraet T(2000) « *l'entrepreneuriat est un phénomène combinant un individu et une organisation, l'un se définit par rapport à l'autre et vice versa* »[3]

- Selon Julien et Marchesnay, le mot entrepreneuriat a été choisi au Québec par le conseil de la langue française, au détriment du terme anglais « *Entrepreneurship* ». Ce mot désigne « *L'état (la qualité) de celui ou de ceux qui sont entrepreneurs. Cet état résulte de plusieurs facteurs plus ou moins complémentaire, l'esprit d'entreprise, la création de l'entreprise et l'action d'entreprendre ou de conduire une entreprise en étant entrepreneur* » [4]

- Selon Robert Hisrich, quant à lui, il a privilégié le terme d'entreprenance à celui d'entrepreneuriat : « *l'entreprenance est le processus qui consiste à créer quelque chose de nouveau ayant une valeur en assumant les risques financiers, psychiques et sociaux qui l'accompagnent et en recevant les récompenses qui en résultent* » [5]

1-2- Les approche dominantes de la recherche en entrepreneuriat[6]

La littérature entrepreneuriale identifier trois principales approches : l'approche descriptive (ou approche par les traits) répond à la question « qui est l'entrepreneur ? », l'approche comportementale (ou approche par les faits) répond à la question « que fait l'entrepreneur ? » et l'approche processuelle qui répond à la question comment agit-il?

1-2-1- Approche descriptive (Approche par les traits)

Cette approche consiste à repérer les traits de personnalité et les caractéristiques qui définissent la personnalité de l'entrepreneur. Affirmant qu'il possède des traits distincts tels que le goût du risque, le besoin d'accomplissement, etc. Cependant, malgré de nombreuses recherches, il n'existe pas de profil type d'entrepreneur.

---

[2] Henri Mahe de BIOSLANDELLE, Dictionnaire de gestion : vocabulaire, concept et outils, Economica, 1991.p21.
[3] Verstraet T, « Histoire d'entreprendre les réalités d'entrepreneuriat » EMS, 2000, p293.
[4]Henri Mahe de BIOSLANDELLE, op.cit P11
[5] Robert D. Hisrich, Michael P. Peters : « entrepreneurship : lancer, élaborer et gérer une entreprise », Economica, paris, 1991. P.11
[6] Mounia. DIAMANE « revue de l'entrepreneuriat et de l'innovation ; L'approche intention en entrepreneuriat » : Cadres théorique et perspectives de recherche, ESCA Ecole de Management V5N19, 2023. P 2,3 et 4.

Les critiques soulignent que cette approche ne répond pas à la question fondamentale de la création d'une entreprise. Certains proposent de se concentrer sur les actions de l'entrepreneur plutôt que sur ses traits de personnalités.

1-2-2-Approche comportementale (Approche par les faits)

La réussite de l'entrepreneur ne dépend pas uniquement se ses traits de personnalité, mais aussi de son environnement familial, professionnel et socioculturel. L'approche comportementale étudie les actions et comportements de l'entrepreneur plutôt que ses traits de personnalité, en observant son processus de création d'entreprise. Cette approche met en lumière l'importance du contexte dans lequel évolue l'entrepreneur.

Un débat entre l'approche descriptive axée sur les traits de personnalité et l'approche comportementale a émergé dans les années 90, avec une tendance à se concentrer sur le processus entrepreneurial plutôt que sur les caractéristiques individuelles de l'entrepreneur.

1-2-3- Approche processuelle

Depuis les années 90, les recherches en entrepreneuriat se tournent vers le processus entrepreneurial, considérant qu'il est limité de se concentrer uniquement sur les traits de personnalité ou les comportements des entrepreneurs. L'approche par processus étudie l'évolution dynamique de l'entrepreneuriat, s'intéressant aux variables personnelles et environnementales qui influencent les actes entrepreneuriaux. Cette approche élargie inclut la vision de l'entrepreneuriat comme un processus en constante évolution, allant au-delà de la simple création d'entreprise. Elle englobe l'identification et l'exploitation des opportunités, mettant en lumière les phases clés du processus entrepreneurial. Cependant, malgré ses avantages, cette approche néglige parfois l'individu créateur et l'étude de ses intentions entrepreneuriales, ce qui mérite également une attention particulière dans la recherche en entrepreneuriat.

1-3-Les formes de l'entrepreneuriat

La démarche entrepreneuriale au sens large prend plusieurs aspects :

1-3-1-Création par essaimage

Il s'agit de la création d'une entreprise par un salarié, avec le soutien de son employeur dans le cadre d'un processus d'essaimage, offre des avantages significatifs tant pour l'employé que pour l'entreprise mère. Les grandes entreprises mettent en place des programmes visant à encourager leurs employés à lancer des initiatives entrepreneuriales dans des domaines industriels, en leur offrant un soutien matériel, intellectuel, commercial et financier. Cette collaboration permet de réduire les risques associés à la création d'entreprise et facilite le processus entrepreneurial. En effet, le processus d'essaimage peut être bénéfique à la fois pour l'entreprise d'origine, qui peut tirer profit de nouvelles idées et initiatives, et pour le salarié entrepreneur, qui bénéficie de ressources et d'expertise provenant de son expérience professionnelle antérieure.

1-3-2-Création par franchise

La franchise implique une relation commerciale entre deux parties principales : le franchiseur, qui détient a développé un produit ou un service, et le franchisé, qui exploite ce concept et le nom de l'enseigne. C'est une méthode qui permet au franchiseur de développer son entreprise en permettant à d'autres individus, les franchisés, de reproduire son modèle commercial dans différentes régions ou localités. Le franchisé bénéficie ainsi d'un accompagnement substantiel de la part du franchiseur, moyennant des frais. Cette approche est particulièrement avantageuse pour ceux qui manquent d'idées originales ou de capacités d'innovation pour créer leur propre entreprise.

1-3-3-L'intrapreneuriat

L'intrapreneuriat se réfère à l'initiative d'agir comme un entrepreneur tout en étant employé au sein d'une organisation établie. Il implique la création ou l'expansion de nouveaux projets ou activités au sein de l'entreprise d'origine. Ainsi, l'intrapreneuriat est un processus qui permet à un salarié d'adopter des attitudes et des pratiques entrepreneuriales au sein de son entreprise afin de développer de nouveaux produits, services, technologies ou activités. Les risques personnels sont minimes et les conditions offertes sont généralement celles d'un cadre ou d'un dirigeant. Gifford Pinchot a introduit le terme "*intrapreneuriat*" en **1985** en le définissant comme : « *la démarche d'entreprendre dans une structure existante en*

développant des pratiques et comportements entrepreneuriaux à l'intérieur de n'importe quel entreprise »[7]

1-3-4-Création ex-nihilo

C'est une expression latine signifie « *à partir de rien* » et représente la forme la plus authentique de l'entrepreneuriat. Dans ce cas, un individu, seul ou avec quelques associés, lance une entreprise totalement nouvelle et indépendante, sans s'appuyer sur une structure préexistante. Ce processus de création repose généralement sur une idée novatrice, et l'entrepreneur doit convaincre les utilisateurs et les parties prenantes de l'intérêt de ce nouveau produit ou service.

1-3-5-La reprise d'entreprise

La reprise d'une activité par un individu, soit pour son propre compte soit pour une entreprise existante, implique de reprendre une activité déjà en place. Dans ce contexte, l'incertitude est souvent réduite et les risques sont généralement moins élevés. Cette action de reprise peut concerner une entreprise en difficulté ou une entreprise en bonne santé.

1-4- L'importance de l'entrepreneuriat

L'entrepreneuriat est le moteur de l'innovation, de la croissance économique et de la création d'emploi.

1-4-1 Entrepreneuriat et croissance économique

L'entrepreneuriat et la croissance économique ont une relation bidirectionnelle, certains affirment que l'entrepreneuriat stimule la croissance, tandis que d'autres soutiennent que le développement économique favorise l'entrepreneuriat. Les entrepreneurs introduisent des innovations sur le marché et créent des opportunités, ce qui encourage le changement technologique et la croissance économique. Cependant une étude du GEM (2013)[8] en comparant différents pays sur divers aspects sociaux et culturels, a démontré que dans les pays avec une forte créativité entrepreneuriale, la part du PIB provenant des initiatives

[7]Gifford Pinchot, « *Why you don't have to leave the corporation to become an entrepreneur* », 1985,p53

[8] Global Entrepreneurship Monitor, 2013 Global Report. José Ernesto Amoros et Niels Bosma. (www.Gemconsortium.org) consulté le 04 /02/2024

entrepreneuriales augmente chaque année, cela indique que l'entrepreneuriat accélère la croissance économique en favorisant la présence d'une population active et entrepreneuriale.

1-4-2- Entrepreneuriat et création d'emploi

Créer une entreprise est reconnu comme un moyen puissant de générer de la richesse et de favoriser le développement économique au niveau local, régional et national. De fait, l'entrepreneuriat est souvent perçu comme une solution efficace pour réduire le chômage.

1-4-3- Entrepreneuriat et renouvellement du parc d'entreprises

L'entrepreneuriat joue un rôle crucial dans le renouvellement du tissu économique en stimulant la création de nouvelles entreprises, essentielles pour la croissance économique.
Ce processus est vital pour lutter contre le chômage et la précarité, particulièrement parmi les jeunes.

1-4-4-Entrepreneuriat et innovation

L'entrepreneuriat est un catalyseur majeur de l'innovation, stimulant la créativité et la mise en œuvre de nouvelles idées qui contribuent à la croissance économique et à la compétitivité des entreprises.

1-5- Définition de l'entrepreneur

Ricardo Cantillon (1755) est considéré comme le premier à avoir élaboré une théorie de l'entrepreneur[9] dans son ouvrage « Essai sur la nature du commerce en général »[10]. Il définit l'entrepreneur comme quelqu'un capable de saisir une opportunité pour réaliser un profit, tout en assumant les risques associés, sans garantie de succès. D'autres définitions ont été données pour l'entrepreneur :

- Définition de Grand Dictionnaire : un entrepreneur est « une personne ou un groupe de personnes qui crée, développe et gère une entreprise, assumant les risques associés et mobilisant des ressources financières, humaines et matérielles pour assurer son succès et réaliser des bénéfices ». Le terme « entrepreneur » vient du français et signifie littéralement « celui qui entreprend »

[9] Hernandez E-m. (2001) « L'entrepreneuriat, approche théorique», Paris : L'Harmattan, p14

[10]Boutillier S, Uzunidis D. « L'entrepreneur: acteur et fonction social »Une réflexion à partir de « comportement économique et structures sociales » d'André Nicolaï (première édition 1960, réédition 2000. p7

- Pour **B. SAY** (1803) (le deuxième économiste à s'intéresser à l'entrepreneur), le considère comme un acteur clé du système productif ; c'est-à-dire qu'il ne se contente pas de prendre des risques liée à la commercialisation, mais aussi des risques inhérents à la production. Pour lui, l'entrepreneur est « *celui qui décide de créer un produit pour son propre compte, dans le but de réaliser un bénéfice, en assumant tous les risques associés».*

- **Joseph Schumpeter**, estime que l'entrepreneur est le moteur de l'innovation au sein d'une organisation. Selon lui, un entrepreneur est « *celui qui non seulement lance une entreprise, mais surtout celui qui introduit et dirige l'innovation pour stimuler le développement économique».*

- **P.A. Julien et M. Marchesnay** (1996) l'entrepreneur représente l'essence même de l'entrepreneuriat. Il innove en fonction des opportunités, organise les ressources pour produire et commercialiser, tout en cherchant à les exploiter dans son propre intérêt.

Ces économistes écrivent l'équation entrepreneuriale de base :

Entrepreneur =

Incertitude + risque + innovation

Tableau n°01 : Les définitions de l'entrepreneur en fonction des écoles de pensée.

Appellations des écoles	Définition de l'entrepreneur	Auteurs de références
L'école économique	Un entrepreneur est spécialisé dans la prise intuitive de décisions réfléchies relatives à la coordination de ressources rares.	Casson (1991)
L'école comportementale	L'entrepreneur se définit par l'ensemble des activités qu'il met en place pour créer une organisation.	Gartner (1988)
L'école psychologique avec les courants personnalistes et cognitifs	L'entrepreneur se définit par certain nombre d'attributs psychologiques que l'on décrit autant par la personnalité, que par les processus cognitifs activés pour la circonstance.	Shaver et Scott(1991)
L'école des processus	L'entrepreneur est celui qui développe des opportunités et crée une organisation pour les exploiter.	Bygrave et Hofer (1991)

Source : Cécile FOUNROUGE « Entrepreneur /Manager : deux acteurs d'une même pièce » Conférence de l'AIMS, 2022 P07

1-6-Les caractéristiques de l'entrepreneur

L'entrepreneuriat, n'est pas réservé à une élite, chacun peut potentiellement s'y aventurer. Cependant, la personnalité joue un rôle crucial dans le succès ou l'échec d'un entrepreneur. Ainsi avant d'effectuer son premier pas vers l'entrepreneuriat, il est essentiel d'analyser ses caractéristiques et ses compétences pour être bien préparer à gérer les multiples aspects d'une entreprise.

1-6-1-Les traits de caractères

Les entrepreneurs doivent posséder certains traits fondamentaux pour réussir dans la création de leur entreprise. Parmi ceux-ci, on trouve :

- **L'indépendance** : Les entrepreneurs ont un fort désir d'autonomie et d'indépendance.
- **La confiance en soi** : La confiance en soi incite l'entrepreneur à mobiliser toutes les ressources nécessaires pour concrétiser son projet, sans se laisser obséder par les conséquences négatives telles que le risque de perte ou d'échec.
- **La persévérance** : Le succès demande du temps et les entrepreneurs doivent persévérer malgré les obstacles.
- **L'amour du risque** : Les entrepreneurs sont prêts à prendre des risques calculés, une fois qu'ils ont confiance en leur projet. « *le pire des risques, c'est celui de ne pas prendre* » Nicolas Sarkozy[11]
- **La prise d'initiative** : La prise d'initiative est une qualité inhérente aux entrepreneurs, nourrie par les caractéristiques mentionnées précédemment. Ils sont poussés par ces qualités à prendre la décision audacieuse de devenir entrepreneurs.
- **L'ambition** : être ambitieux c'est avoir une vision étendue et ambitieuse. Porté par sa passion et sa confiance en soi, l'entrepreneur envisage l'évolution à long terme de son projet. Bien que les ressources initiales soient modestes, l'essentiel réside dans la croissance de son entreprise.

En plus de ces caractéristiques, les entrepreneurs se distinguent par leur vision stratégique, leurs compétences en relations humaines, leur capacité à motiver les autres, leur intégrité et leur sincérité. Ils doivent également être pleinement engagés dans le processus de création d'entreprise, quel que soit le temps et les efforts nécessaires.

1-6-2-L'opportunisme

L'entrepreneur est un innovateur qui sait discerner les occasions d'affaire dans l'économie, en développant un nouveau produit, en le produisant ou en le mettant sur le marché de façon nouvelle, en organisant les ressources de façon différente. En étant à l'affût d'opportunités ou de nouveautés, de manière à mieux répondre au marché. « *Entreprendre c'est conquérir une place sur le marché* »[12], c'est ainsi s'insérer entre d'autre firmes pour remporter une affaire et la poursuivre, et de faire face à la concurrence.

[11]Ancien président de la république française
[12] Julien P.A et Marchesnay.M, « L'Entreprenariat ».Ed. Economica, 1996.P52

1-6-3-L'entrepreneur est un organisateur

L'entrepreneur incarne l'individu perspicace capable de gérer de manière astucieuse des ressources qui sont nécessairement limitées. En d'autres termes, il sait identifier les facteurs de production et les ressources essentielles, les acquérir, les combiner et les mettre en œuvre de manière rentable. Il orchestre de manière dynamique ces ressources rares tout en cherchant continuellement à améliorer le processus de production. Ce type d'entrepreneur correspond à la vision de Say. Être entrepreneur ne se résume pas uniquement à être innovateur, mais implique également d'être un organisateur capable de développer et de commercialiser l'innovation.

1-7- La typologie de l'entrepreneur

Chaque entrepreneur possède sa propre personnalité, sa passion, ses motivations et sa vision unique des choses. Plusieurs auteurs ont établis des typologies et des taxonomies pour classifier les entrepreneurs selon leurs objectifs, leurs motivations et leurs caractéristiques[13].

Laufer (1974) a suggéré quatre types d'entrepreneurs basés sur les motivations.

1-7-1-Le manager ou l'innovateur

C'est un entrepreneur motivé par le désir de création, d'accomplissement et de pouvoir tandis que ses objectifs sont axés sur la croissance et l'innovation.

1-7-2-L'entrepreneur artisan

L'entrepreneur artisan est un individu possédant une forte compétence technique, souvent avec peu d'éducation formelle, qui consacre à des activités artisanales. Il a peur de perdre le contrôle de son entreprise et tend à refuser toute croissance. Pour lui l'indépendance est la motivation principale.

1-7-3-L'entrepreneur-propriétaire orienté vers la croissance

Cet entrepreneur cherche à développer son entreprise et à atteindre l'indépendance financière. Ses motivations sont similaires à celles du manager, mais il ressent généralement un désir de pouvoir plus prononcé.

[13] Louis Jacques FILION, « Deux types d'entrepreneures : l'opérateur et le visionnaire-Conséquences pour l'éducation » Cahier de recherche N°. 1998-10 Septembre 1998. P3

1-7-4-L'entrepreneur refusant la croissance mais cherchant l'efficacité

Il priorise l'indépendance et montre réticent envers la croissance qui pourrait entrave cet objectif. Ce genre d'entrepreneur est surtout motivé par le désir de pouvoir et d'autorité.

Le tableau ci-dessus présente une compilation de diverses typologies d'entrepreneurs, selon les perspectives variés des auteurs :

Tableau n°02 : Typologies d'entrepreneurs.

Auteurs	Dates	Typologies
Collins et Moore	1970	Deux types d'entrepreneurs : 1. L'entrepreneur administratif 2. L'entrepreneur indépendant
Miles et Snow	1978	Quatre types d'entrepreneurs : 1. Le prospecteur 2. L'innovateur 3. Le suiveur 4. Le réacteur
Vesper	1980	Au moins 11 types d'entrepreneurs 1. Travailleurs autonomes 2. Bâtisseurs d'équipes 3. Innovateurs indépendants 4. Multiplicateurs de modèle existants 5. Exploitants d'économie d'échelle 6. Rassembleurs de capitaux 7. Acquéreurs 8. Artistes qui achètent et vendent 9. Constructeurs de conglomérats 10. Spéculateurs 11. Manipulateurs de valeurs apparentes

Carland, Hoy	1988	Deux types d'acteurs organisationnels : 1. L'entrepreneur 2. Le propriétaire de PME
Lafuente et Salas	1989	Quatre types de nouveaux entrepreneurs : 1. Artisan 2. Orienté vers le risque 3. Orienté vers la famille 4. Managérial
Filion	1998	Deux types d'entrepreneurs : 1. Opérateur 2. Visionnaire

Source : Thierry VERSTRAET, Op.cit.2000, p256.

Après avoir présenté les différents éléments essentiels de l'entrepreneuriat et de l'entrepreneur, il est maintenant opportun d'explorer plus en détail la création d'entreprise. Cet acte constitue le point de départ où l'idée entrepreneuriale se transforme en réalité économique.

Section N° 02: La création d'entreprise, un acte essentiel de l'entrepreneuriat

L'importance accordée aujourd'hui à la création d'entreprise n'est pas le fruit d'une génération spontanée. Elle est en fait le résultat d'un enchaînement qui remonte au milieu des années 1970, fin des « trente glorieuses » et début d'un désenchantement progressif vis-à-vis des perspectives indéfinies de croissance entrevues jusqu'alors.[14]

La création d'entreprise correspond à la mise en œuvre d'une nouvelle combinaison de facteurs de production avec pour restriction qu'aucune autre entreprise ne soit impliquée dans cet évènement.

[14] Verstraet. Thierry, Saporta Bertrand, Création d'entreprise et entrepreneuriat, Editions de l'ADREG, janvier 2006, 21 (http://www.adreg.net) consulté le 24/02/2024

La création d'entreprise représente un enjeu économique crucial pour la croissance et le progrès. En effet, elle est le moteur du développement économique, de la génération d'emplois, de la lutte contre le chômage, ainsi que de la promotion de l'esprit d'entreprise, de la créativité et de l'innovation

2-1-Les étapes de la création d'entreprise

Pour créer une entreprise il est nécessaire de faire aboutir différentes étapes : [15]

- Trouver une idée à partir des atouts, des intérêts, 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'entreprises qui réussissent n'est que la copie de business existants ;
- Évaluer 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 ;
- Réaliser une étude de marché ;
- 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 pour trouver des financements ;
- Choisir un statut juridique adapté ;
- Réaliser les formalités nécessaires auprès de l'administration ;
- Apprendre à vendre, à faire de la qualité, à gérer.

2-2-Les types de création d'entreprises

Alain Fayolle[16] construit une typologie qui met en évidence différent types de processus de création d'entreprise, qui sont comme suite :

2-2-1-la création de la reproduction

Elle est caractérisée par une faible intensité du changement pour le créateur et faible intensité de nouveauté pour l'environnement. Dans ce cas le niveau d'incertitude n'est pas

[15] Fayolle. A, « entrepreneuriat ; apprendre à entreprendre », Ed Dunod, paris, 2003, p113.
[16] Alain, (F) : Op.cit., .p117-122.

très élevé. La création reproduction c'est le fait de créer une entreprise rassemblant à d'autre connues. Les changements pour le créateur sont faible ampleur car il possède le savoir-faire et les relations utiles à son projet. Dans cette logique de reproduction, le créateur cherche à faire pour son propre compte ce qu'il faisant déjà dans son empli précédent.

2-2-2-La Création imitation

L'entrepreneuriat d'imitation crée peu de valeur nouvelle, mais permet créateur de changer sa situation parfois d'une façon importante. Le créateur d'entreprise ne dispose pas de l'ensemble des ressources nécessaires, il essaye de montrer et développer une entreprise en utilisant formule bien établie. Le niveau d'incertitude de cette fonction de la capacité du créateur à acquérir les compétences et les ressources nécessaires pour mener à bien son projet.

2-2-3-La création innovation-valorisation

Elle est caractérisée par une faible intensité du changement pour le créateur, mais la nouveauté est grande pour l'environnement. Cela signifie que le créateur crée une entreprise à partir manière de faire ou d'un produit nouveau dont il possède les savoir-faire. Le niveau d'incertitude est la fonction de la vitesse de pénétration de l'innovation dans son environnement (valorisation de la nouveauté par les clients) et la fonction des aléas de la mise au pont technique et industrielle du projet.

2-2-4-La création innovation-aventure

Elle est caractérise par une grande intensité du changement pour le créateur et une grande nouveauté pour l'environnement .le niveau d'incertitude est très élevé et combine des aspects liés l'apprentissage et à l'innovation. Ces situations de création sont très dynamiques, les imprévus et les aléas sont fréquents, conduisant le créateur et le projet a des adaptations et à des changements fréquents .le projet se construit et se reconstruit en même temps que créateur doit faire évoluer ses compétences et ses ressources d'aventure.

2-3-Généralité sur la création des entreprises et des PME

Jusqu'au milieu des années soixante-dix, la vision dominante dans le monde l'entreprise était celle de la grande taille et qui tirait des avantages relatifs à cette dimension à l'image des économistes d'échelle et la diversification des activités. Mais la crise des années 1970, consécutive à la fin du boom économique des trente glorieuse, a progressivement remis en

cause cette conception au profit de la petit entreprise Julien(1997) [17] a résumé en disant : « *toutes les données convergent pour démontrer la montée autour de 1970 d'un nouveau dynamisme des PME dans les pays industrialisés* ». En effet, un mouvement de prise de consciences de l'importance de la petite entreprise s'est amorcé dans le monde et particulièrement aux États-Unis avec la parution de l'ouvrage de Schumacher (1978), « *Small Is Beautiful* »ou la petite entreprise est présentée comme la cellule socio-économique de base pour les sociétés de futur.

2-4-Définition de la PME

Aujourd'hui le sigle de PME est le nouveau sens estimé de la petite structure de la part des pays (développé et en voie de développement) vue qu'il fortement plus maîtrisable, contrairement aux grandes entreprises dotées de structure centralisées et complexe, péniblement contrôlables.

Suivant les différentes définitions conçues par différents auteurs de la littérature, nous allons proposer quelqu'une, afin d'essayer de comprendre le terme PME.

- Selon julien et Morel (1986)[18] : « La PME est un concept flou dont les définitions varient ».
- Selon Bucaille et Beauregard (1986, p2): « La PME est diversité elle l'est dans son marché, dans ses comportements, dans ses hommes, dans son évolution, dans ses technologies ou dans ses risques. Aucune PME ne ressemble totalement à une autre »[19]
- Selon Weber (1988) « les entreprise sont différentes 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

[17] Julien (1997) in : Amghar, « essai d'analyse de la contribution de la dynamique entrepreneurial au développement du territoire, cas de BBA » mémoire de magistère en science de gestion, université de Bejaia, 2009, p20

[18] Torres Olivier « les PME » .EdFlammrion, Paris. 1999, P7.

[19] Colot Olivier « la transmission des PME familiales non cotées : approche de la transmission en Wallonie et impact sur la performance des entreprise ». 2007, p 19.

(Secteur protégé, en expansion ou en déclin,…) à l'origine sociale de son chef son capital culturel et relationnel, son identité patronale »[20]

- Selon wtterwulaghe[21] « pour obéir à des impératifs d'efficacité, la PME est souvent définie au moyen de paramètre quantitatifs tels que chiffre d'affaires, le total bilan, le bénéfice ou le plus souvent l'emploi , ceux-ci visent en effet à cerner le critère de la taille ».
- Selon Torres olivier[22] « les PME sont considérées comme des entreprise aux multiples vertus : adaptabilité, flexibilité, créativité, ambiance de travail conviviale …. » Aussi, les définitions de la PME peuvent se subdiviser en deux approches distinctes selon les critères de références utilisés ; d'une part, les définitions se basent sur des critères endogène à l'entreprise tel que la dimension, le chiffre d'affaire, et d'autre part, celles utilisent les critères exogènes à cette renier comme le secteur d'activité et la forme juridique.

