

UNIVERSITE ABDERRAHMANE MIRA DE BEJAIA
FACULTE DES SCIENCES ECONOMIQUES COMMERCIALES ET DES
SCIENCES GESTION.

Département des sciences de gestion

Mémoire de fin de cycle

Pour l'obtention du diplôme de master en sciences de gestion

**Option : Management Economique Des Territoires et
Entreprenariat.**

Thème

***La Dynamique Entrepreneuriale et les
Déterminants à la Création de l'Entreprise
Cas de la Wilaya de Bejaia***

Présenté par :

FELLAH Meriem

Encadré par :

M^{me} :HADOU Naima

Devant le jury composé de :

Président : M^{me} BOUDACHE

Rapporteur : M^{me} HADOU

Examineur : M^{er} OUKACI

Année Universitaire 2012/2013

Remerciements

C'est avec un réel plaisir que je tiens à présenter ces mots de remerciement à tous ceux qui m'ont accompagné, conseillé et soutenu tout au long de mon travail.

Je remercie Dieu tout puissant qui m'a donné courage et volonté pour préparer ce modeste travail.

Je remercie profondément, mon encadreur M^{me}HADOU Naima d'avoir accepté de diriger mon travail, pour sa disponibilité et ses orientations.

Je remercie aussi les membres du jury, d'avoir accepté d'évaluer ce travail et dont les remarques vont sûrement permettre de consolider ce travail.

Je remercie également les entrepreneurs qui ont accepté de répondre à nos questions, pour leur collaboration soignée.

Enfin, je tiens à remercier toute ma famille pour leur soutien et leur patience, et à ma très chère amie qui est à mes côtés, ainsi que tous ceux et toutes celles qui m'ont apporté leur soutien tout au long de ce travail.

Dédicaces

A la mémoire de ma très chère grand-mère.

A mes très chers parents.

A mes sœurs et mon frère.

A ma famille.

A toutes celles et tous ceux qui me sont cher.

Sommaire

Introduction générale.....	01
Chapitre 1 : cadre théorique de l'entrepreneuriat	05
Introduction.....	05
1- Le cadre conceptuel et théorique de l'entrepreneuriat.....	05
2- Concept de base de la théorie de l'entrepreneur	09
3- Création de l'entreprise : acte essentiel de l'entrepreneuriat.....	16
Conclusion.....	22
Chapitre 2 : Les déterminants à la création de l'entreprise	23
Introduction	23
1- Les facteurs motivationnels de l'entrepreneuriat	23
2- Les facteurs motivationnels des entrepreneurs	30
Conclusion.....	39
Chapitre 3 : La dynamique entrepreneuriale en Algérie	40
Introduction	40
1- Les PME en Algérie.....	40
2- La PME privée dans la wilaya de Bejaia.....	52
Conclusion.....	64
Chapitre 4 : Analyse des résultats de l'enquête	65
Introduction.....	65
1- Méthodologie de la recherche	65
2- Analyse des résultats de l'enquête Conclusion.....	69
Conclusion.....	91
Conclusion générale.....	92
Bibliographie	
Liste des tableaux et figures	
Annexes	

Liste des abréviations

- ANAT** : Agence Nationale de l'Aménagement Territorial
- ANDI** : Agence Nationale de Développement des Investissements
- ANSEJ** : Agence Nationale de Soutien à l'Emploi des Jeunes.
- APSI** : Agence de Promotion de soutien et de Suivi des Investissements
- BTP** : Bâtiments et Travaux Publics
- CALPI** : Comités d'Assistance, de Localisation et de Promotion des Investissements
- CAM** : Chambres de l'Artisanat et des Métiers
- CAP** : Croissance, Autonomie, Pérennité
- CGPME** : La Conférence Générale des PME
- CNAS** : Caisse Nationale d'Assurance Sociale
- DPAT** : Direction de la Planification et l'Aménagement du Territoire
- EPE** : Entreprise Publique Economique
- EPIC** : Etablissement Public à caractère Industriel et Commercial
- EURL** : Entreprise Unipersonnelle à Responsabilité Limitée
- FGAR** : Fonds de Garantie des prêts bancaires accordés aux PME
- INAPI** : Institut National Algérien de la Propriété Industrielle
- OCDE** : Organisation de Coopération pour le Développement économique
- OMC** : Organisation Mondiale du Commerce
- ONS** : Office National des Statistiques
- PIB** : Produit Intérieur Brut
- PIC** : Pérennité, Indépendance, Croissance
- PME** : Petite et Moyenne Entreprise
- SARL** : Sociétés à Responsabilité Limitée
- SNC** : Sociétés en Nom Collectif
- SPA** : Sociétés Par Actions
- TPE** : Très Petite Entreprise

Introduction générale

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

Face aux défis de la mondialisation, les nouvelles entreprises produisent de la croissance économique, des emplois et de l'innovation.

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

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

L'étude de phénomène de l'entrepreneuriat en Algérie dans notre cadre revient à s'intéresser au sujet qui porte sur le secteur de la PME. Ce choix s'explique par le fait que ce secteur manifeste un grand essor où il a été remarqué ces dernières années un rythme élevé de création d'entreprises. Plusieurs mesures ont été prises et des institutions sont créées afin de soutenir l'initiative individuelle. La mise en place de différents dispositifs de création

d'entreprises (ANDI 'ex APSI', ANSEJ...), Ainsi que la direction de planification et d'aménagement du territoire (DPAT), et plein d'autres mesures prises pour soutenir les dispositions individuelles dans plusieurs wilayas du pays.

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

En 2009, elle occupe la quatrième place au niveau national avec 15 517 PME privées soit 4,48% du nombre total des PME privées enregistrées en Algérie (soit une évolution de 10,76% par rapport à l'année précédente). La majorité des entreprises de la wilaya sont créées à partir de 1995 grâce à la mise en place d'un certain nombre de dispositifs en faveur de la création d'entreprises. Elles sont pour la quasi-totalité des PME. Ces entreprises se répartissent de manière très inégale, avec une concentration sur un nombre restreint de communes.

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

Le but de ce travail de recherche s'accumule sur l'étude d'un certain nombre de questions, ayant une grande importance pour cerner la problématique de l'activité entrepreneuriale dans la wilaya de Bejaia et à s'intéresser aux différents points de ce thème. Notre travail de recherche se prononcera sous une question centrale comme suite :

Quelles sont les motivations de la création d'entreprise dans la wilaya de Bejaia ?

Pour mieux cerner cette question, notre travail tentera de répondre aux questions secondaires suivantes :

- Quel est le profil de l'entreprise créée ?
- Quelles sont ses origines sociales et professionnelles ?
- Quelles sont les motivations des entrepreneurs qui sont à l'origine de la création de leur entreprise ?
- Quel est l'impact de la création des PME sur le développement économique de la région ?

A partir de l'objectif de la recherche, nous avons formulé quelques hypothèses sur les déterminants de la création des PME au niveau de la wilaya de Bejaia. Nous partons essentiellement sur les hypothèses suivantes :

- Hypothèse 1 : La disponibilité des moyens de financement qui permet aux entrepreneurs de se lancer en affaire.
- Hypothèse 2 : L'entrepreneur privé, cherche à investir essentiellement dans les secteurs à faible intensité capitalistique et offrant des taux de rentabilité élevés.
- Hypothèse 3 : L'entrepreneur est motivé dans sa création afin de s'améliorer financièrement.
- Hypothèse 4 : La création de l'entreprise conséquence sur le développement économique de la wilaya de Bejaia.

La présente recherche sera architecturée en quatre chapitres que nous développerons en suivant le fil conducteur de notre travail, à savoir la mesure de la contribution de la connaissance à la dynamique entrepreneuriale.

Le premier chapitre sera consacré à présenter : premièrement, quelques théories sur l'entrepreneuriat. Deuxièmement, quelques approches et théories principales de la notion d'entrepreneur. et enfin troisièmement création d'entreprise : acte essentiel de l'entrepreneuriat.

Dans le deuxième chapitre nous allons présenter quelques théories qui nous permettent de comprendre les raisons pour lesquelles l'individu est motivé pour créer une entreprise. Ensuite, nous allons énumérer les facteurs déclencheurs de l'acte de création. Et enfin, nous allons voir quel est l'impact de ces créations dans le développement économique et social.

Dans le troisième chapitre nous allons présenter l'évolution de la population de PME privées en Algérie et plus précisément dans la wilaya de Bejaia, dans quel cadre elle a évolué, ainsi que les secteurs d'activités et le rôle de la PME dans la création d'emplois et la contribution à la valeur ajoutée, et les difficultés qui handicapent ces PME.

L'objet du dernier chapitre s'articule autour de l'enquête que nous mènerons auprès d'un échantillon de PME dans la wilaya de Bejaia. Les résultats nous permettront de répondre aux

préoccupations de notre problématique. Les éléments essentiels de ce chapitre concerneront la présentation de la méthodologie à suivre dans l'accomplissement de l'enquête et l'analyse des résultats obtenus de cette enquête.

Chapitre 1 : Cadre théorique de l'entrepreneuriat

Introduction

Le phénomène entrepreneurial est à la fois polymorphe et protéiforme, car il recouvre plusieurs situations. Cet état de fait, a conduit les chercheurs contemporains en entrepreneuriat, à élaborer plusieurs théories, afin d'expliquer cette réalité, qui a encore de nombreuses zones d'obscurité.

1- Le cadre conceptuel et théorique de l'entrepreneuriat

L'entrepreneuriat est un phénomène complexe qui signifie différentes choses. Plusieurs économistes ont donné une définition à ce concept.

1-1 Définition de l'entrepreneuriat

L'entrepreneuriat est un phénomène divergent, du fait qu'il touche tous les domaines de la vie économique et sociale. Plusieurs auteurs de différentes spécialités ont contribué à lui donner une définition, néanmoins son unanimité reste difficile à faire. Pour cela on va essayer d'aborder quelques-unes d'entre elles.

Selon Julien et Marchesnay, le mot entrepreneuriat a été choisi au Québec par le conseil de la langue française, au détriment du terme anglais « entrepreneurship ». Ce mot désigne « L'état (la qualité) de celui ou de ceux qui sont entrepreneurs. Cet état résulte de plusieurs facteurs plus ou moins complémentaires, l'esprit d'entreprise, la création de l'entreprise et l'action d'entreprendre ou de conduire une entreprise en étant entrepreneur. »¹

Selon T. Verstraet (2000, p12) « l'entrepreneuriat est un phénomène combinant un individu et une organisation. L'un se définit par rapport à l'autre et vice versa. Ainsi, le terme entrepreneuriat décrit une relation symbiotique entre un entrepreneur et une organisation. Ainsi l'entrepreneur : agit, structure et engage son environnement à des fins socioéconomiques. Son action induit du changement et conduit à une modification partielle d'un ordre existant »²

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

¹ Boislandelle H. M., « Dictionnaire de gestion : vocabulaire, concept et outils, Economica, Paris, 1998, P.146.

² Verstraet T, 2000, « histoire d'entreprendre : les réalités de l'entrepreneuriat », management et société, p293.

assumant les risques financiers psychologiques et sociaux correspondants et a en recevoir les fruits sous forme de satisfaction pécuniaire et personnelle. »³

La commission européenne définit l'entrepreneuriat de la manière suivante ;

« L'entrepreneuriat est un état d'esprit et un processus qui permettent de générer et de développer l'activité économiques en lien avec la créativité, l'innovation et la volonté de prise de risque, impliquant une gestion de premier ordre dans le contexte d'une société existante ou nouvellement créée. » (La Commission Européenne, 2003).

Selon Paturel (2003, p6) « L'entrepreneuriat est, à partir d'une idée, l'exploitation d'une opportunité dans le cadre d'une organisation impulsée, créée de toute pièce ou reprise dans un premier temps, puis développée ensuite, par une personne physique seule ou en équipe qui subit un changement important dans sa vie, selon un processus qui aboutit à la création d'une valeur nouvelle ou à l'économie de gaspillage de valeur existante. »

Selon Verstraete et Fayolle (2005) résumant les différentes approches à travers une revue de la littérature qui fait apparaître quatre paradigmes permettant de cerner le domaine de l'entrepreneuriat :

- paradigme de l'opportunité d'affaires : c'est la détection, construction et exploitation d'une opportunité qui constitue l'acte entrepreneurial. (Bygrave et Hofer 1991, Timmons 1994, Vvankataraman 2000).
- Paradigme de la création d'une organisation ; qui ne se réduit pas seulement à la création d'entreprises. L'entrepreneuriat concerne selon ce paradigme le phénomène « d'émergence organisationnelle » au sens large (Bygrave et Hofer 1991, Gartner 1990, verstrarete 2003).
- Paradigme de l'innovation : le fondement del'entrepreneuriat est l'innovation (au sens large), selon ce paradigme. Il n'y a pas d'entrepreneuriat sans innovation . (Schumpeter 1939, Drucker 1985, Carland 1984, Martin1994, Julien et Marchesnay,1996).
- Paradigme de la création de valeur : l'entrepreneuriat est un processus dynamique de création de valeur nouvelle (sans obligatoirement apporter une innovation). (Gartner1990, Bruyat1993). Ces quatre paradigmes complémentaires sont retrouvés chez paturel (2005) dans son analyse critique de la grille de Bruyat (1993) ou il intègre

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

les développements les plus récents de la recherche en entrepreneuriat. Les axes changement pour l'individu et création de valeur sont ré-analysés et entendus. La notion d'individu et de changement de situation pour l'entrepreneur (conditions nécessaires pour parler d'entrepreneuriat) est revue pour pouvoir parler d'equipreneuriat lorsqu'une équipe intervient dans la création. Lorsqu'une création n'implique pas de changement de statue pour l'individu (ou l'équipe) on parle d'acadépreneuriat et d'intrapreneuriat.

La notion de création de valeur « nouvelle » est relativisée (nouveau pour qui ? l'entrepreneur, la société, une zone géographique ?) pour Paturol, c'est « la satisfaction de besoins solvables ou non solvables est le déterminant qui justifie l'utilité de la création (ou de la reprise) ». Le cas particulier de la reprise d'entreprises est intégré aujourd'hui sans ambiguïté dans le champ d'entrepreneuriat (Dechamps, 2003) est constitué un thème de recherche pour un certain nombre d'équipe de recherche à travers le monde.

L'identification des paradigmes nous permet de positionner les divers sujets de recherche afin d'approfondir la connaissance de champ de l'entrepreneuriat et à mieux cerner des sujets à investir par la recherche.

1-2 Regards croisés dans la théorie des organisations

Mais l'entrepreneuriat ne saurait se réduire uniquement à l'acte de la création d'entreprise : il est avant tout un état d'esprit et une dynamique d'action. C'est dans ce sens que plusieurs approches conceptuelles ont été développées afin de mieux cerner dans sa globalité le phénomène complexe qu'est l'entrepreneuriat. Nous reviendrons sur les plus essentielles dans le développement suivant :

1-2-1 L'entrepreneuriat comme processus d'émergence organisationnelle

Cette conception a été développée par Gartner(1988)⁴ qui a mis l'accent sur le processus qui conduit à l'apparition d'une nouvelle organisation. Dans cette approche, l'entrepreneuriat est entendu comme un processus de création d'une organisation. Ce qui sous entend les activités par lesquelles le créateur (de l'opportunité) mobilise et combine des ressources

⁴ Gartner(1988)cité par Alain Fayolle(2004), in «Entrepreneuriat : Apprendre à entreprendre», Dunod, 2004. P 28.

(informationnelles, matérielles, humaines, etc.) pour concrétiser l'opportunité en un projet structuré, voire une entité.

1-2-2 L'entrepreneuriat comme processus d'exploitation des opportunités

Dans cette deuxième conception, Shane et Venkataraman (2000)⁵, définissent l'entrepreneuriat comme : « processus par lequel des opportunités à créer des produits et des services futurs sont découvertes, évaluées et exploitées ».

Dans cette conception, les processus de découverte, d'évaluation et d'exploitation des opportunités représentent des objets d'étude et de recherche essentiels.

1-2-3 L'entrepreneuriat comme dialogique individu /création de valeur

La troisième conception, initiée par Bruyat (1993)⁶, est celle de la dialogique individu / création de valeur définie comme une dynamique de changement où l'individu est à la fois acteur de la création de valeur dont il détermine les modalités et objet de la création de valeur, qui par l'intermédiaire de son support (projet, structure, etc.) l'investit voire la détermine.

Dans l'optique de Bruyat, le champ de l'entrepreneuriat est organisé autour de deux dimensions, à savoir : le degré du changement pour l'individu et le niveau du risque encouru dans l'accès à la fonction entrepreneuriale, ainsi que le niveau de création de valeur par l'action d'innovation.

Pour C.Bruyat, « l'entrepreneur ne peut se définir qu'en référence à un objet (création de valeur). Objet dont il fait partie, dont il est lui-même la source ou le créateur et dont il est également le résultat »⁷. L'entrepreneur est donc celui qui entreprend, se met à faire, organise quelque chose, à savoir l& création de valeur.

Il voit « le processus entrepreneurial comme le résultat d'un processus dialectique complexe associant de manière interactive l'individu porteur d'un projet et l'organisation qu'il va faire émerger puis naître officiellement et éventuellement développer »⁸

⁵ Shane et Venkataraman (2000) cité par Alain Fayolle (2004), Op. cit. p 29-30

⁶ Bruyat c, création d'entreprises : Contribution épistémologique et modélisation, Thèse pour le Doctorat d'Etat en Sciences de Gestion, ESA, Université Grenoble I p 88.

⁷ C Bruyat. Cité par Sandrine EMIN et Nathalie Schieb-Bienfait in : « projets entrepreneuriaux de l'économie sociale et solidaire : propositions pour de nouveaux cadres d'analyse » ; communication pour le congrès de l'Académie de l'entrepreneuriat Sherbrooke-octobre2007.p5

⁸ Bertrand Sporta, Lucien Kombou ; « L'entrepreneuriat Africain : Mythe ou réalité ? ». In Thierry Verstraete, Histoire d'entreprendre ; les réalitésde l'entrepreneuriat, EMS,2000. P 243.

1-2-4 L'entrepreneuriat comme processus reliant un individu et une organisation

S'inscrivant dans cette approche, A .Fayolle (2004)⁹ définit l'entrepreneuriat comme une situation reliant d'une façon concomitante, un individu caractérisé par un engagement personnel fort (consommation de temps, argent, énergie, ...etc) et un projet ou une organisation émergente de type entrepreneurial.

Selon Fayolle (2005), le phénomène de l'entrepreneuriat peut être circonscrit par quatre modèles, à savoir ; la création d'une organisation, la détection et exploitation d'une opportunité, la création de valeur, et enfin l'innovation. Ces derniers ne peuvent survenir séparément, mais plutôt, concourent en même temps pour caractériser l'entrepreneuriat.

2- Concept de base de la théorie de l'entrepreneur

L'entrepreneur c'est un point étudié par plusieurs économistes, et dans cette section nous allons essayer de voir quelque définition et les théories donnés par certains chercheurs.

2-1 Définition de l'entrepreneur

Il semblerait que le mot « entrepreneur » soit né en France, car dans la langue française, l'emploi des mots « entrepreneur » et « entreprise » sont d'une part pris du verbe « entreprendre », remonte au XVI^e.

Dans un sens plus général, le mot entrepreneur désigner au XVIII^e siècle « celui qui entreprend quelque chose » ou encore un individu très actif. Le dictionnaire universel du commerce, publié à Paris en 1723 donne au mot entrepreneur la définition suivante : « celui qui entreprend un ouvrage. On dit un entrepreneur de manufacture ; entrepreneur de bâtiment ; pour dire un manufacturier ; un maître maçon ».

D'une autre part du point de vue économique, les chercheurs en entrepreneuriat notent que la notion d'entrepreneur remonte à **R.Cantillon** (1697-1755) pour cet auteur, l'entrepreneur est un preneur de risque. **J.B.Say** (1803) est le deuxième économiste à s'être préoccupé de l'entrepreneur, il place l'entrepreneur comme levier du système productif ; c-à-d qu'il ne prend pas seulement les risques de commercialisation, mais aussi, il prend des risque lié à la production. **J.Schumpeter** (1911) selon cet auteur, l'entrepreneur est une personne qui veut et qui est capable de transformer une idée ou une invention en une innovation réussie.

On illustre d'autre définition d'autre auteur comme suite :

⁹ Alain Fayolle(2004), Op.Cit

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

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

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

-**Shaver et Scott** (1991) l'entrepreneur se définit par un certain nombre d'attributs psychologiques que l'on décrit autant par la personnalité, que par les processus cognitifs activés pour la circonstance.

-**Bygrave et Hofer** (1991) l'entrepreneur est celui qui développe des opportunités et crée une organisation pour les exploiter.