2-5- Caractéristiques des PME

Les PME se caractérisent par leur structure souple et adaptable, mais aussi par leur fragilité. Pour mieux comprendre ce concept, le modèle de Julien P.A (1997) met en évidence les points suivants :

- *Gestion personnalisée* : Il existe une forte interdépendance entre l'entreprise et l'entrepreneur. Dans les PME, le rôle du dirigeant est d'autant plus important que l'entreprise est petite.
- *Faible spécialisation du travail* : Tant l'entrepreneur que les employés sont polyvalents, ce qui confère à l'entreprise une flexibilité et une agilité lui permettant de s'adapter aux changements.
- *Système d'information simple en interne* : Il favorise une communication rapide et bidirectionnelle entre la direction et les employés.
- *Système d'information externe simple* : Il est principalement axé sur la perception du marché.

[20] Idem
[21] Julien et Morel (1986) in : Wtterwulaghe, La PME une entreprise humaine, Ed, de Boeck, 1998, p14.
[22] Torres Olivier « La PME». Ed Flammarion, Paris. 1999. P13.

- *Stratégie implicite* : Les décisions sont prises de manière intuitive et traduites en actions.
- *Recherche d'un environnement stable* : Malgré les changements rapides, les PME recherchent la stabilité, car elles ont peu d'influence sur leur environnement.
- *Insertion des PME dans leur territoire* : Elles sont souvent ancrées dans les communautés locales où elles sont implantées**.**

2-6- Les atouts et les faiblesses des PME

2-6-1-les atouts des PME

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

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

2-6-2-Les faiblesses des PME

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

- L'autonomie : l'autonomie reste pour un grand nombre de PME très relative, du fait de leur orientation, principalement, vers la sous-traitance par rapport grands groupes.
- La fragilité de la circulation de l'information : le nombre réduit des employées de la PME rend la communication entres ses dirigeants très fluide, conduisant à des dépendances ou des manques de formalisation.

- La concentration de l'effort : en général, la PME n'a qu'un marché ou un segment de marché qu'elle peut maitriser, ce lui donne en permanence une vision nette de son évolution et lui permet de réaliser la meilleur adéquation produit /marché.
- La fragilité de leur structure financière : la majorité des bilans des PME sont caractérisés par le poids élevé du court terme.
- Le manque de notoriété : les PME sont en général peu connues, aussi u public que des éventuels partenaires de l'entreprise (fournisseurs, clients, administrateur, banques….), ce lui engendre un manque de confiance de ces derniers à son égard.
- La difficulté à se procurer des ressources financières et humaines : sa sous-capitalisation et ses manques de notoriété rendent son accès ressources financiers très laborieux.

Conclusion

A l'issue de ce chapitre, nous avons essayé de faire une revue de littérature sur le phénomène d'entrepreneuriat en mettant en évidence les théories et les caractéristiques clés de l'entrepreneur, en tant qu'acteur principal de ce domaine. Nous avons également donné un aperçu de la PME, fruit des initiatives entrepreneuriales. Nous conclurons alors, l'entrepreneuriat comme phénomène complexe et multidimensionnelle, plusieurs chercheurs ont en fait des études et ont essayé de l'expliquer. Nous pouvons définir l'entrepreneuriat comme l'acte de créer de nouvelles entreprises et d'innover pour stimuler le développement économique.

La création d'entreprise est aujourd'hui considérée comme essentielle pour le progrès, et elle repose principalement sur l'entrepreneur innovateur. Celui-ci est à l'origine de la création d'entreprises, les aides à croître, et fait preuve d'une tolérance à l'incertitude et aux risques. Par son engagement, il favorise l'émergence, la diffusion et la concrétisation d'idées novatrices.

Introduction

La création d'entreprise est un phénomène complexe et multidimensionnel qui suscite un intérêt croissant tant chez les chercheurs que chez les praticiens. Comprendre les motivations qui poussent les individus à se lancer dans l'entrepreneuriat ainsi que les obstacles qu'ils rencontrent est essentiel pour favoriser un environnement propice à l'innovation et au développement économique.

Ce chapitre propose une revue théorique des principaux facteurs de motivation et des obstacles à la création d'entreprise, en s'appuyant sur les travaux de référence dans le domaine. En explorant les différentes théories et modèles, nous mettrons en lumière les motivations intrinsèques et extrinsèques qui incitent les entrepreneurs à démarrer leur propre entreprise, ainsi que les barrières qui peuvent freiner leur élan.

Section N°01:Les motivations à l'égard de la création d'entreprise

Dans cette section, nous entreprendrons une approche théorique de la motivation, en scrutant les motivations entrepreneuriales et les multiples modèles qui éclairent ce phénomène.

1-1-Généralité sur la motivation

1-1-1-Définition de la motivation

Le dictionnaire « Le Robert » donne plusieurs définitions de la motivation nous pouvons cités :

« Relation d'un acte aux motifs qui l'explique ou le justifie. Exposé des motifs sur lesquels repose une décision »

«*Ensemble des facteurs déterminants le comportement de l'agent économique, plus Particulièrement du consommateur »*

Selon le dictionnaire de l'éducation de Legendre(1993)[23] la motivation *«un ensemble de désirs et de volonté qui pousse une personne à accomplir une tache ou à viser un objectif correspondant à un besoin»*

Selon le dictionnaire de psychologie de Larousse (1989) la motivation « *l'ensemble des facteurs dynamique qui déterminent la conduite d'un individu*»

Porter et Lawler (1968) se basent sur la définition de la motivation de Jones (1955) qui décrit la motivation comme *« la manière dont le comportement est déclenché, stimulé, est soutenu, est dirigé, est arrêté, et quel type de réaction subjective est présente dans l'organisme pendant que tout ceci se produit* »[24].

[23]LEGENDRE, R. Dictionnaire actuel de l'éducation, 3ème édition, Montréal, Guérin, 2005, p1500
[24]PORTER, L.W. ET LAWER, E.E. Managerial attitudes and performance. 1968. Homewood, IL: R.D.Iwin.

LOUART (1997) souligne que le « concept de motivation sert à traduire les aspects dynamiques de la conduite humaine. Il explique les liens entre l'activation de l'énergie interne et son orientation vers des buts particuliers[25]. L'homme agit selon des directions qu'on peut interpréter de façon causale ou projective. Dans le premier sens, la motivation est le fruit de Déterminations plus ou moins conscientes. Dans le second, elle mobilise le sujet vers des finalités construites à partir de représentations et des enjeux qu'il y voit pour lui-même. Les deux façons de voir sont complémentaires »[26].

Ainsi, la motivation entrepreneuriale se manifeste par l'activation de l'énergie interne orientée vers la création d'une entreprise, influencée par des facteurs personnels et environnementaux conscients ou inconscients. Elle pousse l'individu à entreprendre en fonction de ses représentations et des enjeux qu'il perçoit pour lui-même, agissant de manière causale ou projective, et émergeant de besoins non satisfaits.

1-1-2-Les types de motivation

Dans leur théorie d'autodétermination, Deci et Ryan (2002)[27] distinguent trois principaux types de motivation :

1-1-2-1-Motivation intrinsèque

La motivation intrinsèque se manifeste lorsque quelqu'un s'implique dans une activité de manière volontaire et spontanée, motivé par l'intérêt et le plaisir qu'il éprouve à la réaliser, sans besoin de récompenses externes. Par exemple un élève résolvant des problèmes par passion pour les mathématiques fait preuve de motivation intrinsèque, considérée comme le plus haut niveau d'autodétermination.

1-1-2-2- Motivation extrinsèque

La motivation est dite intrinsèque lorsque quelqu'un s'engage dans une activité non pas pour le plaisir qu'elle procure, mais pour des raisons externes ou instrumentales telles sue les récompenses, les punitions, la pression sociale ou le besoin d'approbation. Elle décompose en quatre sous catégories :

-La régulation externe
-La régulation introjectée
-La régulation identifiée
-La régulation intégrée

[25]LOUART, P. Motivation. Dans : SIMON, Y. et JOFFRE, P. (éds). Encyclopédie de gestion. Paris : Economica, 1997, p1205.
[26]Christophe ESTAY : « motivation entrepreneuriale », Editions universitaires européennes EUE, septembre 2010, p46
[27]Deci, E. L. et Ryan, R.M. (2002). Self-determination Theory and the Facilitation of Intrinsic Motivation, social development, and well-Being, p 70-71

1-1-2-3-L'amotivation

Deci et Ryan (2002) définissent l'amotivation comme un manque de motivation, représentant le niveau le plus bas d'autodétermination. Par exemple, les élèves amotivés s'engagent dans des activités sans vraiment comprendre pourquoi, ni ce qu'ils en retiennent.

1-2-La motivation dans le domaine de l'entrepreneuriat

La compréhension de la motivation à l'origine de la création d'une entreprise s'articule autour de trois principales approches que l'on retrouve classiquement en psychologie. D'abord, l'approche fondée sur l'étude des caractéristiques et les besoins des entrepreneurs. Ensuite, les théories behavioristes et cognitivistes conduisant à des recherches plus opérationnelles. Enfin, plusieurs auteurs (Naffziger, Hornsby et Kuratko, 1994) ont tenté de construire un modèle compréhensible de l'expérience entrepreneuriale, dans lequel la motivation joue un rôle central.[28]

1-2-1-Les approches par les caractéristiques et les besoins des entrepreneurs[29]

L'étude de la création d'entreprise est née autour d'hypothèses sur les caractéristiques des entrepreneurs. L'approche par les traits de la personnalité repose sur l'hypothèse que certains traits psychologiques prédisposent les entrepreneurs à ses activités entrepreneuriales (les différenciant ainsi des non entrepreneurs).

Au cours des dernières décennies, ces caractéristiques ont été abandonnées, les chercheurs ayant rencontré des difficultés dans les tentatives de validations empiriques. Brockhaus et Horwitz (1986) insistent sur leur difficulté à classer les entrepreneurs selon leurs traits de personnalité. Par ailleurs, Gartner (1988) montre l'impossibilité de définir, a priori, les caractéristiques permettant de discriminer les entrepreneurs dans une population. Ce résultat vient renforcer les recherches indiquant qu'il existerait plus de différence entre entrepreneurs qu'entre entrepreneurs et non-entrepreneurs (Brockhaus, 1982 ; Gasse, 1982 ; Gartner, 1985 ; Low et MacMillan, 1988).

Les limites de l'approche par las trais ont conduit à des recherches sur les besoins auxquels les individus tentent de répondre lorsqu'ils s'engagent dans une démarche entrepreneuriale.

L'identification des besoins proposée par McClelland (1961) est l'approche la plus communément citée parmi les recherches sur le contenu de la motivation, en particulier avec l'apparition du besoin d'accomplissement comme facteur explicatif de la motivation. D'autres facteurs ont été étudiés comme *l'internal locus of control* (Brockhaus, 1980), la propension à la prise de risque (Brockhaus, 1982), la tolérance à l'ambigüité (Schere, 1982).

[28]Christophe. ESTAY. « La motivation entrepreneuriale » université de Lille, 2006, p 21
[29] Idem

McClelland (1961) a établi un lien entre le protestantisme, le besoin d'accomplissement et l'entrepreneuriat, suggérant que l'éthique du travail et les valeurs individuelles favorisent l'indépendance et le développement économique. Bien que ses idées aient suscité un intérêt, leur validation empirique est limitée par la diversité des échantillons et des mesures utilisées. Birley et Westhead (1994) ont identifié trois principaux besoins chez les entrepreneurs britanniques : le besoin d'approbation, d'indépendance et de développement personnel. Cependant, les études sur la corrélation entre ces motivations et les modèles de développement d'entreprises n'ont pas abouti à des conclusions claires (Verstraete et Saporta, 2006). Ces résultats remettent en question l'approche basée sur les besoins et soulignent l'intérêt des approches comportementales et cognitives.

1-2-2-Les approches comportementales et cognitifs

L'approche comportementale perçoit la création d'une organisation comme un événement contextualisé, résultant de diverses influences. Selon Gartner (1985), l'entrepreneur est un élément d'un processus complexe de création d'une nouvelle entité, où l'organisation est le principal objet d'analyse et l'individu est considéré en termes d'actions nécessaires pour faire émerger cette organisation. Ainsi, les caractéristiques personnelles de l'entrepreneur sont subordonnées à ses comportements, mettant l'accent sur ce qu'il fait plutôt que sur ce qu'il est, comme débattu entre Gartner (1988) et Carland et al. (1988). Cette approche, en raison de sa praticité, présente un grand potentiel pour la recherche. Trois modèles se démarquent particulièrement dans cette perspective.

1-2-2-1-Le modèle de formation organisationnelle de Learned (1992)

Selon ce modèle, trois éléments principaux influent sur la décision de se lancer dans l'entrepreneuriat :

- La propension à créer: certaines personnes possèdent des traits psychologiques spécifiques et des expériences antérieures qui les prédisposent davantage à créer une entreprise que d'autres.

- L'intention de créer : parmi ceux qui envisagent de créer une entreprise, certains rencontrent des circonstances qui accroissent leurs chances de passer à l'action.

-La structure des informations : explorer l'environnement à la recherche d'informations pertinentes (qu'elles confirment ou non les intentions) est crucial.

Selon ce modèle, la décision de se lancer dans l'entrepreneuriat peut découler soit d'un événement spécifique, soit d'une accumulation d'informations. Si l'environnement semble favorable aux créateurs (tel que le marché ou le financement), cela peut inciter le porteur de projet à concrétiser ses plans. Soulignant que l'approche de Learned demeure assez générale quant aux facteurs contextuels qui influencent la décision des entrepreneurs.

1-2-2-2-Le modèle de l'avènement entrepreneuriale de Shapero (1975-1984)

Shapero cherche à élucider les raisons pour lesquelles certaines personnes optent pour l'entrepreneuriat tandis que d'autres préfèrent des trajectoires professionnelles plus conventionnelles, telles que le salariat ou la fonction publique. Selon lui, l'engagement dans l'entrepreneuriat résulte de l'interaction de quatre variables :

- Une situation précipitant l'acte entrepreneurial : déplacements négatifs, positifs ou intermédiaires.

- Les perceptions individuelles quant à la désirabilité de l'acte entrepreneurial, influencées par les valeurs personnelles.

- La faisabilité de l'acte, déterminée par les ressources nécessaires pour se lancer.

- Les dispositions psychologiques de l'individu.

Ce modèle est multidimensionnel, reconnaissant que chaque variable interagit pour expliquer l'acte d'entreprendre. Cette conception a été reprise par Krueger en 1993 dans son élaboration de l'événement entrepreneurial, où il a incorporé le concept d'intention, comme le souligne Emin en 2003.

1-2-2-3-Le modèle de l'intension entrepreneuriale de Boyd et Vozikis (1994)

Ce modèle s'appuie sur les fondements théoriques de Bird (1988), tout en incorporant les contributions socio-cognitives de Bandura (1977), le modèle du comportement planifié d'Ajzen (1991), avec les extensions de Krueger (1993). Bird envisage une gamme de facteurs individuels et environnementaux qui prédisposent les individus à envisager la création d'une entreprise, incluant leurs expériences et leurs traits de personnalité. Les éléments de contingence, quant à eux, englobent les variables sociales, économiques et politiques.

Cette approche fusionne les influences personnelles et contextuelles qui sous-tendent l'intention entrepreneuriale. Deux éléments clés expliquent cette intention : la perception de l'acte comme désirable (attitude), reflétant l'attrait personnel, et sa faisabilité, comme le souligne Emin en 2003.

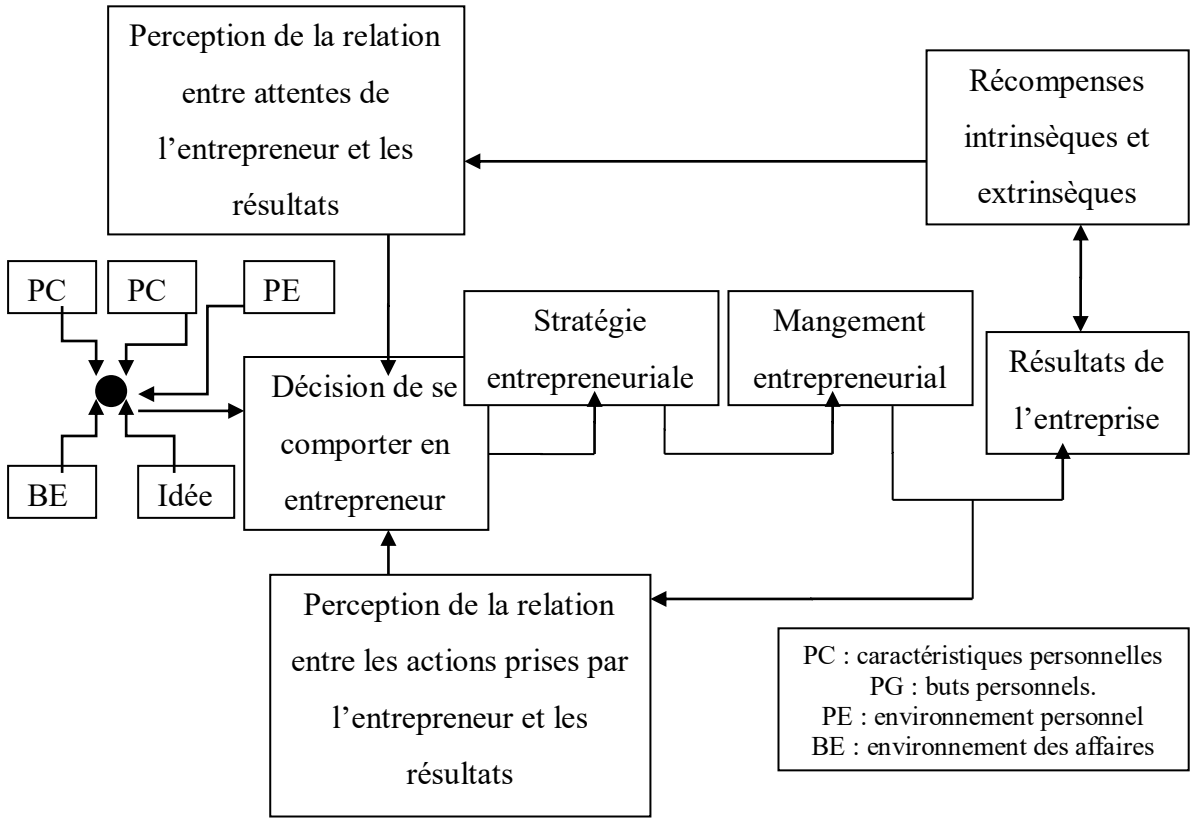
Les modèles précédents présentent l'avantage de considérer à la fois les aspects individuels et contextuels. Toutefois, aucun d'entre eux n'aborde explicitement le concept de motivation. Le modèle présenté ci-dessus se distingue en intégrant les perspectives théoriques sur la motivation élaborées par Porter et Lawler (1968), ainsi que les concepts d'Adams (1965).

1-2-3-Vers un modèle de motivation entrepreneuriale

Naffziger, Hornsby et Kuratko (1993, 1994) ont élaboré un modèle explicatif de l'expérience entrepreneuriale en fusionnant leurs recherches initiales sur la performance des petites entreprises avec les dimensions identifiées par Gartner (1985), Greenberger et Sexton

(1988), Learned (1992), ainsi que Herron et Sapienza (1992). Leur démarche s'appuie également sur les fondements théoriques de la motivation de Porter et Lawler (1968) ainsi que sur les concepts d'Adams (1965). Ce modèle vise à décrire le processus par lequel les entrepreneurs prennent la décision, ou non, de se lancer dans un projet de création d'entreprise.

Figure n°01 : Le modèle de motivation entrepreneuriale



Source : Douglas W. Naffziger, Jeffrey S. Homsby, et Donald F, Kuratko. « A Proposed Research Model of Entrepreneurial Motivation », Entrepreneurship Theory and Practice, 1994, p33.

Le processus de devenir entrepreneur est influencé par divers facteurs personnels et situationnels, selon le modèle de Naffziger, Hornsby et Kuratko. Ces facteurs comprennent les caractéristiques personnelles de l'entrepreneur, son environnement personnel, le contexte des affaires, l'idée à la base du projet et ses objectifs. De plus, l'habileté à développer une stratégie et la perception de la relation entre actions et résultats sont également cruciales. La motivation, issue de récompenses intrinsèques et extrinsèques, ainsi que la théorie des attentes, jouent un rôle essentiel dans ce processus.

Les entrepreneurs doivent adopter des comportements adaptés pour développer leur entreprise, passant du rôle de créateur à celui de gestionnaire. Cette transition nécessite l'adoption de nouveaux comportements managériaux pour assurer la performance de l'entreprise. Les résultats de l'entreprise peuvent être intrinsèques (comme la satisfaction

personnelle) ou extrinsèques (comme les gains financiers), et chaque individu les évalue selon ses propres critères, comparant souvent sa situation à celle des autres (théorie de l'équité).

Bien que le modèle de Naffziger, Hornsby et Kuratko offre un cadre intéressant, il n'a pas été entièrement validé empiriquement, bien que des tentatives aient été faites. De plus, les facteurs environnementaux favorisant la motivation entrepreneuriale sont mentionnés de manière limitée.

1-3-Les principales dimensions entrepreneuriales favorisant la création d'entreprise

La compréhension de l'acte entrepreneurial après l'étude des créateurs, et leurs traits personnels a dirigée vers une analyse des motivations qui sous-tendent leurs actions. Toutefois, pour saisir pleinement ces phénomènes, il est essentiel d'incorporer une dimension environnementale à l'aspect individuel.

BOUCHIKHI (1990)[30] souligne que la réussite d'un entrepreneur découle de sa capacité à mobiliser les ressources nécessaires pour concrétiser ses projets. Il insiste sur le fait que l'entrepreneur ne peut prospérer seul, mais qu'il est façonné par son environnement, qui lui offre les moyens matériels et immatériels indispensables à la création d'une nouvelle entreprise. Trois catégories de caractéristiques culturelles sont identifiées : les aspects économiques et démographiques, les influences socioculturelles et les considérations politiques.

1-3-1-Les dimensions économiques et démographiques

L'étude conduite par Raynolds, Storey et West Head met en évidence l'impact significatif de la croissance de la demande de biens de consommation sur le nombre de nouvelles entreprises dans de nombreux pays. Le lien entre la croissance économique et l'activité entrepreneuriale est scruté dans le cadre des travaux du Global Entrepreneurship Monitor. Plusieurs recherches, dont celles de Low et MacMillan (1988), ont démontré que l'entrepreneuriat est étroitement lié à la densité démographique, soulignant l'importance des interactions entre les entreprises.

D'autres variables clés peuvent également influencer l'activité entrepreneuriale, telles que la présence d'universités et de centres de recherche, le développement du secteur des services, la jeunesse de la population et le dynamisme technologique des entreprises.

[30] BOUCHIKHI, H 1990, in : RAHMANI F, 2021 « les déterminants entrepreneuriale à la création des entreprises touristiques : cas de la wilaya de Tizi Ouzou » Mémoire de master en Marketing Hôteliers, et Touristique, p50.

1-3-2-Les dimensions socioculturelles

Aldrich, Boutillier et Uzunidis utilisent le concept de capital social pour caractériser le réseau relationnel d'un individu. Ce capital social est un atout pour le porteur de projet, lui donnant accès à des connaissances, des ressources financières, des clients, des fournisseurs, etc., qui seraient difficilement accessibles sans des relations interpersonnelles établies.

1-3-3-Les motifs politiques

Les décisions politiques et gouvernementales exercent une influence significative sur la dynamique entrepreneuriale. Tout d'abord, le cadre juridique peut soit encourager l'initiative individuelle, soit la restreindre. Ensuite, la mise en place de programmes d'accompagnement appropriés peut faciliter la concrétisation des projets entrepreneuriaux. Enfin, les gouvernements offrent souvent un soutien financier et des avantages spécifiques aux entrepreneurs, tout en favorisant l'accès aux marchés publics et en offrant une assistance aux personnes en difficulté.

1-4-Les motivations de l'entrepreneur à l'égard de la création d'entreprise

Les motivations des entrepreneurs été étudiée selon différentes approches, Carsrud et Brannback (2011) ont proposé une distinction entre les approches économiques et psychologiques de la motivation entrepreneuriale, tandis que Shane et ses collègues (2003) ont classé les théories de la motivation en deux groupes principaux. Selon une grande partie de la littérature économique, la décision de devenir entrepreneur est souvent considérée comme le résultat d'un processus de maximisation des bénéfices. Cette approche économique est présente dans de nombreux travaux sur la motivation entrepreneuriale. De plus, la recherche sur la motivation entrepreneuriale est souvent divisée en deux principaux courants, appelés "push" et "pull", qui se réfèrent respectivement à la motivation par nécessité et par opportunité.

1-4-1-La théorie Pull : opportunités et indépendance[31]

La théorie « pull » de la création d'entreprise, présentée par K. Hughes (2003), considère que celle-ci découle d'une culture entrepreneuriale et est motivée par le désir d'indépendance ainsi que la détection d'opportunités commerciales à exploiter. Ces deux aspects, l'opportunité d'affaires et le désir d'indépendance, sont souvent perçus de manière positive comme des choix individuels volontaires, selon J. Kirkwood et C. Campbell-Hunt (2007). S. Shane et S. Venkataraman (2000) expliquent que la reconnaissance et l'exploitation des opportunités commerciales sont des traits essentiels de l'entrepreneur. Pour eux, l'entrepreneuriat est une réponse à une opportunité, pouvant se concrétiser par la création d'une nouvelle entreprise ou par un contrat de travail. Cette capacité à identifier des opportunités est fortement corrélée à la

[31] GABARRET. Inès et Benjamin. VADEL « Pour une nouvelle approche de la motivation entrepreneuriale » dans : Revue des sciences de gestion 2015/1 N°271. P14.

décision de démarrer une activité, comme le mentionnent N. Langowitz et M. Minniti (2007) ainsi que P. Arenius et M. Minniti (2005).

L'opportunité est définie comme une situation où de nouveaux biens, matières premières, méthodes d'organisation ou services peuvent être vendus à un prix supérieur à leur coût de production, selon S. Shane et S. Venkataraman (2000). Différents types d'opportunités sont distingués par différents économistes, comme J. A. Schumpeter (1934) et I. Kirzner (1973), dont les approches sont complémentaires selon J. De Jong et O. Marsili (2011). La définition de l'opportunité d'affaires reste sujette à débat, comme le notent M. Casson et N. Wadeson (2007), et elle a été étudiée en tant que facteur de motivation "pull" par divers auteurs, dont Z. Acs et al. (2005), P. Reynolds et al. (2002), J. Mc Mulle (2008) et J. Hessels (2008).

Certains auteurs se sont intéressés au concept d'opportunité en tant que processus, allant de la découverte à l'exploitation, comme W. Gartner et al. (1992) et A. Shapero et L. Sokol (1982). De plus, une littérature abondante met en relation l'opportunité et les traits de personnalité, suggérant que certaines personnes ont une capacité innée à percevoir les opportunités, parfois influencées par leur famille, comme le mentionnent I. Grilo et R. Thurik (2004) ainsi que B. Gilad et P. Levine (1986).

Le concept d'opportunité est présent dans la plupart des définitions de l'entrepreneuriat, comme le soulignent S. Shane et S. Venkataraman (2000) et F. Adaman et P. Devine (2002). Il peut être compris comme une possibilité d'amélioration des revenus, conduisant l'entrepreneur opportuniste à rechercher principalement un gain économique, selon P. Reynolds et al. (2002) et A. Carsrud et M. Brännback (2011).

Cependant, au-delà des motivations économiques, certains entrepreneurs sont attirés par la création d'entreprise en raison d'un désir d'indépendance, même si le bénéfice est limité, comme le mentionne K. Hughes (2003). Cette hypothèse d'une motivation non économique est également suggérée par J. Hessels et al. (2008), qui constatent que certains entrepreneurs indépendants sont motivés par un niveau de vie confortable plutôt que par la recherche d'une augmentation de richesse, comme le confirme E.-M. Hernandez (2006a) dans son étude sur des entrepreneurs français. D'autres, comme D. Bradley et J. Roberts (2004), créent des entreprises pour éviter des emplois routiniers et ennuyeux, recherchant ainsi l'autonomie et de nouveaux défis.

La motivation selon le concept "pull" donc regroupe deux dimensions : la recherche d'une amélioration économique, souvent interprétée comme une opportunité, et le désir d'indépendance et d'autonomie. Cependant, ces deux concepts ne semblent pas toujours apparaître ensemble, selon plusieurs recherches, telles que celles de K. Hughes (2003) et J. Hessels et al. (2008).

Tableau n°03 : Les « pull motivations »

Facteurs de motivations	Auteurs
Indépendance, autonomie, être son propre patron	J.A. Hornaday (1982); R. Goffee, R. Scase (1985); S. Scheinberg, I.C. MacMillan (1988); P.D. Reynolds, B. Miller (1988); A.C. Cooper et al. (1989); S. Birley (1989); R.A. Blais, J-M. Toulouse (1990); P. Chu (2000); Y. Robichaud et al. (2001) A. Fayolle (2003); E. Baccari (2006); Giacomin et al. (2006); M. Turan, A. Kara (2007); J. Kirkwood (2009); J. Kirkwood, S. Walton (2010)
Accomplissement, réalisation personnelle	D.C. McClelland (1961, 1965, 1969); J.A. Hornaday (1982); R. Goffee, R. Scase (1985); W.B. Gartner (1985); S. Scheinberg, I.C. MacMillan (1988); S. Birley (1989); R.A. Blais, J.-M. Toulouse (1990); P. Chu (2000); Y. Robichaud et al. (2001) E. Baccari (2006)
Richesse	S. Scheinberg, I.C. MacMillan (1988); P.D. Reynolds, B. Miller (1988); A.C. Cooper et al. (1989); A. Fayolle (2003); E. Baccari (2006); Giacomin et al. (2006); M. Turan,A. Kara (2007); J. Kirkwood (2009); J. Kirkwood, S.Walton (2010)
Challenge, défi personnel, ambition	P.D. Reynolds, B. Miller (1988), A.C. Cooper et al. (1989); P-A. Julien, M. Marchesnay (1996); A. Fayolle (2003); M. Turan, A. Kara (2007)
Reconnaissance	S. Scheinberg, I.C. MacMillan (1988); R.A. Blais, J-M. Toulouse (1990); P-A. Julien, M. Marchesnay (1996);A. Fayolle (2003); M. Turan, A. Kara (2007)
Pouvoir	R.A. Blais, J-M. Toulouse (1990); A.Fayolle (2003)

Besoin d'évasion	S. Scheinberg, I.C.MacMillan (1988); R.A. Blais, J-M. Toulouse (1990)
Jeu intellectuel	P-A. Julien, M.Marchesnay (1996); A.Fayolle (2003)
Créer de l'emploi, contribuer au développement économique, etc	P-A. Julien, M. Marchesnay(1996); E. Baccari (2006)
Opportunité	A. Belley (1989); R.A. Blais, J.-M. Toulouse (1990); A. Fayolle (2003); H.H. Frederick (2004); S.R. Shinnar, C.A. Young (2008)
Tradition familiale et désir de travailler en famille	A. Shapero, L. Sokol (1982);W.B. Gartner(1985); H.E. Aldrich,J.E. Cliff (2003); M. Turan, A. Kara (2007)

Source : BELLANCA.S et COLOT Olivier. « Motivations et typologies d'entrepreneurs : une étude empirique belge » dans : la revue des sciences de gestion 2014/2 N°266. P 66

1-4-2- La théorie push : nécessité et insatisfaction[32]

Deux dimensions viennent constituer l'approche «push» de la motivation entrepreneuriale : la nécessité (absence d'une autre possibilité d'emploi, chômage prolongé, pas d'employabilité), et l'insatisfaction (le fait d'avoir un travail insatisfaisant).

Les facteurs de poussée sont souvent accompagnés de connotations négatives (J. Kirkwood et C. Campbell-Hunt, 2007) parce qu'ils représentent, entre autres, la nécessité, l'absence de travail, le licenciement, l'emploi précaire ou flexible, la restructuration d'entreprise (J. Mc Mullen et al. 2008; K. Hughes, 2003).

Les entrepreneurs motivés par des facteurs push peuvent être considérés comme des individus rejetés par la société qui cherchent à prouver leur valeur à travers la création d'entreprises (B. Gilad et P. Levine, 1986). Les individus peuvent se voir également poussés vers l'entrepreneuriat par des situations conflictuelles comme l'insatisfaction dans leur travail précédent (D. Bradley et J. Roberts, 2005; C. Stoner et F. Fry, 1982; R. Brockhaus, 1980; A. Cooper, 1971).

Pourtant, l'insatisfaction au travail n'est pas une notion propre à l'entrepreneuriat (R. Brockhaus, 1980). Dans les études en Ressources Humaines, le « turnover », ou rotation du personnel, s'explique généralement comme un manque d'implication dû, entre autres, à une insatisfaction au travail. Cette insatisfaction peut pousser l'individu vers un changement de poste ou d'organisation, comme le montre l'étude de C. Besseyre des Horts et V. Nguyen

[32] GABARRET. Inès et Benjamin. VADELl. Op.cit.P 15.

(2010), dans lequel l'insatisfaction au travail se présente comme le déterminant principal de l'intention de départ.

La question qui se pose, alors, est de savoir pourquoi certains individus salariés créent de nouvelles sociétés au lieu de rechercher un autre emploi. Selon R. Brockhaus (1980), la décision de créer une nouvelle activité, au lieu de chercher un poste, est liée à l'intensité de l'insatisfaction. D'après l'auteur, il est possible que des entrepreneurs auraient été si peu satisfaits avec l'emploi précédent, qu'ils auraient considéré peu probable de trouver un emploi satisfaisant dans une autre organisation (R. Brockhaus, 1980). L'intensité de l'insatisfaction a aussi été étudiée par C. Stoner et F. Fry (1982). Ils ont suggéré une relation entre l'intensité de l'insatisfaction dans l'emploi précédent et le type d'affaire ou d'industrie choisie pour le projet de création. Une forte insatisfaction semble mener les individus vers un changement d'industrie ou de secteur d'activité.

Ainsi, dans l'approche push, comme dans l'approche pull, nous nous trouvons face à deux facteurs (insatisfaction et nécessité) qui peuvent ne pas apparaître simultanément.

Tableau n°04 : Les « Push motivations »

Facteurs de motivations	Auteurs
Nécessité économique, contextuelle, impossibilité de trouver un emploi, chômage, etc.	A. Shapero (1975); R.A. Blais, J-M. Toulouse (1990); P-A. Julien, M. Marchesnay (1996); P. Chu (2000); Y. Robichaud et al. (2001); A. Fayolle (2003); J. Kirkwood (2009); C. Benzing, H.M. Chu (2009)
Insatisfaction au travail	P.R. Liles (1974); A. Shapero (1975); R.H. Brockhaus (1980); W.B. Gartner (1985); J. Kirkwood (2009); S. Cromie, J. Hayes (1991); P. Chu (2000); A. Fayolle (2003); M. Turan, A. Kara (2007); L. Schjoedt, K.G. Shaver (2007); J. Kirkwood, S. Walton (2010)
Exigences familiales	P. Chu (2000); J.Kirkwood (2009)
Discrimination à l'emploi des populations immigrées	J. Willsdon (2005); A. Butcher et al. (2006); E. Pio (2007);O. Wahlbeck (2007); J. Kirkwood (2009)

Source: BELLANCA. S et Olivier. COLOT. Op.cit.P66.

1-4-3-D'autre facteurs de motivation

Même s'il existe une importante littérature à propos de la motivation « push/pull », d'autres recherches révèlent des perspectives diverses sur les motivations des créateurs :

Alain FAYOLLE (2004) manifeste sur l'existence d'une motivation principale parmi les différentes motivations personnelles qui poussent les individus à créer ou reprendre une entreprise. En particulier, il se demande si l'argent est la principale motivation des entrepreneurs.[33]

VERSTRAET. T et B. SAPORTA,[34] (2006) montrent que le besoin d'accomplissement, la possibilité de créer son propre emploi et le désir d'autonomie, se place souvent, au premier rang des motivations des entrepreneurs.

E.M. HERNANDEZ (2006)[35], explique que dans la société contemporaine, atomisé et individualiste, de nombreux individus trouvent dans la création d'entreprise une opportunité croissante de donner du sens à leur vie.

Certains spécialistes soutiennent que les individus arborant un profil entrepreneurial se distinguent par leur propension accrue à initier des projets, du fait de leur possession innée des compétences et des attitudes indispensables. Ces motivations s'entrelacent souvent avec leur personnalité intrinsèque ainsi que leurs aspirations professionnelles et familiales, formant ainsi le terreau fertile de leur ambition créatrice. Elles peuvent être :

1-4-3-1-Motivations psychologiques

Plusieurs études récentes portant sur les aspirants entrepreneurs corroborent l'importance cruciale de la dimension psychosociologique dans l'éclosion des nouvelles entreprises. De manière générale, les chercheurs s'accordent à reconnaître que les entrepreneurs manifestent souvent une motivation et une persévérance remarquables dans la poursuite de leurs objectifs.

À cet égard, ils s'engagent dans un processus exigeant, faisant appel à leur ingéniosité et à leur engagement total, tout en s'efforçant de trouver des solutions aux multiples défis qui se présentent. Ils aspirent à l'autonomie et à l'indépendance, nourrissant le désir ardent de devenir les artisans de leur propre destinée, et prennent des initiatives audacieuses en ce sens.

- **Besoin d'indépendance**

[33]FAYOLLE A. « Entrepreneuriat : apprendre à entreprendre » Edition DUNOD, 2003, p65.
[34]Verstraet T., Sporta B. « Création d'entreprise et entrepreneuriat » Les éditions de l'ADREG.
[35]Hernandez E.M. « Extension du domaine de l'entrepreneur… et limites » Revue de des sciences de gestion, n°168-169.

Nombre d'études de cas en entrepreneuriat mettent en lumière que le désir d'indépendance et d'autonomie est souvent cité comme la principale motivation derrière la création d'une nouvelle entreprise. Ces besoins sont largement considérés comme des caractéristiques inhérentes aux entrepreneurs, et ils sont reconnus comme des incitations majeures à l'entrepreneuriat.[36]

Selon A. Shapero, les motivations initiales de l'entrepreneur résident dans le besoin de pouvoir organiser son travail de manière autonome,[37] ce qui reflète la capacité de définir ses propres tâches et son propre emploi du temps pour atteindre les objectifs visés. Il souligne également que certains traits de personnalité propres aux entrepreneurs peuvent conduire à considérer l'indépendance comme un idéal inestimable. Pour Stevenson, la motivation des jeunes entrepreneurs émerge souvent dès leur jeunesse, avec un désir ardent d'indépendance et d'évasion vis-à-vis des ordres hiérarchiques, ainsi que le besoin de réalisation personnelle pour assurer leur subsistance financière. En accord avec Guillaume (1998), la motivation première des entrepreneurs réside dans le désir de devenir leur propre patron, créant ainsi avant tout par le défi personnel (tel que le désir d'accomplissement et d'indépendance) plutôt que par des opportunités de marché ou des pressions externes. Enfin, être son propre patron est également perçu comme une assurance d'emploi stable pour l'entrepreneur.

- **Besoin d'accomplissement**

Selon Mc CLELLEND, les individus dotés d'un fort besoin d'accomplissement présentent les caractéristiques comportementales suivantes :

- La prise de risque basée sur leurs compétences plutôt que sur le hasard ;

- La prise de responsabilité des décisions qui les concernent ;

- Une activité se caractérise par son dynamisme et son caractère novateur ;

- La capacité de planifier à long terme.

- **Créativité et innovation**

Les entrepreneurs doivent manifester une véritable aptitude à la créativité et à l'innovation. Leur rôle principal réside dans la création et l'introduction de nouveautés. Dans un contexte donné, ils recherchent de nouvelles combinaisons productives, explorent de

[36]GASSE Yvon, Tremblay Maripier« L'impact des antécédents sur les perceptions, attitudes et intentions des étudiants collégiaux et universitaires à l'égard de l'entrepreneuriat », P09.
[37]FAYOLLE(A), « Le métier de créateur», Editions d'Organisation, 2003, p61.

nouvelles idées et introduisent de nouvelles méthodes pour concevoir des produits innovants. L'innovation ne se limite pas nécessairement à des ruptures radicales ; elle peut également se manifester par des ajustements marginaux. Selon certains auteurs, les entrepreneurs se distinguent par leur comportement innovant et créatif. La gestion de l'innovation est également perçue comme le principal défi auquel les entrepreneurs sont confrontés pour rivaliser avec leurs concurrents.

- **Prise de risque**

L'action d'entreprendre est enveloppée d'une atmosphère d'incertitude, où des changements imprévus peuvent surgir à tout moment durant le processus d'investissement.

Le risque est perçu comme la menace de subir des pertes, ce qui peut avoir des répercussions significatives sur le capital financier et le bien-être psychologique de l'entrepreneur, engendrant des conséquences à la fois économiques et émotionnelles. Cependant, malgré ces défis, les créateurs d'entreprises sont confrontés à quatre grands types de risques : le risque financier, le risque professionnel, le risque familial et le risque psychologique. Ceux qui possèdent la capacité de prendre des décisions malgré ces risques ont le potentiel de devenir des entrepreneurs, se frayant ainsi un chemin dans le monde de l'entreprise avec audace et détermination.

- **L'internalisation du lieu de contrôle**

L'internalisation, élaborée par ROTTER dans le cadre de sa théorie de l'apprentissage social par le renforcement, désigne un concept de soi où l'individu attribue ses performances à sa propre responsabilité plutôt qu'à des facteurs externes, et où il croit en sa capacité à influencer son environnement plutôt qu'à être soumis au hasard ou au destin. Ce concept de soi amène également l'individu à avoir confiance dans ses capacités à façonner son propre avenir selon ses désirs.

1-4-3-2- Motivations sociologiques et culturels

Les facteurs sociologiques et culturels représentent des composantes étroitement liées aux divers environnements fréquentés par les individus, lesquels peuvent influencer leur propension à se lancer dans l'entrepreneuriat. Ces environnements, qu'ils soient familiaux, éducatifs, professionnels, ou sociétaux, exercent une multitude d'influences sur les individus, susceptibles d'être tantôt bénéfiques, tantôt préjudiciables, lorsqu'ils se trouvent face à l'événement entrepreneurial dans leur vie. De nombreux aspects de l'expérience vécue par un

individu peuvent façonner ses croyances, ses perceptions et ses intentions à l'égard de l'entrepreneuriat.

- **L'éducation**

Des études ont démontré que l'éducation revêt une importance capitale dans l'encouragement de l'esprit entrepreneurial. En fournissant à l'entrepreneur des compétences et des connaissances qu'il estime non seulement utiles, mais souvent cruciales pour la concrétisation de ses projets, l'éducation joue un rôle essentiel. De plus, l'expérience antérieure s'avère déterminante dans la création, la croissance et le succès d'une entreprise. Par conséquent, la maîtrise d'une technique spécifique ou d'un domaine d'activité exerce une influence tout aussi significative sur l'activité entrepreneuriale.

- **L'âge**

La jeunesse, souvent associée à certaines qualités particulières, peut représenter un atout indéniable. Généralement, la carrière d'entrepreneur débute entre l'âge de 22 et 55 ans. Bien entendu, il est possible que cela commence plus tôt ou plus tard, mais cette probabilité est moindre, car la réussite de la création et de la gestion efficace d'une nouvelle entreprise requiert de l'expérience, un savoir-faire pertinent, des ressources financières solides et une grande énergie de la part de l'entrepreneur.

- **Le milieu familial**

Les circonstances familiales d'un individu exercent une influence sur sa décision de se lancer dans l'entrepreneuriat. Selon certains économistes,[38] la profession et le statut social des parents, ainsi que l'environnement familial et social proche, jouent un rôle crucial dans cette décision. En effet, la famille joue un rôle central dans la vie des entrepreneurs potentiels ; les jeunes issus d'une famille d'entrepreneurs sont souvent plus enclins à embrasser l'entrepreneuriat. Les individus qui grandissent au sein de telles familles ou cercles sociaux considèrent souvent leurs parents ou leurs proches comme des modèles à suivre, ce qui peut influencer leur propension à entreprendre.

- **Le territoire**

Le territoire dans lequel un entrepreneur évolue, tant sur le plan personnel que professionnel, exerce une influence significative. En effet, un territoire peut se transformer en un centre d'attraction entrepreneurial majeur.[39]Ce rôle déterminant repose sur divers atouts naturels tels que la taille, la qualité et la diversité du territoire, la fertilité des sols et la

[38]Gasse Yvon, Tremblay Maripier. Op.cit.
[39]Fayolle A. op.cit.P66.

richesse des sous-sols, ainsi que sur des éléments comme la disponibilité en eau et la clémence du climat. Il englobe également des infrastructures essentielles telles que les réseaux routiers, les aéroports, les télécommunications, l'approvisionnement énergétique, ainsi que le tissu économique, et les ressources humaines, financières et technologiques. La disponibilité de ces ressources matérielles et immatérielles en quantités suffisantes constitue un atout considérable pour attirer les entreprises, leur conférant ainsi des avantages tangibles. En revanche, leur rareté relative ou leur absence agissent comme des obstacles sérieux à l'émergence et au développement des entreprises dans ces régions.

- **Les activités professionnelles antérieures**

La nécessité d'acquérir de l'expérience en entrepreneuriat augmente en fonction de la complexité de l'entreprise envisagée. Il est généralement plus aisé de lancer une deuxième, troisième ou quatrième entreprise que de se lancer dans la première.

De ce point de vue, certains domaines d'expertise revêtent une importance particulière, comme la capacité à obtenir des financements bancaires, à implanter des établissements industriels, à développer des réseaux de distribution et à élaborer des plans commerciaux pour pénétrer le marché.[40]

Les expériences professionnelles antérieures jouent un rôle crucial dans la création, la croissance et le succès d'une entreprise. Il en découle que la maîtrise d'une technique spécifique et d'un secteur d'activité exerce une influence tout aussi importante sur l'activité entrepreneuriale.

1-4-3-3-Motivations économiques

Les facteurs économiques, tels que les ressources informationnelles, humaines et financières, occupent une position centrale dans le processus entrepreneurial. Ce sont les ressources essentielles auxquelles l'entrepreneur doit avoir accès pour concrétiser la création de son entreprise.

- **Les ressources humaines**

La disponibilité d'une main-d'œuvre qualifiée dans la région d'implantation stimule l'entrepreneuriat. Dans les régions où la main-d'œuvre est abordable, le taux de création d'entreprises augmente inévitablement.

- **Les ressources financières**

[40]Gasse Y, « l'influence des milieux dans la création d'entreprise », centre d'Entrepreneuriat et de PME. QUEBEC. Université, Laval, 2003, p62.

La disposition d'un capital financier initial constitue un catalyseur pour l'esprit entrepreneurial. En effet, un entrepreneur dépourvu des ressources financières adéquates se heurtera à divers obstacles tout au long de son parcours.

- **Accessibilité au marché**

La présence de marchés ouverts exerce une influence positive sur la création d'entreprises. Certains marchés peuvent être ouverts mais saturés, tandis que d'autres sont fermés ou soumis à une réglementation stricte, rendant presque impossible l'établissement d'une nouvelle entreprise. Les réseaux personnels et professionnels jouent un rôle essentiel en facilitant et en accélérant les processus, face à la complexité des situations et à la multiplication des démarches et des procédures. Cela confirme pleinement la vieille diction : « *Ce que vous connaissez est bien moins utile que les personnes que vous connaissez* »

- **Économies d'agglomération et de localisation**

Les économies de localisation sont liées au nombre d'entreprises d'un même secteur concentrées dans une zone spécifique, permettant ainsi un accès privilégié à une main-d'œuvre spécialisée et aux ressources intermédiaires nécessaires à leur fonctionnement optimal. D'autre part, les économies d'urbanisation se caractérisent par la cohabitation d'activités économiques diverses et la proximité d'entreprises offrant des services complémentaires, favorisant ainsi l'échange fluide d'informations entre les différents secteurs.

Section N°02 : Les obstacles à l'égard de la création d'entreprise

Cette section aborde les divers défis entravant la création d'une entreprise, comprenant les obstacles liés à l'entrepreneur lui-même, à son environnement, ainsi qu'à son projet entrepreneurial.

2-1-Définition de l'obstacle

Un obstacle représente tout ce qui s'oppose à l'action, à l'obtention d'un résultat ; chacune des difficultés semées sur le parcours de quelque chose ; tout objet qui s'interpose,

qui se trouve sur le trajet de quelque chose. Les synonymes du terme « obstacle » comprennent des mots comme frein, barrière, blocage, difficulté, entrave, problème, etc.[41]

Dans le cadre de l'entrepreneuriat, nous définissons un obstacle comme « tout ce qui s'érige en barrière, freine, une force contraire qui fait face à l'initiative entrepreneuriale, entravant la progression vers la concrétisation des objectifs ».

2-2-Les obstacles à la création d'entreprise

2-2-1-Les obstacles liés au créateur

L'objectif ici réside dans la reconnaissance des entraves particulières à l'émergence d'une entreprise, étroitement associées à l'entrepreneur lui-même.

- **Les obstacles liés à la personnalité du l'entrepreneur**

Le manque de la motivation et les compétences entrepreneuriales limitées représentent des obstacles significatifs entravant directement le cheminement vers la création d'une entreprise. En effet, le succès d'une entreprise repose intrinsèquement sur l'ardeur et les capacités du porteur de projet. Par exemple, même une idée brillante accompagnée d'un marché prometteur peut échouer si le porteur de projet ne possède pas les compétences nécessaires pour exploiter efficacement cette opportunité. De nombreux entrepreneurs ne sont pas pleinement engagés dans leur démarche entrepreneuriale et peinent à identifier leurs lacunes et leurs faiblesses. Le manque de compétences en entrepreneuriat, en gestion et en analyse sectorielle accroît les risques liés à la création d'entreprise. D'un côté, l'absence d'esprit d'équipe et de leadership, et de l'autre, la préparation insuffisante des jeunes entrepreneurs compromettent la réalisation sécurisée de leurs projets, révélant ainsi un déficit flagrant dans la culture entrepreneuriale.

- **Le manque d'engagement financier personnel du créateur**

Les conditions financières de l'entrepreneur peuvent poser un obstacle significatif à la création d'une entreprise. Le manque de ressources financières au démarrage peut compromettre la viabilité du projet. Certains estiment que l'investissement initial peut stimuler l'engagement du porteur de projet et que l'absence de contribution financière de sa part peut entraver sa détermination. Ainsi, il est essentiel d'évaluer la situation financière de l'entrepreneur.

[41]Jean KAHUISA MAKINA « obstacles financiers à la création d'entreprise chez les jeunes, étude qualitative auprès des jeunes diplômés congolais » : international Multilingual of science and Technologie, vol 7 Issue 2, February 2022. P 4714.

- **L'isolement**

La phase initiale de création d'une entreprise est souvent marquée par un sentiment d'isolement pour le porteur de projet, ce qui peut constituer un obstacle à la continuité du processus entrepreneurial. Le manque de soutien et d'entourage peut conduire à l'abandon du projet par le porteur, qui se retrouve isolé. Afin de surmonter cet obstacle, il est crucial d'entourer rapidement le porteur de projet d'une équipe solidaire et de l'intégrer dans un dispositif d'accompagnement.[42]

2-2-2-Les obstacles liés à l'environnement

L'environnement d'un entrepreneur englobe l'ensemble des éléments et des intervenants externes susceptibles d'influencer son fonctionnement. Ces facteurs externes, bien qu'ils puissent être bénéfiques, sont souvent perçus comme des obstacles potentiels qui limitent l'activité de l'entreprise.

- **Les contraintes de marché**

Les contraintes de marché peuvent prendre diverses formes et peuvent représenter des défis significatifs pour les créateurs de projets

-**La concurrence intense** : L'existence d'entreprises établies dans le même secteur peut rendre difficile l'entrée sur le marché pour de nouveaux acteurs.

-**Les barrières à l'entrée**: Certains marchés peuvent être réglementés ou avoir des exigences spécifiques en matière de capital, de technologie ou de compétences, ce qui rend l'accès difficile pour les nouveaux arrivants.

-**La demande fluctuante** : Les changements dans les préférences des consommateurs ou dans les conditions économiques peuvent rendre difficile la prévision de la demande, ce qui peut entraîner des difficultés pour les nouveaux projets.

-**Les contraintes financières** : Le manque de fonds disponibles peut limiter les capacités d'investissement, de marketing et de développement de produits pour les nouveaux projets.

-**Les défis liés à la distribution** : L'accès à des canaux de distribution efficaces peut être difficile à obtenir pour les nouveaux arrivants sur le marché, ce qui peut limiter leur capacité à atteindre leur public cible.