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

2-2 Les caractéristiques de l'entrepreneur

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

2-2-1 Les traits de caractères

La littérature montre que les traits de personnalité de l'entrepreneur sont assimilés à ses caractéristiques. Les entrepreneurs présentent des besoins d'accomplissement et d'indépendance, un attrait du risque et une sensation de maîtrise de leur destinée. Parmi les caractères primitifs que chaque jeune créateur doit avoir dans le but de créer sa propre entreprise et devenir un entrepreneur (figure n°1), nous citons :

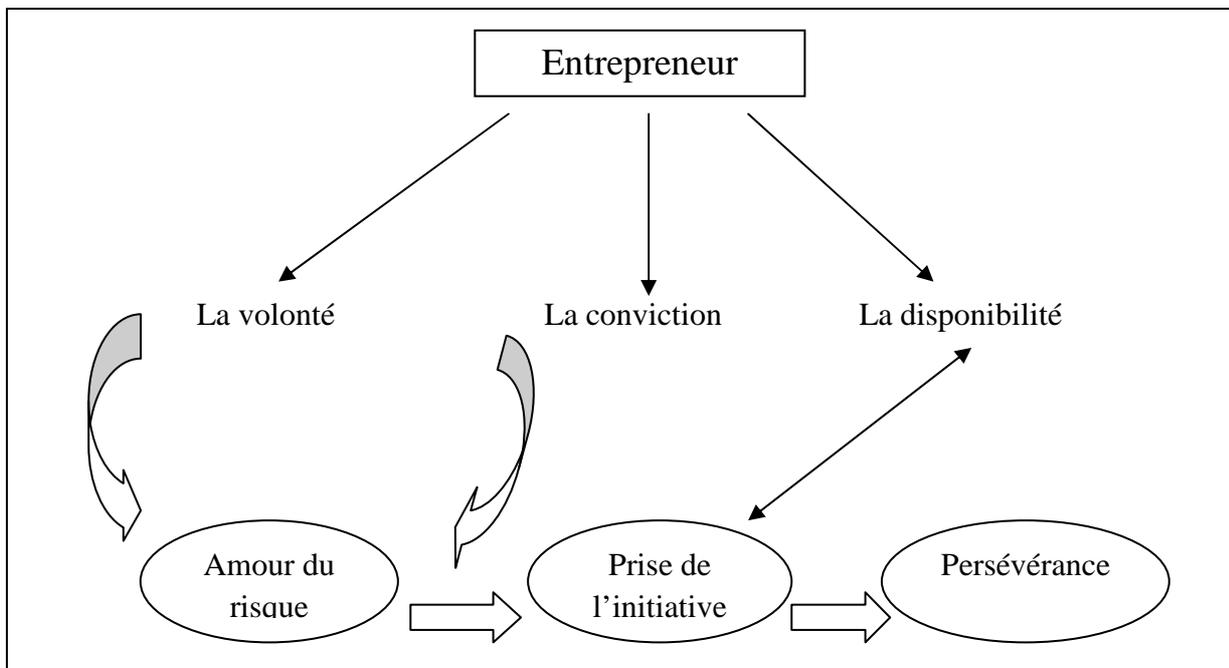
- L'indépendance : Les entrepreneurs ont un sens d'autonomie particulièrement poussée.
- Une forte confiance en eux : Ils sont optimistes, ils cherchent à exercer un certain contrôle sur eux-mêmes, et développer leur propre projet dans l'entreprise. Cette confiance en soi permet de réduire l'incertitude et le niveau du risque, elle donne à

l'entrepreneur la capacité à écouter sans être facilement désarçonné et intimidé, l'habilité à relever les défis.

- La persévérance : Le succès ne viendra pas tout de suite et la réussite nécessite du temps. Afin de surmonter les obstacles, la persévérance ne sera que le fruit de ses capacités individuelles, son besoin de réalisation et ses talents à faire preuve de son existence.
- L'amour du risque : qui sera acquis en ayant la volonté qu'il faut, la confiance en soi et puis par la suite, bien sûr une fois qu'on a confiance en son projet.
- La prise de l'initiative : viendra automatiquement par la suite, puisque le jeune créateur est animé par toutes les qualités (qualifiées par un ensemble de facteurs personnels) qu'on vient de voir précédemment, qui est assez convaincant pour prendre la décision de devenir entrepreneur.

Cependant, les caractéristiques suscitées ne sont pas propres aux entrepreneurs car elles existent un peu partout dans la société. En outre, l'entrepreneur est caractérisé par la vision stratégique, les relations humaines, la capacité à motiver autrui, l'intégrité, la sincérité. La pleine disponibilité d'aller jusqu'au bout dans ce processus quel que soit le temps de l'effort que ceci pourra demander. La figure N°1 montre les prédispositions pour devenir un entrepreneur.

Figure n°1 : Les prédispositions pour devenir entrepreneur



Source : A.Elajani : « La création d'entreprise au Maroc entre l'effet de la nouvelle politique de promotion et l'état d'esprit », colloque international : « Création d'entreprise et territoire », Tamanrasset :03 et 04 décembre 2006, page 20.

1-2-2 L'entrepreneur est un opportuniste

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 en marché de façon nouvelle, en organisant les ressources de façon différente bref en étant à l'affût d'opportunité ou de nouveauté, de manière à mieux répondre au marché. « entreprendre c'est conquérir une place sur le marché »¹⁰, c'est ainsi s'insérer entre d'autres firmes pour remporter une affaire et la poursuivre, et de faire face à la concurrence.

2-2-3 L'entrepreneur est un organisateur

L'entrepreneur représente l'être perspicace qui sait judicieusement organiser les ressources absolument limitées. Autrement dit, c'est celui qui sait désigner les facteurs de productions, et les ressources utiles, se les procurer, les assembler et mettre en œuvre avec profit. Il coordonne les ressources rares d'une façon dynamique et recherche en permanence l'amélioration du processus de production. Ce type d'entrepreneur correspond à la définition de Say. Il ne suffit pas d'être un innovateur pour être entrepreneur mais il faut être un organisateur pour développer et commercialiser l'innovation.

2-2-4 L'entrepreneur est un joueur

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

2-2-5 L'entrepreneur est motivé

Parmi les motivations de l'entrepreneur, le défi, le succès, la fortune mais il existe d'autres objectifs et motivations de l'entrepreneur : l'ambition, la nécessité d'avoir un emploi, assurer un revenu modeste, ou de l'emploi pour sa famille...etc, ces motifs sont souvent

¹⁰ P.A.Julien et M.Marchesnay « Entrepreneuriat ».Ed.Economica, 1996. P52

implicites, complexes et complémentaires. La stratégie de l'entreprise sera fortement influencée par les intérêts personnels et familiaux de l'entrepreneur.

Filion (1997), a synthétisé ces caractéristiques les plus souvent attribuées aux entrepreneurs par les spécialistes en comportement.

Tableau n°1 : Caractéristiques le plus souvent attribuées aux entrepreneurs par les spécialistes en comportement

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

Source : Robert Wtterwulghe (1998), po. Cit, p 47. [In Filion, le champ de l'entrepreneuriat : historique, évolution et tendances, revue internationale PME, vol. 10, n°10, 1997, p 132]

2-3 Typologies des entrepreneurs

S.Boutllier et C.Fournier (2006)¹¹ ont recensé dans un tableau à travers l'histoire, les classifications faites sur les entrepreneurs.

¹¹ S.Boutllier et C.Fournier , op. cit, p86

Tableau n°2 : Typologies des entrepreneurs selon S.Boutllier et C.Fournier

Auteurs	Entrepreneur-artisan	Entrepreneur (autres typologies)
Collins et Moore (1964 et 1970)	Entrepreneur-innovateur : orientation technique	Entrepreneur-administrateur : orientation organisateur
Smith N. (1967) basées sur le niveau d'éducation et la formation	Entrepreneur-artisan : éducation limitée, peu instruit, formation et expérience essentiellement technique, homme d'atelier, peu de compétences de gestion, peu habile pour composer avec son environnement, peu sociable, paternaliste, se méfie des emprunts, travailler à son propre compte, propriétaire, d'une petite entreprise.	Entrepreneur opportuniste : plus instruits, plus actif socialement, mieux intégré dans son environnement, meilleur communicateur, capable de déléguer, cherche avant tout à agrandir et à développer l'affaire qu'il a créée, veut construire une véritable organisation
Laufer (1975)	Entrepreneur-artisan : professionnel-indépendant, refus de la croissance au nom de valeurs traditionnelles, recherche en priorité de positions protégées sur le marché, de l'indépendance personnelle et d'un avantage financier, survie. Souvent fils d'artisan, homme d'un seul produit, préfère la sous-traitance à l'innovation, son entreprise doit s'adapter aux besoins de la famille	Entrepreneur-propriétaire : favorable à une croissance maîtrisée, conservation de l'autonomie financière. Entrepreneur-technicien : refus de la croissance, conservation de l'autonomie.
Knight (1983)	Artisan-inventeur : motivé par l'innovation	Promoteur : coordinateur, organisateur.
Ettinger (1983)	Indépendant-entrepreneur : désir d'autonomie, indépendance, délègue peu, faiblesse organisationnelle (créé une « pseudo-entreprise »)	Entrepreneur-créateur d'organisation : volonté de pouvoir, ambitieux, délègue.
Marchesnay et Julien (1987 et 1996) : - Pérennité-indépendance croissance (PIC) - Croissance-autonomie pérennité (CAP)	PIC : logique patrimoniale : pérenniser son affaire, indépendance financière, préférence de l'autofinancement, croissance non prioritaire (artisan « réactor »)	CAP : croissance, développement de son affaire, mobile, individualiste. Fait travailler l'argent des autres conserve l'autonomie de la décision. Ouvert sur son environnement.

Source : S.Boutllier et C.Fournier,op. cit, p 26.

De ce tableau, il ressort que l'entrepreneur a une histoire (éducation, expériences techniques de management ou entrepreneuriales, tissu rationnel, des aptitudes (confiance en soi, ténacité, esprit d'initiative et de compétition, capacité d'adaptation, attitude face à l'innovation et au risque, engagement personnel) et des besoins (besoin de sécurité, de statut, de réalisation de soi, de pouvoir, etc.).

De ces caractéristiques, les auteurs, adoptant chacun ses critères ont donné les différentes typologies des entrepreneurs, entrepreneur-administrateur, inventeur, innovateur, promoteur, opportuniste, créateur ... , toutes ces qualités peuvent être observées chez un seul entrepreneur. Il peut donc être à la fois, artisan, créateur, inventeur, innovateur, promoteur, coordinateur, propriétaire,...

M.Marchesnay¹² distingue les typologies des entrepreneurs selon quatre points de vue : l'entrepreneur vu comme un « créateur » ; l'entrepreneur, vu comme un « innovateur », l'entrepreneur vu comme un « développeur » et l'entrepreneur vu comme un compétiteur.

Selon Cole (1959), il y a 4 types d'entrepreneurs : l'innovateur, l'inventeur qui calcule, le promoteur trop optimiste et le constructeur d'organisation (Wikipedia. Org).

L'entrepreneur doit être un manager, un technicien, un créateur (avoir un esprit d'entreprise), un innovateur (introduction des nouvelles techniques et nouveaux procédés), un développeur (contribuer aux problèmes qui rongent la société où il vit), etc.

Pour conclure cette section, l'entrepreneur est considéré comme l'acteur principal de l'entrepreneuriat. Il peut bouleverser son milieu et son environnement par l'acte de création d'entreprise qui est considéré, certains auteurs, l'acte fondamental de l'entrepreneuriat. Murray et Mac Millan (1998) proposent que l'entrepreneuriat soit défini comme « la création de nouvelles entreprises »¹³. ils sont suivis par Gartner (1989), à la suite de Vesper (1982), qui définit l'entrepreneuriat comme un ensemble de comportements menant à la création d'une entreprise. De plus, Bouaballah K. et Zouach A. ont défini l'entrepreneuriat comme « un

¹² M.Marchesnay , Typologies des entrepreneurs , [en ligne], Réf. du 09 janvier 2009 , disponible sur [http : // www. Erfi-management. Net / acces _membre /actualiser / script 29 / Upload / CAHIER _ vol 13-n2. pdf](http://www.Erfi-management.Net/acces_membre/actualiser/script29/Upload/CAHIER_vol13-n2.pdf), p. 124.

¹³ Sandrine Emin, « l'intention de créer une entreprise des chercheurs publics : le cas français », thèse de doctorat en sciences de gestion, université pierre mendès France, novembre 2003, p 62.

processus qui dans une économie conduit un entrepreneur à la création d'une entreprise »¹⁴. La deuxième section sera consacrée à la création d'entreprise.

3-Création de l'entreprise : acte essentiel de l'entrepreneuriat

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

3-1 Généralité sur la création d'entreprise et la PME

Jusqu'au milieu des années soixante dix, la vision dominante dans le monde de l'entreprise était celle de la grande taille, et qui tirait des avantages relatifs à cette dimension à l'image des économistes d'échelle et la diversification des activités. Mais la crise des années 1970, consécutive à la fin du boom économique des trente glorieuses, a progressivement remis en cause cette conception au profit de la petite entreprise ce que Julien (1997)¹⁵ a résumé en disant : « toutes les données convergent pour démontrer la montée autour de 1970 d'un nouveau dynamisme des PME dans les pays industrialisés ».

En effet, un mouvement de prise de conscience de l'importance de la petite entreprise s'est amorcé dans le monde et particulièrement aux Etats-Unis avec la parution de l'ouvrage de Schumacher (1978), « *Small is Beautiful* »¹⁶ où la petite entreprise est présentée comme la cellule socio-économique de base pour les sociétés de futur.

3-1-1 Définition de la PME

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

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

- Selon Julien et Morel (1986)¹⁷ : « La PME est un concept flou dont les définitions varient »

¹⁴ Khaled Bouabdallah et Abdallah Zouach : « entrepreneuriat et développement économique », in : les cahiers du cread n°73/2005, p 17.

¹⁵ Julien (1997) in : « Amghar, essai d'analyse de la contribution de la dynamique entrepreneuriale au développement du territoire, cas de BBA, mémoire de magistère en science de gestion, université de Béjaïa, 2009, p20 »

¹⁶ Torres Olivier « les PME ». Ed, Flammarion, Paris, 1999, P7.

¹⁷ Julien et Morel (1986) in : « wttterwulge, La PME est une entreprise humaine, Ed. De Boeck, 1998, p 13 ».

- Selon Bucaille et Beauregard (1986, p 2) affirment que : « 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 »¹⁸.
- Selon Weber (1988) « les entreprises diffèrent par la taille, le métier, la nature du capital (personnel, familial, étranger, ...), mais aussi par le degré d'autonomie (société indépendante, filiale, sous-traitante,...), le rapport à l'économie mondiale (secteur protégé, en expansion ou en déclin,...) à l'origine sociale de son chef, son capital culturel et relationnel, son identité patronale »¹⁹
- Selon Wtterwulghé²⁰ « pour obéir à des impératifs d'efficacité, la PME est souvent définie au moyen de paramètres quantitatifs tels que le chiffre d'affaires, le total bilantaire, le bénéfice ou le plus souvent l'emploi. Ceux-ci visent en effet à cerner le critère de la taille ».
- Selon Torres Olivier²¹ « les PME sont considérées comme des entreprises 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 référence utilisés : d'une part, les définitions se basant sur des critères endogènes à l'entreprise tel que la dimension, le chiffre d'affaires, et d'autre part, celles utilisant les critères exogènes à cette dernière comme le secteur d'activité et la forme juridique. On va essayer de représenter ça dans la figure N°2 suivante :

¹⁸ Colot Olivier « La transmission des PME familiales non cotées : approche de la transmission en Wallonie et impact sur la performance des entreprises ». 2007, p 19.

¹⁹ Idem

²⁰ Wtterwulghé, La PME une entreprise humaine, Ed.de boeck, 1998, p 14.

²¹ Torres Olivier « les PME ». Ed, Flammarion, Paris, 1999, P13.

Figure n°2 : critères endogènes et critères exogènes.

3-1-2 Caractéristique des PME

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

- Une gestion personnalisée : tenant à la très forte interdépendance entre l'entreprise et l'entrepreneur. Ainsi, plus la taille de l'entreprise est petite, plus le rôle du dirigeant peut prendre de l'importance.
- Une faible spécialisation du travail : tant du point de vue de l'entrepreneur sur les employés (cette polyvalence donne à l'entreprise une flexibilité et une souplesse, permettant l'adaptation aux changements).
- Un système d'information peu complexe : permettant une diffusion rapide et réciproque des informations entre direction et employés.
- Un système d'information externe simple : essentiellement lié à la perception de son marché.
- Une stratégie implicite : issue d'un processus de décision, traduisant le schéma (intuition-décision-action).
- La recherche d'un environnement stable : malgré l'accélération du changement, car la petite entreprise n'a que peu de poids sur son environnement.
- Les PME sont insérées dans le territoire où elles sont implantées.

3-2 les types de créations

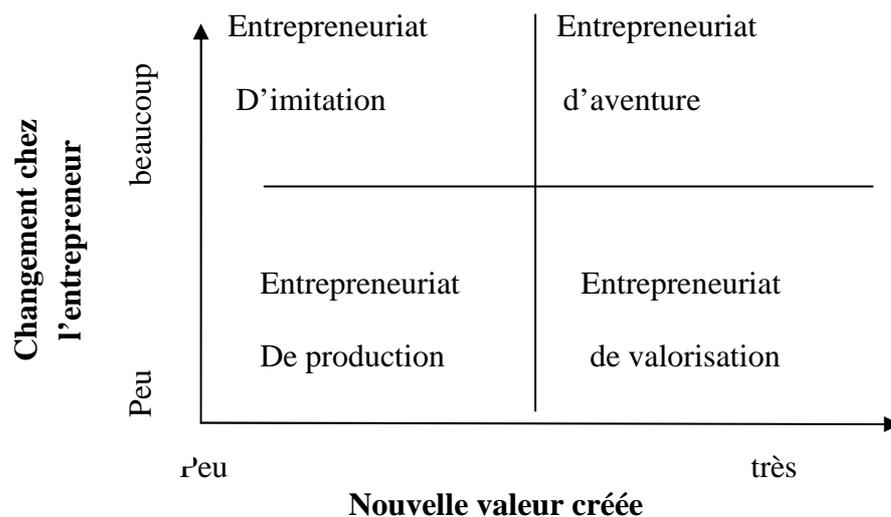
Alain Fayolle²² construit une typologie qui met en évidence différents types de processus de création d'entreprise, qui sont comme suite :

- **La création reproduction** : Elle est caractérisée par une faible intensité du changement pour le créateur et une faible intensité de la nouveauté pour l'environnement. Dans ce cas le niveau d'incertitude n'est pas très élevé. La création reproduction c'est le fait de créer une entreprise ressemblant à d'autres connues. Les changements pour le créateur sont de 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 faisait déjà dans son emploi précédent.

²² Alain Fayolle « entrepreneuriat : apprendre à entreprendre », Ed Dunod, Paris, 2004, P113.

- **La création imitation** : l'entrepreneuriat d'imitation crée peu de valeur nouvelle, mais permet au créateur de changer sa situation parfois d'une façon importante. Le créateur d'entreprise ne dispose pas de l'ensemble des ressources nécessaires, il essaye de montrer et de développer une entreprise en utilisant une formule bien établie. Le niveau d'incertitude est fonction de la capacité du créateur à acquérir les compétences et les ressources nécessaires pour mener à bien son projet.
- **La création innovation-valorisation** : Elle est caractérisée par une faible intensité du changement pour le créateur, mais la nouveauté est grande pour l'environnement. Cela signifie que le créateur crée une entreprise à partir d'une manière de faire ou d'un produit nouveau dont il possède 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 point technique et industrielle du projet.
- **La création innovation-aventure** : Elle est caractérisée par une grande intensité du changement pour le créateur et une grande nouveauté pour l'environnement. Le niveau d'incertitude est très élevé et combine des aspects liés à l'apprentissage et à l'innovation. Ces situations de création sont très dynamiques, les imprévus et les aléas sont fréquents, conduisant le créateur et le projet à des adaptations et à des changements fréquents. Le projet se construit et se reconstruit en même temps que le créateur doit faire évoluer ses compétences et ses ressources.

Figure N°3 : Différents types de nouvelles entreprises



Source : Philippe Mustar et Hevri Penar, « encyclopédie de l'innovation », economica, 2003, p169.

3-3 Les atouts et les faiblesses des PME

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

-La rapidité de prise de décision. La PME affiche une grande souplesse lui permettant d'avoir une certaine vitesse de réactivité aux événements nouveaux qui la secoueraient.

-la fluidité de la circulation de l'information. Le nombre réduit des employés de la PME rend la communication entre ses dirigeants très fluide, augmentant 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 maîtriser, ce qui lui donne en permanence une vision nette de son évolution et lui permet de réaliser la meilleure adéquation produit / marché.

- 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 aux grands groupes.

-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 bien du public que des éventuels partenaires de l'entreprise (fournisseurs, clients, administrateur, banques ...), ce qui 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 financières très laborieux.

Conclusion

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

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

Chapitre 2 : Les déterminants à la création de l'entrepreneur

Introduction

La création et le développement des entreprises est le fait des entrepreneurs, c'est-à-dire, de ceux qui mobilisent et gèrent les ressources humaines et matérielles, dans le but de créer, de développer et d'implanter des solutions permettant de répondre aux besoins des individus. Dans ce deuxième chapitre, nous allons procéder à la présentation des différents facteurs de la création de l'entreprise qui vont permettre de mieux appréhender les déterminants de l'entrepreneuriat. Le premier point sera consacré à définir la motivation dans le domaine de l'entrepreneuriat et de comprendre l'acte entrepreneurial. Le deuxième point sera consacré à citer les facteurs déclencheurs de la création d'entreprise.

1- Les facteurs motivationnels de l'entrepreneuriat

Les auteurs s'accordent, d'une manière générale, pour dire que ceux-ci ne sont pas homogènes, car « ils viennent de backgrounds différents, manifestent des styles de management et sont motivés par des facteurs distincts »¹ (Woo, Cooper et Dunkelberg, 1988). Plusieurs études démontrent que les fondateurs d'entreprise possèdent certaines caractéristiques particulières.

1-1 Définition de la motivation

Les définitions de la motivation sont souvent très divergentes et varient d'un auteur à un autre. Comme le font remarquer Pintrich et Schunk (1996), certains la perçoivent comme une des forces internes (instincts, désir, volonté). Pour d'autres, plutôt des traits de persistance (tel le désir de réussite), ou encore des réponses comportementales. La perspective cognitive contemporaine, pour sa part, souligne l'influence des pensées, croyances et émotions de l'individu sur la motivation.

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

Selon le dictionnaire de psychologie de Larousse (1989) la décrit comme : « l'ensemble des facteurs dynamiques qui déterminent la conduite d'un individu », alors que Pintrich et

¹ Bérangère DESCHAMPS, « le processus de reprise d'entreprise par les entrepreneurs personnes physique », p232.

Schunk (1996) soutiennent que la motivation est : « le processus par lequel une activité visant un objectif est initiée et maintenue ».

JONES² suggère que la définition de la motivation doit tenir compte de la façon dont le comportement est déclenché, soutenu, interrompu et de sorte de réaction subjective qui est présenté dans l'organisation alors que tout ce processus est en marche.