-**Les réglementations et les normes** : Les exigences légales et réglementaires peuvent représenter des obstacles pour les nouveaux projets, en particulier s'ils nécessitent des autorisations ou des certifications spécifiques.

[42]Romain S, Amandine : Étude « Facteurs clés de succès et obstacles à la création d'entreprises sociales », septembre 2010, p32.

-La volatilité des prix des matières premières : Pour les entreprises qui dépendent de matières premières, les fluctuations des prix peuvent entraîner des incertitudes et des défis en matière de planification financière.

-Les problèmes de propriété intellectuelle : La protection des idées et des innovations peut être difficile à obtenir, exposant ainsi les nouveaux projets au risque de concurrence déloyale.

- **Un manque de personnel qualifié et motivé**

Souvent, les obstacles rencontrés par les entrepreneurs résident dans la difficulté à trouver un personnel qualifié et passionné pour son projet. Il peut être ardu de recruter les compétences nécessaires lorsque celles-ci sont rares, ou encore de les attirer dans des endroits éloignés où l'entreprise doit être établie. Les défis de recrutement ne se limitent pas à la recherche de talents qualifiés, mais englobent également la rétention du personnel une fois embauché. De plus, lors de la constitution d'une équipe dirigeante, il est complexe de garantir que chaque membre partage la même vision que le créateur du projet et qu'ils sont réellement complémentaires dans leurs rôles et responsabilités.[43]

- **Les contraintes liées à l'innovation**

Les défis rencontrés lors de la création d'entreprises innovantes sont souvent plus complexes et exigeants que ceux rencontrés par les entreprises plus traditionnelles. En effet, le processus de création d'une entreprise innovante est confronté à une série d'obstacles distincts. Outre le besoin crucial de ressources financières, l'asymétrie d'information entre l'entreprise et ses potentiels bailleurs de fonds devient particulièrement préoccupante lorsqu'il s'agit de financer des projets novateurs.

Les barrières à l'innovation, qui peuvent entraver ou même mettre un terme prématuré au processus, sont variées et complexes. Tout d'abord, il y a les obstacles externes, tels que l'accès à l'information technologique et aux matières premières, qui sont étroitement liés à l'offre, ainsi que des considérations liées à la demande, comme les attentes des consommateurs et leur perception du risque associé à l'innovation.[44] Ensuite, les barrières internes se manifestent sous différentes formes, allant du manque d'expertise technique et de temps de gestion, à des facteurs plus humains comme la résistance des employés au changement et au risque.

[43]MARCHESNAY. M, « PME de nouvelles Approches », sous la coordination d'OLIVIER TORRES, Edition Economica, Paris, p146.

[44]« Les barrières à l'innovation organisationnelle » 4ème conférences de l'AIMS http://www.strategie-aims.com/events/conferences/4-xxeme-conference-de-laims/communications/1325-les-barrieres-a-l-innovation-organisationnelle/download

- **Lourdeur et contraintes administratives**

Tout processus de création d'entreprise est invariablement lié à une série d'actions administratives, juridiques et fiscales. Cependant, l'intervention des instances administratives peut souvent se révéler être une source majeure de difficultés. Naszalyi (2003) met en lumière les nombreux obstacles qui entravent, ralentissent voire même empêchent la création d'entreprises. Ces entraves se manifestent par la lenteur, la complexité, et le manque de coordination des organes administratifs, ainsi que par la centralisation des décisions relatives aux activités économiques, telles que les autorisations d'importation ou d'exportation, les transactions internationales, les décisions de financement, et l'obtention d'agréments.[45]

- **Les difficultés liées aux ressources humaines**

Lors de la phase d'introduction d'un produit innovant, les porteurs de projet se retrouvent souvent confrontés à une pénurie de ressources qualifiées, en particulier celles provenant d'experts en commercialisation. Selon Hoffman, Parejo, Besant et Perren (1998), l'un des facteurs internes clés contribuant au succès du lancement industriel et des produits innovants est la présence d'ingénieurs et de scientifiques qualifiés au sein de l'entreprise, ainsi que le leadership d'un dirigeant possédant un haut niveau de formation académique.

- **Les contraintes de financement**

La décision de créer une entreprise peut être entravée par divers obstacles financiers majeurs, tels que l'accès restreint au financement, les difficultés à obtenir des prêts (notamment en raison de l'accès limité au crédit et à l'acquisition de biens immobiliers), ainsi que le manque de ressources financières personnelles.

-Accès difficile au financement

L'accès difficile au financement représente un obstacle majeur à l'entrepreneuriat, affectant toutes les catégories d'entrepreneurs. Cependant, les jeunes entrepreneurs sont particulièrement touchés, car ils ont souvent un historique de crédit limité ou inexistant, ce qui rend difficile l'obtention de soutien financier, surtout auprès des institutions financières traditionnelles. La principale raison en est qu'ils n'ont pas encore eu l'occasion d'exercer une activité économique en raison de leurs études et qu'ils n'ont donc pas accumulé d'expérience professionnelle. De plus, ils ont généralement des économies limitées pour autofinancer leur entreprise.[46]

[45]HADDAD, S « Risque et processus de création des entreprises innovantes en Tunisie », 7ème congrès de l'Académie de l'entrepreneuriat et de l'innovation, Paris, 12-15 octobre 2011, p08.
[46]Jean KAHUISA MAKINA. Op.cit.

-Accès difficiles au crédit

L'accès restreint au crédit constitue l'un des défis majeurs entravant l'entrepreneuriat des jeunes. Les difficultés à obtenir des prêts et des investissements auprès des institutions financières sont fréquemment évoquées comme des obstacles rencontrés par les jeunes porteurs de projets et entrepreneurs.

Les recherches portant sur les défis liés à l'accès au crédit mettent en évidence l'impact des contraintes de liquidité, qui entravent de nombreuses personnes dans leur volonté de concrétiser leur projet entrepreneurial. W. SAMBO[47], a suggéré qu'il existe une corrélation positive entre le développement de l'entrepreneuriat des jeunes et l'accès au crédit.

-Le manque de fonds personnels

La création d'une entreprise requiert un investissement financier considérable, une ressource que les porteurs de projets ne possèdent pas toujours en abondance. Le manque de fonds personnels pour démarrer représente ainsi l'une des principales difficultés auxquelles sont confrontés les créateurs. Malgré leurs aspirations entrepreneuriales, nombre d'entre eux se retrouvent dans l'incapacité de concrétiser leurs projets faute de ressources financières suffisantes.

Effectivement, la phase initiale de financement constitue l'une des étapes les plus ardues dans la concrétisation d'un projet entrepreneurial. Cette période est parsemée d'incertitudes quant à la viabilité du projet, sa capacité à s'imposer sur le marché, et surtout, la disponibilité des ressources nécessaires pour le réaliser. Cette incertitude peut décourager les porteurs de projets moins assurés, les empêchant de franchir le pas vers l'entrepreneuriat. En effet, la capacité à proposer une offre sur le marché dépend directement de la disponibilité des moyens financiers pour la production et la mise en service du produit ou du service.

Le manque de capital peut se révéler être un obstacle majeur à la création d'une entreprise. Les porteurs de projets dépourvus de capital se trouvent dans l'incapacité de le mobiliser, ce qui limite leurs possibilités de promotion de leur projet. Même au sein des organismes d'accompagnement à la création d'entreprises innovantes, la présence d'un capital personnel est souvent considérée comme une condition sine qua non pour accéder aux aides publiques. Cette notion de patrimoine revêt également une grande importance dans le domaine bancaire, où les banques exigent souvent que les porteurs de projets disposent déjà d'un patrimoine avant de leur accorder un prêt.

[47]W. Sambo. "Factors influencing the development of youth entrepreneurship: the case of Ethekwini municipality, South Africa." Problems and Perspectives in Management, vol. 13, no. 4-1, 2015, p161.

2-2-3-Les obstacles liés au projet[48]

De nombreuses activités requièrent un engagement intense, demandant une présence prolongée ou une disponibilité constante.

Certaines d'entre elles exigent des qualifications formelles telles qu'un diplôme, une licence ou une autorisation administrative Lors de la phase de validation de l'idée, il est impératif de tenir compte de la législation en vigueur. Réunir un large éventail de parties prenantes autour du projet peut parfois s'avérer être un défi, nécessitant des efforts convaincants. Obtenir les autorisations requises, telles que les licences, certifications ou agréments, peut être particulièrement ardu.

Conclusion

La volonté de devenir entrepreneur est influencée par un ensemble complexe de facteurs, qui vont au-delà des traits de personnalité et des différences individuelles. Ces facteurs incluent également les circonstances environnementales et les perceptions situationnelles. Par exemple, la disponibilité des ressources financières, les opportunités de marché, ainsi que la culture et le climat entrepreneurial d'une région peuvent jouer un rôle déterminant dans la décision d'une personne de se lancer dans l'entrepreneuriat. De même, la perception de soi-même en tant qu'entrepreneur potentiel, ainsi que la confiance dans ses compétences et capacités, sont influencées par le contexte dans lequel une personne se trouve. En comprenant et en analysant ces différents éléments de manière approfondie, il est possible de mieux appréhender les motivations et les choix des individus en matière d'entrepreneuriat.

Dans ce chapitre, nous avons plongé au cœur du processus entrepreneurial en explorant le rôle fondamental de la motivation. Nous avons scruté les nuances entre les types de motivation - intrinsèque, extrinsèque et amotivation - et leur impact sur les entrepreneurs. À travers le prisme du modèle de l'expérience entrepreneuriale, nous avons saisi comment la motivation sert de force motrice, propulsant les individus à se lancer dans l'aventure entrepreneuriale malgré les défis qui l'accompagnent. Les approches axées sur les caractéristiques et les besoins des entrepreneurs, ainsi que les approches comportementales et cognitives, ont enrichi notre compréhension des rouages de la motivation entrepreneuriale. Nous avons également exploré les principales dimensions entrepreneuriales qui favorisent la création d'entreprise, mettant en lumière les diverses motivations qui animent les individus.

[48]DJERROUD, N. Gaddoum, R. 2020, « Les obstacles de la création des PME », Mémoire de Master en Entrepreneuriat, Université Abderrahmane Mira de Bejaia. P21.

Les théories "push" et "pull" ont été scrutées pour leur capacité à décrypter les incitations et les aspirations des entrepreneurs. De plus, nous avons identifié et analysé les obstacles entravant la création d'entreprise, notamment ceux liés au créateur lui-même, à l'environnement et au projet entrepreneurial.

Introduction

L'économie mondiale, au début des années 1980 a été marquée par des crises économiques majeures, avec des taux de chômage et d'inflation élevés, résultant de la fin de la période de prospérité des Trente Glorieuses et du déclin du modèle de la grande entreprise. En réponse, les gouvernements ont mis en avant l'entrepreneuriat comme un moyen crucial de stimuler la création d'entreprises, en particulier les PME, qui sont considérées comme des moteurs essentiels de l'emploi et de la génération de richesses. Ainsi, les politiques publiques ont été orientées vers le soutien et la promotion de l'entrepreneuriat afin de favoriser la croissance économique et la création d'emplois.

La mutation d'un capitalisme managérial vers un capitalise entrepreneurial (ACS, 1984) a mis en évidence le rôle de l'entrepreneuriat dans la croissance et le développement économique et social (BOUTILLIER & UZUNIDIS, 1995), un rôle assuré par l'entrepreneur, d'où l'intérêt porté à son égard par les spécialistes du domaine (Gartner, Casson, Fayolle, Filion et autres).[49]

En Algérie, Jusqu'à la fin des années 1980, le secteur privé a été largement marginalisé, bien que certaines exceptions aient été discrètement tolérées. Avec la transition vers une économie de marché, une nouvelle classe d'entrepreneurs privés a émergé, bénéficiant d'un environnement institutionnel favorable grâce à des lois telles que la Loi sur la Monnaie et le Crédit de 1990 et le Code des Investissements de 1993 et 2001. Cette transition a stimulé une dynamique entrepreneuriale soutenue, alimentée par l'augmentation des dépenses publiques et de la consommation des ménages, dont les entreprises privées ont largement bénéficié. Le nombre d'entreprises privées a considérablement augmenté, atteignant 1 286 140 en 2021, et elles ont contribué à près de 60% de l'emploi salarié, selon l'Office National des Statistiques. Malgré cette reconnaissance croissante de l'entrepreneuriat privé en Algérie, la position de l'État à son égard reste ambiguë.

Dans le présent chapitre, nous allons dans un premier temps explorer le développement de l'entrepreneuriat en Algérie depuis ses premiers pas postindépendance. Dans un second temps, nous dresserons l'état des PME en Algérie, les contraintes au développement et surtout l'apport des dispositifs d'appui la création des PME.

[49] Moustafa OUKACI, Mohamed Achouche (2020), **Evolution de la dynamique entrepreneuriale en Algérie ; une comparaison des caractéristiques de l'entrepreneur**, Revue algérienne de développement économique, Volume 07 (numéro 01), Algérie : Université Kasdi Marbah Ouargla, p396.

Section N°01 : L'entrepreneuriat en Algérie

La transition économique de l'Algérie depuis son indépendance a été marquée par deux phases distinctes. Initialement, le pays a opté pour une économie planifiée, mise en place juste après l'indépendance et maintenue jusqu'à l'ère du choc pétrolier de 1985. Par la suite, l'État algérien a décidé d'adopter une économie de marché, une orientation qui perdure jusqu'à nos jours. Cette transition a eu un impact significatif sur la création d'entreprises, les pratiques de gestion et le climat des affaires en Algérie.

Par ailleurs, les grandes entreprises ont historiquement dominé le marché algérien en raison de leur capacité à réaliser des économies d'échelle considérables et à mener des campagnes promotionnelles importantes. Elles ont joué un rôle crucial en fournissant des emplois, des salaires, des logements et d'autres infrastructures sociales essentielles pour le pays. Bouyacoub[50] (2004) souligne, « *…pendant longtemps, l'économie et la société algérienne ont vécu dans le mythe de la grande organisation perçue comme seule porteuse de développement… ; ainsi, il a été longtemps question de grandes usines, de la plus grande entreprise, de la plus grande université, de la plus grande exploitation agricole … La petite structure était à peine tolérée dans la plupart des domaines.* » .

De nos jours, tout comme dans les pays industrialisés, les Petites et Moyennes Entreprises (PME) occupe une place prépondérante dans le paysage productif de l'Algérie. Face à la situation économique et sociale actuelle, ces entreprises revêtent une importance cruciale pour la diversification économique du pays. Les rapports statistiques du Ministère de l'Industrie fournissent régulièrement des données précieuses sur les PME, mettant en lumière leur importance à l'échelle nationale. En effet, les PME représentent près de 95 % panorama entrepreneurial en Algérie et contribuent à plus de 80 % de la valeur ajoutée globale, excluant les secteurs des hydrocarbures et de l'agriculture. Ces chiffres significatifs illustres d'une façon indéniable la contribution des PME à l'essor économique du pays.

[50] Bouyacoub Leila et Benchikh Houari-Revue algérienne d'économie et gestion volume 14, Numéro 2, « Caractéristiques et spécificités des Petites et Moyenne Entreprise en Algérie. » 2020 p209.

1-1-Historique et évolution de l'entrepreneuriat en Algérie

Melbouci (2009)[51] a distingué trois périodes clés dans l'histoire de l'évolution de l'entrepreneuriat et du secteur privé en Algérie. Au cours des quatre dernières décennies, l'Algérie a développé une expérience significative en matière de création d'entreprises, dans un contexte où le nombre d'entreprises gérées par des nationaux était initialement limité à l'indépendance. Ainsi, les débuts de l'entrepreneuriat dans le pays ont été marqués par un processus d'apprentissage pour les entrepreneurs ainsi que pour les institutions de soutien. Cette expérience s'est déroulée en deux phases distinctes et bien définies dans le temps :

1-1-1-Marginalisation de l'entrepreneuriat privé (années 1960 et 1970)

Dans les années 1960 et 1970, l'Algérie a adopté un modèle économique socialiste, dans lequel l'État exerçait un contrôle étroit sur les activités économiques. Cette période a été marquée par une forte intervention de l'État dans l'économie, avec une priorité accordée à l'industrialisation et à la nationalisation des secteurs clés. L'entrepreneuriat privé était considéré comme une activité marginale, réservée à des secteurs peu stratégiques. Les entrepreneurs devaient faire face à des contraintes importantes, telles que des réglementations strictes, des restrictions sur l'accès au financement et des limites dans la liberté de création d'entreprises.

Cette époque a été caractérisée par une faible culture entrepreneuriale et une faible propension à l'innovation. Les entrepreneurs algériens étaient souvent confrontés à des obstacles dans la recherche de financements, à des difficultés pour accéder aux marchés et à des contraintes administratives qui limitaient leurs activités. Le rôle de l'entrepreneur était donc restreint, et les opportunités d'entrepreneuriat étaient rares.

1-1-2- Transition vers une économie de marché (début des années 1990)

Au début des années 1990, l'Algérie a amorcé une transition vers une économie de marché, dans le cadre de réformes structurelles visant à diversifier l'économie et à promouvoir l'entrepreneuriat. Ces réformes ont créé un environnement plus favorable à l'entrepreneuriat, en libéralisant les secteurs d'activité et en adoptant des politiques incitatives pour encourager la création d'entreprises. L'entrepreneuriat est devenu un moteur de croissance économique, offrant de nouvelles opportunités aux entrepreneurs algériens.

[51]MELBOUCI. L, (2009) « Le capital social et le comportement innovateur de l'entrepreneur algérien », communication au colloque international sur l'entrepreneuriat et la PME, Belgique, Octobre, 2008.

Cette période a été marquée par une augmentation du nombre d'entreprises créées, un développement des secteurs privé et informel, et une diversification de l'économie algérienne. Les entrepreneurs ont bénéficié de mesures incitatives, telles que des allégements fiscaux, des aides à la création d'entreprises et des facilités d'accès au financement. L'entrepreneuriat a été encouragé dans divers secteurs, tels que les technologies de l'information et de la communication, l'agriculture, l'industrie et les services.

1-1-3-Croissance de l'entrepreneuriat (années 2000 au-delà)[52]

La troisième période, qui correspond aux années 2000, est marquée par une croissance significative de l'entrepreneuriat en Algérie, avec une augmentation notable du nombre de créations d'entreprises, en particulier dans le secteur privé. Cette période a été caractérisée par des réformes structurelles et des politiques incitatives visant à promouvoir l'entrepreneuriat et la PME.

Les réformes structurelles ont été mises en place pour diversifier l'économie et encourager l'entrepreneuriat, en créant un environnement plus favorable aux entrepreneurs. Les politiques incitatives ont également joué un rôle important dans la promotion de l'entrepreneuriat, en offrant des allégements fiscaux, des aides à la création d'entreprises et des facilités d'accès au financement.

L'entrepreneuriat a été encouragé dans divers secteurs, tels que les technologies de l'information et de la communication, l'agriculture, l'industrie et les services. Les réformes ont contribué à la création d'un nombre croissant d'entreprises, en particulier dans le secteur privé, et ont favorisé la diversification de l'économie algérienne.

En outre, des programmes de formation et d'accompagnement ont été mis en place pour soutenir les entrepreneurs, en particulier les jeunes et les femmes. Ces initiatives ont contribué à renforcer la culture entrepreneuriale et à encourager l'innovation.

1-2-L'entrepreneur algérien et ses caractéristiques

[52] AKNINE SOUIDI, Rosa (2014) « Entrepreneuriat et création d'entreprise en Algérie : une lecture à partir des dispositifs de soutien et d'aide à la création des entreprises » Revue des sciences économiques et de gestion n°14. P66-68. Disponible à https://centre.umc.edu.dz/maison/images/creation-entreprise.pdf,

[52] IMANSOUREN Souhila « L'entrepreneuriat: Evolution et contraintes à la création des PME en Algérie (2001-2019) » EL-Manhel Economique, volume 04, Numéro 03, Déc 2021. Université El Oued , Algérie, p666. Disponible à https://www.asjp.cerist.dz/en/downArticle/479/4/3/176055

La transition vers une économie de marché en Algérie a engendré l'essor d'une multitude d'entrepreneurs privés, encouragés par un environnement institutionnel propice à l'éclosion de l'initiative individuelle. De nombreux écrivains se sont penchés sur la figure de l'entrepreneur, dépeignant ses traits distinctifs avec finesse et perspicacité.

Selon Bouyacoub (1997), l'entrepreneur en Algérie se distingue par sa jeunesse relative, son niveau d'éducation élevé, une expérience professionnelle étendue, une origine professionnelle diversifiée prédominant dans le secteur public, un contexte familial favorable, et des entreprises de petite taille (moins de 10 employés). Deux études menées par Ferfera & Belarbi (2006) ainsi que par Assassi & Hammouda (2006) ont éclairé les caractéristiques et les profils des créateurs d'entreprises privées, révélant que ceux provenant du secteur public ont tendance à mieux réussir. Les entrepreneurs, selon ces études, sont principalement des hommes relativement âgés, ayant commencé leur carrière professionnelle dès un jeune âge, résidant dans les grands centres urbains. Ils sont souvent mariés, chefs de famille, et bénéficient d'un haut niveau d'éducation. En ce qui concerne le secteur d'activité, la répartition est équilibrée, bien que le secteur du commerce bénéficie d'un tiers des entrepreneurs. De plus, la majorité des entrepreneurs opèrent dans le système formel, avec plus des deux tiers ayant enregistré leur entreprise et affiliés à la sécurité sociale.

Selon Benachenhou (2007), les entrepreneurs algériens se distinguent par des parcours variés, incluant des trajectoires familiales (reprenant des entreprises familiales), politiques (anciens combattants ou dirigeants politiques), universitaires (diplômés avec un soutien familial), liées à l'émigration (utilisant des économies de l'étranger), du secteur public (salariés ou cadres compétents), de l'ouverture économique (profitant du commerce international), et aventurières (cherchant à s'enrichir ou à éviter la fiscalité).

Enfin, Madoui (2008) a établi une typologie des nouveaux entrepreneurs découlant de la transition vers une économie de marché, mettant en lumière leurs parcours et caractéristiques socioprofessionnelles. Cette typologie comprend quatre types d'entrepreneurs :[53]

- Les entrepreneurs reconvertis : anciens du secteur public, expérimentés, bien éduqués, tirant parti des opportunités économiques, avec un solide réseau de contacts et un capital social important.
- Les entrepreneurs contraints : anciens employés victimes du chômage, âgés de 45 à 50 ans, comptant sur le soutien familial pour le capital financier et social, bénéficiaires de crédits gouvernementaux, sans expérience ni formation adéquate, démarrant par nécessité.

[53] Moustafa OUKACI, Mohamed Achouche (2020). Op.cit. P399.

- Les entrepreneurs migrants : issus de l'immigration, expérimentés, motivés par les opportunités économiques, bénéficiant d'un soutien financier familial provenant de l'étranger.
- Les entrepreneurs héritiers : provenant de familles traditionnellement commerçantes, déjà employés avant de prendre les rênes de l'entreprise familiale, moins formés, motivés par la tradition, jeunes, bien formés, aspirant à moderniser les pratiques de gestion mais confrontés à des tensions familiales.

1-3-Les politiques de soutien à l'entrepreneuriat

De nombreux pays, dont l'Algérie, ont mis en place diverses politiques dans le cadre de l'économie de la connaissance, visant à renforcer et promouvoir la culture et l'esprit entrepreneurial parmi différentes couches sociales. La formation et la sensibilisation sont essentielles pour garantir le succès de l'entrepreneuriat.

1-3-1-La formation en entrepreneuriat

La formation en entrepreneuriat émerge comme un catalyseur essentiel pour soutenir les entrepreneurs, ce qui explique la prolifération des programmes offerts par un nombre croissant d'universités. Myles Maces, avec sa conférence à Harvard en 1947, est reconnu comme l'un des pionniers dans ce domaine. Selon des études, plus de 1500 universités proposent des programmes d'entrepreneuriat, et le nombre d'étudiants inscrits dans ces programmes a considérablement augmenté au fil des années, témoignant de l'intérêt croissant pour ce domaine.

En Algérie, les premières initiatives d'enseignement de l'entrepreneuriat ont débuté avec le programmes des universités d'été dans plusieurs villes, suivies d'une collaboration académique entre la ville de Constantine et la ville de Grenoble en 2007, une partenariat entre les universités de Constantine et les universités de Grenoble a permis de former 09 enseignants dans plusieurs modules (plan d'affaire, le financement d'entreprise, la reprise d'entreprise,…) Bien que ces premières tentatives n'aient pas suscité un engouement chez les étudiants en sciences de gestion, d'autres universités ont repris le flambeau avec des résultats encourageants, soulignant peut-être la nécessité d'élargir la formation à d'autres disciplines, notamment aux étudiants en ingénierie, qui sont des viviers potentiels d'innovation.

1-3-2-La sensibilisation et la promotion de la culture entrepreneuriale

La sensibilisation à l'entrepreneuriat vise à encourager une culture entrepreneuriale au sein de toutes les couches de la société, favorisant ainsi l'échange d'idées et d'expériences. Cette promotion s'effectue à travers divers canaux tels que la télévision, la radio, les concours, les rencontres et les salons dédiés à l'entrepreneuriat. Dans le domaine académique, elle passe notamment par l'organisation de journées d'études, comme celles tenues par les universités de Constantine, Sétif et Khenchla. De nombreux congrès et conférences ont également été organisés pour encourager et propager cette mentalité entrepreneuriale, avec une forte implication des universités de Beskra, Ouargla et Annaba qui ont organisé plusieurs événements de ce type.

1-3-3-La création des organismes d'accompagnement et financement

Selon l'INSEE, il existe une forte corrélation entre la survie de l'entreprise au-delà de cinq ans et l'accompagnement de cette entreprise. 66 % des entreprises accompagnées existent encore contre 52 % des entreprises non accompagnées. Ces résultats confirme l'importance de l'accompagnement et c'est dans cette vision que l'Etat algérien a lancé plusieurs organismes de soutien et d'accompagnement : couveuses et pépinières d'entreprises, centres d'accompagnement, etc. L'accompagnement permet une bonne intégration socio-économique et bancaire des porteurs de projets.[54]

Section N°02 : Les PME algériennes : état des lieux

2-1-Définition de la PME en Algérie

La définition des différents types d'entreprises en Algérie a longtemps été floue, ce qui rendait l'évaluation des PME algériennes approximative. Cependant, l'Algérie a adopté en juin 2000 la définition de la PME de l'Union Européenne dans la Charte de Bologne, offrant ainsi une vision claire des PME en Algérie. Cette définition repose sur trois critères : les effectifs, le chiffre d'affaires et l'indépendance de l'entreprise. Selon cette définition, une PME

[54] Yassine Laib et Rédha Benredjm «Evaluation des méthodes de promotion de l'entrepreneuriat en Algérie » : La revue des sciences de gestion 2017/5(N° 287-288) P137. Article disponible en ligne à (https://www.cairn.info/load_pdf.php?ID_ARTICLE=RSG_287_0135&download=1

est « une entreprise de production de biens et de services employant de 1 à 250 personnes, avec un chiffre d'affaires annuel ne dépassant pas 2 milliards de DA ou un total de bilan annuel n'excédant pas 500 millions de DA, tout en respectant le critère d'indépendance. »Les critères de définition des PME ont détaillés dans le tableau n°05.