Louart (1997) rappelle que le « concept de motivation sert à traduire les aspects dynamiques de la conduite humaine. Il explique les liens entre l'activation de l'énergie interne et son orientation vers des buts particuliers. 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.»³.

2- Comprendre l'acte entrepreneurial

Divers théories ont été mises en œuvre pour expliquer les fondements de l'esprit d'entreprise, nous n'en examinerons celles qui nous semblent plus pertinentes :

- l'approche fondée sur l'étude des caractéristiques.

- les besoins des entrepreneurs et les théories behavioristes et cognitivistes conduisant à des recherches plus opérationnelles.

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

L'approche par les traits de la personnalité repose sur l'hypothèse que certains traits psychologique prédisposent les entrepreneurs à ses activités entrepreneuriales et que ces traits et caractéristiques les différencient des non entrepreneurs.

L'entrepreneur est vu comme un acteur primordial dont il s'agit de découvrir les motivations, les caractéristiques psychologiques et les traits de personnalité, les caractéristiques socio-démographiques, les habiletés, les réseaux et le rôle d'innovateur dans l'économie (Déry, Toulouse, 1995; Gartner, 1988; Stevenson, Roberts, Grousbeck, 1993). L'objectif final est d'établir un profil type d'entrepreneur répondant à des caractéristiques spécifiques et empiriquement démontrées.

En effet, certaines études réalisées dans le cadre de ces approches n'ont pas réussi à générer une liste valide et sérieuse de caractéristiques qui sont clairement entrepreneuriales dans toutes les situations. Autrement dit, certains chercheurs ont rencontré des difficultés à classer les entrepreneurs selon leurs traits de personnalité. Par ailleurs, Gartner (1988) a

² Jones cité par maillet dans « psychologie et organisation », p38

³ Christophe Estay, « motivation entrepreneuriale » P46.

montré l'impossibilité de définir les caractéristiques permettant de discriminer les entrepreneurs dans une population.

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

Les théories psychosociologiques de l'entrepreneur prennent leur source dans celle du besoin d'accomplissement de Mc Clelland dont l'essentiel est issu de son ouvrage, 'The achieving society', publié en 1961. Pour cet auteur, il existe des facteurs endogènes, à savoir des valeurs humaines et des motivations qui poussent les individus à saisir et exploiter les opportunités économiques, au-delà de certains facteurs exogènes (opportunités économiques, climat social) pouvant expliquer la croissance économique. Le besoin d'accomplissement selon Mc Clelland apparaît comme la mère des motivations, et se définit par le désir de mieux faire, non pas pour le prestige, la reconnaissance sociale ou l'argent, mais pour répondre à un besoin inné de réalisation personnelle. Pour l'auteur, il existerait une corrélation positive entre le besoin d'accomplissement et le niveau de développement économique d'un pays. Mc Clelland et Burnham (1976) concluent que le besoin d'accomplissement est l'élément clé du succès des entrepreneurs.

L'approche de Mc Clelland a inspiré beaucoup d'auteurs qui se sont intéressés aux motivations et aux profils psychologiques des entrepreneurs. Mais cette approche a été très critiquée par d'autres chercheurs qui ont démontré que ce besoin n'était pas déterminant dans la décision de créer une entreprise, et que des personnes, autres que les créateurs, pouvaient également le posséder à un niveau élevé.

1-2-2 Les approches comportementales et cognitives de l'entrepreneur

L'approche comportementale considère la création d'une organisation comme un événement contextuel, le résultat d'influences multiples. L'entrepreneur est un élément d'un processus complexe de la création d'une nouvelle entité. L'organisation est conçue en tant que premier niveau d'analyse et l'individu est perçu en termes d'activités à mener afin qu'émerge l'organisation. Les recherches sur l'entrepreneur sont orientées vers ce qu'il fait et non pas sur ce qu'il est.

L'approche comportementale est prometteuse du point de vue de la recherche en raison de son caractère très opérationnel. Nous allons citer trois modèles :

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

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

- La propension à créer : certains individus ont une combinaison de caractéristiques psychologiques et un passé professionnel qui les rendent plus susceptibles de créer une entreprise.
- L'intention de créer : parmi ceux-ci certains rencontrent des situations qui augmentent leur probabilité de s'engager dans des comportements de création.
- La structuration des informations : cette étape consiste à rechercher et à trouver dans l'environnement des informations pertinentes.

Selon ce modèle, la décision d'entreprendre peut s'expliquer par un évènement ou une accumulation d'informations. Si l'environnement semble favorable au créateur (capacité de trouver les ressources nécessaires, marché réceptif), il décidera effectivement à se lancer dans son projet. Soulignant que cette approche reste peu précise quant aux facteurs de contingences liés à la décision du porteur de projet.

1-2-2-2 Le modèle de l'évènement entrepreneurial de Shapero (1975)

Les travaux de A.Shapero (1975)⁴ constituent encore aujourd'hui une référence de base en matière de modélisation du processus entrepreneurial appréhendé sous l'angle de l'entrepreneur, le modèle qu'il a élaboré s'appuie sur quatre concepts clés :

- **La disposition à l'action, variable psychologique** : A. Shapero insiste sur le fait que les entrepreneurs ont un grand désir d'indépendance et de contrôle de leur environnement.

Des motivations et certaines qualités particulières confèrent donc aux individus qui les possèdent une disposition plus ou moins marquée à l'action entrepreneuriale.

- **La crédibilité de l'acte, variable sociologique** : pour Shapero, elle constitue une condition essentielle de la création de l'entreprise : « La plus puissante variable que l'on puisse trouver associée à l'acte de création d'une entreprise est la crédibilité de l'acte d'entreprendre. L'individu doit être capable de s'imaginer lui-même faisant démarrer et dirigeant une entreprise »⁵.

L'attrait de la personne pour la création d'organisation est fonction de son système de valeurs. Ce dernier est la résultante de l'environnement culturel et social. Plus précisément, il se construit par l'influence de la famille, des groupes de références, des milieux professionnels, des contextes scolaires et de la culture.

⁴ SHAPERO Albert, entrepreneurship and economic development, in entrepreneurship and enterprise development : a worldwide perspective, proceedings of project ISEED, Milwaukee, 1975, p 632-655

⁵ Sandrine EMIN, « l'intention de créer une entreprise des chercheurs publics : Le cas français », P 120.

-**La discontinuité ou déplacement, variable de situation** : selon Shapero, il existe deux types de situations ; des situations ressenties comme négatives par le créateur potentiel et qualifiées de PUSHES et des situations ressenties comme positives et qualifiées de PULLS :

a- Situations négatives : d'après Shapero, sont les plus fréquentes, elles représentent 65% dans son étude. Il peut s'agir de situations liées à l'emploi, par exemple, insatisfaction dans le travail, mauvaise relation avec la hiérarchie, absence de possibilité de promotion.

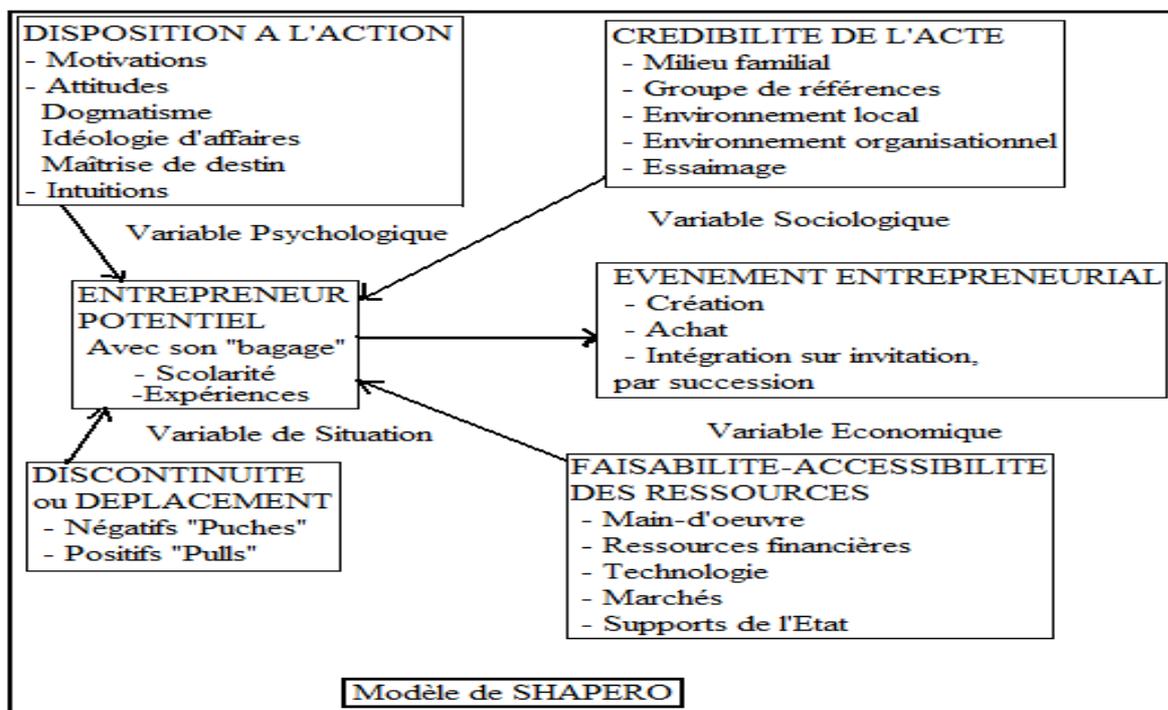
Comme, il peut s'agir de discontinuité diverses, à titre d'exemple, la fin des études, la fin du service militaire ou encore la sortie de prison.

b- Situations positives : elles sont plus rares que les situations négatives, seulement 28% dans l'étude de Shapero. Elles résultent de la découverte d'un nouveau produit, la rencontre d'un partenaire, d'un futur associé, etc.

L'ensemble de ces variables influent sur le créateur potentiel et entraînent le déclenchement de l'évènement entrepreneurial.

-**La faisabilité de l'acte, variable économique** : Shapero la distingue comme une des variables principales de l'explication de l'évènement entrepreneurial. C'est la variable qui donne au projet son caractère réaliste. L'entrepreneur doit être capable de réunir toutes les ressources nécessaires (financières, humaines et techniques) afin de créer son entreprise.

Figure n°4 : Le modèle de l'évènement entrepreneurial de Shapero



Source : A. SHAPERO (1975)

1.2.2.3. Le modèle de l'intention entrepreneuriale de Boyd et Vozikis (1994)

Le modèle de Boyd et Vozikis (1994) repose sur le modèle de Bird (1988) et le concept d'efficacité personnelle⁶ de Bandura (1977). Il recouvre une combinaison des facteurs personnels et contextuels qui prédisposent les individus à avoir l'intention de créer une entreprise. Les facteurs personnels incluent l'expérience antérieure en tant qu'entrepreneur, traits de personnalité et les compétences. Les facteurs contextuels consistent en des variables sociales, politiques et économiques, telles que les déplacements, les changements au niveau des marchés et la politique gouvernementale. Cette approche permet de réunir les facteurs individuels et environnementaux sous-jacent à l'intention entrepreneuriale.

Plusieurs auteurs ont essayé de comprendre le phénomène entrepreneurial en présentant des modèles conceptuels. Cette section avait pour but de présenter quelques théories afin d'expliquer les fondements de la création des entreprises. La création d'entreprise est la synthèse d'un engagement individuel et d'un environnement qui peut être plus ou moins favorable à l'entrepreneuriat.

1.2.3. Les principales dimensions environnementales favorisant la création

Les explications de l'acte d'entreprendre se sont progressivement déplacées de l'étude des créateurs, recherche sur les traits de l'entrepreneur, vers l'identification des facteurs motivationnels susceptibles d'expliquer les dynamismes entrepreneuriales. Cependant, expliquer ces phénomènes nécessite d'ajouter un ensemble de facteurs environnementaux à la dimension individuelle.

Bouchikhi (1990) rappelle que le créateur d'entreprise réussit car il sait réunir les ressources nécessaires à la concrétisation de son projet et sa pérennité, parce qu'il parvient à mobiliser des personnes complémentaires et qu'il persuade un grand nombre à accepter ses idées. Pour lui, l'entrepreneur ne peut pas réussir seul et isolément, mais il appartient à un milieu qui le fait évoluer, en lui fournissant tous les moyens matériels et immatériels. L'entrepreneur solitaire n'existe pas, même s'il existe, il ne peut pas aller plus loin.

Trois ensembles de caractéristiques culturelles sont retenus : les dimensions économiques et démographiques, les raisons socioculturelles et les motifs politiques.

⁶ Le concept d'efficacité personnelle proposé par Bandura (1977) est définie par la croyance d'une personne en sa capacité à faire face à des problèmes spécifiques et à trouver des solutions. Le fait de se sentir efficace face à une tâche donnée, quelles que soient ses aptitudes, susciterait un niveau de confiance ou de contrôle qui permettrait à la personne de persévérer dans l'utilisation de nouvelles stratégies et ainsi, influencerait la qualité de son action. L'efficacité personnelle ne traduit pas l'existence réelle de compétences, mais les perceptions de l'individu sur ses capacités, quelles que soient les compétences qu'il possède.

1-2-3-1 Les raisons socioculturelles à l'origine des dynamiques entrepreneuriales

Le concept de capital social est utilisé par Aldrich, Boutillier et Uzunidis pour définir l'ensemble du relationnel d'un individu. Le capital social aide le porteur de projet dans sa démarche. Il lui permet d'avoir accès à certains savoirs, capitaux, clients, fournisseurs...difficilement accessibles sans l'existence de relations interpersonnelles. La présence de l'entrepreneur dans des communautés ou des associations importantes conduit à accroître les ressources. Une étude est menée par Aldrich, Elam et Reese (1996) confirme que l'existence de liens forts entre professionnels d'un même secteur (confiance) aide le créateur dans sa démarche. Ces relations se nouent souvent à l'occasion de réunion d'associations professionnelles et de rencontres plus informelles. Kamm et Shuman (1990) ont indiqué que les affaires détenues par plusieurs propriétaires sont généralement plus riches en compétences et relationnel.

1-2-3-2 Les dimensions économiques et démographiques

L'étude menée par Reynolds, Storey et Westhead (1994) indique un impact significatif de la croissance de la demande de biens de consommation sur le nombre de créations d'entreprises dans la plupart des pays. Le lien entre la croissance économique et l'activité entrepreneuriale est analysé dans le cadre des travaux du Global Entrepreneurship Monitor.

En 2000⁷, les données sur 21 pays indiquent une corrélation forte entre les deux variables. Plusieurs recherches ont montré que l'entrepreneuriat dépend fortement de la densité démographique⁸. Parmi celles-ci, nous citons les recherches de Low et MacMillan (1988) qui révèlent que le dynamisme entrepreneurial est fortement lié à la densité de population des entreprises et aux relations qu'elles entretiennent entre elles. Plus précisément, Baum et Oliver (1992) ont conclu que les porteurs de projets intervenant dans un environnement à forte intensité d'entreprises ont davantage d'opportunités pour apprendre et se créer un réseau de relations, mais ils doivent également faire face à une intensité concurrentielle très forte.

D'autres variables importantes ont été soulignées par Kangasharju (2000) telle que : l'existence d'université et de centres de recherche, le développement du secteur des services, la jeunesse de la population et enfin le dynamisme technologique des entreprises.

⁷ Christophe Estay, « motivation entrepreneuriale » P34.

⁸ Idem, P 35.

1-2-3-3 Les motifs politiques

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

2- Les facteurs motivationnels des entrepreneurs

Parvenir au statut d'entrepreneur est souvent le résultat d'un long cheminement personnel dont les motivations, associées à d'autres éléments favorables ou inhibiteurs, ont représenté le premier élément déclencheur. Cependant, les raisons de créer une entreprise ou d'entreprendre un projet sont nombreuses et varient d'un individu à un autre.

Pierre-André Julien et Marchesnay (1996)⁹, stipulent que le bon choix de la stratégie et les décisions de l'entrepreneur seront marqués par le profit, qui est l'un des grands objectifs de l'investisseur. La théorie économique a toujours dit que le profit est rarement le premier objectif de l'entrepreneuriat. Ce profit peut être d'une part une contrainte pour compenser les coûts et surtout assurer la survie de l'entreprise et d'autre part il permet de faire face à de nouveaux défis pour soutenir la croissance et les nouveaux investissements.

2-1 Facteurs économiques

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

2-1-1 Les ressources humaines : la présence d'une main d'œuvre qualifiée dans la zone d'implantation favorise l'entrepreneuriat. Une région, où la main d'œuvre est bon marché, voit forcément son taux de création d'entreprise s'accroître.

2-1-2 Les ressources financières : La disposition d'un capital financier de départ encourage l'entrepreneuriat. Ainsi, un entrepreneur ne disposant pas des moyens financiers nécessaires rencontrera plusieurs difficultés.

⁹ Pierre-André Julien et Marchesnay (1996), Op. Cit, p53-54.

2-1-3 Accessibilité au marché :

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

Les réseaux personnels et professionnels constituent des éléments facilitateurs et des catalyseurs qui permettent de gagner du temps et de l'efficacité face à la complexité des situations et à la multiplication des démarches et procédures. Ceci justifie parfaitement le vieux dicton : « ce que vous connaissez est bien moins utile que les personnes que vous connaissez.¹⁰ »

2-2 Facteur technologique

Les mécanismes de coopération entre les établissements d'enseignement supérieur et les entrepreneurs devront être renforcés afin de favoriser une culture de l'innovation au niveau local. De même, il y aura lieu de mettre en place des mécanismes d'ingénierie financière adaptés aux projets innovants développés par les entreprises locales.

Par innovation on doit comprendre la capacité qu'ont les entreprises à introduire sur le marché de nouveaux produits ou services, sans nécessairement opérer dans le secteur de la haute technologie. Il y a donc lieu de distinguer l'innovation de la recherche technologique.

Donc la compétitivité des entreprises de taille moyenne ne sera assumée que si celles-ci est capables d'innover en permanence.

2-3 Facteurs contextuels

L'acte d'entreprendre ne peut pas être isolé du contexte dans lequel il survient ou par rapport auquel il se situe. Les facteurs contextuels se sont des éléments reliés à la vie personnelle et à la vie professionnelle de l'entrepreneur potentiel. Ils agissent généralement en provoquant des ruptures psychologiques ou matérielles qui vont contribuer à précipiter la décision d'entreprendre.

A. Shapero (1975) a observé que la plupart des créateurs d'entreprises ont, au départ, subi un déplacement, c'est-à-dire un accident dans leur vie personnelle ou professionnelle. Cet auteur a parlé aussi des facteurs positifs « pull » qui résultent notamment de l'identification d'occasions d'affaires, du besoin d'exploiter ses connaissances et de les appliquer en pratique ou d'une proposition d'association ou d'essaiage. Ainsi que des facteurs négatifs « push »

¹⁰ Alain FAYOLLE, « Le métier de créateur », Editions d'Organisation, 2003, P 67.

qui sont imposés de l'extérieur par exemple, le licenciement, insatisfaction au travail, des conflits, un revers professionnel ou encore un accident dans la vie familiale, comme un divorce ou la disparition d'un être cher. « Déplacement » selon A. Shapero ou « discontinuité » selon d'autres auteurs : Un événement important affectant la vie d'un entrepreneur potentiel peut servir de catalyseur au déclenchement de l'action d'entreprendre.

2-4 Facteurs psychologiques

Plusieurs études récentes sur les entrepreneurs naissants (Menzies et autres, 2002) viennent confirmer l'importance de la dynamique psychosociologique dans la création des nouvelles entreprises¹¹. Les auteurs s'entendent généralement pour reconnaître que les entrepreneurs font preuve habituellement de beaucoup de motivation et de persévérance dans leurs efforts. A ce titre, les entrepreneurs s'engagent dans un processus qui exige leur créativité et leur participation entière et totale, ils recherchent des solutions aux divers problèmes rencontrés, ils recherchent l'autonomie et l'indépendance, veulent devenir leur propre patron et prennent des initiatives dans ce sens.

2-4-1 Les intentions entrepreneuriales

D'après BRUYAT, l'intention entrepreneuriale est une volonté. Dans cette conception, Fayolle conjugue la volonté d'accomplir un acte avec un objectif visé. Boyd et Vozikis lient cette volonté à la poursuite d'un comportement donné. Bradley, Bygrave et Hofer, Danjou notent que pour comprendre la création d'entreprise, il faut tenir compte de la volonté de l'individu. Bird assimile aussi l'intention à une liberté et une volonté individuelle ; elle est un état de l'esprit qui oriente l'action vers un objectif spécifique (créer une entreprise...). Les intentions traduisent une véritable motivation à l'action, une tension psychologique orientée vers l'action. Azjen écrit à ce sujet que « les intentions sont des indicateurs de la volonté à essayer, de l'effort que l'on est prêt à consentir pour se comporter d'une certaine façon »¹². Ce qui semble donc caractériser l'intention, c'est sa propension à faire basculer un individu dans le concret et donc à provoquer l'action. Pour que cette dernière soit véritablement déclencher, ces intentions doivent se transformer en décision d'action. Les intentions peuvent être évaluées à court, moyen ou à long terme. Dans le cas de la population étudiante, les intentions sont souvent mesurées selon trois repères : pendant les études, juste après l'obtention du diplôme ou encore longtemps après l'obtention du diplôme.

¹¹ GASSE Yvon, « l'influence du milieu dans la création d'entreprises », P 52.

¹² EMIN Sandrine, « l'intention de créer une entreprise des chercheurs publics : le cas Français », 2003, P 93.

2-4-2 Besoin d'indépendance

Plusieurs études de cas d'entrepreneuriat révèlent que le désir d'être indépendant et autonome est l'explication fréquemment donnée comme motif de création d'une nouvelle entreprise. Le besoin d'indépendance et d'autonomie sont considérés comme attribut des entrepreneurs.¹³ Ils ont été reconnus comme des motivations à entreprendre¹⁴. Selon A. Shapero, Les premiers mobiles de l'entrepreneur sont le besoin d'indépendance, le désir d'être son propre patron et l'aspiration à l'autonomie.¹⁵

La notion d'entrepreneur est liée à la capacité de pouvoir régler soi-même son travail (Donckels, 1984). Autrement dit, la personne détermine les tâches à effectuer et le planning à respecter pour parvenir aux résultats escomptés. Certains traits de la personnalité des entrepreneurs peuvent faire en sorte que "leur indépendance est la chose la plus désirable au monde" (Sweeney, 1982).