Tableau n°05 : Définition de la PME en Algérie

Critères	***Micro***	***Petite***	***Moyenne***
Critère de L'emploi_	1-9 Employés	10-49 Employés	50-250 Employés
Critère financier	Chiffres d'affaires annuel<40m DZD	Chiffres d'affaire annuel <400 m DZD	Chiffre d'affaire annuel <4m DZD
	Bilan de fin d'exercice< 20 M DZD	Bilan de fin d'exercice<200m DZD	Bilan de fin d'exercice <1m DZD
Critère d'indépendance	Les PME ne doivent pas être détenues à plus de 25% par une autre société		

Source : Tiré de la loi sur les PME 17-02 publiée dans le journal Officiel 2021, n°02.

2-2-Aperçue global sur les PME en Algérie

L'économie Algérienne a connu de profondes mutations économiques et sociales en passant de l'économie administrée à l'économie de marché, dès la fin des années quatre-vingt. Tout au long de la première période, l'économie algérienne est basée sur l'entreprise publique de grande dimension sur laquelle s'appuyaient les politiques publiques de l'État algérien. Ce n'est qu'à partir du début des années quatre-vingt-dix avec le forcing du FMI et dans le cadre des réformes visant la libéralisation de l'économie algérienne que les pouvoirs publics ont commencé à accorder un intérêt aux PME. Cet intérêt s'est traduit par la refonte de tout le cadre institutionnel à commencer par le code de l'investissement adopté en 1993.

En 2001, la première définition de la PME a vu le jour en Algérie. Cette dernière a été introduite suite à la promulgation de la loi 18-01 portant la loi d'orientation pour la promotion de la PME. A partir de là, la création et le développement de la PME, occupent une position de premier plan dans le processus de développement algérien.

Le secteur de la PME est en plein essor si l'on se réfère aux chiffres établis par le ministère de la PME et de l'artisanat depuis quelques années. Bien que les chiffres demeurent

faibles comparés à ceux des pays voisins, le poids des PME dans le tissu industriel national a augmenté considérablement. Le secteur privé et aujourd'hui prédominant au sein de l'économie suite à la libéralisation économique et le démantèlement du monopole de l'Etat.

Durant l'année 2021, le nombre de PME s'élève à 1 286 365 PME et emploie un effectif total de 3 134 968 personnes. Les entreprises privées, qui constituent la composante majeure de la population des PME avec 1 286 140 entités, sont opérationnelles sur le terrain et emploient en prenant en considération les chefs d'entreprises déclarées auprès de la CASNOS, un effectif total de 3 114 860 personnes. La dynamique et le mouvement de cette catégorie d'entreprises qui représentent 98% du tissu économiques en Algérie se sont traduits par une création annuelle de 55 296 PME privées. [55]

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

Selon le Bulletin d'information statistique des PME N°40, l'évolution de la population de la PME entre 2020 et 2021 est de **4%** tous secteurs juridiques confondus, représentant un accroissement net total de **55 292** PME.

Tableau n°06 : Évolution de la population globale des PME (2020/2021)

	Année 2020	***Année2021***	***L'évolution***
Population globale de la PME	**1231073**	**1286 365**	**4%**

Source : bulletin d'information Statistiques de la PME, N°40, Données de 2021, p13.

2-2-2-Evolution des PME par secteur d'activité

Les secteurs où la création d'entreprise a été la plus forte entre les deux années 2020 et 2021, restent ceux des services avec **51,48%** soit **662 185** PME; en deuxième position il y a les activités artisanales avec **23,60%,** et en troisième position il y a les PME du secteur BTPH qui représentent près **15,50%** du total des PME. Les PME à caractère industriel sont en quatrième position au nombre de **109 991** la fin de l'année 2021, contre **106 121** entités à la fin de l'année 2020, soit une progression de **3,65%.**

Tableau n°07 : Évolution des PME par secteur d'activité (2020 /2021)

	Secteur d'activité	***2020***	***Parts (%)***	***2021***	***Parts (%)***	***Évolution (%)***
I	***Agricultures***	7690	0,62	8010	0,62	4,16
II	***Hydrocarbures, Energie, Mines et***	3115	0,25	3243	0,25	4,11

[55] Bulletin d'information Statistiques de la PME, N°40, Données de 2021, p05

	services liés					
III	***BTPH***	193 965	15,76	199 331	15,50	2,77
IV	***Industries manufacturières***	106 121	8,62	109 991	8,55	3,65
V	***Service***	625 999	50,85	662 185	51,48	5,78
VI	***Activités artisanales***	288 724	23,45	303 605	23,60	5,15
	Total Général	1 231 073	100	1 286 365	100	

Source : bulletin d'information Statistiques de la PME, N°40, Données de 2021, p14.

2-2-3-Evolution de l'emploi par type de PME

L'effectif global des PME, à la fin de l'année 2021, est de **3 134 9681** agents, dont seulement **20 108** relèvent des PME publiques. A noter que l'effectif global des PME a progressé de **4,78%** entre 2020 et 2021.

Tableau n°08 : Évolution de l'emploi par type de PME

Types de PME	***Année 2020***		***Année 2021***		***Évolution (%)***
	Nombre	***Parts(%)***	***Nombre***	***Parts(%)***	
PME privées					
Salariés	1 737 774	58,13	1 828 720	58,33	5,23
Employeurs	1 230 844	41,17	1 286 140	41,03	4,49
S/Total	2 968 618	99,30	3 114 860	99,36	4,93
PME Publiques	20 898	0,70	20 108	0,64	-3,78
Total	2 989 516	100	3 134 968	100	4,87

Source : bulletin d'information Statistiques de la PME, N°40, Données de 2021, p14.

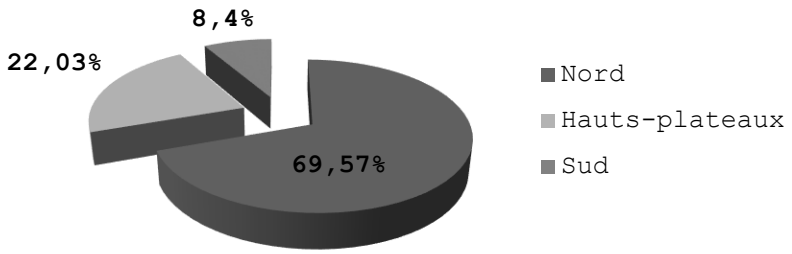
2-2-4-Répartition géographique des PME

Selon la répartition spatiale du Schéma National d'Aménagement du Territoire (SNAT), les PME sont prédominantes dans le Nord et, à un degré moindre, dans les Hauts-Plateaux.

La région du Nord regroupe, **894 882 PME**, soit près de 69,57 % des PME du pays, suivie par la région des Hauts-Plateaux avec **283 416 PME** soit 22,03 %, et les régions du Sud et du Grand Sud accueillent **108 068 PME** représentant 8,40% du total.[56]

Et pour être un peu plus illustratif, la figure suivante nous permet d'avoir une vue globale des différentes donnée détaillées ci-haut :

Figure n°02 : Répartition géographique des PME.



Source : établie par nous-mêmes à partir des données de bulletin d'information statistique n°40, données de 2021. P12.

2-3-Caractéristiques des PME Algériennes

A base de l'aperçue historique de l'évolution de la PME et à la lumière de quelques travaux de recherche (Bouyacoub 2003, Melbouci 2004) ; On peut mettre en évidence quelques caractéristiques et singularités des PME algérienne

- La PME est familiale et peut enclines à l'ouverture du capital aux étrangers.
- La PME est plutôt concentrée dans des niches ou des créneaux que le secteur public a délaissés, ce qui lui permet a donné des positions confortables de monopole, elle est de ce fait rentière et peu génératrice d'innovation jusqu'à la.
- Une partie des activités de l'entreprise se pratique dans l'informel (financement, production, commercialisation, et approvisionnement).
- Le marché de l'entreprise est principalement local et national, très rarement international.
- Les techniques de croissance (cession, fusion, regroupement…) sont non maîtrisées et non utilisés.
- La PME algérienne possède des ressources sous-utilisées faute d'un environnement propice aux affaires.
- La PME algérienne est de faible taille, à part quelques groupes clairement identifiés et souvent composés d'entités juridiquement indépendantes relevant du secteur

[56] Bulletin d'informations statistiques de la PME, N°40, Donnée de 2021, p12.

d'activité é complètement distincts ; elle relève dans son immense majorité de micro-entreprise.

- Quasi-absence de l'innovation et manque d'inventivité.
- Compétences et qualification professionnelles des dirigeants sont souvent non justifiées (faible capacité managériale).

2-4-Les contraintes de développement des PME en Algérie

Toutes les études récentes font ressortir que les PME algérienne sont soumises à des contraintes multiformes d'intensité variable. Une étude de la banque mondiale (2003) fait apparaître les obstacles rencontrés par les dirigeants des PME, selon la hiérarchie décroissante suivante, qui correspond au degré de sévérité de chaque entrave[57] :

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

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

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

2-4-1-Les contraintes découlant des activités informelles dites souterraines

L'ampleur et la complexité grandissantes des activités informelles dans la vie économique, sociale et politique des pays en voie de développement est un phénomène incontesté[58] Le secteur informel est un secteur non structuré, que l'ont désigne aussi sous les appellations d'économie souterraine ou d'économie parallèle, qui renvoient à cette sphère de

[57]Si Lekhal., (K), Korichi., (Y), Gaboussa., (A), « Les PME en Algérie : Etat des lieux, contraintes et perspective », revue N°04/2013, P39.

[58] Maldonado, Carlos, « entre l'illusion de la normalisation et le laisser faire : vers la législation du secteur informel », Cuadermo, 2000, p23.

l'économie où les unités de production exercent hors des circuits économiques et financiers formels, dans la clandestinité, sans remplir les procédures légales de création (registre de commerce) et / ou de fonctionnement et d'exploitation (déclaration des impôts).

L'essor croissant du secteur informel dans les économies en développement, notamment en Algérie, est un phénomène bien établi. Ce secteur, également appelé économie souterraine ou parallèle, regroupe des entreprises opérant en dehors des circuits formels, sans respecter les obligations légales telles que l'immatriculation ou le paiement des impôts.

En Algérie, une grande proportion d'entreprises, notamment les micro-entreprises, sont considérées comme informelles, ce qui nuit à l'économie légale en échappant aux taxes et en pratiquant une concurrence déloyale. Les raisons principales de cette tendance sont la complexité des procédures administratives pour créer une entreprise et le fardeau fiscal élevé imposé aux entreprises déclarées.

Les autorités algériennes, pour des raisons de préservation de la stabilité sociale et face au chômage croissant, tolèrent en partie ce secteur informel. Cependant, cela ne résout pas les problèmes économiques à long terme. Il est nécessaire de mettre en place des politiques économiques visant à intégrer ce secteur informel dans l'économie officielle, tout en assurant une concurrence équitable pour les entreprises légalement établies.

2-4-2-Les contraintes financières

Les PME, tant dans les économies développées que dans les économies émergentes comme l'Algérie, font face à des difficultés d'accès au financement, notamment à moyen et long terme, ce qui les bloquent de développer et d'investir. Les PME rencontrent des difficultés à accéder aux sources de financement, en particulier lorsque elles ne disposent pas de garanties suffisantes, ni d'un historique de crédit établi. En Algérie, cette réalité n'est pas différente. Le rapport des actes des assises nationales de la PME du ministère de PME et de l'artisanat (Janvier 2004) a résumé les défis financiers auxquels font face les PME algériennes.

- L'appui des banques est inadéquat aux besoins de financement des PME, les procédures d'octroi de crédit sont lourdes et non adaptées aux nouvelles donnes économiques (les banques n'ayant pas encore achevé leurs transformations aux nouvelles exigences du marché libre).
- Le coût du crédit est élevé, les garanties exigées par les banquiers sont excessives et les délais de traitement des demandes de crédit et des opérations sont trop longs.
- L'inefficacité de la réglementation des changes, elle est inadaptée aux échanges de services.

- L'absence de la notion de la prise de risque partagée chez les institutions de financement.
- Un système de fiscalité ordinaire lourd, qui n'a pas une vision stratégique de développement, ni une parafiscalité qui encourage l'emploi.

De plus, la réglementation des changes et la fiscalité sont souvent inefficaces et lourdes pour les PME. En conséquence, les dirigeants de ces entreprises se voient souvent contraints de recourir à l'autofinancement familial ou à des réseaux de financement informel pour survivre, en attendant des améliorations dans le système de financement formel et des conditions plus favorables pour les investisseurs privés.

2-4-3-Les contraintes liées au foncier industriel

La question du foncier reste un défi majeur pour le climat des affaires en Algérie, malgré la création des Comités d'Assistance pour la Localisation et la Promotion des Investissements (CALPI) en 1994 au niveau des Wilayas.

Les procédures d'accès au foncier industriel sont longues, complexes et manquent de transparence, ce qui décourage de nombreux investisseurs, notamment étrangers. Les petites entreprises sont particulièrement touchées car l'acquisition de terrains industriels nécessite des immobilisations financières importantes, souvent au détriment de l'acquisition d'équipements nécessaires à leurs activités.

2-4-4-Les contraintes d'ordre administratif et judiciaire

Les PME en Algérie rencontrent d'importants défis administratifs qui entravent leur développement, notamment lors de leur création et de leur expansion, l'administration publique algérienne est devenue un obstacle majeur à l'émergence d'une économie de marché, basée sur la libre concurrence et la promotion de l'investissement privé. Une situation qui découle du manque de transparence dans le traitement des dossiers, de la lourdeur des procédures administratives, du non engagement des institutions concernées, du manque de coordination et de connexion entre les divers organismes impliquées, de l'absence de structures d'accueil et d'encadrement.[59]

Le système judiciaire algérien dispose de règles adaptées, mais leur application est souvent lente et compliquée. Il est essentiel que la justice joue un rôle efficace pour renforcer l'État de droit et favoriser une économie moderne et transparente.

[59] Si Lekhal. (K), Korichi. (Y), Gaboussa. (A) op.cit. P42.

2-4-5-Les contraintes liées au marché du travail

En Algérie, le marché du travail demeure un environnement turbulent, marqué par une série de défis incontournables. Ces défis, nombreux et variés, exercent une pression constante sur le marché de l'emploi, entravant ainsi son bon fonctionnement, On peut citer :

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

2-4-6-Les contraintes d'informations

Le manque d'information constitue, aux yeux des experts un des principaux obstacles que doivent affronter les dirigeants des PME désireux de se porter à la conquête d'un marché extérieur. Or la réalité de l'économie algérienne est caractérisée par un manque flagrant en matière de disponibilité de l'information (MADOUI. M et BOUKRIF. M, 2009)[60]. Un déficit d'information fiable et actualisée, à caractère économique, financier et commercial, est à souligner :

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

[60]MADOUDI Mohamed, BOUKRIF Moussa, « de l'économie administrée à l'économie de marché. Les PME à l'épreuve de la mise à niveau des entreprises en Algérie », colloque international « la vulnérabilité des types et des PME dans un environnement mondialisé »2009, p.04

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

2-5-Les organismes d'appui pour le développement des PME n Algérie

Les organismes existants en Algérie pouvant avoir un rôle d'appui auprès des PME pour leur développement sont des structures d'aides, sous formes d'agences nationales chargées de l'exécution des politiques publiques d'assistance et de soutien à la création d'entreprises[61].Nous nous penchons ici sur les dispositifs les plus significatifs déployés par l'État pour promouvoir le secteur des PME, à savoir : l'Agence Nationale de Développement de l'Investissement (ANDI), l'Agence Nationale de Soutien à l'Emploi des Jeunes (ANSEJ), la Caisse Nationale d'Assurance Chômage (CNAC) et l'Agence Nationale de Gestion du Microcrédit (ANGEM).

2-5-1-L'Agence Nationale de Développement des Investissements « ANDI »

C'est l'une des avancées majeures de l'ordonnance 01-03 du 20 Août 2001, qui porte sur le développement de l'investissement. L'Agence, dans le domaine des investissements et en étroite collaboration avec les administrations et organismes concernés, a pour vocation :

- De promouvoir, développer et suivre les investissements.
- D'accueillir, informer et assister les investisseurs, qu'ils soient résidents ou non.
- De faciliter les démarches de création d'entreprises et de concrétiser les projets.
- D'octroyer les avantages liés aux investissements conformément aux dispositifs en vigueur.
- De gérer le fonds d'appui à l'investissement.
- De veiller au respect des engagements pris par les investisseurs pendant la période d'exonération.

Un guichet unique est instauré au sein de l'Agence pour simplifier les procédures administratives liées à l'investissement. Ce guichet, en collaboration avec les administrations et organismes concernés, œuvre à alléger les formalités et faciliter la réalisation des projets. Il est habilité à fournir les services administratifs nécessaires et à financer, par le biais d'un

[61]BOUTALEB.K : « La problématique de la création d'entreprise face aux contraintes socioéconomiques de l'environnement local en Algérie » : Communication au colloque international sur la création d'entreprises et territoires, Tamanrasset, 03et 04 décembre 2006, p.08

fonds spécial, les dépenses liées aux avantages accordés aux investissements, notamment les infrastructures nécessaires.

2-5-2-L'Agence Nationale pour le Soutien à l'Emploi des Jeunes « ANSEJ »

L'Agence Nationale pour le Soutien à l'Emploi des Jeunes (ANSEJ) est une institution publique, mise en place en 1997, vise à soutenir les jeunes chômeurs dans la création de leurs propre emploi. Cette agence en étroite collaboration avec les banques publiques, assure le financement, le soutien, et le suivi des projets créées par les jeunes promoteurs, offrant des conseils, un accompagnement, et une assistance pour la création et l'extension des micro-entreprises. Le dispositif ANSEJ concerne deux types d'investissements : la création d'une nouvelle micro-entreprise et l'extension d'entreprises existantes. Les prêts accordés dans le cadre de l'ANSEJ ciblent les citoyens âgés entre 19 et 35 ans.

2-5-3-La Caisse Nationale d'Allocation Chômage « CNAC »

Dans le cadre de la lutte contre le chômage et la précarité, la CNAC, à l'origine destinée à aider les chômeurs licenciés des entreprises publiques, a évolué en 2004 pour soutenir les chômeurs porteurs de projets d'investissement. Ce dispositif cible les chômeurs âgés de 35 à 50 ans investissant dans des activités industrielles et/ou de services, avec des investissements pouvant atteindre 5 millions de dinars. Il comprend un système de prêt initial à taux 0 et des prêts à taux bonifié, ainsi qu'un fond de caution mutuelle couvrant 70% du crédit consenti par la banque. La CNAC offre un accompagnement aux promoteurs, y compris des sessions de formation à la gestion d'entreprise animées par des conseillers. En outre, les promoteurs éligibles bénéficient de plusieurs avantages, notamment la bonification des taux d'intérêt pour les prêts bancaires, la réduction des droits de douane, l'exonération fiscale et parafiscale, ainsi qu'un prêt non rémunéré de la part de la CNAC.

2-5-4-L'agence Nationale de Gestion du Microcrédit « ANGEM »

Créée en 2004, cette Agence constitue un autre levier dans la lutte contre le chômage et la croissance de la fragilité sociale. Son objectif principal est d'encourager le développement des compétences individuelles en permettant aux citoyens de créer leur propre entreprise. Présente dans tout le pays, elle dispose d'un réseau de 49 agences au niveau des wilayas, avec un accompagnement assuré dans 85% des Daïras. Elle a pris en charge le portefeuille des prêts précédemment gérés par l'Agence de Développement Social. Depuis 2005, elle octroie directement les microcrédits de moins de 30 000 DA. Pour les montants plus importants, elle

a établi des partenariats avec les banques publiques telles que la BNA, la BADR, la BDL, la BEA et la CPA.

Bien que le microcrédit soit encore peu répandu en Algérie et moins sollicité que d'autres dispositifs comme l'ANSEJ ou l'ANDI, sa promotion et sa mise en œuvre devraient, dès lors qu'elles seront adoptées par la société, contribuer à renforcer les performances des agences et à attirer davantage de candidats.

2-5-5-Fonds de Garantie des Crédits aux PME « FGAR »

Crée en 2004, cette agence se déploie avec pour vocation première de faciliter l'accès aux financements bancaires à moyen terme, œuvrant ainsi à soutenir l'essor et l'expansion des PME. Son rôle majeur consiste à accorder des garanties de crédit aux banques commerciales, avec un plafond fixé à 80 % du montant du crédit, pour des projets variant entre 5 et 50 millions de dinars algériens. Cette démarche vise à compléter l'assemblage financier de projets d'investissement prometteurs, focalisés sur la création et/ou le développement d'entreprises florissantes.

2-5-6-L'agence Nationale de Développement de la PME « ANDPME »

Émanant d'une volonté gouvernementale en 2005, cette entité se voit confier une mission d'une importance capitale : celle de donner vie à la stratégie sectorielle dédiée à la promotion et au développement de la PME. Chargée également de mettre en œuvre le programme national visant la modernisation des PME et d'en assurer un suivi méticuleux, elle s'engage dans la promotion de l'expertise et du conseil à l'attention des dirigeants de ces entreprises dynamiques. Au cœur de ses préoccupations réside le suivi attentif de la dynamique des PME, que ce soit en termes de création, de cessation d'activité ou de changement d'orientation. De plus, elle entreprend des études sectorielles approfondies et veille à diffuser une information économique et financière de qualité, contribuant ainsi à nourrir le terreau fertile de l'entreprenariat et de l'innovation.

2-5-7-La Caisse de Garantie des Crédits à l'Investissements (CGCI)

Mise en place en 2004, cette entité représente un autre levier essentiel dans le soutien à la création et à l'essor des PME, en simplifiant leur accès aux financements. Son mandat principal consiste à garantir les risques liés aux crédits d'investissement accordés aux PME. En d'autres termes, elle prend en charge les risques d'insolvabilité auxquels les banques sont exposées lorsqu'elles financent les petites et moyennes entreprises.

La plupart de ces institutions sont encore jeunes, et bien que leurs performances et l'impact de leurs garanties demeurent modestes pour l'instant, elles sont porteuses de perspectives prometteuses. Cependant, il est crucial de reconnaître les défis inhérents à l'établissement de garanties financières dans le paysage bancaire algérien. Pour s'affirmer pleinement, elles doivent impérativement assurer une coordination efficace entre les différentes entités impliquées, ainsi qu'une diffusion judicieuse de l'information économique, commerciale et financière. Par-dessus tout, elles doivent instaurer des mécanismes de contrôle rigoureux pour optimiser l'efficacité de leurs programmes de soutien et prévenir tout abus potentiel découlant du clientélisme et de la corruption.

Conclusion

L'entrepreneuriat en Algérie est le reflet d'une histoire en perpétuelle évolution, portée par des individus aux parcours variés mais animés d'une même volonté de contribuer au développement économique du pays. Alors que les PME continuent de jouer un rôle central dans cette dynamique, gagnant progressivement en importance dans l'activité économique nationale, notamment à travers de nouvelles créations d'entreprises.

Dans ce chapitre, nous avons traversé les méandres de son histoire depuis l'indépendance jusqu'à son évolution contemporaine. Au fil des décennies, l'entrepreneur algérien s'est révélé comme un acteur essentiel de la dynamique économique du pays, façonnant et reflétant les mutations socio-économiques. À travers cette traversée historique, nous avons pu appréhender les multiples facettes de l'entrepreneur algérien.

Malgré les efforts déployés par les autorités publiques pour promouvoir l'investissement privé, ce secteur demeure relativement peu développé et ne parvient pas à combler les lacunes du secteur public. Les initiatives de soutien aux PME sont encore récentes, et bien que leurs résultats actuels ne soient pas pleinement satisfaisants, leurs programmes offrent des perspectives encourageantes. Pour accroître leur impact sur le développement économique, il est impératif d'exiger la politique de résultats aux organismes impliqués.

Introduction

Ce chapitre a pour objectif d'apporter des éléments de réponse à notre problématique de recherche qui consiste à étudier les facteurs motivants et les freins à la création d'entreprise dans la wilaya de Bejaia. Pour ce faire, une enquête sur le terrain (par questionnaire) a été menée auprès d'un échantillon d'entreprises et les données collectées ont été analysées par nos soins.

Nous aborderons dans un premier temps, une présentation de la situation géographique et administrative, les infrastructures de base et les activités économiques de la wilaya de Bejaia, puis nous dresserons un aperçu statistique des PME opérant dans la région.

Ensuite, dans la deuxième section, nous présentons les éléments méthodologiques caractérisant notre démarche de recherche, ainsi que la présentation, l'analyse et l'interprétation des résultats de notre enquête.

Section N°01 : Présentation de la wilaya de Bejaia

Au cœur de l'immensité méditerranéenne, se niche Bejaia, une cité aux multiples facettes : un havre portuaire, un bastion industriel et un gardien précieux de l'héritage historique. Témoignant d'une histoire riche de plus de 10 000 ans, ses terres abritent des vestiges ancestraux et des trésors archéologiques qui remontent à l'aube de l'ère néolithique.

Bejaia, tel un phare culturel, a brillé par sa contribution essentielle à la diffusion du savoir au sein du bassin méditerranéen. Animée par l'effervescence de son port, protégée par la sécurité de ses contrées, et stimulée par des politiques avisées et des avantages douaniers, la ville a su charmer nombre de marchands éminents.

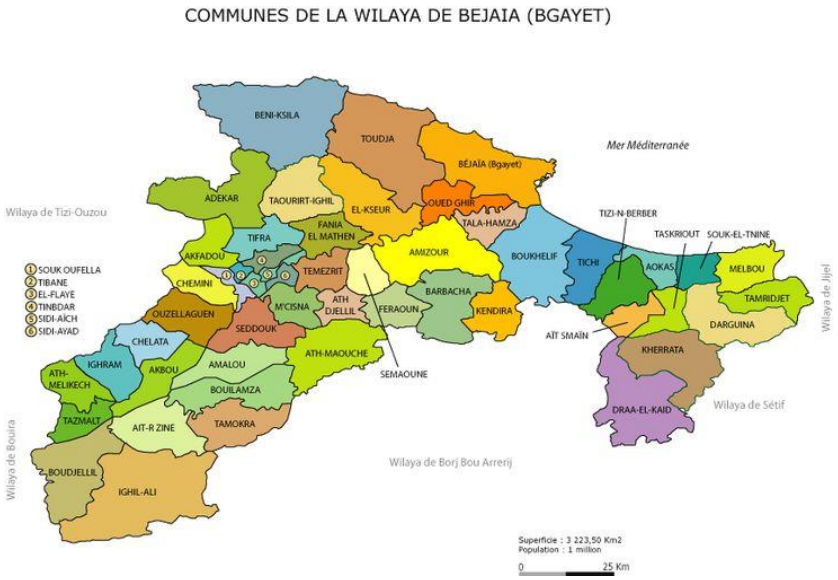
La Saldae romaine, devient un nœud vital pour l'approvisionnement en blé du grenier de Rome, ce n'est que XIème siècle, que Bgaieth, devenue Ennaceria, a écrit en lettres d'or son chapitre dans les annales du passé. Ainsi est-elle devenue l'une des étoiles les plus brillantes de l'horizon méditerranéen, tissant des liens indélébiles avec le monde qui l'entourait.

Avant de plonger dans le paysage des PME de la wilaya de Bejaia, il est important de commencer par une présentation générale de cette région qui sert à l'étude. Cette présentation mettra en évidence quelques points essentiels pour mieux appréhender cette zone. Nous aborderons la situation géographique de la wilaya, ses principales activités économiques, ainsi que ses infrastructures de base.

1-1-La situation géographique et administrative [62]

La wilaya de Bejaia est une division administrative algérienne située au nord-est du pays, dans la région de la Kabylie, sur la côte méditerranéenne. Elle s'étend sur une superficie de 3 268 km^2 et est divisée en 52 communes et 19 daïras. Son chef-lieu est la ville de Bejaia, qui est également la plus grande ville de la région de Kabylie.

Figure n°03 : Carte de la wilaya de Bejaia.



Source : https://www.okbob.net/tag/decoupage%20administratif/

La wilaya est bordée par :

- La mer Méditerranée au nord ;
- Les wilayas de Bouira et de Bordj Bou-Arreridj au sud ;
- La wilaya de Tizi-Ouzou à l'ouest ;
- Les wilayas de Sétif et Jijel à l'est ;

La région est caractérisée par une forte pluviométrie et est traversée par plusieurs oueds (rivières), dont les plus importants sont l'oued Soummam, l'oued Agrioun, l'oued Djemaa et l'oued Zitouni. La ville de Bejaia est entourée de montagnes, dont le massif du Bouhatem et le massif du Djurdjura au nord, le massif de Bousselam et les Bâbords au sud.

[62] https://www.interieur.gov.dz-wilaya-de-Bejaia-richesses-et-diversification.html)

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

La wilaya de Bejaia se distingue incontestablement par la vitalité économique, se démarquant comme l'une des zones les plus dynamiques du pays; Nous allons ainsi énumérer les divers secteurs d'activités dans cette région.

- **L'agriculture :**

D'après le ministère de l'industrie, la région possède 130348 hectares de terres agricoles utilisables, répartie en deux catégories distinctes : l'agriculture classique et l'agriculture de montagne.

L'agriculture classique, situé principalement dans la région de la Soummam, se concentre principalement sur les cultures arboricoles, les terres arables pour les céréales destinées à l'alimentation animale, ainsi que la culture des légumes.

L'agriculture de montagne, englobe principalement des activités moins tributaires de l'irrigation, telles que les oliveraies, les petites parcelles cultivées et les jardins potagers, ainsi que l'élevage.

- **L'industrie :**

Pendant longtemps, la wilaya de Bejaia a été perçue comme un bastion de l'activité industrielle, et à juste titre : elle a été le principal foyer industriel de l'Algérie, se distinguant notamment dans les secteurs de l'agroalimentaire, de l'emballage et de l'imprimerie.

- **Les activités tertiaires :**

Ce secteur est largement influencé par les activités commerciales, publicitaires et de communication, qui constituent 50% de toutes les activités qui s'y déroulent.

1-3- Les infrastructures de base de la wilaya[63]

- **Le réseau routier :**

Selon les données de l'agence nationale d'intermédiation et de Régulation Foncière, la wilaya e Bejaia dispose d'un réseau routier d'une longueur de **4448km.**

[63] ANIREF/Monographie de la wilaya de Bejaia, 2018. P17et18.

Tableau n°09 : Le réseau routier de la wilaya de Bejaia

Désignation	Longueur (km)
Routes nationales	444.20
Chemins de wilaya	803.80
Chemins communaux	3200
TOTAL	**4448**

Source : ANIREF/Monographie de la wilaya de Bejaia, 2018. P17

- **Le réseau ferroviaire :**

-Longueur de la voie ferrée : **90 km ;**

-Nombre de gares **: 09 gares et 04 haltes.**

- **Le réseau portuaire :**
  - **a) Les jetées : 3400 ml** répartis comme suit :
    - Jetée du port pétrolier : **650 ml;**
    - Jetée du sud : **450 ml ;**
    - Petite jetée du large : **550 ml ;**
    - Grande jetée du large : **950 ml ;**
    - Jetée de la fermeture : **800 ml.**
  - **b) Les quais : 2730 ml**
    - Appontement pétrolier : **02 ;**
    - Appontement simple poste : **01 ;**
    - Appontement double poste : **02 et 03.**
  - **c) Les superficies des plans d'eau : 156 Ha**
    - Avant-port : **75 Ha** (terminal pétrolier) ;
    - Vieux port : **26 Ha** (commerce, conteneurs/voyageurs) ;
    - Arrière-port : **55 Ha** (terminal céréalier).
  - **d) Les superficies des terres pleines :**
    - **50 Ha** dont **30 Ha** du nouveau quai.
- **Le réseau aéroportuaire :**

La wilaya dispose d'un aéroport (aéroport Soummam – Abanne Ramdane) situé à 5km au sud de la ville de Bejaia.

- Piste pour aéronefs de type Boeing 727 : **108 000 m² ;**
- Parking pour **04** aéronefs : **24 576 m² ;**
- Aviation légère : **03** postes ;
- Aérogare : **250** passagers / jour.

1-4-Les PME de la wilaya de Bejaia

Le secteur de l'industrie, de la PME et de la promotion de l'investissement englobe, au niveau de la wilaya de Bejaia trois **(03)** zones industrielle ainsi que **19** zones d'activités d'une superficie totale de **700** hectares[64] dont les plus importantes sont la ZAC de Taharacht d'Akbou et la ZAC d'Elkseur dite « Industrielle ». Selon la direction de la PME de la wilaya de Bejaia, le tissu d'entreprise enregistre **34 526** PME, au **31/12/2023** avec une densité de **40** PME par **1000** habitants ; Ce fait classe Bejaia au quatrième rang national, après les wilayas d'Alger, Tizi-Ouzou et Oran. Le BTPH, les commerces, les transports et les communications

1-4-1-Evolution de la population globale des PME

Tableau n°10 : Évolution de la population globale des PME à Bejaia (2022-2023)

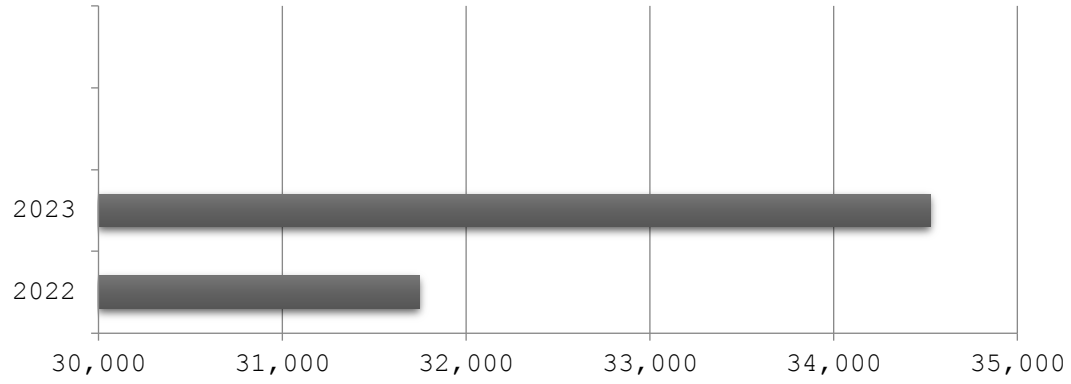
D'après les informations fournies par la direction de la PME et de l'industrie de la wilaya représentent plus de **61%** de la totalité des activités, en créant **50%** des emplois. Elles sont constituées en majorité des très petites entreprises (TPE) **95,65%**.

de Bejaia, le nombre total de PME a atteint **34 526** en 2023, comparé à **31 746** en 2022, marquant ainsi une augmentation de **2780** PME, soit une évolution de **8,76%.**

	Année 2022	***Année 2023***	***L'évolution***
Population globale de la PME	**31 746**	**34 526**	**8,76%**

Source : base de données de la direction de la PME.

Figure n°04 : Évolution de la population globale des PME



Source : réalisée par nous-mêmes à partir des données de la direction de la PME.

[64]Communiqué de l'ex ministre de l'industrie : Ahmed Zeghdar, posté sur son mur Facebook, 2022.

1-4-2-Evolution des PME par branche d'activité

Tableau n°11 : Évolution des PME par branche d'activité (2022-2023)

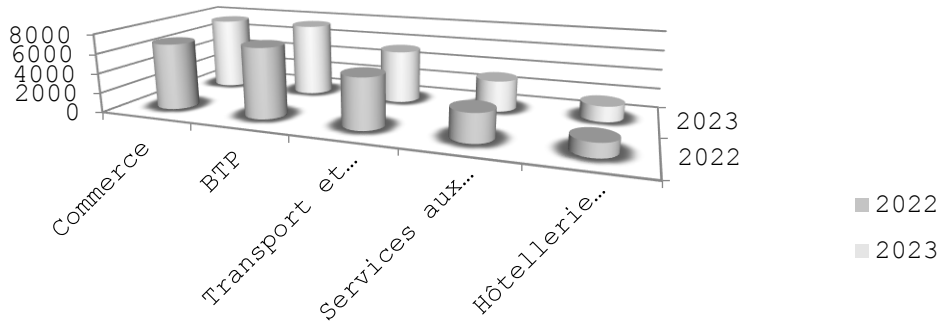
	Secteur	*2022*	*2023*	*Évolution%*
1	***Agriculture et pêche***	619	656	5,98
2	***Eaux et énergie***	6	6	00
3	***Hydrocarbures***	0	0	_
4	***Services et travaux publics pétroliers***	2	0	00
5	***Mines et carrières***	53	53	00
6	***I.S.M.M.E***	770	831	7,92
7	***Matériaux de construction, céramique***	448	482	7,59
8	***Bâtiments et travaux publics***	7128	7510	5,36
9	***Chimie, caoutchoucs, plastique***	250	268	7,2
10	***Industries agroalimentaires***	1089	1230	12,95
11	***Industrie Textile, bonneterie,***	390	418	7,18
12	***Industries des cuirs et chaussures***	19	25	31,58
13	***Industrie du bois, liège, papier, imprimerie***	1379	1470	6,60
14	***Industries diverses***	119	137	15,13
15	***Transport et communication***	5121	5414	5,72
16	***Commerces***	6753	7516	11,30
17	***Hôtellerie et restauration***	1383	1574	13,81
18	***Services fournis aux entreprises***	2757	2976	7,94
19	***Service fournis aux ménages***	2845	3156	10,93
20	***Établissements financiers***	103	122	18,45
21	***Affaires immobilières***	355	453	27,61
22	***Services pour collectivités***	157	229	45,86

	Total	**31746**	**34526**	8,76

Source : base de données de la direction de la PME.

Entre 2022 et 2023, les secteurs où la création d'entreprises a connu la plus forte croissante sont les suivants. En tête, le commerce avec **7516** PME en 2023. Le secteur du BTP, occupe la deuxième position avec **7510** PME en 2023 contre **7128** en 2022, (il a été classé premier cette année). En troisième position, le secteur du transport et de la communication a enregistré **5414** PME en 2023, comparé à **5121** en 2022. Les services aux ménages suivent avec **3156** PME en 2023, contre **2845** en 2022. L'hôtellerie et la restauration est à la cinquième position avec **1574** PME en 2023, en progression par rapport aux **1883** de l'année précédente.

Figure n°05 : Les branches d'activité dominants à Bejaia



Source : réalisée par nous-mêmes à partir des données de la direction de la PME.

Section N°02 : Analyse des résultats de l'enquête

Pour les besoins de notre travail nous avons suivi une étude quantitative auprès d'un échantillon de 30 entreprises, par le bais d'un questionnaire qui contient des questions ouvertes, et des questions fermées aux choix divers. Ciblant les dirigeants propriétaires (créateurs d'entreprises) privées.

2-1-Méthodologie de la recherche

2-1-1-Le terrain de l'enquête

Pour tenter d'avoir des éléments de réponse à notre problématique, nous avons choisi de mener notre enquête dans la région de Bejaia et certaines de ces localités dont : Oued Ghir, Tichy et Elkseur. Ce choix a été dicté au moins par le critère de la proximité géographique et la concentration élevée des entreprises de la wilaya de Bejaia, mais aussi des contraintes de temps et un budget asses limité.

2-1-2-L'objectif de l'enquête

Cette étude sur le terrain a été réalisée auprès des responsables de ces entreprises afin de collecter des données essentielles pour répondre efficacement à notre problématique de recherche, et pour valider ou invalider nos hypothèses initiales. En effet notre objectif principal est d'identifier le profil des entrepreneurs des entreprises privées dans la wilaya de Bejaia, en examinant les caractéristiques de leurs entreprises (telles que la taille, et les secteurs d'activité). Penchant également sur leurs motivations à créer leurs entreprises, ainsi que les freins qui ont empêché ce processus.

2-1-3-Structure du questionnaire

Pour atteindre les objectifs de notre étude on a conçu un questionnaire structuré en trois parties distinctes. Une introduction soigneusement élaborée expose l'objectif de l'enquête et garantit la pleine confidentialité et l'anonymat des réponses fournies.

- **Première partie : Profil de l'entreprise et l'entrepreneur :**

Dans cette première partie, les participants sont invités à fournir des informations de base sur leur entreprise (dénomination, taille, domaine d'activité et date de création) ainsi que sur eux en tant qu'entrepreneurs.

- **Deuxième partie : Les motivations de l'entrepreneur à l'égard de la création de l'entreprise :**

Dans cette partie, les participants sont encouragés à identifier les principaux facteurs qui les ont incités à entreprendre, tels que la réalisation d'un rêve ou l'amélioration de leur situation financière.

- **Troisième partie : Les obstacles de l'entrepreneur à l'égard de la création de l'entreprise :**

Enfin, cette partie explore les obstacles et les défis rencontrés par les entrepreneurs lors de la création de leurs entreprises. Cette section vise à identifier les barrières qui peuvent entraver le développement des entreprises dans la région.

Par ailleurs, nous avons pris soin d'éviter les questions trop intrusives afin de créer une atmosphère de confiance avec les propriétaires d'entreprises.

2-1-4-Taille et choix de l'échantillon

La construction de l'échantillon a été optée pour la méthode aléatoire pour but d'éviter les non réponses, pour cibler tous les secteurs d'activité, réduire les coûts de l'enquête et d'accélérer sa réalisation, la détermination de la taille de l'échantillon s'appuis sur les raisons suivants :

- ✓ La disponibilité des entrepreneurs de répondre à notre questionnaire ;
- ✓ Contraintes de temps et budget assez limité ;
- ✓ La représentativité des secteurs d'activités existant dans la wilaya de Bejaia.

Tableau n° 12 : La taille de l'échantillon de notre enquête

Nombre / ***questionnaire***	***Références***	***Parts%***
Récupéré	30	71,42
Non-récupéré	12	28,57
Distribué	42	100

Source : établi par nous-mêmes à partir des données de l'enquête menée.

Nous avons distribué 42 questionnaires répartis à travers certains Commune de la wilaya de Bejaia. Seulement 30 récupéré soit 71,42%, pour divers raisons :

- La non-disponibilité de certains entrepreneurs ;

- Le manque d'intérêt : quelques entrepreneurs ne voit aucune utilité ou importance de participer à l'étude ;
- La non disponibilité de quelques adresses réelles des entreprises.
- La non-collaboration avec l'université : certaines entreprises refusent complètement l'accès à ses informations.

2-1-5-Déroulement du l'enquête

Notre enquête a été lancée fin avril. Dans un premier temps, nous avons directement approché les responsables des différentes entreprises (transport, service, BTPH,..), en exposant clairement l'objectif de notre étude ainsi que l'idée générale de notre recherche. Certains nous ont bien accueillis et ont volontiers répondu à notre questionnaire sur place, ou bien ont accepté de le déposer et de le récupérer ultérieurement. Cependant, d'autres ont décliné sans raison valable.

En raison de contraintes du temps, nous n'avons pas pu accéder à certaines localités, donc nous avons opté pour l'envoi du questionnaire par e-mail, via le site internet et page Facebook.

2-1-6-Traitement et dépouillement des questionnaires

Nous avons opté pour une approche manuelle dans le traitement des données, vérifiant chaque questionnaire un par un. Nous avons générés des tableaux statistiques, des graphiques pour chaque question, ce qui a facilité l'organisation de notre travail et l'aboutissement à des conclusions. Après avoir expliqué la méthodologie et les démarches utilisées dans notre enquête en détail, nous entamerons de ce qui suit l'analyse et l'interprétation des résultats de notre étude.

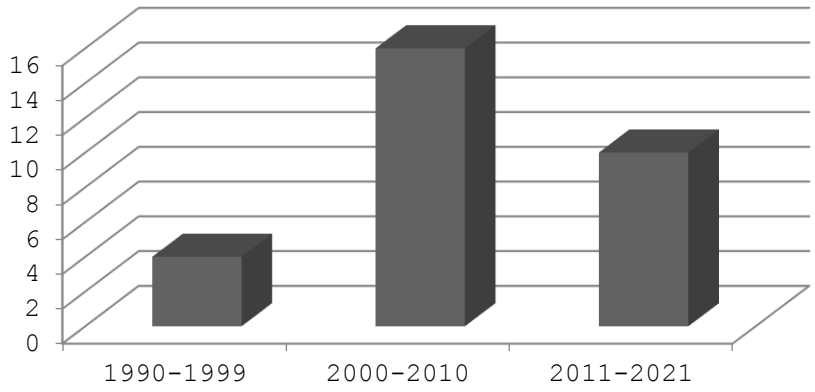
2-2-Analyse et interprétation des résultats de l'enquête

Cette partie de la section vise à examiner les données obtenues à partir du questionnaire distribué aux entreprises ciblées.

2-2-1-Analyse du profil des entreprises créées

2-2-1-1-Répartition des entreprises selon l'année de création

Figure n° 06 : Répartition des entreprises selon leur année de création



Source : établi par nous-mêmes à partir des données de l'enquête.

Cette représentation révèle que 16 soit 53,33% des entreprises de notre échantillon ont été créées entre les années 2000 et 2010, marquant une décennie fertile en créativité entrepreneuriale suite au climat d'encouragement favorable, en outre, 10 unités soit 33,33%, ont émergées entre 2011 et 2021, témoignant ainsi l'élan continu d'innovation dans cette période. 04 entreprises représentant 13,33% ont été créées dans la période qui se plonge entre 1990-1999.

2-2-1-2-Répartition des entreprises selon la taille

Tableau n°13 : La taille de l'entreprise selon les catégories

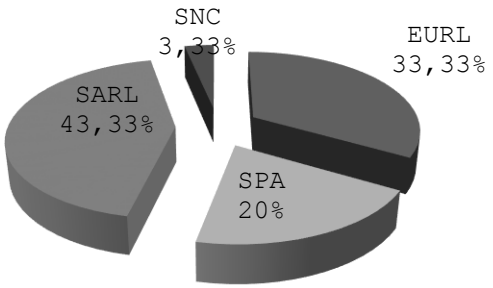
La taille de l'entreprise	*Fréquence*	*Pourcentage(%)*
Micro entreprise (1à 9 salariés)	18	60
Petite entreprise (10 à45 salariés)	08	26,67
Moyenne entreprise (50à250salariés)	04	13,33
Grande entreprise (250à 1000 salariés)	00	00
Total	30	100

Source : établi par nous-mêmes à partir les résultats de l'enquête.

La majorité des entreprises de notre échantillon sont des micro-entreprises, représentant 60% du total, soit 18 unités, ce qui est représentatif de la situation nationale où les TPE forment la grande majorité des entreprises. Ensuite, les petites entreprises représentent 26,67% du total, avec 08 unités. Les entreprises de taille moyenne représentent 13,33% du total, soit 04 unités, tandis qu'aucune entreprise de grande taille n'a été répertoriée dans notre échantillon.

2-2-1-3-Répartition des entreprises selon le secteur juridique

Figure n°07: Répartition des entreprises selon la forme juridique



Source : réalisé par nous-mêmes à partir de l'enquête menée

A la lecture de cette figure, nous pouvons dégager que les entreprises SARL représente la part prédominante de notre échantillon, représentant 43,33% soit 13 des entreprises enquêtée, cela peut être expliqué par le fait que cette forme est appropriée aux PME et donc également aux TPE. Ensuite, la forme EURL avec 33,33% soit 10 unités. Les formes SPA et SNC représente respectivement 20% et 3,33% soit 06 et 01entreprises.

2-2-1-4-Répartition des entreprises selon le domaine d'activité

Tableau n°14 : Répartition des entreprises selon le domaine d'activité

Domaine d'activité	*Fréquence*	*Pourcentage(%)*
Services	08	26,67
Artisanat	02	6,67
Transport	04	13,33
Industrie	02	6,67
BTPH	14	46,67
Import / Export	00	00
Total	30	100

Source : établi par nous-mêmes à partir les résultats de l'enquête.

Nous remarquons que la plupart des réponses provenaient des entreprises de l'activité BTPH avec un pourcentage de 46,67%. Cette prépondérance s'explique par leur présence plus marqué, suivi par les services représentant 26,67% soit 08 entreprises.

2-2-2-Analyse de profil du créateur

2-2-2-1-Répartition selon le sexe de l'entrepreneur

Tableau n°15 : Répartition des entrepreneurs selon le sexe

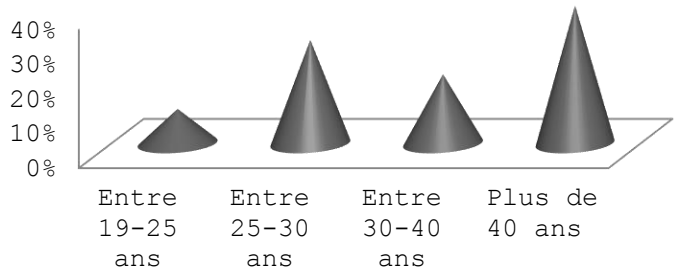
Sexe	*Fréquence*	*Pourcentage(%)*
Masculin	28	93,33
Féminin	02	6,33
Total	30	100

Source : réalisé par nous-mêmes à partir l'enquête menée.

D'après le tableau, il est observé que les hommes prédominent dans une proportion de 93,33%, totalisant 28entrepreneurs, tandis que les femmes ne représentent que 6,33%, avec seulement 02 entrepreneuses. Ces données révèlent une disparité entre les genres dans le domaine de l'entrepreneuriat, soulignant une prépondérance masculine dans cette activité. Cette disparité peut être attribuée à plusieurs facteurs socio-culturels et économiques. Les stéréotypes de genre, les barrières culturelles et sociales, ainsi que l'accès inégal aux ressources telles que le financement peuvent influencer cette disparité. De plus, les responsabilités familiales et l'équilibre travail-vie personnelle peuvent limiter les opportunités des femmes dans ce domaine. Enfin, les différences de confiance en soi et de propension à prendre des risques peuvent également jouer un rôle.

2-2-2-2-Répartition selon l'âge de l'entrepreneur

Figure n°08 : Répartition des entrepreneurs selon l'âge



Source : réalisée par nous-mêmes à partir de l'enquête menée.

Les données de la figure n°08 indiquent que la plupart des entrepreneurs interrogés (40%) soit 12 entrepreneurs appartiennent à la tranche d'âge plus de 40 ans, avec (30%) appartenant à la tranche 25 à 30 ans soit 09 entrepreneurs. La tranche d'âge de 30 à 40 ans enregistre un pourcentage de 20% avec 06 entrepreneurs, tandis que les entrepreneurs entre 19 et 25 ans représentent le pourcentage le plus faible (10%) avec seulement 03 entrepreneurs. Ces chiffes

suggèrent que la plupart des entrepreneurs se lancent dans l'aventure entrepreneuriale à un âge relativement avancé, après avoir accumulé des connaissances et des expériences personnelles ou professionnelles.

2-2-2-3-Répartition selon la situation matrimoniale de l'entrepreneur

Les données du tableau n°15 révèlent que la majorité des entrepreneurs sont mariés, représentant 56,67% de l'échantillon étudié. Étant donné que l'état psychologique de l'entrepreneur influe sur le projet d'entreprise, une situation familiale stable peut jouer un rôle crucial en encourageant et en motivant l'entrepreneur. Cela lui permet de s'engager davantage dans son projet. Les jeunes célibataires ne constituent que 36,67% de notre échantillon

Tableau n°16 : Répartition des entrepreneurs selon la situation matrimoniale

Situation matrimoniale	*Fréquence*	*Pourcentage (%)*
Marié(e)	17	56,67
Célibataire	11	36,67
Divorcé(e)	02	6,67
Veuf(Ve)	00	0,00
Total	30	100

Source : réalisé par nous-mêmes à partir de l'enquête menée.

2-2-2-4-Répartition selon le niveau d'instruction de l'entrepreneur

Tableau n°17 : Répartition des entrepreneurs selon le niveau d'instruction

Niveau d'instruction	*Fréquence*	*Pourcentage(%)*
Primaire	00	00,00
Moyenne	00	00,00
Secondaire	01	3, 33
Universitaire	19	63,33
Formation professionnel	10	33,33
Total	30	100

Source : résultat de notre enquête.