Pour Stevenson¹⁶ (1987), les jeunes sont motivés pour entreprendre depuis assez longtemps, souvent dès leur enfance. La motivation des jeunes entrepreneurs est l'indépendance, échapper aux ordres des supérieurs et le besoin de réalisation personnelle pour gagner de l'argent. A ce titre, la motivation première des entrepreneurs pour Guillaume (1998), c'est d'être son propre patron. Ils créent surtout par défis avec eux-mêmes (désir d'accomplissement, indépendance...) que par opportunité pour un marché ou à cause de pressions diverses.

Enfin, le fait d'être son propre patron (Albert, Mougnot, 1988) est également la garantie d'un emploi stable pour l'entrepreneur.

2-4-3 Besoin d'accomplissement

De nombreux auteurs font du besoin d'accomplissement ou de réalisation une motivation entrepreneuriale dominante¹⁷.

Ce besoin d'accomplissement peut se voir associé à une volonté de créer quelque chose de nouveau (Donckels, 1989) ou d'appliquer des connaissances acquises antérieurement. Par exemple, un manager ayant acquis des compétences et un savoir-faire dans une structure professionnelle antérieure décide de créer son affaire pour y développer des applications. De même, la volonté d'être fier de sa profession, d'être satisfait de son travail (Bragard, 1987)

¹³ Jean-charles cachon, « Entrepreneurs : Pourquoi ? Comment ? Quoi », P 18.

¹⁴ 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 », P 9.

¹⁵ Alain FAYOLLE, « Le métier de créateur », Editions d'Organisation, 2003, P 61.

¹⁶ Emna Baccari, « Les motivations entrepreneuriales des jeunes entrepreneurs Tunisiens : Etude exploratoire », P 8.

¹⁷ Alain FAYOLLE, « Le métier de créateur », Editions d'Organisation, 2003, P 62.

peut se ranger dans cette volonté d'accomplissement. Cela suppose qu'une personne préfère devenir entrepreneur et créer sa propre affaire plutôt que de poursuivre un emploi frustrant ou de subir des tensions dans son entourage professionnel. Enfin, cette motivation peut encore s'interpréter comme un besoin de prouver sa valeur personnelle (Albert, Mougenot, 1988) ou comme la volonté de faire mieux que les autres.

Dans ses travaux, David C. Mc Clelland ¹⁸ (1961) a essayé de faire comprendre le système de valeurs et les motivations de l'entrepreneur. Il a révélé deux dimensions essentielles qui détermineraient un comportement d'entrepreneur : le besoin d'accomplissement et le besoin de puissance. Pour, le besoin d'accomplissement; il pousse l'individu à être responsable de la solution de ses problèmes et en conséquence à se fixer lui-même les objectifs aptes à l'épanouir. Les entrepreneurs ont également tendance à prendre des risques modérés en fonction de leurs habilités et recherchent une mesure immédiate de leur performance qu'ils trouvent dans le projet. Le besoin de puissance, moins étudié, passerait par une volonté plus ou moins explicite d'occuper une place prédominante dans un système.

2-4-4 La prise de risque

L'action d'entreprendre est entourée d'incertitude. Des changements imprévus peuvent surgir au cours de l'investissement. Le risque est vu comme le risque de perdre, ce qui n'est pas sans conséquences sur le capital et sur le moral de l'entrepreneur (conséquences économiques et psychologiques). Quatre grands types de risques sont toutefois encourus par les créateurs d'entreprises selon Justin G. Longenecker et Carlos W Moore : Le risque financier, Le risque de carrière, Le risque familial et le risque psychique. Tous ceux qui peuvent faire face à une prise de décision quelconque avec tous les risques que cela comporte ont la possibilité de devenir des entrepreneurs. L'attitude face au risque ou au changement peut avoir un impact important sur la volonté des individus de se lancer dans un projet d'entreprise.

2-4-5 Créativité et innovation

De nombreuses personnes pensent que la caractéristique essentielle du comportement entrepreneurial est l'innovation. Les entrepreneurs doivent donc témoigner d'une réelle créativité et d'une capacité à innover. Leur fonction principale est l'innovation et l'introduction, dans un environnement donné, de nouvelles combinaisons productives. Dans ces conditions, l'innovation, la créativité et la découverte d'opportunités constituent des éléments clés du phénomène entrepreneurial. L'innovation ne doit pas être entendue comme

¹⁸ Emna Baccari, « Les motivations entrepreneuriales des jeunes entrepreneurs Tunisiens : Etude exploratoire », P7.

devant être nécessairement une innovation de rupture. Elle peut s'envisager également à travers des modifications marginales qui vont permettre à une offre d'affirmer une certaine compétitivité.

Selon certains auteurs, les entrepreneurs ont un comportement particulièrement innovateur et créatif, alors que leur recherche du gain financier représente seulement une raison mineure pour devenir employés à leur compte. La gestion de l'innovation est également considérée comme le principal défi auquel les entrepreneurs font face afin de faire concurrence à leurs adversaires.¹⁹

2-4-6 L'internalité du lieu de contrôle

L'internalité a été développée par ROTTER dans le cadre de sa théorie de l'apprentissage social par le renforcement. Elle décrit un concept de soi où l'individu attribue sa performance à sa propre responsabilité plutôt qu'à celle des autres et où il croit qu'il peut modifier son environnement plutôt que de se croire soumis à la chance et au destin. Ce concept de soi conduit également l'individu à penser qu'il a de bonnes chances de pouvoir orienter sa vie comme il l'entend dans le futur.

2-4-7 L'âge

Entreprendre est un véritable parcours du combattant, aussi le fait d'être jeune, dynamique et en bonne santé. La jeunesse et les qualités qui y sont généralement associées peuvent constituer un plus. La carrière d'entrepreneur commence dans la plupart des cas entre 22 et 55 ans. Sans doute, elle peut débiter plus tôt ou plus tard, mais la chose est moins probable puisqu'il faut à l'entrepreneur de l'expérience, du savoir-faire pertinent, une assise financière et beaucoup d'énergie pour lancer et gérer avec succès une nouvelle entreprise.

Dans une étude récente²⁰ sur les entrepreneurs naissants au Canada, ils ont observé que 57% de ceux-ci ont entre 25 et 44 ans et possèdent jusqu'à 10 ans d'expérience dans le domaine dans lequel évoluera la nouvelle entreprise. En fait, la trentaine est l'âge le plus fréquemment cité pour coïncider avec une accumulation suffisante de savoir-faire dans un domaine et de compétences sociales (l'obtention et l'échange d'informations utiles) pour fonder une entreprise viable.

2-5 Facteurs sociologiques et culturels

Les facteurs sociologiques et culturels sont des éléments directement liés aux différents milieux connus et fréquentés par les individus, et qui peuvent jouer un rôle sur leur propension à entreprendre. Ces milieux (famille, écoles, universités, société, entreprises,

¹⁹ Jean-charles cachon, « Entrepreneurs : Pourquoi ? Comment ? Quoi », P 18.

²⁰ GASSE Yvon, « l'influence du milieu dans la création d'entreprises », P52.

professions, territoires), exercent sur l'individu de nombreuses influences qui peuvent s'avérer positives ou négatives le jour où apparaîtra dans sa vie l'événement entrepreneurial.

Plusieurs éléments du vécu d'un individu peuvent avoir un impact sur ces croyances, ses perceptions et ses intentions relatives à l'entrepreneuriat. De façon générale, les antécédents réfèrent aux différentes variables socio-démographiques comme l'âge, le sexe, l'origine de même qu'aux expériences de l'individu comme son parcours professionnel ou encore son domaine d'études. Kolvereid (1996) fait par exemple ressortir l'impact du genre, de l'expérience entrepreneuriale et des antécédents familiaux sur les intentions d'être à son compte. Toutefois, les résultats de son étude montrent que ces différents antécédents n'ont qu'un effet indirect, puisque c'est par l'intermédiaire des attitudes et croyances qu'elles influencent l'intention entrepreneuriale.

2-5-1 L'éducation

Certaines recherches se sont intéressées à la relation entre le niveau d'éducation de l'entrepreneur et la performance des entreprises créées ou reprises. Tout d'abord, il semblerait que les entreprises de haute technologie fassent appel à des entrepreneurs très qualifiés et très bien formés. Un autre résultat majeur est que les entreprises à fort potentiel de développement et de croissance ont été fondées par des entrepreneurs possédant une solide formation technique et commerciale. Le système éducatif permet donc de sensibiliser les étudiants, de valoriser l'image de l'entrepreneuriat et apporte les connaissances et les compétences qui aident les individus à prendre les bonnes décisions, à élaborer des projets solides et à créer des entreprises dotées d'un potentiel important de croissance.

L'éducation des entrepreneurs a fait l'objet d'abondantes recherches. Ces dernières ont montré que l'éducation joue un rôle important dans l'éveil des entrepreneurs. Elle permet de doter l'entrepreneur de compétences et de connaissances qu'il estime très utiles, même décisives pour la concrétisation de son projet. Dans une étude²¹ sur les compétences et les pratiques de gestion des dirigeants de PME au Québec, ils ont observé que le niveau moyen de scolarité des dirigeants de PME est de 13 ans et que près de 75% avaient fait des études universitaires.

2-5-2 La famille et les proches

Pour certains économistes, la profession des parents est déterminante dans la vie des entrepreneurs, car la famille joue un rôle essentiel, puisque les enfants ont tendance à reproduire les schémas parentaux. Les jeunes issus d'une famille d'entrepreneurs sont plus

²¹ GASSE Yvon, « l'influence du milieu dans la création d'entreprises », P5.

disposés à entreprendre, non pas parce que leurs capacités sont, en la matière, supérieures mais parce que le contact parental a rendu le choix de devenir entrepreneur accessible.

L'incidence du rang de naissance a fait l'objet de plusieurs études²², notamment dans celle de Henning et Jardim, qui ont découvert par exemple, que les femmes cadres dirigeants ont tendance à être des aînées. Ainsi, un aîné ou un enfant unique est entouré d'une attention particulière et acquiert plus de confiance en lui. Hisrich et Brush ont, par exemple, trouvé 50% d'aînées au sein d'un échantillon national de 408 femmes entrepreneurs.

Plusieurs recherches indiquent que les entrepreneurs proviennent le plus souvent de familles où les parents ou autres personnes proches sont eux-mêmes dans les affaires. Les jeunes grandissant dans ce genre de famille ou d'entourage, considèrent leurs parents ou ses proches comme des modèles à imiter.

2-5-3 Les activités professionnelles antérieures

Le besoin d'expérience de l'entrepreneuriat croît avec la complexité de l'entreprise créée. Il est généralement plus facile de lancer une deuxième, troisième ou une quatrième entreprise que de lancer la première.

De ce point de vue, certains domaines d'expérience ont une importance particulière, par exemple, l'obtention des financements auprès des banques, implantation des établissements industriels, création des réseaux de distribution et l'établissement des plans commerciaux d'attaque du marché.

Les activités professionnelles antérieures jouent un rôle important dans la création, la croissance et la réussite de l'entreprise. Il s'ensuit que la connaissance d'une technique et d'un secteur d'activité a une influence non moins importante sur l'activité entrepreneuriale.

2-5-4 Le territoire

Le territoire dans lequel l'entrepreneur (ou celui qui se destine à l'entrepreneuriat) passe sa vie personnelle ou professionnelle joue un rôle non négligeable. Un territoire peut, en effet, constituer un pôle d'attraction entrepreneuriale²³. Il est considéré comme un déterminant grâce à la disponibilité d'atouts naturels tels que la taille, la qualité et la diversité du territoire, la richesse des sols et des sous sols, la disponibilité en eau, la douceur du climat.

D'autres ressources disponibles sur un territoire sont historiquement construites et acquises grâce à l'ingéniosité de l'homme. Nous pensons aussi aux diverses infrastructures de base

²² Robert D. Hisrich, Michael p. Peters : « entrepreneurship : lancer, élaborer et gérer une entreprise », *Economica*, 1991, P 57.

²³ Alain FAYOLLE, « Le métier de créateur », Editions d'Organisation, 2003, P 66.

(réseaux routiers, aéroport, télécommunication, réseaux d'énergie, tissu économique, ...), ainsi qu'aux ressources humaines, financières et technologiques.

La disponibilité de ces dotations matérielles et immatérielles en quantités suffisantes est un puissant facteur d'attraction des entreprises auxquelles elle confère de réels avantages. A l'inverse, leur rareté relative ou leur absence joue comme un sérieux frein à l'émergence de ces entreprises et à leur développement.

Pour conclure cette section, les motivations sont des facteurs qui déterminent le comportement. Elles sont considérées comme les raisons profondes qui amènent quelqu'un à agir. Plusieurs motivations peuvent mener à la création d'entreprise. Le défi en est une : le fait de vouloir relever des défis, aimer faire des choses difficiles et se confronter à des projets exigeants peuvent amener un individu à se lancer en affaires. L'indépendance et l'autonomie ont été reconnues comme des motivations à entreprendre. Le besoin de réalisation et d'accomplissement est aussi très caractéristique des entrepreneurs. Finalement, il est possible que la voie entrepreneuriale soit vue comme un moyen de faire de l'argent, d'avoir une situation financière intéressante.

Conclusion

Le phénomène de la création d'entreprise est annoncé par les différents déterminants. Les facteurs motivationnels déterminent le comportement. Plusieurs motivations peuvent mener à la création de l'entreprise. L'indépendance est une motivation d'entreprendre. Le défi est un caractère motivationnel, c'est d'avoir l'amour du risque.

Plusieurs études ont démontré que les créateurs d'entreprises ont des caractères spécifiques qui les conduisent à créer leurs propres entreprises. Ces caractéristiques sont liées à l'origine de l'entrepreneur et à son histoire qui regroupent les caractéristiques intrinsèques à l'individu (telles que l'âge et le sexe), des variables propres à son passé (son éducation ou son expérience professionnelle), l'entourage entrepreneurial et des éléments relationnels ayant pu l'influencer dans ses choix (tissu relationnel et familial). Les motivations entrepreneuriales des entrepreneurs résultent d'une combinaison complexe de facteurs qui sont interdépendants. C'est un processus qui ne saurait se réduire à un phénomène constant.

Chapitre 3 : la dynamique entrepreneuriale en Algérie**Introduction**

Depuis une vingtaine d'années l'Algérie vit une transformation radicale de son environnement économique induite par le passage de l'économie administrée à l'économie de marché. L'engagement résolu du pays dans la voie de l'économie de marché libère les énergies entrepreneuriales, et une certaine dynamique économique est enclenchée, entraînant une floraison de PME de statut privé.

En Algérie la dynamique entrepreneuriale enclenchée dans la dernière décennie a permis un développement des petites et moyennes entreprises qui investissent de plus en plus dans les différents secteurs économiques. Autrement dit, l'engagement résolu du pays dans la voie de l'économie de marché libère les énergies entrepreneuriales, et une forte dynamique économique est enclenchée se caractérisant par un développement important et rapide des entreprises.

Dans ce chapitre nous allons présenter l'évolution de la population de PME privées en Algérie et plus précisément dans la wilaya de Bejaia, dans quel cadre elle a évolué, ainsi que les secteurs d'activités et le rôle de la PME dans la création d'emplois et la contribution à la valeur ajoutée, et les difficultés qui handicapent ces PME.

1- Les PME en Algérie

L'orientation économique de l'Algérie depuis l'indépendance a marginalisé les PME/PMI au profit des entreprises de grandes envergures, qui correspondaient à l'époque au modèle des industries industrialisantes. D'ailleurs, ce n'est qu'une fois les réformes économiques engagées à partir de la fin des années 80 que l'état commençait à s'intéresser aux PME.

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

Avec l'échec de la stratégie industrielle des années 70, l'état algérien a mis plusieurs dispositifs de promotion des investissements, en taillant une place primordiale pour la petite et moyenne entreprise. Cette dernière est devenue un instrument privilégié pour l'Algérie dans le cadre des réformes, dont l'objet était de déclencher une relance économique et sociale.

Il est évident de dire que la PME est importante pour la croissance, l'emploi et le bien être d'un pays. Toutes les statistiques de la vaste majorité des pays développés prouvent que les PME produisent 70% en valeurs ajoutées et créent plus de 60% des emplois. L'Algérie comme tous les pays européens a pris conscience de la nécessité du développement de ce secteur vital,

en prenant un certain nombre de mesures : création d'institutions, modification de la réglementation et autres.

1-2 Définition et caractéristique de la PME en Algérie

La définition de la PME n'est pas une tâche facile, puisque celle-ci varie d'un pays à un autre selon l'environnement adopté, elle est en relation étroite avec les politiques de développement d'un pays. L'union Européenne considère l'entreprise comme petite, lorsque l'entrepreneur est en mesure de la diriger seul, de prendre les décisions essentielles et d'en assumer les résultats de sa gestion. Dans le même sens, la confédération générale des PME considère ces dernières comme des « entreprises dans lesquelles les chefs d'entreprises assument personnellement et directement les responsabilités financières, techniques sociales et morales de l'entreprise, quelle que soit la forme juridique de celle-ci »¹.

En Algérie, la loi n° 01-18 du 12 décembre 2001² portant loi d'orientation sur la promotion de la petite et moyenne entreprise, dans son article 4, définit la PME, quelque soit son statut juridique, « comme une entreprise de production de bien et/ou de services : employant de 1 à 250 personnes, dont le chiffre d'affaire annuel n'excède pas 2 milliards de dinars ou dont le total du bilan annuel n'excède pas 500 millions de dinars et qui respecte les critères d'indépendance »³. Les articles (5,6 et 7) dans la même loi subdivisent cette entité (PME) en trois catégories synthétisées dans le tableau suivant :

Tableau n°3 : définition de la PME en Algérie

Entreprise /Critères	Effectif	Chiffre d'affaire	Bilan annuel
Moyenne	50 à 250	200 millions à 2 milliards DA	100 à 500 millions DA
Petite	10 à 49	Inférieur à 200 millions DA	Inférieur à 100 millions DA
Très petite (TPE) ou micro-entreprise	1 à 9	Inférieur à 20 millions DA	Inférieur à 10 millions DA

Source : Actes des assises nationales de la PME 2004, p32

A partir des définitions citées ci-dessus, on conclut que les petites et moyennes entreprises on généralement les caractéristique suivantes : la petite taille, la centralisation de la gestion, la

¹ Abderrahmane Abdou, A Bouyacoub, L Michel, M Mouhamed (2004), Op.Cit, p271.

² Voir : le journal n°77, du 15 décembre 2001.

³ Une entreprise est indépendante si au moins 25% de son capital social échappe au contrôle des autres entreprises qui y ont réalisé des participations directes ou croisées.

faible spécialisation de la direction, une stratégie peu formalisée et un système d'information interne et externe peu complexe et peu organisé. En Algérie comme d'autres pays, la spécificité de la petite taille des entreprises se vérifie. En 2007, la catégorie de la très petite entreprise représente 95,33% du total de la population des PME (soit 23015 entreprises sur 24140).

Dans les petites entreprises algériennes, le pouvoir de gestion est concentré entre les mains du propriétaire dirigeant. Les relations personnelles priment sur les relations bureaucratiques et le recrutement se fait très souvent dans le cercle familial. Le trait spécifique de la PME algérienne reste sans conteste le critère familial et traditionnel de l'entreprise⁴.

1-3 Vue historique de la PME algérienne

L'entrepreneuriat a vu le jour en Algérie dans sa majorité après l'indépendance. Durant la période de colonisation, il y avait une économie française en Algérie, dirigée d'Alger sous la pression constante du colonisateur. Après l'indépendance et jusqu'à nos jours, l'économie algérienne a connu une succession de deux modèles industriels distincts : le modèle productif fondé sur la grande entreprise publique et celui fondé sur les petites et moyennes entreprises, essentiellement privée. « la PME algérienne est née dans sa majorité après l'indépendance ; elle n'a évolué que très lentement sans disposer d'une infrastructure ou d'une superstructure adaptées ni d'une expérience historique acquise »⁵.

Globalement, deux grandes périodes caractérisent le cadre institutionnel, administratif et juridique dans lequel a évolué la PME depuis l'indépendance : la première, qui a duré jusqu'à 1982, s'est distinguée par une réglementation portée essentiellement sur la limitation de l'initiative privée, avec la mise en place d'une industrie à tendance lourde, susceptible de jouer le rôle de locomotive dans le développement économique et social. La seconde, entamée graduellement à partir de 1982 à nos jours, a eu pour effet la mise en place des dispositifs nécessaires à la promotion des PME dans le cadre de l'initiative privée⁶.

1-3-1 La période 1962-1982

Cette période est caractérisée sur le plan politique par une économie planifiée de type socialiste. L'Algérie a mis en place un vaste secteur public presque dans tous les domaines et surtout dans l'industrie qui a été appréhendée comme une industrie à tendance lourde.

⁴ Abderrahmane Abdou, A Bouyacoub, L Michel, M Mouhamed, entrepreneurs et PME (2004), Op.Cit.

⁵ Conseil National Economique et Social : pour une politique de développement de la PME en Algérie, Alger 2003.

⁶ Les actes des assises nationales de la PME, janvier 2004. (rapport réalisé par le ministère de la petite et moyenne entreprise et de l'artisanat).

L'entreprise privée et, à travers elle, les petites et moyennes entreprises, ont été relativement marginalisées et l'industrie de transformation privée avait un caractère familial, au plus artisanal, sans grande envergure⁷.

Le premier code des investissements a été promulgué en 1963⁸ pour remédier à l'instabilité qui a suivi l'indépendance, dont l'objet était de reformuler le cadre institutionnel de l'appareil productif du pays. Avec les insuffisances que présente ce code en termes de faible impact sur le développement de la PME, un deuxième code a été promulgué en 1966⁹. Ce nouveau code des investissements visait à définir un statut à l'investissement privé national dans le cadre du développement économique¹⁰.

Selon le rapport du CNES en 2003, toutes au long de la période 1963-1982, il n'y a pas eu de politique claire à l'égard du secteur privé. L'entreprise privée était limitée par un contrôle sévère par l'Etat en exigeant un agrément pour toute opération d'investissement. « Après 20 ans de prédominance du secteur public en Algérie, sous la devise de l'industrie industrialisante, l'Etat-unique propriétaire et entrepreneur accorde au secteur privé un rôle complémentaire en 1982 dans certains activités, avec un niveau d'investissement très limité »¹¹.

1-3-2 la période 1982 à nos jours

L'année 1982 a vu la promulgation de la loi 82-11, relative à l'investissement économique privé national. Ce texte marque le début d'ouverture de la politique économique à l'initiative privée, tout en indiquant que les mesures prises dans ce cadre ont eu un impact limité sur l'expansion du secteur privé. Suivi d'un décret n°83-98 portant la création en 1983 d'un office pour l'orientation, le suivi et la coordination de l'investissement privé (OSCIP). « Avec le code des investissements de 1982 et la création de OSCIP, le secteur privé, pour la première fois depuis l'indépendance, s'est vu connaître un rôle à jouer dans la concrétisation des objectifs de

⁷ Idem

⁸ Loi portant code des investissements, n°63-277 du 26.07.1963, publiée dans le journal n°53 du 02.08.1963.

⁹ Ordonnance portant code des investissements, n°66-284 du 15.09.1966, publiés dans le journal n°80 du 17.09.1966.

¹⁰ Conseil National Economique et Social : pour une politique de développement de la PME en Algérie, Alger 2003.

¹¹ Khalil ASSALA, PME en Algérie : de la création à la mondialisation, 8^{ème} congrès international francophone en entrepreneuriat et PME, « l'internationalisation des PME et ses conséquences sur les stratégies entrepreneuriales 25, 26 et 27 Octobre 2006.

développement nationaux. Cependant il faut souligner que ces dispositions ont eu un impact limité sur la création de nouvelles PME »¹².

Bien avant 1990, face à la crise qu'a traversée le pays, surtout avec la chute des prix pétrole en 1986, suivi du constat des résultats non satisfaisants de la stratégie de développement économique et social, l'Etat algérien a saisi la nécessité d'établir des réformes profondes de l'économie. En 1988, la loi 88-25 est promulguée pour clarifier les modalités d'orientation des investissements privés, suivie en 1990 par une autre loi 90-10 relative à la monnaie et au crédit. Cette nouvelle orientation est fondée sur la liberté et l'égalité de traitement pour toutes les entreprises algériennes qu'elles soient publiques ou privées.

En 1993, l'Algérie a mis en place un nouveau code des investissements, qui consacre la liberté d'entreprendre tant pour les opérateurs privés nationaux qu'étranger, puis elle a créé une agence de promotion de soutien et de suivi des investissements (APSI)¹³ en 1994.

Toutes ces mesures citées précédemment ont été réajustées, en promulguant en 2001 l'ordonnance n°01-03 relative au développement de l'investissement qui demeure à ce jour la principale référence en matière d'investissement en Algérie. Ce nouveau code des investissements prévoit :

- La décentralisation des activités de l'ANDI (ex APSI) par la création de bureaux régionaux.
- Le Conseil National d'Investissement (CNI).
- La signature par l'Algérie des conventions internationales liées à l'arbitrage et règlements des litiges.
- La loi d'orientation pour la promotion des PME (n°01-18 du 12-12-2001).

A partir de ce nouveau code des investissements promulgué en 2001 et la nouvelle loi d'orientation sur la promotion de la PME, on assiste à un regain d'intérêt à l'entrepreneuriat en Algérie. Cette loi comprend, outre des principes généraux, la définition des PME, la politique d'aide et de soutien de l'Etat aux PME. Plusieurs agences et structures d'appui ont vu le jour, telles que l'ANGEM et la CNAC, il y'a eu aussi la création d'une agence chargée de la mise à niveau des entreprises, dénommée ANDPME, et la promulgation de deux organismes chargés de garantir les crédits octroyés par les PME, le FGAR et la CGCI-PME.

¹² Conseil National Economique et Social : pour une politique de développement de la PME en Algérie, Alger 2003.

¹³ Décret n°93-37 d'Octobre 1993.

1-4 Quelques données statistiques sur la PME en Algérie

Avant d'analyser la dynamique des PME en Algérie, nous procéderons d'abord à une présentation de ces principales composantes, ensuite nous montrerons l'importance de leurs poids dans l'économie nationale.

1-4-1 Les principales composantes de la PME en Algérie

La population des petites et moyennes entreprises comporte principalement trois composantes : les PME privées, les PME publiques et les artisans. A la fin de l'année 2009, le nombre total des PME, toutes catégories comprises est de 515 573 entités, alors que leur en 2001 n'était que de 245 348 entreprises. Durant la période 2001-2009, la population des PME a doublé avec un taux de croissance de 110.15%, soit une croissance annuelle de 12,24%.

1-4-1-1 La PME privée

Le nombre de PME privées déclarées s'élève en fin de 2009 à 345 902 entreprises. Ces dernières constituent la composante majeure de la population des PME, avec une part de 67,10% de l'ensemble. La dynamique de cette catégorie d'entreprise se traduit par une croissance moyenne annuelle de 21 000 entreprises.

1-4-1-2 La PME publique

En ce qui concerne les PME publiques, à la fin de l'année 2009, leur nombre ne représente infime partie du total des PME, avec une part qui ne dépasse pas 0,12% l'ensemble. Cette catégorie d'entreprise a connu une diminution continue à partir de 2006, pour le motif du processus de privatisation des entreprises publiques engagé dans le cadre de la restructuration et la réorganisation du secteur public.

1-4-1-3 Les artisans

Généralement, les artisans se répartissent en trois domaines : d'artisanat traditionnel et d'art, l'artisanat de production de bien et l'artisanat de production de service. D'après les données du tableau suivant (n°6), les activités artisanales ont connu une croissance considérable, avec un taux d'évolution annuelle de 12,12%. A la fin de l'année 2009, la part de ce type d'activité représente 32,79% du total des PME.

Tableau n°4 : Evolution de la population des PME en Algérie (2001-2009)

Années	PME Privées	PME Publiques	Artisans	Total
2001	179 893	778	64 677	245 348
2002	189 552	778	71 523	261 853
2003	207 949	778	79 850	288 577
2004	225 449	778	86 732	321 959
2005	245 842	874	96 072	342 788
2006	269 806	739	106 222	376 767
2007	293 946	666	116 347	410 559
2008	321 387	626	126 887	448 900
2009	345 902	591	169 080	515 573

Source : bulletin d'information statistique du ministère de la PME et de l'artisanat (2001-2009)

Ce tableau illustre une évolution graduelle de la population globale des PME, dans ses principales composantes durant 9 ans (2001-2009). Les données du ministère de la PME et de l'artisanat affichent un recul du nombre des PME publiques en faveur des PME privées, qui est dû au processus de privatisation.

1-4-2 la PME dans l'économie nationale

D'après les données du ministère de la PME et de l'artisanat¹⁴, la PME privée a réalisé un progrès important durant la période 2004-2009, en provoquant une progression régulière dans les principaux indicateurs macro-économiques. Dans ce qui suit nous présenterons l'évolution de deux grands agrégats macro-économiques : l'évolution de l'emploi et l'évolution du produit intérieur brut.

¹⁴ Bulletin d'information statistique du ministère de la PME et de l'artisanat (2004-2009).

Tableau n° 5 : Evolution comparative de l'emploi dans les PME durant la période (2004-2009)

Années	PME privée	Emplois	Taux ¹⁵ d'évolution de l'emploi (%)	PME publique	Emploi	Taux d'évolution de l'emploi (%)
2004	225 449	592 758	-	778	71 826	-
2005	245 842	888 829	49,94%	874	76 283	06,20%
2006	269 806	977 942	10,02%	739	61 661	-19,16%
2007	293 946	1 066 983	08,90%	666	57 146	07,32%
2008	321 387	1 233 073	15,78%	626	53 169	-06,95%
2009	345 902	1 363 444	10,57%	591	51 635	-05,59%

Source : Etablie par nous à partir des bulletins d'information statistique du ministère de la PME et de l'artisanat (2004-2009).

Ce tableau montre qu'en matière d'emploi, la PME privée participe à hauteur de 1 363 444 postes en fin de 2009, alors que la PME publique ne compte que 51 635 postes. Les emplois générés sont globalement issus de la progression du nombre des PME privées qui présente un taux d'évolution de 130% de l'emploi durant la période 2004-2009, soit une croissance annuelle de 21,66%. Contrairement aux PME publiques, qui affichent une décroissance en termes d'emplois à partir de 2006. Il est clair que cette diminution de l'emploi est le résultat d'un fait économique, marqué par la restructuration et la réorganisation du secteur public.

Tableau n°6 : Evolution du produit intérieur brut hors hydrocarbure en pourcentage

Part des PME dans le PIB	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
PME publiques	24,6%	25,2%	23,6%	23,1%	22,8%	21,59%	20,4%	19,2%
PME privées	74,8%	76,4%	76,9%	77,4%	78,2%	78,41%	79,6%	80,8%

Source : bulletins d'information statistique du ministère de la PME et de l'artisanat (2000-2009) et M Belattaf, K Khebach, N Nadjedi(2005), Op. Cit, p98.

¹⁵ Taux d'évolution (dans l'année t) = $[(l'emploi^{(200t)} - l'emploi^{(200t-1)}) / l'emploi^{(200t-1)}] * 100$

D'après le tableau ci-dessus, nous constatons que la part des PME privées dans le PIB hors hydrocarbure est en nette évolution durant la période 2000-2007, contrairement à la PME publique qui a connu une décroissance continue dans sa part. Les PME privées ont contribué à hauteur de 80,8% pour l'année 2007, alors qu'il était de 74,8% en 2000.

Cependant, en produit intérieur brut hydrocarbure comprise, la part des PME privées en 2005 ne représente que 44%. Les PME publiques qui représentent 0.23% du total des PME en 2005, contribuent de 56% dans le PIB. Ce dernier taux confirme la forte présence de l'Etat dans la sphère économique¹⁶.

1-4-3 Evolution de la population des PME privées en Algérie

A la fin de 2009, le nombre des PME privées déclarées s'élève à 345 902 PME, alors que leur nombre à la fin de l'année 2001 était de 179 893 entreprises. En 9 ans, cette population de PME a enregistré un taux d'évolution de 92,28%, soit une croissance annuelle de 10,25%.

L'examen de la structure de la population des PME selon le nombre de salariés déclarés, met en évidence la prépondérance de la très petite entreprise employant moins de 10 salariés. L'évolution des PME privées durant l'année 2009 est de 24 515 PME dont La très petite Entreprise est majoritaire avec 23 375 entreprises privées, soit plus de 95% (Tableau n°7).

Tableau n°7 : Mouvements annuels des PME privées par tranche d'effectifs

PME Privées	Nombre de PME créée en 2009	%
De 1 à 9 salariés	23 375	95,35
De 10 à 49 salariés	1 012	4,13
De 50 à 250 salariés	128	0,52
Total	24 515	100

Source : Bulletin d'information des statistiques du ministère de la PME et de l'Artisanat.

¹⁶ M Belattaf, K Khebache, N Nadjedi(2005), Op. Cit, p98.

1-4-4 Répartition des PME privées par secteur d'activité

Près de 86% de l'activité des Pme/Pmi sont concentrés dans sept secteurs d'activités (sources CNAS, 2009) : BTP (35,34%), commerce et distribution (17,39%), transport et communication (8,92%), services fournis aux ménages (6,97%), services fournis aux entreprises (6,04%), hôtellerie et restauration (5,57%) et enfin les industries agro-alimentaires (5,11%). Le secteur Bâtiments et travaux publics reste le plus dominant et dynamique puisque sa part dans la population totale est passée de 7224 en 1992⁸⁵ à 122 238 entreprises en 2009. Cette dynamique est expliquée, par BOUYACOUB¹⁷, par le fait que le marché des BTP est énorme (l'engagement de l'Etat dans le programme de 1 million de logement, de l'autoroute est/ouest et plein d'autres projets) et que l'économie enregistre un déficit important en termes de capacités de réalisation de gros chantiers, ajoutant à cela, le fait que les taux de profit dans ce secteur sont très élevés.

Tableau n°8 : Les secteurs d'activités dominants

N°	Secteurs d'activités	Nombre d'entreprises	%
1	Bâtiments et travaux publics	122 238	35,34
2	Commerce et distribution	60 138	17,39
3	Transport et communication	30 871	8,92
4	Services fournis aux ménages	24 108	6,97
5	Services fournis aux entreprises	20908	6,04
6	Hôtellerie et restauration	19 282	5,57
7	Industrie agroalimentaire	17 679	5,11
8	Autres secteurs	50 678	14,66
	Total	345 902	100

Source : Bulletin d'information des statistiques du ministère de la PME et de l'Artisanat (l'année 2009)

L'augmentation des créations d'entreprises privées est plus particulièrement le fait de l'évolution de trois secteurs très dynamiques ces dernières années : les services sont largement en tête, ils représentent près de la moitié des entreprises créée en 2009 ; soit un taux de 46,10%, témoignant d'un processus de tertiarisation. Suivi par le secteur Bâtiments et travaux publics avec 35,34% et les industries avec un taux de 17,25 %.

¹⁷ BOUYACOUB (Ahmed), « Les PME en Algérie : Dynamisme et limites institutionnelles » dans Bouyacoup, madoui et alii, « De la gouvernance PME\PMI », regard croisés France Algérie, l'Harmattan, Paris 2006, P 119.

Tableau n°9 : Répartition des PME par Groupes de Branches d'Activité

Groupe de branche	Nombre de PME privées	Taux (%)
Services	159 444	46,10
BTP	122 238	35,34
Industrie	59 670	17,25
Agriculture et pêche	3 642	1,05
Services liés aux industries	908	0,26
Total	345 902	100

Source : Bulletin d'information des statistiques du ministère de la PME et de l'Artisanat (2009)

1-4-5 Répartition spatiale des PME privées

L'analyse de la répartition des PME privées entre les différentes wilayas révèle l'existence d'une forte disparité. La répartition n'est pas équilibrée, cela revient à plusieurs facteurs qui peuvent être d'ordre géographique (le relief et les conditions climatiques), économique (concentration de la population et des activités, les infrastructures économiques de base) et même politique (la nature et la destination des projets de développement), et souvent nous pouvons intégrer le facteur culturel du fait que parfois dans certaines régions le phénomène de l'entrepreneuriat est associé aux traditions de la famille, et que dans d'autres régions les gens se contentent de l'élevage et le travail de la terre.

Tableau n° 10 : Répartition spatiale selon le nombre des PME en 2009

Wilaya	Nombre de PME	Taux (%)
Alger	41 006	61,88
Tizi-Ouzou	19 785	80,68
Oran	16 204	11,95
Bejaia	15 517	95,25
Sétif	14 960	84,23
Tipaza	13 093	109,12
Boumerdes	12 006	77,37
Blida	11 250	71,78
Constantine	11 049	73,7
Annaba	8 933	53,41

Source : Bulletin d'information des statistiques du ministère de la PME et de l'Artisanat (2009).

1-5 Les PME algériennes et l'innovation

En Algérie, les dépenses en matière de recherche et développement représentent moins de 1% du PIB en 1996¹⁸. Cette faible part s'explique en grande partie par la faiblesse du secteur privé dans l'investissement en recherche et l'absence d'une volonté politique visant à améliorer le statut du chercheur. L'innovation est plus ou moins présente dans les grandes entreprises, cependant les PME ne participent pas assez aux activités de recherche et d'innovation. En l'absence de statistiques qui concernent l'innovation en Algérie, en prenant comme indicateur la demande de brevets d'invention qui sont en nombre de 806 dépôts, dont 90,4% sont d'origine étrangère (non-résidents), les 9,6% restantes concernent des entreprises nationales. L'Institut National Algérien de la Propriété Industrielle (INAPI) a enregistré 1076 inventions protégées par des brevets en 2010.

Les petites et moyennes entreprises algériennes ont été marginalisées jusqu'à la fin des années quatre vingt au profit de la grande dimension. Elles ont évolué dans un environnement totalement défavorable, et étaient concentrées sur des activités de transformation courante et à très faibles valeurs ajoutées et intensité technologique. En 2000, les pouvoirs publics ont mis en place un programme de mise à niveau co-financé par l'Union Européenne qui vise à améliorer les capacités de production des PME, une meilleure compétitivité et une insertion dans le marché mondial en vue de l'adhésion du pays en 2010 à l'OMC ainsi que l'accès à la zone de libre échange euro méditerranéenne. Le secteur de la PME a bénéficié aussi d'un programme de mise à niveau de la compétitivité industrielle et de développement des services d'appui technologiques et de conseils à l'industrie. L'objectif étant de stimuler l'innovation dans ces entreprises.

Plusieurs obstacles entravent le développement des projets d'innovation dans les PME. La plupart des entreprises de petite taille ont des ressources financières limitées et trouvent des difficultés pour octroyer des crédits auprès des banques. De plus, les compétences internes des PME algériennes (chercheurs, techniciens, agent de production et de commercialisation, etc.) sont faibles. Les chefs d'entreprises mentionnent aussi, que l'État ne fait pas assez d'efforts en matière d'accompagnement, d'appui et de facilitation d'accès à l'information pertinente (technique et commerciale, etc.) pour stimuler l'innovation. Ainsi, il y a absence d'un système algérien de soutien à l'innovation pour les petites et moyennes entreprises.

¹⁸ Abdelaziz SALEM, « Exportation et innovation », Cahiers du CREAD n°43, 1er trimestre 1998, pages 67-77.

2- La PME privée dans la wilaya de Bejaia

Dans cette section, nous allons présenter la région qui sert à l'étude de cas et nous essaierons de déceler les atouts et potentialités de la région.

2-1 Présentation de la wilaya de Bejaia

2-1-1 La situation géographique de la wilaya de Bejaia

La wilaya de Bejaia est située au Nord-est de la région centre de l'Algérie. Elle est limitée, géographiquement, par la mer Méditerranée au Nord (sur une longueur avoisinant les 100 km), à l'Est et au Sud-Est par la chaîne des Babors qui se rattachent au Sud à la chaîne des Bibans, et à l'Ouest par les massifs du Djurdjura. Elle s'étend sur une superficie de 322.348Ha. Créée lors du découpage administratif de 1974, (j.o.r.a n° 55 du 09 juillet 1974), la wilaya de Béjaia était organisée en 05 daïras et 28 communes. Puis modifiée en 1984 (j.o.r.a n° 06 du 07 février 1984) instituant 19 Daïras et 52 Communes.

Elle est délimitée par :

- La mer de méditerranée au Nord sur une longueur avoisinant 100 Km.
- Les wilayas de Brouira et de Tizi-Ouzou à l'Ouest.
- La wilaya de Jijel à l'est.
- Les wilayas de Bordj Bou-arrerdj et de Sétif au Sud.

La Wilaya de Bejaia est caractérisée par la prédominance de zones montagneuses. Son territoire peut être décomposé en trois grandes zones physiques:

- **Une zone Côtière:** Elle est située le long de la côte Est de la wilaya. Elle forme une bande qui s'étend de l'embouchure de l'Oued Soummam à celui de l'Oued Agrioun (commune de Melbou). Cette zone s'étale sur une longueur de 30Km environ pour une largeur variable allant de 200 à 2000 mètres.
- **La vallée de la Soummam :** Elle est située entre les deux chaînes de montagnes des Bibans Babors et l'ensemble Akfadou-Gouraya. Cette zone apparaît comme une étroite bande présentant de multiples courbures pour une longueur de 80 Km et une largeur qui varie entre 200 mètres et 4,5 Km selon les endroits.

- **La zone de montagne:** Constituée de la chaîne des Bibans Babors et de l'ensemble Akfadou-Gouraya, elle occupe les trois quarts (75%) de la superficie totale de la Wilaya, soit 2445,94 Km² et présente des pentes partout supérieures à 25%.

2-1-2 L'aspect démographique de la wilaya

La population totale de la Wilaya issue des résultats du recensement d'avril 2008 est estimée à 904 220 habitants, et à la fin de la même année, elle a atteint 915 000 individus. En 2009, elle a atteint 924 279 individus. La densité est de 287 habitants/km² avec des pointes de 1812 dans la commune de Sidi-Aich ; 1500 à Bejaia ; 1034 dans la commune d'Akbou. La distribution de la population fait ressortir que 61 % des habitants vit dans les chefs-lieux, 26% dans les agglomérations secondaires et le reste dans des hameaux et les zones éparses. L'essentiel de la population urbaine est concentré dans les villes situées dans la vallée de la Soummam et son prolongement vers le Nord. Cette répartition est due en particulier à la prédominance du relief montagneux qui pousse la population à s'installer dans les agglomérations chefs-lieux et secondaires.

2-1-3 Les infrastructures économiques de base

La wilaya de Bejaia dispose d'une importante infrastructure de base qui joue un rôle important dans la dynamique des activités économiques.