Le tableau ci-dessus illustre que la vaste majorité des entrepreneurs possèdent un niveau d'éducation élevé. En effet 63,33% d'entre eux ont poursuivi des études universitaires, de plus, 33,33% ont bénéficié d'une formation professionnelle. Ce qui est tout aussi frappant, c'est l'absence totale d'entrepreneurs ayant un niveau d'éducation primaire ou moyenne.

Ainsi ces données soulignent clairement que l'éducation joue un rôle dans l'engagement entrepreneurial.

2-2-2-5-Répartition selon la situation professionnelle de l'entrepreneur avant la création

La grande majorité des entrepreneurs interrogés représentant 70% soit 21 individu, ont eu une expérience préalable en tant qu'employés avant de créer leurs propres entreprises. En revanche, aucun d'entre eux n'a mentionné avoir été stagiaire avant de se lancer dans l'entrepreneuriat. Le tableau n°17 offre une présentation détaillée des informations mentionnées.

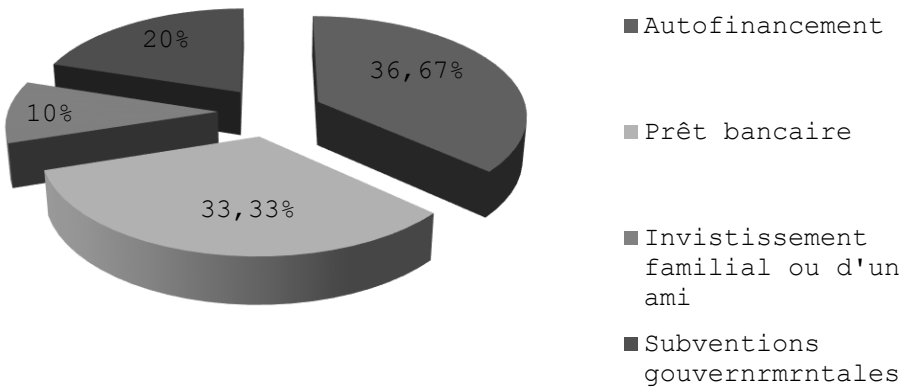
Tableau n°18 : Répartition des entrepreneurs selon la situation professionnelle avant la création de l'entreprise.

Situation professionnelle	*Fréquence*	*Pourcentage(%)*
Étudiant	02	6,67
Stagiaire	00	00,00
Employé	21	70
Chômeur	05	16,67
Chef d'une autre entreprise	02	6,67
Total	30	100

Source : résultat de notre enquête.

2-2-2-6-Répartition selon le mode de financement initial des entrepreneurs

Figure n°09 : Répartition selon le mode de financement initial des entrepreneurs.



Source : réalisée à partir les données de l'enquête.

Selon les indications fournies dans la figure n°09, une part significative (36,67%) soit 11 des capitaux initialement investis émanent de l'autofinancement des entrepreneurs. En outre, 33,33% soit 09 sont attribuables à des prêts bancaires. Les investissements provenant des subventions gouvernementales représentent (06) avec une part de 20%, cela désigne une faible contribution d'État à l'entrepreneuriat; alors qu'une fraction de 10% est attribuée aux sources familiales ou amicales.

2-3-Les motivations de l'entrepreneur à l'égard de la création de l'entreprise

2-3-1-L'origine de l'idée de création de l'entreprise

Selon les données tirées de notre enquête menée auprès d'un échantillon de 30 entrepreneurs, telles que présenté dans le tableau n°18, aucun entrepreneur n'a sollicité un bureau d'étude pour le conseiller. En revanche l'ambition personnelle occupe un grand rôle dans l'intention de création avec une présence de 43,33%. En outre une part significative de 26,67% occupé par la connaissance d'un projet semblable. 10% des entrepreneurs ont eu l'idée de créer leurs entreprises d'après leur formation en entrepreneuriat, et 20% soit 06 entrepreneurs ont influencé par leurs relations professionnelle ou familiale. Ces observations soulignent l'importance de la motivation intrinsèque et de l'environnement social dans le processus de création d'entreprises.

Tableau n°19 : L'origine de l'idée de création

Origine de l'idée	*Fréquence*	*Pourcentage(%)*
Conseil d'un bureau d'étude	00	00,00
Connaissance d'un projet semblable	08	26,67
Relations professionnelle et familiale	06	20
Ambition personnel	13	43,33
Formation en entrepreneuriat	03	10
Total	30	100

Source : établi par nous-mêmes à partir des données de l'enquête menée.

2-3-2-Les raisons qui ont motivée les entrepreneurs à lancer en affaires

Tableau n°20 : Les motivations de l'entrepreneur

Motivations de création	*Fréquence*	*Pourcentage(%)*
Se valoriser	05	16,67

Réaliser un rêve	05	16,67
Améliorer la situation financière	17	56,67
Expérimenter des idées	03	10
Contribuer à créer des emplois	00	0,00
Prise de risque	00	0,00
Total	30	100

Source : données de notre enquête.

Créer une entreprise permet aux entrepreneurs de sortir des contraintes d'un emploi salarié, leur offrant la possibilité de déterminer leurs propres revenus, c'est pour cette raison que la majorité des entrepreneurs interrogés sont principalement animés par le désir d'améliorer leur situation financière, ce motif représentant 56,67% des réponses recueilles. Ensuite, une quête de valorisation personnelle et la concrétisation d'un rêve s'équivalent à hauteur de 16,67%, tandis que l'expérimentation des idées captive 10% des répondants. Notablement, aucun entrepreneur n'a invoqué la contribution à créer des emplois ou la passion de prise de risque.

2-3-4- Opportunités environnementales favorisant la localisation

Tableau n°21 : les opportunités gouvernementales qui ont favorisé la localisation des entrepreneurs.

Opportunités	*Fréquences*	*Pourcentage(%)*
Infrastructures développées	10	33,33
Proximité à d'autres activités	03	10
Accès rapide aux marchés publics	01	3,33
Agglomération urbaine importante	12	40
Proximité à des partenaires clients et fournisseurs	04	13,33
Total	30	100

Source : établi par nous-mêmes à partir des données de notre enquête.

Selon les données du tableau n°20, une majorité de 40% des entrepreneurs ont identifié les agglomérations urbaines comme une opportunité de localisation favorable. Cette tendance s'explique par les nombreux avantages inhérents à ces zones urbains dynamiques. En revanche 33,33% des entrepreneurs, ont mis en avant l'importance des infrastructures développées dans leur processus décisionnel concernant la localisation de leur entreprise. La présence d'infrastructures bien développées offre un avantage concurrentiel significatif en facilitant l'accès rapide et fluide aux informations, aux clients et aux partenaires commerciaux. En outre 04 entrepreneurs soit 13,33% ont mentionnés la proximité à des

partenaires clients et fournisseurs, trois, ont répondu pour le facteur de proximité avec d'autres activités soit 10%, et un seul entrepreneur a privilégié l'accès rapide aux marchés du travail comme un facteur clé dans son choix de localisation.

2-3-4-L'attachement à la région

Dans notre enquête, 13 entrepreneurs soit 43,33%, ont exprimés un attachement à leurs régions d'implantation. 11 entrepreneurs, soit 36,67%, ont même déclarés un fort attachement envers leurs régions. Ces chiffres reflètent un lien émotionnel fort entre les entrepreneurs et leur environnement local. En revanche aucun entrepreneur n'a mentionné un faible attachement, tandis que 06 entrepreneurs ont indiqué ne ressentir aucun attachement à leurs régions. Cela suggère que ces derniers perçoivent des opportunités économiques plus intéressantes ailleurs, manquent de soutien local, ou n'ont pas de liens personnels ou émotionnels forts avec leur région actuelle.

Tableau n°22 : L'attachement des entrepreneurs à leurs régions

L'attachement à la région	*Fréquences*	*Pourcentage(%)*
Très attaché	11	36,67
Attaché	13	43,33
Peu attaché	00	00,00
Pas du tout attaché	06	20
Total	30	100

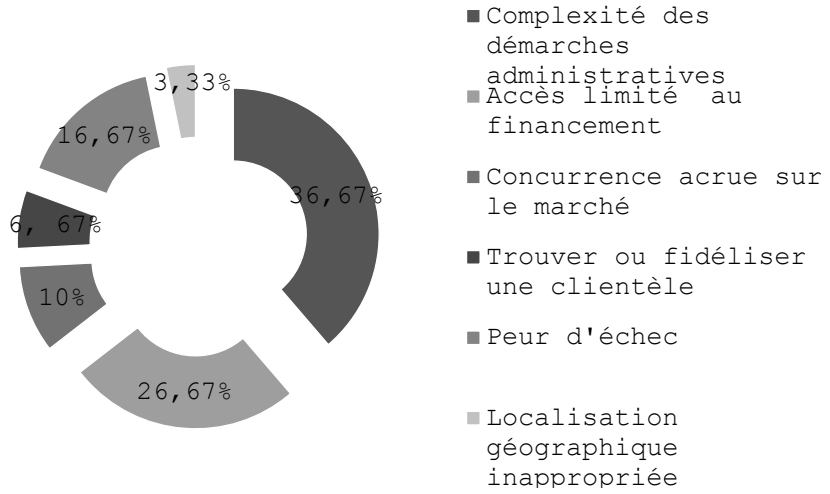
Source : établi par nous-mêmes à partir des données de notre enquête.

2-4-Les obstacles de l'entrepreneur à l'égard de la création de l'entreprise

2-4-1-Les principaux défis rencontrés lors de la création

Après avoir interrogé les entrepreneurs sur les obstacles majeurs rencontrés lors de la création de leurs entreprises, un constat prédomine : la complexité des démarches administratives s'élève en tête de liste, citée par 36,67% des répondants. Cette montagne bureaucratique semble être un défi omniprésent dans le parcours entrepreneurial. Par ailleurs, 26,67% des entrepreneurs, soulignent les difficultés liées à l'accès limité au financement comme un obstacle majeur. Quant à la concurrence accrue sur le marché du travail représente 10% des répondants, ainsi la difficulté de trouver et fidéliser une clientèle a été citée par 6,67%. Une part de 16,67%, soit 05 entrepreneurs, admettent avoir été paralysés par la peur d'échec. Enfin, un seul entrepreneur soit 3,33% a mentionné sa localisation géographique inappropriée comme l'obstacle majeur. La figure n°10, montre une présentation des informations mentionnées.

Figure n°10 : Les principaux défis rencontrés lors de la création.



Source : établie par nous-mêmes à partir des données de notre enquête.

2-4-2-Complexité des démarches administratives

Tableau n°23 : Complexité des démarches administratives

Complexité des démarches administratives	*Fréquences*	*Pourcentage(%)*
Pas du tout complexes	00	00,00
Complexes	03	10
Très complexes	27	90
Total	30	100

Source : établi par nous-mêmes à partir des données de l'enquête.

La grande majorité des entrepreneurs, soit 90%, ont qualifiés les démarches administratives de « très complexes ». Leur choix de qualifier cette étape de manière aussi intense souligne l'ampleur du défi auquel ils ont été confrontés. D'autre part une minorité, soit 10% des participants, a décrit ces démarches comme étant simplement « complexes ». Il est notable qu'aucun des entrepreneurs interrogés n'a jugé ces démarches comme étant « pas du tout complexes ».

2-4-3-Difficultés d'accès au financement

13,33% des entrepreneurs, ont partagés qu'ils n'ont rencontré aucune difficulté pour accéder au financement nécessaire. Cependant, une majorité représentant 56,67% des participants, soit 17 entrepreneurs, ont répondu pour le manque de capitaux propres, une épine financière qui a sans doute entravé leurs premiers pas dans le monde des affaires. Par ailleurs, une proportion équivalente à 30% des entrepreneurs, ont fait face à un refus de prêt par la banque.

Tableau n°24 : Difficultés d'accès au financement pour les entrepreneurs.

Difficultés d'accès	*Fréquences*	*Pourcentage(%)*
Oui, manque de capitaux propres	17	56,67
Oui, refus de prêt par la banque	09	30
Non, aucune difficulté rencontrée	04	13,33
Total	30	100

Source : établi par nous-mêmes à partir des données de l'enquête.

2-4-4-Evaluation de l'appui des dispositifs d'aide à la création

- **Bénéficiaires des aides :**

Tableau n°25 : Répartition des participants aux programmes d'aide à la création d'entreprise

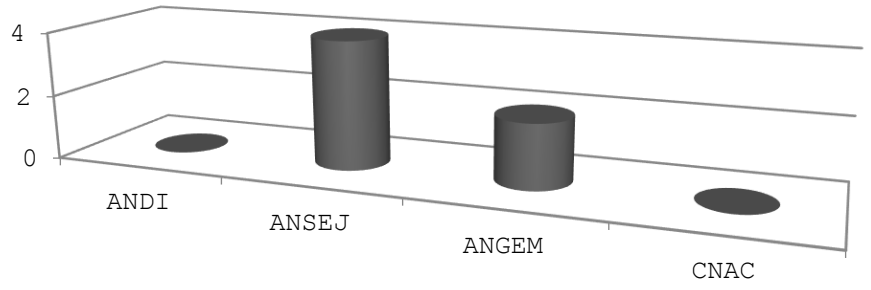
Réponses	*Références*	*Pourcentage(%)*
Oui	06	20
Non	24	80
Total	30	100

Source : résultat de notre enquête.

Le tableau n°24 révèle une écrasante majorité, soit 80% des entrepreneurs interrogés dans le cadre de notre enquête, n'ont pas eu recours aux dispositifs d'aide à la création d'entreprise.

- **Type d'organisme :**

Figure n°11 : Répartitions des participants selon le type d'organisme



Source : établie par nous-mêmes à partir des données de l'enquête.

66,67% soit 4 individu ont été épaulés par l'ANSEJ, tandis que les deux restants ont été accompagnés par le dispositif ANGEM. Les organismes CNAC et ANDI n'ont pas suscité d'engagements.

- **Nature de l'aide**

Tableau n°26 : Répartition des participants selon la nature de l'aide

Nature de l'aide	*Fréquence*	*Pourcentage(%)*
Financier	05	83,33
Allégement fiscal	01	16,67
Total	06	100

Source : établi par nous à partir des données de notre enquête.

Parmi les six entrepreneurs en question, cinq soit 83,33% ont eu l'opportunité d'obtenir un soutien financier de la part des dispositifs, tandis qu'un seul (16,67%) a bénéficié d'un allégement fiscal. La majorité des entrepreneurs sollicitent ces dispositifs pour des aides directes.

- **Satisfaction à l'aide**

Tableau n°27 : Répartition des participants selon leur satisfaction à l'aide

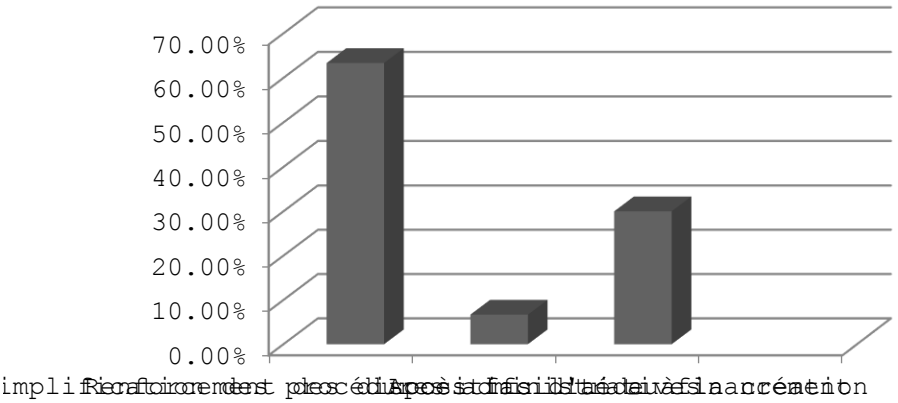
Satisfaction	*Fréquences*	*Pourcentage(%)*
Oui	06	100
Non	00	00
Total	06	100

Source : établi par nous-mêmes à partir des données de notre enquête.

Tous les bénéficiant de soutien des organismes d'aide ont exprimé leur satisfaction.

2-4-5-Les facteurs qui pourraient améliorer l'environnement de la création d'entreprise dans la wilaya de Bejaia

Figure n°12 : Les facteurs qui pourraient améliorer l'environnement de la création d'entreprise selon les répondants



Source : établie par nous à partir des données de l'enquête.

D'après les données de la figure ci-dessus, une vision claire et cohérente émerge quant aux priorités perçues pour améliorer l'environnement de la création d'entreprise dans la wilaya de Bejaia. Une majorité, représentant 63,33% des entrepreneurs, identifient la simplification des procédures administratives comme pilier fondamental vers cet objectif. Leur reconnaissance de ce besoin met en lumière l'importance critique de réduire les barrières bureaucratiques pour favoriser l'épanouissement des initiatives entrepreneuriale. De manière significative, 30% des participants soutiennent la nécessité de faciliter l'accès au financement. Cette approche souligne l'importance capitale d'une base financière solide pour soutenir les aspirations entrepreneuriales et permettre la concrétisation des projets innovants. Les répondants pour le renforcement des dispositifs d'aide représentent 6,67%. Cette proportion souligne une perception de leur insuffisance actuelle pour le plein soutien des entrepreneurs dans cette région.

Synthèse des résultats

Suite à l'analyse des données de notre enquête, nous constatons que :

- 53% des entreprises de notre échantillon ont été créée entre 2000 et 2010 ;
- Les micro-entreprises représentent la majorité de celles étudiées, totalisant 60% des entreprises sondées ;
- Les structures juridiques les plus courantes dans notre enquête sont les SARL et les EURL ;
- 47% des entreprises interrogées, opèrent dans le secteur du BTPH ;
- Une prédominance masculine est observée, avec 28 entrepreneurs sur 30 étant des hommes ;
- 40% des entrepreneurs sont âgés plus de 40 ans ;
- 57% des répondants sont mariés ;
- La majorité des entrepreneurs de notre étude possèdent un diplôme universitaire, soit 63% ;
- Avant de créer leur entreprise, 70% des entrepreneurs ont travaillé en tant qu'employés ;
- 37% des entrepreneurs interrogés ont financé leur entreprise avec leurs propres ressources (autofinancement) ;
- 43% des entrepreneurs, ont pris la décision de fonder leurs entreprises, motivés par leurs aspirations personnelles ;

- La motivation principale de 57% des entrepreneurs est l'amélioration de leur situation financière ;
- Pour la majorité, soit 40%, le choix de l'emplacement de leur entreprise a été influencé par une importante agglomération urbaine, perçue comme l'opportunité environnementale la plus favorable ;
- 43% des entrepreneurs ont déclaré être attachés à leur région d'implantation ;
- 37% des entrepreneurs estiment que la contrainte administrative est le principal obstacle rencontré ;
- 57% des répondants ont trouvés un défis de manque de capitaux propres ;
- 80% des entrepreneurs interrogés n'ont pas bénéficiés d'un soutien de la part des dispositifs d'aide ;
- L'ANSEJ est l'organisme le plus influent dans la promotion de l'entrepreneuriat chez les entrepreneurs ;
- Pour 63% des entrepreneurs, la simplification des procédures administratives représente le pivot essentiel pour catalyser l'épanouissement du tissu entrepreneurial au sein de la wilaya de Bejaia.

Conclusion

Après avoir examiné de près les données de notre étude empirique, il devient évident que le paysage entrepreneurial de la région est façonné par une multitude de dynamiques. Les entreprises, créées principalement entre 2000 et 2010, témoignent de l'élan entrepreneurial persistant dans la région. Bien que les micro-entreprises dominent, les SARL et les EURL émergent comme des structures juridiques prépondérantes. Les entrepreneurs, majoritairement masculins et souvent dotés d'une formation universitaire, sont motivés par le désir d'améliorer leur situation financière.

Cependant, des défis subsistent, notamment en matière de contraintes administratives et d'accès au financement. Les entrepreneurs identifient la simplification des procédures administratives comme un pilier fondamental pour favoriser l'environnement entrepreneurial à Bejaia.

Cette étude souligne la nécessité d'une action concertée pour soutenir et stimuler l'entrepreneuriat dans la wilaya de Bejaia. En investissant dans la réduction des obstacles bureaucratiques et en facilitant l'accès au financement, les autorités locales peuvent créer un

environnement plus favorable à la croissance des entreprises et à la prospérité économique.

Conclusion générale

Ce mémoire avait pour ambition de répondre à la question des motivations et obstacles des entrepreneurs de la wilaya de Bejaia à investir dans l'entrepreneuriat.

Pour répondre à cette question, nous avons tout d'abord utilisé un cadre théorique adapté à notre thème de recherche. Ensuite nous avons réalisé une étude empirique auprès d'un échantillon de 30 entrepreneurs. Les résultats de notre étude nous ont permis de mettre en évidence les constats suivants :

Notre première hypothèse, selon laquelle les entrepreneurs sont motivés par le désir d'atteindre l'indépendance financière et de réaliser leur autonomie professionnelle, a été confirmée par les résultats de notre enquête. En effet, 56,67% des entrepreneurs interrogés sont principalement animés par le désir d'améliorer leur situation financière. Créer une entreprise leur permet de sortir des contraintes d'un emploi salarié et de déterminer leurs propres revenus.

Notre deuxième hypothèse, qui identifie les difficultés rencontrées par les entrepreneurs, s'est également avérée exacte. La complexité des démarches administratives est citée par 36,67% des répondants, faisant de ce facteur le principal frein à la création d'entreprise. Le manque d'accès au financement est un deuxième obstacle majeur, souligné par 26,67% des entrepreneurs.

D'après les données de notre enquête, une vision claire et cohérente émerge quant aux priorités perçues pour améliorer l'environnement de la création d'entreprise dans la wilaya de Bejaia. Une majorité de 63,33% des entrepreneurs identifient la simplification des procédures administratives comme une priorité essentielle. Leur reconnaissance de ce besoin met en lumière l'importance de réduire les barrières bureaucratiques pour favoriser l'épanouissement des initiatives entrepreneuriales. De manière significative, 30% des participants soulignent la nécessité de faciliter l'accès au financement. Cette approche démontre l'importance d'une base financière solide pour soutenir les aspirations entrepreneuriales et permettre la concrétisation des projets innovants. Enfin, 6,67% des répondants estiment que le renforcement des dispositifs d'aide est crucial, indiquant une perception de leur insuffisance actuelle pour le soutien complet des entrepreneurs dans cette région.

La wilaya de Bejaia possède un potentiel entrepreneurial considérable qui, s'il est correctement soutenu, peut transformer significativement l'économie et la société locales. En mettant en œuvre des politiques adaptées telles que la simplification des démarches administratives, l'amélioration de l'accès au financement et le renforcement des dispositifs d'aide, il est possible de créer un environnement propice à l'épanouissement de

l'entrepreneuriat. Cela contribuerait ainsi au développement économique, social et culturel de la région, en permettant aux entrepreneurs de réaliser pleinement leurs aspirations et d'apporter des innovations bénéfiques à la communauté.

Enfin, nous espérons que notre étude servira de fondements pour d'autres recherches étendues à un éventail plus large d'entreprises, afin de percer davantage les motivations et les obstacles des entrepreneurs à s'engager dans l'entrepreneuriat.

Université Abderrahmane Mira-Bejaia

Faculté des sciences économiques, commerciales et des sciences de gestion.

Département des sciences de gestion

Spécialité Entrepreneuriat

Étudiantes : Smahi Yasmine et Hami Akila

Questionnaire

Questionnaire sur les facteurs motivants et les freins à la création d'entreprise

« Cas de la création des entreprises dans la wilaya de Bejaia »

Ce questionnaire inscrit dans le cadre de notre mémoire de fin d'étude portant sur l'analyse des facteurs motivants et les freins à la création d'entreprise dans la wilaya de Bejaia.

Vos réponses seront d'une valeur inestimable pour mieux comprendre les enjeux et les défis auxquels sont confrontés les entrepreneurs dans cette région.

Dans ce questionnaire, vous trouverez différentes questions auxquelles vous êtes invité(e) à répondre aussi franchement que possible.

Soyez assuré(e) que toutes vos réponses resteront strictement confidentielles et anonyme et seront utilisées uniquement à des fins de recherche.

I) Le profil de l'entreprise et l'entrepreneur

A) Identification de l'entreprise

1) Nom ou raison sociale

……..

2) Forme juridique de l'entreprise

……..

3) Adresse (lieu d'implantation)

……..

4) Année de début de l'activité

……..

5) Capital propre

……

6) La taille de votre entreprise selon les catégories suivantes

-Micro entreprise (1à 9 salariés) ☐

-Petite entreprise (10 à 45 salariés) ☐

-Moyenne entreprise (50 à 250 salariés) ☐

-Grande entreprise (250à 1000 salariés) ☐

7) Secteur d'activité de votre entreprise

a)Services		e) BTPH	
b) Artisanat		f) Maintenance	
c) Transport		g) Import /Export	
d) Industrie			

B) Les informations concernant le profil de créateur

8) Le sexe

Masculin ☐ féminin ☐

9) L'âge

(19-25) ☐ (25-30) ☐

(30-40) ☐ (plus de 40 ans) ☐

10) Situation matrimoniale

Célibataire ☐ Marié(e) ☐

Divorcé(e) ☐ Veuf(Ve) ☐

11) Niveau d'instruction

Primaire ☐ Moyen ☐

Secondaire ☐ Formation professionnelle ☐

Universitaire ☐

12) Situation professionnelle avant la création de l'entreprise

Étudiant ☐ Stagiaire ☐

Employé ☐ Chômeur ☐

Chef d'une autre entreprise ☐

13) Quel(s) mode(s) de financement avez-vous utilisés pour démarrer votre entreprise ?

-Financement personnel ☐

-Prêt bancaire ☐

-Investissement familial (ou d'un ami) ☐

-Subventions gouvernementales (dispositifs d'aide à la création d'entreprise) ☐

II) Les motivations de l'entrepreneur à l'égard de la création de l'entreprise

14) votre idée de créer une entreprise est influencée Par :

- Relation professionnelle ou familiale ☐
- Votre formation en entrepreneuriat. ☐
- Votre ambition personnelle. ☐
- Un conseil d'un bureau d'étude ☐
- Une connaissance d'un projet semblable ☐

-Si autre, précisez……

15) Parmi ces raisons, lesquelles vous ont motivé le plus, à vous lancer en affaires ?