- Le réseau de transport

La wilaya dispose de différents modes de transport : routier, ferroviaire, maritime et aérien. Cette infrastructure facilite à tous les opérateurs économiques leurs activités et leurs liaisons avec fournisseurs, clients et partenaires qui se localisent dans chaque commune, wilaya et même au même niveau international.

a- Le réseau routier : La wilaya de Béjaia est l'une des régions à l'échelle nationale qui rassemble des structures économiques de base importantes, allant d'un réseau routier très important et très dense jusqu'à un port et un aéroport les plus dynamiques au niveau national. L'importance d'aborder le réseau routier est d'apprécier le rôle de l'accessibilité dans la localisation des entreprises nouvellement créées dans la wilaya de Béjaia. Un réseau routier dont la plupart des routes nationales sont en bon état, il se subdivise en une voie principale qui relie la wilaya de Bejaia avec d'autres wilayas (RN : 444,2Km) ; des voies secondaires reliant ainsi les différentes communes et daïras (3021Km). Pour mettre en valeur le réseau

routier et pour suivre un peu la dynamique que connaît l'activité portuaire et aéroportuaire, il a fait l'objet de la construction d'un pont sur la RN 26 qui relie directement la wilaya de Béjaia avec les wilayas de Jijel et de Sétif.

b- **Le réseau ferroviaire** : Concernant les chemins de fer, la wilaya dispose d'une voie ferrée de 90 Km reliant le chef lieu aux autres communes (Béjaia à Beni-Mansour), on ne compte pas moins de 09 gares se situant principalement au niveau de chaque centre urbain de chaque commune et/ou daïra. Bien que le transport de voyageur ait connu des cadences les plus faibles ces cinq dernières années suite à une concurrence exercée par un développement fulgurant du transport privé. Ce réseau joue un rôle important dans la vie économique, de la région et incite une réelle relance de l'activité des zones industrielles et d'activité se situant sur son trace. En effet, l'avantage de cet axe ferroviaire réside dans le fait que son point de départ se situe au port facilitant le transfert de marchandises et des matières premières du ou vers celui-ci, qui reste très actif et plus énergique. Ainsi, le réseau ferroviaire vient renforcer les atouts dont dispose la vallée de la Soummam.

c- **Le port et l'aéroport** : L'activité portuaire et aéroportuaire connaît un développement sans précédent grâce à l'existence d'un port et un aéroport qui ont un poids important dans la wilaya de Bejaia, celle-ci dispose d'un port occupant la troisième place en Algérie après celui d'Alger et d'Oran. Il a contribué à faire de la wilaya de Bejaia un important pôle industriel et commercial.

Le port s'étale sur une superficie totale de 205 Ha. Outre la partie réservée au transport de personnes et de marchandises, le port compte une autre partie constituée de 03 bassins réservés au stockage de pétrole.

La wilaya de Bejaia compte un aéroport situé sur la route nationale N°09 liant Bejaia à Sétif, dans la localité d'Iryahen, commune de Bejaia. Il est à une distance de 4 Km de la ville. L'aéroport de Bejaia depuis son lancement ne cesse de susciter un afflux de personnes empruntant les vols réguliers assurant les destinations les plus courantes : des navettes vers le sud (Hassi Messaoud), vers Alger et d'autres vers l'étranger (France notamment). Sa configuration comprend les infrastructures suivantes :

-Une piste d'atterrissage d'une longueur de 2400 m, et de 45 m de largeur

-Une aire de stationnement d'une superficie de 24576 m² avec 256 m de longueur sur 96 m de largeur dont la capacité de réception est de 4 avions (type Boeing 727).

-Deux voies de circulation reliées à la piste, de 23 m de largeur.

- Une aérogare d'une capacité de 250 passagers/ jours (Trafic actuel)

L'existence d'un tel aéroport vient renforcer le rôle du port grâce à la proximité de l'un de l'autre. La présence de l'aéroport coïncide avec une forte concentration d'entreprises dans la commune où il est localisé, à savoir la commune de Bejaia.

- Postes et télécommunication

Le secteur des postes et Télécommunication est aussi développé et constitue un appoint appréciable au développement des infrastructures économiques. La wilaya de Bejaia dispose de 116 établissements postaux fonctionnels et les 113 028 équipements téléphoniques ainsi que le nombre des abonnés a atteint 90 499 abonnés soit 9,89% de la population totale. Ces chiffres expliquent que la densité postale et téléphonique est presque normale : un (01) bureau de poste pour 7 888 habitants et un (01) téléphone pour 10 habitants. Les communes qui ont un réseau de télécommunication important sont : Sidi-Aich avec un nombre d'abonnés qui est de 2285 soit 16,49% de la population de la commune, Bejaia avec 28 965 abonnés soit 16,32% de la population de la commune, suivie d'Akbou avec 6620 abonnés ce qui fait 12,4% de la population de cette dernière.

Sans oublier l'apparition de la téléphonie mobile qui a connue une forte évolution ces dernières années, ce qui a joué un rôle très important pour les acteurs économiques en facilitant les contacts et les communications entre eux.

- Réseau d'électrification et gaz

La wilaya de Bejaia dispose d'un réseau d'électrification et gaz qui est très important, ce qui a fait d'elle une zone attractive, les zones les plus industrialisées de la wilaya sont les plus électrifiées et les plus dotées en gaz. Le tableau n°11, nous permet de voir les communes les plus électrifiées dans la wilaya de Bejaia:

Tableau 11: Taux d'électrification et branchement de gaz

Communes	Nombre d'abonnés		Taux d'électrification
	Électricité	Gaz	
BEJAIA	57 111	38 551	97,49
AKBOU	13 990	8 265	79,03
AMIZOUR	9 202	3 730	96,83
EL KSEUR	8 729	4 508	97,6
KHERRATA	7 736	0	86,83
OUZELLAGUEN	7 098	2 895	83,77
TAZMALT	7 316	3 116	72,88
SEDDOUK	6 516	2 841	92,36
IGHRAM	3 690	0	84,67

Source : La DPAT de Bejaia 2013

2-2 Présentation de la population des PME dans la wilaya de Bejaia

La wilaya de Bejaia connaît un certain dynamisme économique qui découle d'une position géographique favorable à l'investissement et la disponibilité d'une infrastructure de base dont l'activité économique a besoin. Malgré les conditions naturelles contraignantes vu la prédominance des montagnes sur le territoire de la wilaya, elle occupe une place importante au niveau national en matière d'investissement et de création d'entreprises, par rapport aux autres wilayas du pays. Les différents chiffres que nous avons pu rassembler, font état d'une part importante d'entreprises, que compte cette wilaya comparés aux autres wilayas de l'Algérie. Les chiffres de la Caisse Nationale d'Assurance Sociale (CNAS), la wilaya de Bejaia est à la quatrième position concernant le nombre de PME après Alger, Oran et Tizi-Ouzou. Elle compte, à la fin de l'année 2009, 15517 PME soit, le total des PME enregistrés en Algérie.

2-2-1 Les composantes du secteur de la PME

- Les PME privées

Le nombre de PME privées dans la wilaya de Bejaia au 2^{ème} trimestre 2013, s'élève à 116110 soit 61,56% du nombre total des PME, l'évolution du tissu des PME privées est dû à l'initiative privée, car après le désengagement progressif de l'Etat de la sphère économique et en particulier après le code des investissements de 1993 qui a favorisé la liberté d'investir. Depuis cette date le nombre de PME privée ne cesse d'augmenter et touche presque à tous les secteurs d'activité.

- Les PME publiques

Les PME publiques représentent une part très faible qui est, 2^{ème} trimestre 2013, de 41 entreprises, soit 0,15% de l'ensemble des PME. Ce type d'entreprises connaît une diminution d'une année à une autre. En 2006, Le nombre de PME publiques était de 203 entreprises. Ce chiffre a diminué à 170 en 2007, ensuite une légère augmentation en 2008 pour atteindre 174 entreprises. Cette baisse s'explique par la liquidation des PME du secteur public non productives pour laisser la place à l'initiative privée.

- Activités artisanales

Les activités artisanales déclarées auprès de la Chambre de l'Artisanat et des Métiers la wilaya de Bejaia, fin de l'année 2012, s'élève à 10 045. Elles représentent 38,38 % de l'ensemble des PME.

2-3 Répartition des PME privées

Nous allons présenter les secteurs d'activités dominants dans la wilaya de Bejaia ainsi que la forme juridique des entreprises et par la suite nous passerons à la répartition spatiale des PME sur le territoire.

2 -3-1 La répartition par secteurs d'activités

La répartition des entreprises par secteur d'activité laisse apparaître un déséquilibre. La plupart des PME se concentre dans le secteur du bâtiment et travaux publics avec un nombre de 3 462 entreprises soit 25,77% du total des entreprises avec un taux de création d'emplois assez important également est de l'ordre de 30,23%, puis le secteur du commerce avec 2 668 entreprises soit 19,86% du total ce secteur crée 12,78% du total des emplois et en troisième lieu le secteur de transport et de communication avec 2 513 entreprises soit un taux de 18,70% et participe avec 9,10% du total des emplois.

Le secteur de l'industrie agroalimentaire occupe une place très importante dans la wilaya de Bejaia avec 2 513 PME. En termes d'emplois, elle occupe la quatrième position avec 3 998 emplois, soit 9,10% du total d'emplois. Cette région est devenue en quelques années un véritable pôle industriel en matière d'attractivité d'investisseurs nationaux et même étrangers Grâce à sa position géographique stratégique et longeant la mer méditerranée sur près de 100km de côtes.

Tableau n°12 : Répartition des PME privées par secteur d'activité en 2011

N°	Secteurs d'activités	Nombre des	%	Emplois	%
01	Bâtiments et travaux publics (non	3 462	25,77	13 281	30,23
02	Commerces	2 668	19,86	5 614	12,78
03	Transport et communication	487	3,31	2 810	4,34
04	Service fournis aux ménages	960	7,14	2 437	5,54
05	Services fournis aux entreprises	869	6,46	4 023	9,15
06	Industrie du bois, liège, papier,	634	4,71	1 618	3,68
07	Hôtellerie et restauration	635	4,72	2 266	5,15
08	Industries agroalimentaires, tabac,	2 513	18,70	3 998	9,10
09	Agriculture et pêche	311	2,31	1 910	4,34
10	Autres secteurs	894	6,64	5970	13,59
Total		13 433	100	43 927	100

Source : DPMEA de Bejaia.

2-3-2 Répartition des PME privées par formes juridique

Dans la wilaya de Bejaia, la forme juridique la plus dominante et la plus choisie par les créateurs des entreprises est celle de « Entreprise individuelle » avec 197 PME soit un pourcentage de 67,24% du total des entreprises. La raison est que la majorité des entreprises privées sont des entreprises de très petite taille ou des micro-entreprises qui son la propriété d'une seule personne. En deuxième position se trouve les sociétés à responsabilité limité avec une part qui est de 13,65% soit 40 entreprises, le choix de cette forme juridique (SARL) est due principalement aux avantages qu'elle offre. Les entrepreneurs optent pour cette forme en raison du capital relativement faible qu'elle nécessite. Les associés peuvent prendre part dans plusieurs entreprises en même temps. Ainsi, en cas de faillite, les risques sont limités uniquement aux apports de chaque associé au capital social de la société créée.

Les moyennes et les petites entreprises généralement choisissent entre SNC, EURL et SARL. La dernière position est occupée par les Sociétés Par Action qui représentent que 1,72 % de l'ensemble des PME, c'est une forme choisie généralement par les grandes entreprises.

Tableau n°13 : Répartition des PME privées par formes juridique en 2011

Forme juridique	Nombre des PME	%
Entreprise Individuelle	197	67,24
S.A.R.L	40	13,65
E.U.R.L	26	8,87
S.N.C	25	8,53
S.P.A	5	1,71
Autres	0	0
Total	293	100%

Source : DPMEA de Bejaia

2-3-2 Répartition spatiale des PME

Les entreprises de la wilaya de Bejaia se répartissent inégalement sur son territoire, certaines communes sont caractérisées par une concentration accrue des entreprises alors que d'autres comptent un nombre d'entreprises très faible. Pour bien se rendre compte de cette situation, nous avons quelques chiffres qui sont très révélateurs :

En 2009, la commune de Bejaia, chef lieu de la wilaya, compte à elle seul 3764 entreprises, soit 32,97 % du nombre total des entreprises de la wilaya.

- Prés de la moitié 49,78 % des entreprises de la wilaya sont concentrées dans les quatre communes suivantes : Bejaia, Akbou, Tazmalt et El kseur. Tandis que l'autre moitié 50,22% se répartit entre les 48 communes restantes. Ces dernières se répartissent comme suit : Deux (02) communes (Kherrata et Sidi Aich) regroupent respectivement 3,25% et 3,18% du total des entreprises de la wilaya, Cinq (05) communes regroupant entre 2 et 3%, Onze (11) communes regroupent entre 1 et 2% du total des entreprises. Et le reste, soit 30 communes regroupant moins de 1% des entreprises de la wilaya.

Nous pouvons conclure que le dynamisme entrepreneurial est caractérisé par une forte disparité entre les différentes communes de la wilaya. Cet état de fait peut être expliqué par le degré de concentration relatif de la population dans chaque commune. En effet, compte tenu de ce critère, la commune de Bejaia accapare 19,5% de la population totale de la wilaya (soit 180 270 habitants), la commune d'Akbou : 53 965 habitants, Amizour : 38 045 habitants, Kherrata : 35 527 habitants et El kseur : 30 226 habitants. Force est de constater que le taux de concentration de la population dans la commune de Béjaia représente plus que le triple du taux de concentration dans les autres communes. Notons aussi que, la propension à entreprendre était plus élevée dans le centre urbain de Béjaia du fait de la disponibilité de divers facteurs favorables à l'entrepreneuriat (proximité des services d'aide et de soutien à la création

d'entreprises, disponibilité du foncier industriel, infrastructures de base importantes...). Ainsi que la densité du tissu économique des communes constitue elle-même un facteur de forte attractivité pour les nouveaux entrepreneurs. Autrement dit, l'inégalité de la distribution du tissu économique génère aussi une inégalité du fait entrepreneurial. De plus, le relief paraît également comme un facteur explicatif important car on constate une corrélation entre les communes à forte proportion de PME et la nature du relief, les investissements privilégient la vallée de la Soummam au détriment des zones de montagnes.

Tableau n°14 : Répartition spatiale des PME privées

Commune	Nombre	%	Commune	Nombre	%
Bejaia	3764	32,97	Souk-Oufela	93	0,81
Akbou	1 044	9,14	Boudjellil	89	0,78
Tazmalt	438	3,84	Tamridjet	74	0,65
El kseur	437	3,83	Beni- Maouche	65	0,57
Kherrata	371	3,25	Ighram	65	0,57
Sidi-Aich	363	3,18	Toudja	65	0,57
Timezrit	309	2,71	El Flaye	61	0,53
Amizour	291	2,55	Kendira	60	0,53
Souk El Tenine	274	2,40	Adekar	58	0,51
Seddouk	261	2,29	M'cisna	57	0,50
I.Ouzellaguen	229	2,01	Ighil Ali	57	0,50
Aokas	218	1,91	F. Ilemathen	56	0,49
Oued Ghir	215	1,88	Bouhamza	51	0,45
Tichy	213	1,87	Beni K'sila	50	0,44
D. El-Kaid	189	1,66	Tifra	50	0,44
Taskiout	188	1,65	Tizi N'berber	48	0,42
Semaoun	185	1,62	Akfadou	45	0,39
Tala Hamza	141	1,23	Boukhelifa	40	0,35
Ait Smail	127	1,11	Taourirt Ighil	37	0,32
Feraoun	127	1,11	Chellata	34	0,30
Ait R'zine	124	1,09	Sidi-Ayad	31	0,27
Darguina	122	1,07	Tibane	31	0,27
Beni- Djellil	111	0,97	Tinebdhar	21	0,18
Barbacha	111	0,97	Beni Melikeche	20	0,18
Chemini	107	0,94	Tamokra	5	0,04
Amalou	99	0,87	TOTAL WIAYA	11 418	100
Melbou	97	0,85			

Source : DPMEA de Bejaia

2-4 La place des PME privées dans le tissu économique

Aujourd'hui la PME représente la forme la plus courante dans la plupart des économies. Elle est considérée de plus en plus comme sources de nouveaux emplois, de richesses et de prospérité. C'est un moyen de lutte contre le chômage et l'exclusion mais également une source très importante d'innovation.

2-4-1 Rôle des PME dans la création d'emplois

Partout dans le monde, il a été démontré pour toutes les économies dynamiques que les PME créent la plus grande part des postes d'emploi, et qu'elles remplissent un rôle indéniable dans la résorption du taux de chômage, qui constitue une préoccupation majeure de tous les gouvernements. Les PME sont des entreprises dynamiques et flexibles qui peuvent répondre aux attentes des gouvernements et aux espoirs des jeunes. La wilaya de Bejaia n'échappe pas à

cette logique, nous constatons que pour l'année 2009 le nombre des emplois créés ont atteint 39 782 emplois par les PME privées contre 1 812 emplois pour les PME publiques.

La majorité des emplois créés proviennent du secteur de bâtiments et travaux publics (non pétroliers) en premiers lieu avec 13 957 postes ensuite le commerce avec 5 212 emplois, transports et communication 3 842 emplois et l'industrie agroalimentaire avec 3 647 emplois et pour les autres secteurs les créations d'emplois sont relativement faibles, chose qui est due au nombre de PME très réduit dans ces secteurs.

2-4-2 La part des PME privées dans l'exportation

Les PME privées de la wilaya de Bejaia demeurent toujours sous-représentées dans les exportations algériennes qui sont globalement constituées des hydrocarbures, de ce fait les pouvoirs publics sont appelés à agir afin d'aider l'entreprise privé qui constitue aujourd'hui le levier fondamental de la prospérité économique.

Pour l'exercice 20 10, le nombre de PME privées qui ont pu exporter est de 15 pour un montant de 1 114 479,37€ et 15 993,00 \$Eu. La plupart des PME exportent pays magrébins. Ceci peut s'expliquer par le facteur de proximité des marchés (magrébins et européens) et des accords commerciales qui relient l'Algérie avec ces régions (l'accord de l'UMA et celui de libre échange avec l'union européenne). Il est à noter que l'essentiel des ventes à l'étranger était réalisé par les grandes entreprises Civital et Ifri. Elles ont pu exporter vers plusieurs pays étrangers chacune d'elle à plus de 8 pays clients (France, Belgique, Espagne...).

Ces entreprises ont décroché des parts de marché au niveau international donc elles sont des entreprises compétitives dotées de qualités en management et d'une vision stratégique.

2-4-3 La contribution des PME à l'innovation

L'innovation est vue comme le résultat d'un processus dont sa mise en œuvre nécessite la conjugaison d'un ensemble de facteurs à savoir la R&D, les compétences internes, les interactions et les échanges entre les acteurs de l'innovation. Le service de développement de l'innovation est une source principale du changement, il permet à l'entreprise d'apporter la nouveauté sur le marché, en proposant de nouveaux produits, des produits améliorés...etc. L'innovation peut émaner de plusieurs niveaux, elle est l'œuvre de toute personne (acteur) participant à l'activité de l'entreprise. Elle apparait au moment où un changement se manifeste

d'une manière radicale ou incrémentale dans les produits, les procédés, les méthodes de commercialisation ou les méthodes d'organisation.

Un changement peut être considéré comme innovation si l'organisation perçoit une nouveauté dans ce cadre, sinon un simple changement ne peut être qualifié d'innovation. L'entreprise peut être considérée comme innovatrice lorsqu'elle se trouve parmi les premiers utilisateurs d'une nouveauté, les autres entreprises qui suivront le mouvement par la suite ne deviennent alors que des imitatrices.

Conclusion

Les PME sont simples à créer comme entreprise, c'est celle qui réussisse mieux à s'intégrer dans le tissu économique, et c'est un moyen pour le développement économique. La création d'entreprises constitue la création d'emplois, de la stimulation de l'esprit d'entreprise, le moteur rénovateur du tissu économique, de la créativité et de l'innovation locale.

La répartition des PME Algériennes n'est pas équitable, soit selon la répartition entre les régions ou la nature du secteur d'activité. Selon les données du ministère des PME et de l'artisanat, en Algérie la PME a vue une évolution par rapport aux années précédant, et c'est dû a l'initiative privé.

Les infrastructures économiques de la région (réseau routier, port, aéroport, transport ferroviaire) et le développement du secteur des postes et télécommunication, entre autres, accroissent les opportunités d'investissement. Vue que commune de Bejaia constitue un grand pôle d'attractivité pour les investisseurs privés, la commune dispose d'avantages économiques comparativement aux autres villes de la wilaya.

Chapitre 4 : analyse des résultats de l'enquête**Introduction**

L'objet de ce chapitre est d'analyser d'une manière détaillée toutes les informations collectées. Pour ce faire, nous allons expliquer notre démarche concernant les objectifs de l'enquête et son déroulement, la conception et le contenu du questionnaire, l'échantillon étudié, la collecte et l'analyse des données.

1- Méthodologie de la recherche

A défaut de cette enquête, nous allons essayer d'appréhender le phénomène de l'entrepreneuriat de la wilaya de Bejaia, à partir d'un échantillon de créateurs d'entreprises.

1-1 Objectifs de l'enquête

Notre enquête vise à faire ressortir le profil des entrepreneurs privés de la wilaya de Bejaia, les caractéristiques de leur entreprise (taille de l'entreprise, sources de financement, secteurs d'activité), les motivations de ceux-ci. Pour le domaine de l'entrepreneuriat (les motivations à lancer une entreprise, les situations qui ont stimulé le processus de création de l'entreprise, les facteurs importants dans le choix de se lancer en affaires, les facteurs de succès des entrepreneurs...).

1-2 Elaboration du questionnaire

Pour les besoins de notre enquête nous avons utilisé un questionnaire s'adressant aux chefs d'entreprises du secteur privé ayant été à l'origine de la création de leurs propres entreprises. Certaines communes de la wilaya de Béjaia ont été concernées par l'enquête, à savoir : Bejaia, Akbou, El kseur, Tazmalt, Ouzellaguen, Seddouk, Melbou, Aokas, Tichy, Oued-ghir.

Les questions portent essentiellement sur trois volets :

- L'identification de l'entreprise

Cette section est réservée aux données d'ordre général dont l'objectif est de nous permettre d'une part d'identifier l'entreprise enquêtée, à savoir : sa raison sociale ou lieu d'implantation, son statut juridique, son secteur d'activité,..., et d'autre part, de déterminer son poids économique dans le développement de la région, et cela à travers des données d'ordre techniques, qu'il s'agit d'effectif employé.

- Origines et antécédents de l'entrepreneur

L'existence de cette section se justifie par le fait que l'entrepreneur est l'acteur responsable du phénomène entrepreneurial. Elle a pour but de voir quelles sont les qualifications du créateur de l'entreprise, son origine, ses antécédents. Il s'agit de saisir l'impact du profil de l'entrepreneur sur la dynamique entrepreneuriale.