-Se valoriser ☐

-Relever un défi ☐

-Réaliser un rêve ☐

-Améliorer votre situation financière ☐

-Expérimenter des idées ☐

☐

-Contribuer à créer des emplois

-Prise de risque ☐

-Si autre, précisez……..

16) Quelles sont les opportunités environnementales qui ont favorisé votre décision de localisation ?

-Infrastructures développées ☐

-Proximité à des partenaires clients et fournisseurs ☐

-Accès rapide aux marchés de travail ☐

-Agglomération urbaine importante ☐

-Proximité à d'autres activités ☐

17) Quel est votre degré d'attachement à la région où votre entreprise est implantée ?

-Très attaché ☐

-Attaché ☐

-Peu attaché ☐

-Pas du tout attaché ☐

III) Les obstacles de l'entrepreneur à l'égard de la création de l'entreprise

18) Quels sont les principaux défis que vous avez rencontrés dans votre aventure de création de votre entreprise ?

-Accès limité au financement ☐

-Concurrence accrue sur le marché local ☐

-Trouver et fidéliser une clientèle ☐

-Peur d'échec ☐

-Complexité des démarches administratives ☐

-Si autre, précisez……

19) Les démarches administratives lors de la création de votre entreprise sont ?

-Pas du tout complexes ☐

-Complexes ☐

-Très complexes ☐

20) Avez-vous éprouvé des difficultés à accéder au financement pour votre entreprise ? Si oui, quelles étaient ces difficultés ?

-Oui, manque de capitaux propres ☐

☐

-Oui, refus de prêt par la banque

-Non, aucune difficulté rencontrée ☐

21) Avez-vous bénéficié d'un aide de la part des dispositifs d'aide à création d'entreprise ?

-Non ☐

-Oui ☐

-Quel organisme ?

-ANDI ☐

-ANSEJ ☐

-ANGEM ☐

-CNAC ☐

-Quel genre d'aide ?

-Financier ☐

-Allégement fiscale ☐

-Êtes-vous satisfait de l'aide ?

-Oui ☐

-Non ☐

22) Selon vous, quels sont les facteurs qui pourraient améliorer l'environnement de la création d'entreprise dans la wilaya de Bejaia ?

-Simplification des procédures administratives ☐

-Renforcement des dispositifs de financement ☐

-Accès facilité au financement ☐

-Autre,……

Merci pour votre collaboration.

BIBLIOGRAPHIE

Ouvrage :

1. Deci, E. L. et Ryan, R.M. (2002). Self-determination Theory and the Facilitation of Intrinsic Motivation, social development, and well-Being.
2. Douglas W. Naffziger, Jeffrey S. Homsby, et Donald F, Kuratko. « A Proposed Research Model of Entrepreneurial Motivation », Entrepreneurship Theory and Practice, 1994.
3. FAYOLLE(A), « Le métier de créateur», Editions d'Organisation, 2003.
4. Fayolle. A, « entrepreneuriat ; apprendre à entreprendre », Ed Dunod, paris, 2003.
5. Gifford Pinchot, « *Why you don't have to leave the corporation to become an entrepreneur* », 1985.
6. Henri Mahe de BIOSLANDELLE, Dictionnaire de gestion : vocabulaire, concept et outils, Economica, 1991.
7. Hernandez E-m. (2001) « L'entrepreneuriat, approche théorique», Paris : L'Harmattan.
8. Julien et Morel (1986) in : Wtterwulaghe, La PME une entreprise humaine, Ed, de Boeck, 1998.
9. Julien P.A et Marchesnay.M, « L'Entreprenariat ».Ed. Economica.
10. LEGENDRE, R. Dictionnaire actuel de l'éducation, 3ème édition, Montréal, Guérin, 2005.
11. LOUART, P. Motivation. Dans : SIMON, Y. et JOFFRE, P. (éds). Encyclopédie de gestion. Paris : Economica, 1997.
12. MARCHESNAY. M, « PME de nouvelles Approches », sous la coordination d'OLIVIER TORRES, Edition Economica, Paris.
13. McClland, D.C. (1962). Business drive and national achievement. Harvard Business Review, Jan-Feb.
14. PORTER, L.W. ET LAWER, E.E. Managerial attitudes and performance. 1968. Homewood, IL: R.D.Iwin.
15. Robert D. Hisrich, Michael P. Peters. « entrepreneurship : lancer, élaborer et gérer une entreprise », Economica, paris, 1991.
16. Shapero. A (1975). The displaced uncomfortable entrepreneur. Psycology Today.
17. Shapero. A (1984). The entrepreneurial event. In C.A. Kent, D.L. Sexton and K.H. Vesper (Eds), Encylopedia of entrepreneurship. Englewood Cliffs: Prentice-Hall.
18. Torres Olivier « La PME». Ed Flammarion, Paris. 1999.
19. Verstraet T, « Histoire d'entreprendre les réalités d'entrepreneuriat » EMS, 2000.

Revue et colloque :

1. AKNINE SOUIDI, Rosa (2014) « Entrepreneuriat et création d'entreprise en Algérie : une lecture à partir des dispositifs de soutien et d'aide à la création des entreprises » Revue des sciences économiques et de gestion n°14.
2. Agence National d'Intermédiation de Régulation Foncière. ANIREF/Monographie de la wilaya de Bejaia.

3. BOUTALEB.K : « La problématique de la création d'entreprise face aux contraintes socioéconomiques de l'environnement local en Algérie » : Communication au colloque international sur la création d'entreprises et territoires, Tamanrasset, 03et 04 décembre 2006.
4. Boutillier S, Uzunidis D. « L'entrepreneur: acteur et fonction social »Une réflexion à partir de « comportement économique et structures sociales » d'André Nicolaï (première édition 1960, réédition 2000.
5. Bouyacoub Leila et Benchikh Houari-Revue algérienne d'économie et gestion volume 14, Numéro 2, Pages 204-229 « Caractéristiques et spécificités des Petites et Moyenne Entreprise en Algérie. » 2020.
6. Bulletin d'information Statistiques de la PME, N°40, Données de 2021.
7. Cécile FOUNROUGE « Entrepreneur /Manager : deux acteurs d'une même pièce » Conférence de l'AIMS, 2022.
8. Colot Olivier « la transmission des PME familiales non cotées : approche de la transmission en Wallonie et impact sur la performance des entreprise ». 2007.
9. Gasse Y, « l'influence des milieux dans la création d'entreprise », centre d'Entrepreneuriat et de PME. QUEBEC. Université, Laval, 2003.
10. GASSE Yvon, Tremblay Maripier« L'impact des antécédents sur les perceptions, attitudes et intentions des étudiants collégiaux et universitaires à l'égard de l'entrepreneuriat ».
11. Global Entrepreneurship Monitor, 2013 Global Report. José Ernesto Amoros et Niels Bosma. (www.Gemconsortium.org)
12. HADDAD, S « Risque et processus de création des entreprises innovantes en Tunisie », 7ème congrès de l'Académie de l'entrepreneuriat et de l'innovation, Paris, 12-15 octobre 2011, p.08.
13. Hernandez E.M. « Extension du domaine de l'entrepreneur… et limites » Revue de des sciences de gestion, n0168-169.
14. IMANSOUREN Souhila « L'entrepreneuriat: Evolution et contraintes à la création des PME en Algérie (2001-2019) » EL-Manhel Economique, volume 04, Numéro 03, Déc 2021. Université El Oued, Algérie
15. Inès. GABARRET et Benjamin. VADEL « Pour une nouvelle approche de la motivation entrepreneuriale » dans : Revue des sciences de gestion 2015/1 N°271.
16. Jean KAHUISA MAKINA « obstacles financiers à la création d'entreprise chez les jeunes, étude qualitative auprès des jeunes diplômés congolais » : international Multilingual of science and Technologie, vol 7 Issue 2, February 2022.
17. Louis Jacques FILION, « Deux types d'entrepreneures : l'opérateur et le visionnaire-Conséquences pour l'éducation » Cahier de recherche N°. 1998-10 Septembre 1998.
18. MADOUDI Mohamed, BOUKRIF Moussa, « de l'économie administrée à l'économie de marché. Les PME à l'épreuve de la mise à niveau des entreprises en Algérie », colloque international « la vulnérabilité des types et des PME dans un environnement mondialisé »2009.
19. Maldonado, Carlos, « entre l'illusion de la normalisation et le laisser faire : vers la législation du secteur informel », Cuadermo, 2000.

20. MELBOUCI. L, (2009) « Le capital social et le comportement innovateur de l'entrepreneur algérien », communication au colloque international sur l'entrepreneuriat et la PME, Belgique, Octobre, 2008.
21. Mohammed. KADI « Quelle place pour la PME algérienne dans le processus du développement économique ? », Centre de recherche en économie appliquée pour le développement. Vol 2017/18.
22. Mounia. DIAMANE « revue de l'entrepreneuriat et de l'innovation ; L'approche intention en entrepreneuriat » : Cadres théorique et perspectives de recherche, ESCA Ecole de Management V5N19, 2023.
23. Moustafa OUKACI, Mohamed Achouche (2020), **Evolution de la dynamique entrepreneuriale en Algérie ; une comparaison des caractéristiques de l'entrepreneur**, Revue algérienne de développement économique, Volume 07 (numéro 01), Algérie : Université Kasdi Marbah Ouargla.
24. Romain S, Amandine : Etude « Facteurs clés de succès et obstacles à la création d'entreprises sociales », septembre 2010.
25. Sabrina. BELLANCA et Olivier. COLOT « Motivations et typologies d'entrepreneurs : une étude empirique belge » dans : la revue des sciences de gestion 2014/2 N°266.
26. Si Lekhal., (K), Korichi., (Y), Gaboussa., (A), « Les PME en Algérie : Etat des lieux, contraintes et perspective », revue N°04/2013.
27. W. Sambo. "Factors influencing the development of youth entrepreneurship: the case of Ethekwini municipality, South Africa." Problems and Perspectives in Management, vol. 13, no. 4-1, 2015.
28. Yassine Laib et Rédha Benredjm «Evaluation des méthodes de promotion de l'entrepreneuriat en Algérie » : La revue des sciences de gestion 2017/5(N° 287-288)

Site web :

1. http://www.strategie-aims.com/events/conferences/4-xxeme-conference-de-laims/communications/1325-les-barrieres-a-l-innovation-organisationnelle/download
2. https://www.interieur.gov.dz-wilaya-de-Bejaia-richesses-et-diversification.html)

Thèses :

1. ADJOUT.S, 2011, « Entrepreneuriat féminin : Etat des lieux et caractéristiques, cas de la wilaya de Bejaia ». Université Abderrahmane Mira de Bejaia.
2. AIT HAMMA. Yassine et MESSAHLI. Sihem, 2018, « Les facteurs déterminants à la création des entreprises. Cas d'NSEJ Bejaia ». Mémoire de Master en Entrepreneuriat, Université Abderrahmane Mira de Bejaia.
3. AMGHAR. M (2009), « essai d'analyse de la contribution de la dynamique entrepreneurial au développement du territoire, cas de BBA » Mémoire de magistère en science de gestion, Université de Bejaia.
4. ARAB. Dalila et DJERADA. Katia, « L'entrepreneur et les motivations de création d'entreprise : cas de la commune de Bejaia ». Mémoire de Master en Entrepreneuriat, Université Abderrahmane Mira de Bejaia.

5. DIAMANE. M, KOUBAA.S, « Les approches dominantes de la recherche en Entrepreneuriat », Ecole Doctorale du Groupe ISCAE Casablanca, Maroc.
6. DJERROUD. Nadia et GADOUM. Rania, 2020, « Les obstacles de la création des PME », Mémoire de Master en Entrepreneuriat, Université Abderrahmane Mira de Bejaia.
7. ESTAY. C, 2006, « La motivation entrepreneuriale », Université des Sciences et Technologie de Lille1.
8. FELLAH. Meriem, 2013 « La dynamique entrepreneuriale et les déterminants à la création de l'entreprise. Cas de la wilaya de Bejaia ». Mémoire de Master en Management Economique Des Territoires et Entreprenariat.
9. RAHMANI F, 2021 « les déterminants entrepreneuriale à la création des entreprises touristiques : cas de la wilaya de Tizi Ouzou » Mémoire de master en Marketing Hôteliers, et Touristique, Université Mouloud Mammerie de Tizi Ouzou.

Liste des figures

Figure n°01 Le modèle de motivation entrepreneuriale

Figure n°02 Répartition géographique des PME

Figure n°03 Carte de la wilaya de Bejaia

Figure n°04 Évolution de la population globale des PME (2022-2023)

Figure n°05 Les secteurs d'activité dominants à Bejaia

Figure n°06 Répartition des entreprises selon leur année de création

Figure n°07 Répartition des entreprises selon la forme juridique

Figure n°08 Répartition des entrepreneurs selon l'âge

Figure n°09 Répartition selon le mode de financement initial des entrepreneurs

Figure n°10 Les principaux défis rencontrés lors de la création

Figure n°11 Répartitions des participants selon le type d'organisme

Figure n°12 Les facteurs qui pourraient améliorer l'environnement de la création d'entreprise selon les répondants

Liste des tableaux

Tableau n°01 Les définitions de l'entrepreneur en fonction des écoles de pensée

Tableau n°02 Typologies d'entrepreneurs

Tableau n°03 Les « pull motivations »

Tableau n°04 Les « Push motivations »

Tableau n°05 Définition de la PME en Algérie

Tableau n°06 Évolution de la population globale des PME (2020/2021)

Tableau n°07 Évolution des PME par secteur d'activité (2020 /2021)

Tableau n°08 Évolution de l'emploi par type de PME

Tableau n°09 Le réseau routier de la wilaya de Bejaia

Tableau n°10 Évolution de la population globale des PME à Bejaia (2022-2023)

Tableau n°11 Évolution des PME par secteur d'activité (2022-2023)

Tableau n°12 La taille de l'échantillon de notre enquête

Tableau n°13 La taille de l'entreprise selon les catégories

Tableau n°14 Répartition des entreprises selon le domaine d'activité

Tableau n°15 Répartition des entrepreneurs selon le sexe

Tableau n°16 Répartition des entrepreneurs selon la situation matrimoniale

Tableau n°17 Répartition des entrepreneurs selon le niveau d'instruction

Tableau n°18 Répartition des entrepreneurs selon la situation professionnelle avant la création de l'entreprise

Tableau n°19 L'origine de l'idée de création

Tableau n°20 Les motivations de l'entrepreneur

Liste des tableaux

Tableau n°21 Les opportunités gouvernementales qui ont favorisé la localisation

Tableau n°22 L'attachement des entrepreneurs à leurs régions

Tableau n°23 Complexité des démarches administratives

Tableau n°24 Difficultés d'accès au financement pour les entrepreneurs

Tableau n°25 Répartition des participants aux programmes d'aide à la création d'entreprise

Tableau n°26 Répartition des participants selon la nature de l'aide

Tableau n°27 Répartition des participants selon leur satisfaction à l'aide

Table des Matières

Remerciement

Dédicaces

Sommaire

Liste des tableaux et figures

Introduction Générale 1

Chapitre I:L'entrepreneuriat: cadre théorique…….…4

Introduction 4

Section N°01 : La théorie de l'entrepreneuriat et l'entrepreneur 4

1-1-Définition de l'entrepreneuriat 4

1-2- Les approche dominantes de la recherche en entrepreneuriat.....5

1-2-1- Approche descriptive (Approche par les traits).....5

1-2-2-Approche comportementale (Approche par les faits)…….....6

1-2-3-Approche processuelle……....6

1-3-Les formes de l'entrepreneuriat.....6

1-3-1-Création par essaimage……...7

1-3-2-Création par franchise……..……...7

1-3-3-L'intrapreneuriat……..……7

1-3-4-Création ex-nihilo……..….8

1-3-5-La reprise d'entreprise……..…...8

1-4- L'importance de l'entrepreneuriat.....8

1-4-1-Entrepreneuriat et croissance économique……..……8

1-4-2-Entrepreneuriat et création d'emploi……..….9

1-4-3-Entrepreneuriat et renouvelement du parc d'entreprises……..…...9

1-4-4-Entrepreneuriat et innovation…….…....9

1-5- Définition de l'entrepreneur.....9

1-6-Les caractéristiques de l'entrepreneur 11
1-6-1-Les traits de caractères……..……11
1-6-2-L'opportunisme……..……...12
1-6-3-L'entrepreneur est un organisateur……..…...12
1-7- La typologie de l'entrepreneur 13
1-7-1-Le manager ou l'innovateur……..…….13
1-7-2-L'entrepreneur artisan……...…….13
1-7-3-L'entrepreneur-propriétaire orienté vers la croissance……..……13
1-7-4-L'entrepreneur refusant la croissance mais cherchant l'efficacité……..…...13
Section N° 02: La création d'entreprise acte essentiel de l'entrepreneuriat 15
2-1-Les étapes de la création d'entreprise.....16
2-2-Les types de création d'entreprises.....16
2-2-1-La création de la reproduction……..……..16
2-2-2-La création imitation……..……...17
2-2-3-La création innovation-valorisation……..…17
2-2-4-La création innovation-aventure……..….17
2-3-Généralité sur la création des entreprises et des PME.....17
2-4-Définition de la PME.....18
2-5- Caractéristiques des PME 19
2-6- Les atouts et les faiblesses des PME 20
2-6-1-Les atouts des PME……..…….20
2-6-2-Les faiblesses des PME……..……...20
Conclusion.....21
Chapitre II: Facteurs de motivation et freins à l'égard de la création d'entreprise: Revue théorique……..22
Introduction 22
Section n°01:Les motivations à l'égard de la création d'entreprise 22

1-1-Généralité sur la motivation.....22
1-1-1-Définition de la motivation……..…….22
1-1-2-Les types de la motivation……..……..23
1-1-2-1-La motivation intrinsèque…….……23
1-1-2-2-La motivation extrinsèque…….……...23
1-1-2-3-L'amotivation…….……...24
1-2-La motivation dans le domaine de l'entrepreneuriat.....24
1-2-1-Les approches par les caractéristiqueset les besoins de l'entrepreneur…..……...24
1-2-2-Les approches comportementales et cognitifs……..…….25
1-2-2-1-Le modèle de formation organisationnelle de Learned…….…….25
1-2-2-2-Le modèle de l'avènement entrepreneuriale de Shapero…….…26
1-2-2-3-Le modèle de l'intension entrepreneuriale de Boyd et Vozikis…….…..26
1-2-3-Vers un modèle de motivation entrepreneuriale……..……..26
1-3-Les principales dimensions entrepreneuriales favorisant la création 28
1-3-1-Les dimensions économiques Et démographiques……..……..28
1-3-2-Les dimensions socioculturelles……..……..28
1-3-3-Les motifs politiques……..……...29
1-4-Les motivations de l'entrepreneur à l'égard de la création d'entreprise 29
1-4-1-Théorie pull: opportunités et indépendance……..……29
1-4-2-Théorie push: nécessité et insatisfaction……..…….32
1-4-3-Dautres facteurs de motivation…….……34
1-4-3-1-Motivations psychologiques …….…… .34
1-4-3-2-Motivations sociologiques et culturels…….…….36
1-4-3-3-Motivations économiques…….…….38
Section n°02 : Les obstacles à l'égard de la création d'entreprise 39
2-1-Définition de l'obstacle.....39
2-2-Les obstacles à la création d'entreprise 40
2-2-1-Les obstacles liés au créateur……...……...…..40

2-2-2-Les obstacles liés à l'environnement……...……41

2-2-3-Les obstacles liés au projet……..…….45

Conclusion.....45

Chapitre III: La dynamique entrepreneuriale en Algérie……..……47

Introduction.....47

Section N°01 : L'entrepreneuriat en Algérie.....48

1-1-Historique et évolution de l'entrepreneuriat en Algérie.....49

1-1-1-Marginalisation de l'entrepreneuriat privée (1960 et 1970)…….....….49

1-1-2-Transition vers une économie de marché (début des années 1990)……..…49

1-1-3-Croissance de l'entrepreneuriat(années 2000 au-delà)……..……...50

1-2-L'entrepreneur algérien et ses caractéristiques.....50

1-3-Les politiques de soutien à l'entrepreneuriat.....52

1-3-1-La formation en entrepreneuriat……..……..52

1-3-2-La sensibilisation et la promotion de la culture eentrepreneuriale…….…..52

1-3-3-La création des organismes d'accompagnement et financement……...53

Section N°02 : Les PME algériennes : état des lieux.....53

2-1-Définition de la PME en Algérie.....53

2-2-Aperçue global sur les PME en Algérie.....54

2-2-1-Evolution de la population globale des PME……...……55

2-2-2-Evolution des PME par secteur d'activité……..……...55

2-2-3-Evolution de l'empoli par type de PME……..……...56

2-2-4-Répartition géographique des PME……..……56

2-3-Caractéristiques des PME Algériennes.....57

2-4-Les contraintes de développement des PME en Algérie.....58

2-4-1-Les contraintes découlant des activitées informelles dites souterraines……..…58

2-4-2-Les contraintes financiàères……59

2-4-3-Les contraintes liés au foncier industriel……..…..……..60

2-4-4-Les contraintes d'ordre administratif et judiciaire……..……..60

2-4-5-Les contraintes liées au marché du travail……..…….60

2-4-6-Les contraintes d'information……61

2-5-Les organismes d'appui pour le développement des PME n Algérie 62

2-5-1-L'agence national de développement des investissements "ANDI"…….……62

2-5-2-L'agence national pour le soutien à l'emploi des jeunes "ANSEJ"……..…...62

2-5-3-La caisse national d'allocation chomage "CNAC"…….……..63

2-5-4-L'agence national de gestion du microcrédit "ANGEM"……..…….……..63

2-5-5-Fonds de garantie des crédits aux PME "FGAR"…….…….…….…64

2-5-6-L'agence national de développement de la PME "ANDPME"……..…..64

2-5-7-La caisse de garantie des crédits à l'investissements "CGCI"……..……..64

Conclusion.....65

Chapitre IV: L'étude empirique des facteurs de motivation et entraves à la création d'entreprise (Cas de la wilaya de Bejaia)…….66

Introduction 66

Section N°01 : Présentation de la wilaya de Bejaia.....66

1-1-La situation géographique et administrative 67

1-2-Les activités économiques dans la wilaya de Bejaia 68

1-3- Les infrastructures de base de la wilaya 68

1-4-Les PME de la wilaya de Bejaia.....70

1-4-1-Evolution de la population globale des PME…….……..…….70

1-4-2-Evolution des PME par secteur d'activité……..……..……71

Section N°02 : Analyse des résultats de l'enquête 73

2-1-Méthodologie de la recherche 73

2-1-1-Le terrain du l'enquête…….……..……72

2-1-2-L'objectif de l'enquête……..…..……73

2-1-3-Structure de questionnaire……..……...……73
2-1-4-Taille de l'échantillon……..……..74
2-1-5-Déroulement du l'enquête……..74
2-1-6-Traitement et dépouillement des questionnaires……..……75
2-2-Analyse et interprétation des résultats de l'enquête 75
2-2-1-Analyse de profil des entreprises créées……..……75
2-2-1-1-Répartition des entreprises selon l'année de création…….……..75
2-2-1-2-Répartition des entreprises selon la taille…….……76
2-2-1-3-Répartition des entreprises selon le secteur juridique…….…….76
2-2-1-4-Répartition des entreprises selon le domaine d'activité…….……..77
2-2-2-Analyse de profil du créateur…….77
2-2-2-1-Répartition selon le sexe de l'entrepreneur…….…….77
2-2-2-2-Répartition selon l'âge de l'entrepreneur…….…….78
2-2-2-3-Répartition selon la situation matrimoniale de l'entrepreneur…….…….78
2-2-2-4-Répartition selon le niveau d'instruction de l'entrepreneur…….…..79
2-2-2-5-Répartition selon la situation professionnelle de l'entrepreneur avant la création……..79
2-2-2-6-Répartition selon la mode de financement initial des entrepreneurs……...…80
2-3-Les motivations de l'entrepreneur à l'égard de la création de l'entreprise.....81
2-3-1-L'origine de l'idée de création de l'entreprise…….……..80
2-3-2-Les raisons qui ont motivées les entrepreneur à lancer en affaires……..…….81
2-3-3-Opportunités environmentales favorisant la localisation……..……81
2-3-4-L'attachement à la région……..……82
2-4-Les obstacles de l'entrepreneur à l'égard de la création de l'entreprise.....83
2-4-1-Les principaux défis rencontrés lors de la création…….83
2-4-2-Compexité des démarches administratives……..……..83
2-4-3-Diffécultés d'accès au financement……..……..84

2-4-4-Evaluation de l'appui des dispositifs d'aide à la création d'entreprise……....84

2-4-5-Les facteurs qui pourraient améliorer l'environnement de la création d'entreprise dans la wilaya de Bejaia……86

Conclusion.....88

Conclusion générale……..90

Annexe

Bibliographie

Liste des figures

Liste des tableaux

Résumé

La dynamique entrepreneuriale s'articule autour d'une démarche intentionnelle, façonnée par divers facteurs, tant les motivations que les obstacles, que nous nous proposons d'identifier et d'analyser dans notre étude sur l'entrepreneuriat. Pour cela, nous adoptons deux approches : une approche théorique s'appuyant sur la documentation existante et une approche empirique fondée sur une étude quantitative, utilisant un questionnaire comme outil d'investigation. Cette recherche est menée auprès d'un échantillon de 30 entrepreneurs. En explorant la réalité de ces créateurs d'entreprises, nous identifions les principaux déterminants de leur succès, où les contraintes administratives et le manque de financement nécessaire apparaissent comme des obstacles majeurs, tandis que la quête d'indépendance financière émerge comme la motivation principale.

Mots clés : Entrepreneuriat, entrepreneur, création d'entreprise, dynamique entrepreneuriale, PME, motivation, obstacle.

Abstract

The entrepreneurial dynamic revolves around an intentional approach shaped by various factors, both motivations and obstacles, which we aim to identify and analyze in our study on entrepreneurship. To achieve this, we adopt two approaches: a theoretical approach based on existing literature and an empirical approach based on a quantitative study, using a questionnaire as an investigative tool. This research involves a representative sample of 30 entrepreneurs. By exploring the reality of these business creators, we identify the main determinants of their success, where administrative constraints and lack of necessary funding emerge as major obstacles, while the quest for financial independence stands out as the primary motivation.

Keywords: Entrepreneurship, entrepreneur, business creation, entrepreneurial dynamic, SMEs, motivation, obstacle.