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

Cette section a pour but de voir les ambitions et les raisons réelles ayant poussé l'entrepreneur à la création de son entreprise, les facteurs qui sont à l'origine du choix du secteur d'activité et de la région d'implantation.

La personne enquêtée est le chef d'entreprise, le gérant ou l'un des propriétaires. La passation du questionnaire a nécessité plus d'une heure de temps de travail avec chaque chef d'entreprise enquêté. Le travail de terrain est mené en deux étapes : la première a consisté à déposer le questionnaire au niveau de l'entreprise pour être rempli; la deuxième a été de compléter le questionnaire par un entretien avec ce dernier.

Afin de ne pas alourdir le questionnaire et d'avoir le maximum de réponses, nous avons veillé à ce que les questions soient administrées de la manière la plus claire et la plus courte possible, ce qui nous a conduit à choisir la méthode des questions fermées à choix multiple. Par ailleurs, nous avons évité au maximum les questions contraignantes pour pallier la méfiance des propriétaires d'entreprises et de gagner leur confiance.

1-3 La taille de l'échantillon

Pour établir une représentation plus proche de la réalité. Il aurait été souhaitable d'utiliser la méthode des quotas qui consiste à respecter la proportionnalité des éléments constitutifs de l'échantillon. Comme nous ne pouvons pas assurer la représentativité équivalente des différents secteurs; nous avons opté pour la méthode aléatoire. Ce choix s'explique essentiellement par le fait que l'échantillon a été constitué de façon à éviter les non réponses, réduire les coûts de l'enquête ainsi que ses délais. Notre choix de la dimension de cet échantillon s'appuie sur les critères suivants :

- La disponibilité des entrepreneurs à répondre à notre questionnaire.
- La représentativité des secteurs d'activités existant dans la wilaya de Bejaia.
- Le nombre attractif de création d'entreprises dans cette localité.

Notre échantillon se compose de 68 entrepreneurs sur une population totale qui est de 100 individus. Nous avons pu récupérer 68 questionnaires sur les 100 entrepreneurs contactés, seulement 49 sont exploitables ce qui représente un taux de réponse de 72,05%. Le reste (soit 19 questionnaires) ont fait l'objet de non réponse ou mal remplis, chose qui nous a obligé à les éliminer de notre étude, vu le manque de leur crédibilité (non exploitables).

Les résultats de cette élimination sont récapitulés dans les tableaux n° 15 et n°16 :

Tableau n°15 : la taille de l'échantillon de notre enquête

Questionnaires	Nombre	Nombre d'entreprise dans l'échantillon	Taux (%)
Récupérés		68	68
Non récupérés		32	32
Distribuer		100	100

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

Tableau n°16 : la taille de l'échantillon étudié

Questionnaires	Nombre	L'échantillon étudié	Taux (%)
Exploitable		49	72,05
Non exploitable		19	27,95
Total		68	100

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

Les restrictions apportées à notre échantillon sont dues essentiellement à :

- la non-disponibilité de certains entrepreneurs.
- Le refus de certains entrepreneurs de répondre au questionnaire.
- La non-conformité de quelques questionnaires.

Nous avons choisi pour notre enquête trois branches d'activités à savoir : les services, les bâtiments et travaux publics, car ces deux branches représentent des taux de création d'entreprises les plus importants (représentent respectivement 56.73%, 26.14% de la population totale des PME). Ainsi, ils sont les plus dynamiques. En ajoutant, la branche d'industrie vu l'importance de cette dernière dans l'absorption du chômage. Ces secteurs sont considérés comme pourvoyeurs de poste d'emplois, notamment le secteur BTP avec une participation qui est de 35,08 %. La classification des entreprises enquêtées selon leurs secteurs d'activité, est présentée dans le tableau n°9.

Tableau n°17 : Répartition de l'échantillon final par branche d'activité

Secteur d'activité	Echantillon étudié	Non réponse	Echantillon final
Services	23	4	19
Bâtiment et travaux publics	16	6	10
Industrie et autres	29	9	20
Total	68	19	49

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

A partir des données du tableau n°17, notre échantillon final est constitué de 49 entreprises qui sont réparties comme suit : 19 unités dans les services, 10 unités dans BTP et enfin 20 unités dans l'industrie.

1-4 Déroulement de l'enquête

L'enquête a été lancée au début du mois de juillet 2013. Nous nous sommes déplacés au niveau du siège des entreprises, pour rencontrer personnellement les dirigeants et propriétaires de ces entreprises (non pas les gestionnaires), pour leur administrer le questionnaire. Il faut savoir que d'une façon générale, nos informateurs ne remplissent pas notre questionnaire qu'après plusieurs jours de notre premier rencontre, du fait essentiellement de leur non-disponibilité, négligence et manque d'intérêt. Rares, sont les entrepreneurs qui acceptent de répondre à nos questions, lors de notre premier déplacement.

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

En sachons que, toute au long de notre enquête, nous avons rencontré d'énormes difficultés, pour convaincre les entrepreneurs à répondre à nos questions. En effet, nous pouvons relever une grande résistance ou réticence de certains entrepreneurs privés lesquels, refusent systématiquement de coopérer avec nous, sans avancer de motifs valables. Sans oublier que dans la plupart des cas, les entrepreneurs ne sont pas disponibles à répondre aux questions, ce qui a constitué une contrainte majeure pour l'aboutissement de notre enquête.

1-5 Le traitement et dépouillement des questionnaires

Nous avons choisi un traitement manuel pour le traitement de données. Les questionnaires ont été vérifiés et numérotés afin de faire un travail organisé.

Nous avons fait des tableaux pour chaque question de notre questionnaire, pour ressortir les statistiques dont nous avons besoin, puis on les a informatisés pour à la fin les introduire dans notre travail.

Ayant ainsi présenté les démarches méthodologiques de notre enquête, nous procéderons à la présentation et l'analyse des résultats de l'enquête du terrain qui fera l'objet de la seconde section.

2- Analyse des résultats de l'enquête

2-1 Présentations et caractéristique des entreprises

Nous avons essayé à travers notre enquête, de répartir les entreprises privées enquêtées de la wilaya de Bejaia, selon les critères suivants : le lieu de localisation de l'entreprise, sa taille à la création et actuellement, son statut, sa forme juridique, la structure de financement initial, les organismes d'aides à la création et sa date de création.

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

Le secteur privé dans la wilaya de Bejaia, a connu une réelle expansion dans la création et le développement des PME. Ce phénomène est particulièrement perceptible dans la ville de Bejaia. Par ailleurs, le développement de nouvelles zones d'activité, telles que les zones industrielles d'El Kseur et d'Akbou a engendré une nouvelle concentration spatiale tant des micro-entreprises que des PME-PMI.

D'après le tableau n°18, La plupart des entreprises enquêtées se concentrent dans la ville de Béjaia (48,97 %), qui dispose relativement de plus de commodités. La ville, étant couverte par les infrastructures et réseaux d'utilités nécessaires, comporte un nombre important d'entreprises. En effet, la commune de Béjaia constitue un grand pôle d'attractivité pour les investisseurs privés, la commune dispose d'avantages économiques comparativement aux autres villes de la wilaya. Suivi de la commune d'Akbou avec un taux de (28,57%), les communes de Seddouk, El-kseur et Melbou avec (4,08%) chacune d'elle et aussi la commune de Tazmalt, Ouzelagen, Tichy, Aokas et Oued-ghir avec (2,04%) chacune d'elle.

Tableau n°18 : La répartition des entreprises enquêtées par commune

Commune	Fréquence	Pourcentage
Bejaia	24	48,97
Akbou	14	28,57
seddouk	2	4,08
El-kseur	2	4,08
Melbou	2	4,08
Tazmalt	1	2,04
Ouzellagen	1	2,04
Tichy	1	2,04
Aokas	1	2,04
Oued-ghir	1	2,04
Total	49	100

Source : résultats de notre l'enquête

2-1-2 La répartition des entreprises enquêtées selon l'effectif employé

Notre échantillon est constitué en grande partie d'entreprises classées dans la catégorie de micro-entreprise, comprenant entre [1-9] employés. Elles représentent 34,69% du total (soit 17 unités). Suivi de la catégorie de petite taille, comprenant entre [10-49] employés avec un taux de 36,73% du total (soit 18 unités). Ainsi la catégorie des moyennes entreprises est représentée par 14 unités (soit 28,57%). Les résultats sont récapitulés dans le tableau n°19.

Tableau n°19 : la taille des entreprises enquêtées selon l'effectif employé

Effectif employé	Fréquence	Pourcentage
[1-9]	17	34,69
[10-49]	18	36,73
[50-250]	14	28,57
Total	49	100

Source : résultats de notre l'enquête

2-1-3 La structure du personnel des entreprises enquêtées

Le tableau n°20 montre que la structure du personnel des entreprises enquêtées est dominée par la catégorie (cadre, maîtrise, exécution) avec un taux de 42,85%. 21 unités, soit 26,53% pour l'exécution et enfin les deux catégories cadre et maîtrise représentent des taux moyens respectivement 20,04% et 10,2%.

Tableau n°20 : La structure du personnel des entreprises enquêtées

Catégorie	Fréquence	Pourcentage
Cadre	10	20,04
Maitrise	5	10,2
Exécution	13	26,53
Toutes catégories	21	42,85
Total	49	100

Source : résultats de notre l'enquête

2-1-4 La répartition des entreprises enquêtées selon la situation entrepreneuriale

Les résultats de notre enquête montrent que 85,71% de l'échantillon sont des entreprises nouvellement créées. 10,20% des entreprises enquêtées sont des extensions d'une ancienne activité et enfin 4,08% sont des reprises d'une entreprise familiale.

Tableau n°21 : La répartition des entreprises enquêtées selon la situation entrepreneuriale

Situation entrepreneuriale	Fréquence	Pourcentage
Nouvelle création	42	85,71
Extension d'une ancienne activité	5	10,20
Reprise d'une entreprise familiale	2	4,08
Total	49	100

Source : résultats de notre l'enquête

2-1-5 La répartition des entreprises enquêtées selon la forme juridique

L'analyse des entreprises de notre échantillon selon leur statut juridique fait ressortir cinq modalités à savoir, des entreprises individuelles, des sociétés à responsabilité limitée (SARL), des sociétés en nom collectif (SNC), des affaires personnelles (EURL) et des sociétés par actions (SPA).

Le tableau n °22 illustre que la plupart des entreprises enquêtées se sont des entreprises individuelles (soit 30,61%), c'est la forme la plus facile d'entrée dans les affaires en créant des micro-entreprises. La forme juridique SARL concerne 36,73% des entreprises enquêtées, les entrepreneurs optent pour cette forme en raison du capital relativement faible qu'elle nécessite. Les associés peuvent prendre part dans plusieurs entreprises en même temps. Ainsi, en cas de faillite, les risques sont limités uniquement aux apports de chaque associé au capital

social de la société créée. Suivi par la forme EURL avec un taux de 20,4%. Les SNC et les SPA représentent respectivement des taux faible 10,2% et 2,04%.

Tableau n°22 : La répartition des entreprises enquêtées selon la forme juridique

Forme juridique	Fréquence	Pourcentage
Entreprise individuelle	15	30,61
SARL	18	36,73
SNC	5	10,2
EURL	10	20,4
SPA	1	2,04
Total	49	100

Source : résultats de notre l'enquête

2-1-6 La structure de financement initial des entreprises enquêtées

Il y a lieu d'observer que d'une manière générale les entrepreneurs enquêtés n'utilisent pas une seule source de financement pour réaliser leurs projet. Le problème du financement et la disponibilité des capitaux est le premier obstacle auquel l'entrepreneur est confronté d'une manière générale. Du fait des difficultés d'accès à des prêts bancaires, l'entrepreneur recourt à des voies informelles pour rassembler les capitaux nécessaires.

Tableau n°23 : La structure du financement initial des entreprises enquêtées

Source des capitaux	Fréquence	Pourcentage
Epargnes personnelles	22	44,89
Emprunts bancaires	12	24,48
Capitaux familiaux	11	22,44
Emprunts chez les amis	4	8,16
Total	49	100

Source : résultats de notre l'enquête

Selon les résultats de notre enquête, les capitaux initiaux investis, proviennent essentiellement de l'épargne personnelle des entrepreneurs (44,89 %), ensuite en viennent les emprunts bancaires avec un taux de (24,48%) et les capitaux familiaux (22,44 %), et en dernier lieu vient les emprunts chez les amis soit (8,16%).

Préfèrent rester indépendants et autonome et s'appuyer sur les ressources familiales.

La majorité des entrepreneurs enquêtés et qui ont répondu à notre question n'ont pas investi des capitaux importants à la création de leurs projets, soit 22,44% ont investi entre [100000 DA et 500000 DA]. Ceci s'explique par le fait que les entrepreneurs choisissent des secteurs et des activités qui ne nécessitent pas trop de financement au démarrage de l'entreprise afin de limiter les risques en cas d'échec. La répartition des entrepreneurs enquêtés, selon le capital investi à la création de leur entreprise, est présentée dans le tableau n°24.

Tableau n°24 : La répartition des entrepreneurs selon le capital investi au départ

Montant	Fréquence	Pourcentage
Moins de 100 000 DA	6	12,24
De 100 000 DA à 500 000 DA	11	22,44
De 500 000 DA à 1 000 000 DA	8	16,32
De 1 000 000 DA à 5 000 000 DA	3	6,12
Pas de réponse	21	42,85
Total	49	100

Source : résultats de notre l'enquête

Les résultats du tableau n°25 montrent que 57,14% des entrepreneurs enquêtés n'ont pas eu recours à un organisme public d'aides à la création. Ce qui confirme que les entrepreneurs ont recours à l'épargne personnelle. Seulement 7 entreprises ont bénéficié des avantages du dispositif ANSEJ avec une part qui est de 14,28% et 14 entreprises ont bénéficié des avantages du dispositif ANDI soit 28,57%.

Tableau n°25 : Organismes d'aide à la création d'entreprise

Dispositif	Fréquence	Pourcentage
ANSEJ	7	14,28
ANDI	14	28,57
Aucun	28	57,14
Total	49	100

Source : résultats de notre l'enquête

2-1-7 La date de création des entreprises enquêtées

Les résultats de notre enquête montrent que 87,75% entreprises enquêtées, soit 43 unités, ont été créées dans les années 2000. Cela peut s'expliquer à travers les mesures prises par l'Etat en matière d'encouragement de l'initiative privée, et cela dans le cadre de l'ouverture vers l'économie de marché. Nous constatons une forte dynamique de création d'entreprises

dans la Wilaya de Bejaia durant la décennie 2000. Dans les années 90, seulement 6 unités ont été créées.

Tableau n°26 : Date de création des entreprises enquêtées

Période	Fréquence	Pourcentage
Années 90	6	12,24
Années 2000	43	87,75
Total	49	100

Source : résultats de notre l'enquête

2-1-8 Les entreprises exportatrices

Parmi 49 entreprises enquêtées seulement 7 font des exportations, soit 14,28% du total. Quand on sait combien les pas vert l'exportation sont difficiles et lourd financièrement, un encadrement optimal de ces premiers pas est un enjeu pour l'entreprise et pour la société en tant que création de valeur ajoutée, d'emplois et d'avenir professionnel.

Tableau n° 27: Les exportations

Exportation	Fréquence	Pourcentage
Oui	7	14,28
Non	42	85,72
Total	49	100

Source : résultats de notre l'enquête

2-2 Présentation des entrepreneurs

2-2-1 Présentation des entrepreneurs par sexe

Selon les résultats de notre enquête présentés dans le tableau n°28, les hommes représentent une part très importante, au sein de la catégorie sociale entrepreneur. En effet, sur 49 entrepreneurs enquêtés, 46 sont des entrepreneurs-hommes, soit 93,87 % de la population enquêtée. La part des entrepreneurs-femmes est très négligeable, elle représente que 6,13% de la population enquêtée. Ceci montre que la fonction de l'entrepreneur reste fermier aux femmes. Les caractéristiques de la société algérienne ne facilitent pas l'intégration des femmes dans un milieu qui paraît dur et fermé.

Tableau n °28 : Sexe de l'entrepreneur

Sexe	Fréquence	Pourcentage
Masculin	46	6,13
Féminin	3	93,87
Total	49	100

Source : résultats de notre l'enquête

2-2-2 L'âge des créateurs d'entreprises

Le tableau n°29, représente les tranches d'âge des entrepreneurs au moment de la création effective de l'entreprise. Le plus grand nombre des entrepreneurs ont lancé leurs entreprises entre l'âge de 40 à 50 ans avec une part qui de 36,73%, suivi de la catégorie 30 à 40 ans qui représente 32,65% de la population enquêtée. A partir de ces données, l'entrepreneur se lance dans la création à un âge mature, après avoir acquis une importante expérience professionnelle et rassembler les capitaux nécessaires pour l'investissement. Ainsi, nous pouvons conclure que la création se fait généralement entre 30 et 50 ans.

Pour les jeunes entrepreneurs qui représentent la tranche d'âge entre (moins 30 ans), ils représentent 14,28% de l'effectif. Ceux-ci sont soit aidés par leurs parents ou proches (l'existence d'un capital familial). Selon B. ZARCA « l'héritage d'un capital économique et social accumulé par les générations antérieures dispense d'une accumulation préalable à l'installation, en d'autres termes il fait gagner du temps »¹. Ou bien par les différents dispositifs mis en place par le gouvernement pour stimuler la création des entreprises, principalement l'apport de l'ANSEJ.

Tableau n ° 29 : Age de l'entrepreneur au moment de la création

Age	Fréquence	Pourcentage
Moins de 30 ans	7	14,28
De 30 à 40 ans	16	32,65
De 40 à 50 ans	18	36,73
De 50 à 60 ans	6	12,24
60 ans et plus	2	4,08
Total	49	100

Source : résultats de notre l'enquête

¹ Cité par R. AKNINE, R. SOUIDI, « Le profil des créateurs d'entreprises en Kabylie : Le poids de la famille et l'incidence du chômage dans la création d'entreprises », P 5.

2-2-3 Répartition des entrepreneurs selon leurs origines

L'origine géographique de l'entrepreneur, nous renvoie au lieu de naissance, lieu où l'individu a vécu, où il a fait ses études, ou l'entrepreneur a ses amis et famille sur lesquels il peut compter.

Selon les résultats du tableau n°30, la majorité des entrepreneurs enquêtés s'implantent essentiellement dans les communes d'origine et de résidence, elle représente 89,79% de la population enquêtée. 10,20% choisissent de se localiser dans des communes voisines à leur commune de résidence.

Tableau n°30 : Répartition des entrepreneurs selon leurs Origines

	Fréquence	Pourcentage
Commune d'activité	44	89,79
Autre	5	10,20
Total	49	100

Source : résultats de notre l'enquête

Trois raisons peuvent expliquer le fait que les entrepreneurs investissent dans leurs communes d'origine comme, d'une part, le problème d'accès au foncier industriel poussant les entrepreneurs à utiliser leurs propriétés familiales comme terrain d'assiette pour leurs entreprises. D'autre part, les caractéristiques sociales des entrepreneurs imposent une certaine proximité du lieu de résidence. La proximité de la famille et des amis constitue un appui moral et relationnel pour l'entrepreneur. Enfin, la volonté des entrepreneurs à participer au développement de leur région.

2-2-4 La situation matrimoniale

Les résultats du tableau n°31 montre que la majorité des entrepreneurs sont mariés, soit 81,63% de la population enquêtée. Sachant que l'état psychologique de l'entrepreneur a des incidences sur le projet d'entreprise, une situation familiale stable, peut être un élément essentiel, encourageant et faisant agir l'entrepreneur. Elle lui permet de mieux s'investir dans leur projet. Les jeunes célibataires représentent 18,37%.

Tableau n°31 : La situation matrimoniale des entrepreneurs

La situation matrimoniale	Fréquence	Pourcentage
Marié	40	81,63
Célibataire	9	18,37
Total	49	100

Source : résultats de notre l'enquête

2-2-5 Le milieu familial

Afin d'évaluer l'influence du milieu familial de l'entrepreneur, sur son entrée dans les affaires, nous allons essentiellement porter notre attention dans ce paragraphe, sur le rang de naissance de l'entrepreneur, la profession et le statut social de son père ou de sa mère, ses relations avec ses parents et enfin, sa famille élargie.

Sur l'ensemble de l'échantillon, plus de la moitié des répondants, soit 63,26% des entrepreneurs enquêtés sont des aînés de la famille. Suivi des entrepreneurs qui sont à un rang intermédiaire avec 24,48% et enfin 12,24% représente les cadets de la famille. Ces résultats peuvent être expliqués par la coutume locale semblable au droit d'aînesse, vers l'entrepreneuriat. Autrement dit, les aînés ont tendance à être choisis avant les autres enfants pour succéder au père.

Les résultats de notre enquête confirment les nombreuses études (notamment celles de Hennig et Jardim), selon lesquelles, les entrepreneurs ont tendance à être des aînés.

Tableau n°32 : Répartition des entrepreneurs selon leur rang de naissance

Rang de naissance	Fréquence	Pourcentage
L'aîné	31	63,26
A un rang intermédiaire	12	24,48
cadet	6	12,24
Total	49	100

Source : résultats de notre l'enquête

Les résultats de notre enquête, présentés dans le tableau n°33 montrent que les entrepreneurs sont issus de différents milieux. Il y a ceux qui ont vécu dans un milieu de salariés et d'autres entourés d'entrepreneurs. Elles font ressortir que 40,81% des entrepreneurs enquêtés provenant d'une famille entrepreneuriale. En effet, le fait d'avoir un père qui travaille en tant qu'indépendant marque fortement l'entrepreneur. S'agissant de la profession

de la mère, il faut noter que 97,95 % des entrepreneurs affirment avoir une mère, sans profession (au foyer).

Les résultats sont présentés dans le tableau n°33 et 34.

Tableau n°33 : La profession du père

Profession de père	Fréquence	Pourcentage
Entrepreneur	20	40,81
Fonctionnaire	17	34,69
Retraité	12	24,48
Total	49	100

Source : résultats de notre l'enquête

Tableau n°34 : La profession de la mère

Profession de la mère	Fréquence	Pourcentage
Sans profession	48	97,95
Autre	1	2,04
Total	49	100

Source : résultats de notre l'enquête

Il est à noter que la mère est le pilier de la société et de la famille. Elle joue un rôle déterminant dans l'encouragement et l'aide de ses enfants à créer leur propre emploi et travailler pour leur compte personnel. Donc, la mère joue un rôle de soutien moral ou financier et favorise l'indépendance, l'épanouissement et la responsabilité de ses enfants.

Les résultats de notre enquête montrent que la plupart des entrepreneurs ont eu le soutien de leur entourage qui a joué un rôle décisif dans la création de leur entreprise. Selon les résultats obtenus, 59,19% des entrepreneurs enquêtés (soit 29 entrepreneurs) ont été influencé par leurs parents pour s'engager dans les affaires. Le reste des entrepreneurs représentent 40,81% (soit 20 entrepreneurs) déclarent ne pas avoir une influence parentale pour créer leurs entreprises.

Tableau n°35 : Influence des parents sur les entrepreneurs

Réponse	Fréquence	Pourcentage
Oui	29	59,19
Non	20	40,81
Total	49	100

Source : résultats de notre l'enquête

Les résultats de notre enquête, présentés dans le tableau n°36 montrent que plus de la moitié des entrepreneurs enquêtés, soit 59,19% affirment ne pas être les seuls en affaires dans la famille et 40,81% déclarent ne pas avoir quelqu'un de la famille qui est dans les affaires.

Tableau n°36 : Etes vous seul en affaire ?

Réponse	Fréquence	Pourcentage
Oui	20	40,81
Non	29	59,19
Total	49	100

Source : résultats de notre l'enquête

Le tableau n°37 illustre les membres de famille des entrepreneurs enquêtés qui sont dans les affaires sont les parents, frères et sœurs avec une part qui est de 46,93% des cas et 10,2% déclarent avoir un cousin en affaire. Ainsi, nous pouvons conclure que l'entrepreneuriat privé est fondamentalement une histoire de famille.

Tableau n°37: Les membres de la famille en affaire

Membre de la famille	Fréquence	Pourcentage
Parents	10	20,40
Frères/ sœur	13	26,53
Autres	5	10,20
Aucun	21	42,85
Total	49	100

Source : résultats de notre l'enquête

2-2-6 Parcours professionnel

Dans le présent paragraphe, nous allons présenter les professions antérieures et le niveau d'études des entrepreneurs enquêtés.

2-2-6-1 Les professions antérieures

Lors de notre enquête et des entretiens avec les entrepreneurs, nous avons remarqué que dans leur majorité, ils ont créé dans le même secteur dans lequel ils avaient précédemment

exercé. 63,27 % (31 entrepreneurs) signalent avoir travaillé et acquis suffisamment de compétences techniques dans un secteur même que celui ou ils ont créé leurs entreprises.

26,53% des enquêtés déclarent avoir une expérience entre 1 ans et 4 ans, entre 4 et 8 ans 8,16%, moins de 1ans 6,12% et plus de 8 ans 22,44%. Par contre, 36,73% (18 entrepreneurs) disent qu'ils n'ont pas d'expérience lors de la création de leurs entreprises.

Tableau n°38 : L'expérience dans le même secteur d'activité de l'entreprise créée

Durée d'expérience	Fréquence	Pourcentage
Pas d'expérience	18	36,73
Moins d'une année	3	6,12
De 1 à 4 ans	13	26,53
De 4 à 8 ans	4	8,16
Plus de 8 ans	11	22,44
Total	49	100

Source : résultats de notre l'enquête

2-2-6-2 Niveau d'étude et formation professionnel

Comme le parcours professionnel, les études et formations suivies ont également une influence sur le choix du secteur d'activité où investir, et par la suite sur le mode de gestion de l'entreprise une fois mise en route. En effet, «la formation et le niveau d'instruction de l'entrepreneur influent toujours sur les choix qu'il effectue en ce qui concerne l'activité. La dimension, le financement et le mode de gestion de l'entreprise sont des conditions nécessaires qui permettent de déboucher sur l'innovation en tout genre »².

L'ensemble des entrepreneurs enquêtés ont au moins un niveau d'étude primaire. Sur les 49 entrepreneurs enquêtés, 10,2% ont un niveau d'études primaires, 14,28% ont un niveau d'études moyen, 30,61% ont atteint le niveau d'études secondaires et 44,89 % ont un niveau universitaire. Nous constatons d'après ces résultats que la plupart d'entrepreneurs ayant un niveau d'instruction de plus en plus élevé. Cette situation peut s'expliquer principalement par le chômage et la difficulté de trouver du travail pour les nouveaux diplômés de l'université. C'est la raison pour laquelle ils préfèrent créer leur propre emploi et de s'engager dans la création de leur entreprise.

² Souidi R., Ferfera M.Y., Akrouf T. : « les entrepreneurs, le territoire et la création d'entreprises : Enquête à Boghni ». In Revue du CREAD, n°51, 1er trimestre 2000, P.54.

Tableau n° 39 : Le niveau d'instruction des entrepreneurs

Niveau d'étude	Fréquence	Pourcentage
Sans	-	
Primaire	5	10,2
Moyen	7	14,28
Secondaire	15	30,61
Universitaire	22	44,89
Total	49	100

Source : résultats de notre l'enquête

Les résultats du tableau n°40 montrent que 36,73% enquêtés n'ont pas effectué des stages ou des formations. Cela s'explique par le manque d'intérêt accordé à l'aspect managérial de l'entreprise par les entrepreneurs. Seulement 63,26% ont acquis des connaissances durant une formation professionnelle ou stage. Pour eux ; Ce savoir-faire dans ce domaine semble indispensable au bon déroulement d'une création.

Tableau n°40 : la part des entrepreneurs ayant effectué une formation

Réponse	Fréquence	Pourcentage
Oui	31	63,26
Non	18	36,73
Total	49	100

Source : résultats de notre l'enquête

En conclusion, nous pouvons dire que l'expérience professionnelle et les études suivies sont déterminantes dans le choix du secteur dans lequel investir et dans la vie de l'entreprise. L'expérience professionnelle permet d'acquérir et de perfectionner des techniques de production, et une maîtrise du métier, ainsi que la possibilité de tisser différents réseaux qui peuvent s'avérer d'une importance primordiale une fois lancé dans l'activité de création. Les études, en plus du savoir, apportent prestige, savoir faire et l'accès à un nombre de réseaux informels.

2-2-6-3 La position de l'entrepreneur dans l'entreprise

A travers le tableau n°41, nous constatons que 65,3% des créateurs enquêtés sont à la fois propriétaire et gérant de leur entreprise. La plupart des entrepreneurs préfère diriger eux-mêmes leurs affaires et prendre seuls les décisions qui paraissent importantes pour leur entreprise. Ce qui signifie que les personnes qui se lancent dans l'aventure de la création le font qu'après avoir acquis une certaine expérience dans le même domaine de l'entreprise

créée. 24,5% des entrepreneurs enquêtés sont juste des propriétaires et ils ont engagé quelqu'un de confiance qui a des compétences pour diriger et gérer leurs entreprises.

Tableau n°41 : La position de l'entrepreneur dans l'entreprise

Position de l'entrepreneur	Fréquence	Pourcentage
Propriétaire	12	24,5
Gérant	5	10,2
Les deux en même temps	32	65,3
Total	49	100

Source : résultats de notre l'enquête

Notre enquête nous a permis de constater que 53,06% des entrepreneurs enquêtés ont créé une seule (01) entreprise au cours de leurs carrière professionnelles, 8,16 % ont créé deux (02) entreprises, 10,2% d'entre eux ont créé trois (03) entreprises, 4,08% ont créé quatre (04) entreprises et seulement 10,2% ont créé plus de cinq (05) entreprises. Ces résultats sont récapitulés dans le tableau n°35.

Tableau n°42 : La répartition des entrepreneurs selon le nombre d'entreprises créées

Nombre	Fréquence	Pourcentage
1 entreprise	26	53,06
2 entreprises	4	8,16
3 entreprises	5	10,2
4 entreprises	2	4,08
5 et plus	5	10,2
Total	49	100

Source : résultats de notre l'enquête

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

A travers notre enquête, nous allons voir : ce qui avait poussé les entrepreneurs à créer leurs projets, ce qui avait déclenché le processus de création de leurs entreprises, ce qui avait déterminé le choix du secteur d'activité, les caractéristiques favorisant le succès de la personne en affaires et enfin les opportunités environnementales qui ont favorisé la création.

2-3-1 Origine de l'idée de la création d'entreprise

Pour les entrepreneurs enquêtés, il n'y a pas une seule raison qui pour eux leur a facilité et stimulé la création de leurs entreprises, c'est la conjugaison de plusieurs raisons qui les a amenés à prendre leurs décisions.

Ainsi, nous constatons que les réseaux informels dominent, car peu d'entrepreneurs (soit 4,08% enquêtés) ont recouru aux bureaux d'étude pour les orienter ou pour les conseiller, par contre l'appui de la famille, amis et voisins est très apparent ce qui nous emmène au rôle du milieu social dans la création des entreprises. Les relations familiales et personnelles sont dans 55,1% des cas à l'origine de l'idée de création de l'entreprise. En deuxième position vient les relations professionnelles avec 30,61%, de là ressort l'importance du phénomène d'imitation. Enfin la connaissance d'un projet similaire avec 10,2% des enquêtés.

Tableau n°43 : Origine de l'idée de la création d'entreprise

Origine de l'idée	Fréquence	Pourcentage
Conseil d'un bureau d'étude	2	4,08
Connaissance d'un projet semblable	5	10,2
Relations professionnel	15	30,61
Relation personnel et familiale	27	55,1
Total	49	100

Source : résultats de notre l'enquête

2-3-2 les raisons qui ont motivé les entrepreneurs à créer leurs entités

D'après les résultats de notre enquête, 31 entrepreneurs (63,26%) ont affirmé avoir créé leurs entreprises dans le but d'assurer leur propre emploi, ne subir aucune autorité et ne pas avoir des ordres d'un supérieur hiérarchique. « Améliorer la situation financière » est citée en second lieu par 17 entrepreneurs (soit 34,69%). En troisième lieu, 13 entrepreneurs (soit 26,53%) se sont lancés dans les affaires pour contribuer à la création de l'emploi aux membres de la famille afin d'assurer leurs avenir et diminuer le taux de chômage. Enfin, les entrepreneurs enquêtés, pensent que relever un défi (24,48%), expérimenter des idées (16,32%), réaliser un rêve (18,36 %) et la prise du risque (6,12 %) sont les principales raisons qui les ont motivées, à partir en affaires.

La prise de risque est considérée comme une motivation dans 6,12% des cas. Pour la majorité des entrepreneurs enquêtés le risque, est perçu comme une contrainte et non pas comme une motivation.

Tableau n°44 : Les raisons qui ont motivé les entrepreneurs à créer leurs projets

Les motivations	Fréquence	Pourcentage
Se valoriser	10	20,4
Relever un défi	12	24,48
Réaliser un rêve	9	18,36
Améliorer sa situation financière	17	34,69
Expérimenter des idées	8	16,32
Etre son propre patron	31	63,26
Contribuer à créer des emplois	13	26,53
Prise de risque	3	6,12

Source : résultats de notre l'enquête

2-3-3 Les situations qui ont déclenché le processus de création de l'entreprise

Les résultats du tableau n°38 illustrent que 51,02% des enquêtés (soit 25 entrepreneurs) ont lancé leur entreprise parce qu'ils ont de l'argent à investir qui provient essentiellement de l'épargne personnelle et de capitaux familiaux. D'autres enquêtés, soit 13 entrepreneurs déclarent que le point de départ dans leur création a été une occasion saisie (un ami propose une association, un membre de la famille travaille à le domaine, un propriétaire d'entreprise qui décide de vendre). 7 entrepreneurs (soit 14,28%) estiment que leur travail était insatisfaisant, c'est la raison pour laquelle ils ont décidé de créer leur entreprise. Trois entrepreneurs ont un temps libre et un seul cas s'engage dans la création parce qu'il a perdu son emploi.

Tableau n°45 : Les situations qui ont déclenché le processus de création de l'entreprise

Les situations	Fréquence	Pourcentage
Argent à investir	25	51,02
Travail insatisfaisant	7	14,28
Opportunité	13	26,53
Perte d'emploi	1	2,04
Temps libre	3	6,12
Total	49	100

Source : résultats de notre l'enquête

2-3-4 Les déterminants du choix de secteur d'activité

Le tableau n°46 présente les facteurs qui ont aidé les entrepreneurs à choisir le secteur d'activité. Nous constatons que le facteur principal, est l'existence du savoir-faire et d'expérience antérieurs (57,14%). En effet, la majorité des entrepreneurs ont signalé avoir acquis suffisamment d'expérience et de savoir-faire dans le même secteur que celui ou ils ont

créé leurs entreprises. Certains entrepreneurs (soit 40,81% des enquêtés) ont déclaré avoir choisi un secteur qui est caractérisé par un fort taux de rentabilité. De plus, 36,73 % des entrepreneurs pensent que leur choix est déterminé par le fait, que leur secteur d'activités soit porteur à long terme. Enfin, 16,32% des entrepreneurs ont déclaré que leur entreprise est familiale. 8,16% des enquêtés ont affirmé que leur secteur d'activité est vierge (pas de concurrents).

Tableau n°46 : Les déterminants du choix de secteur d'activité

Les déterminants	Fréquence	Pourcentage
Un fort taux de rentabilité	20	40,81
Savoir-faire et expérience antérieures	28	57,14
Secteur porteur a long terme	18	36,73
Entreprise familiale	8	16,32
Pas de concurrents	4	8,16

Source : résultats de notre l'enquête

2-3-5 Les raisons qui ont contribué au choix de la dimension du projet

Les résultats du tableau n°47 montrent les raisons qui ont contribué au choix de la dimension du projet. La moitié 50% des enquêtés, soit 31 entrepreneurs, ont déclaré avoir créé des micros et des petites entreprises lors du démarrage afin de mieux gérer l'entreprise et limiter les risques en cas d'échec. Pour eux « débiter petit pour devenir grand » est la raison principale du choix de la dimension. Ils disent que c'est avec le temps, la persévérance et la bonne organisation que l'entreprise grandi. 14 entrepreneurs (soit 28,57% des enquêtés) ont déclaré qu'ils n'ont pas les capitaux nécessaires pour se lancer dans une grande entreprise.

D'autres, soit 12,24% des enquêtés ont considéré que « limiter les risques en cas d'échec » est la raison principale dans le choix de la petite dimension. 5 entrepreneurs ont créé des entreprises de petite taille pour faciliter la gestion. Enfin 3 entrepreneurs ont créé des entreprises de petite taille pour Indisponibilité des matières premières en grande quantité.

Tableau n°47 : Les raisons qui ont contribué au choix de la dimension du projet

Les raisons	Fréquence	Pourcentage
Capitaux limités et locaux limités	14	28,57
Faciliter la gestion	5	10,2
Limiter les risques en cas d'échec	6	12,24
Débuter petit pour devenir grand	31	63,26
Indisponibilité des matières premières en grande quantité	3	6,12

Source : résultats de notre l'enquête

2-3-6 Les caractéristiques favorisant le succès de la personne en affaires

Le tableau n°48, nous donne les caractéristiques qui ont une plus grande importance dans le succès de la personne en affaires. Selon les entrepreneurs enquêtés, la caractéristique la plus importante pour connaître le succès en affaires est « savoir gérer » (73,46 %), suivi « d'être déterminé » (18,36 %) et de « savoir communiquer » (51,02 %). En effet, l'entrepreneur doit nécessairement avoir ces caractéristiques, s'il veut réellement se maintenir dans l'activité entrepreneuriale.

« Etre créatif », « avoir une personnalité forte » et « prendre un risque », sont cités respectivement dans 36,73 %, 40,8% et 32,65 % des cas. Cela s'explique par le fait que certains entrepreneurs intègrent les notions d'innovation et du risque dans le processus entrepreneurial. Enfin, Il est à noter que les caractéristiques « avoir de leadership », « Etre discipliné », « Etre rationnel » et « Avoir une intuition » représentent des parts très faibles avec des taux de : 28,57%, 36,73%, 20,4% et 12,24%.

Tableau n°48 : Les caractéristiques favorisant le succès de la personne en affaires

Les caractéristiques	Fréquence	Pourcentage
Etre déterminé	9	18,36
Avoir du leadership	14	28,57
Etre créatif	18	36,73
Prendre un risque	16	32,65
Etre rationnel	10	20,4
Avoir une personnalité forte	20	40,8
Savoir communiquer	25	51,02
Avoir de l'intuition	6	12,24
Etre discipliné	18	36,73
Savoir gérer	36	73,46

Source : résultats de notre l'enquête

2-3-7 Les opportunités environnementales qui ont favorisé la création

L'acte d'entreprendre n'est pas seulement lié aux caractéristiques de l'entrepreneur mais est également déterminé par les facteurs contextuels qui vont agir de manière contingente pour favoriser, inhiber le comportement ou la propension entrepreneuriale.

A la lecture du tableau n°49, nous pouvons remarquer que 42,85 % entrepreneurs privés enquêtés ont localisé leurs activités dans les agglomérations urbaines. Cela s'explique par les avantages qui se présentent au sein des agglomérations. D'autres, soit 34,69% des cas ont répondu pour le facteur de la proximité d'autres activités. Ce qui présente des atouts certains et favorise des contacts directs avec les autres entrepreneurs. Ce qui permet la circulation d'information concernant le processus de production, le produit, le marché. Cette proximité permet également de bénéficier d'une certaine publicité, être connu par des clients ou fournisseurs. La proximité permet également de discuter des différents problèmes rencontrés par les entrepreneurs concernant les aménagements, l'alimentation en énergie et les problèmes du foncier. De là nous pouvons voir que la proximité géographique est un élément stimulant de la création d'entreprise.

Certains entrepreneurs, soit 24,48% des cas ont choisi le facteur infrastructures développées. Dans la majorité des cas, il s'agit des entreprises implantées dans la commune de Bejaia parce qu'elle constitue un grand pôle d'attractivité. Enfin, les « avantages fiscaux » ne représentent pas un facteur déterminant dans la création et la localisation des entreprises enquêtées car seulement 12,24% des cas ont déclaré d'avoir bénéficier des avantages fiscaux.

Tableau n°49 : Les opportunités environnementales favorisant la création

Les opportunités environnementales	Fréquence	Pourcentage
Agglomération urbaine importante	21	42,85
Infrastructure développées	17	34,69
Proximité d'autre activité	12	24,48
Avantage fiscaux	6	12,24
Autre	3	6,12

Source : résultats de notre l'enquête

L'attachement sentimental à la région, occupe une place importante dans le choix de localisation des entrepreneurs. En effet, 91,83 % de ces derniers, ont presque tous, manifesté un fort sentiment d'appartenance à la région où ils ont vécu. Ils déclarent d'ailleurs que, c'est essentiellement à cause de cet attachement culturel et social à la région, qu'ils n'ont pas décidé

de partir hors de la wilaya de Bejaia, c'est-à-dire, là où les conditions d'investissement sont nettement meilleures. Il faut dire que, leur connaissance de leur milieu, à travers notamment les relations de confiance, d'entraide et de réciprocité, peut être un facteur favorable face à la fragilité de certaines entreprises.

Tableau n°50 : l'attachement à la région

Attachement	Fréquence	Pourcentage
Très important	28	57,14
Important	17	34,69
Peu important	4	8,16
Total	49	100

Source : résultats de notre l'enquête

2-3-8 Choix de localisation et proximité

La lecture du tableau des fréquences n° 51 permet de constater que :

- Le choix du secteur d'activité dans la région s'explique en majorité, soit 14 entreprises (28,57%), par l'existence du marché aval (débouchés / clients). Ce qui renvoie à l'importance de la proximité géographique dans les choix de localisation.
- Le motif relatif à l'existence d'entreprises de secteur complémentaire est représenté dans 13 cas soit 26,53%. Ce qui vient consolider le constat relatif à l'importance de la proximité géographique dans les choix de localisation.
- Le motif lié à l'existence d'entreprises fournisseurs n'est représenté que dans 9 cas. La recherche de complémentarités en amont ne constitue pas un facteur de localisation. Ce qui peut s'expliquer par le fait que pour leur approvisionnement, les entreprises locales recourent à des entreprises extérieures même au territoire national (importations).
- 8 entrepreneurs (soit 16,32%) ont répondu pour le motif du secteur choisi est vierge. Ceci est expliqué par le fait que certaines activités n'existaient pas encore, et qui offrait des créneaux d'investissement non exploités, constituant ainsi une opportunité à saisir.
- Enfin, le motif lié à l'existence d'entreprises du même secteur n'est cité que par 8 entrepreneurs, soit 10,2%. ceci est expliqué par le fait que les enquêtés préfèrent de ne pas s'installer où se trouvent les entreprise de même secteur pour éviter la concurrence.

Tableau n°51 : Les facteurs à l'origine de localisation du projet

Les facteurs	Fréquence	Pourcentage
Proximité d'un nombre important d'entreprises du même secteur	10	20,4
Proximité d'un nombre important d'entreprises dont le secteur est complémentaire	13	26,53
Proximité d'un nombre important d'entreprises fournisseurs	9	18,36
Proximité d'un nombre important d'entreprises clientes	14	28,57
Le secteur choisi est vierge	8	16,32
Pas de réponse	5	10,2

Source : résultats de notre l'enquête

2-4 Les difficultés entravant la création d'entreprises

A travers notre enquête, nous avons constaté que les entrepreneurs privés sont soumis à plusieurs contraintes.

Tableau n°52 : les principales contraintes rencontrée

Type de contraintes	Fréquence	Pourcentage
Le manque de main d'œuvre	10	20,4
La lourdeur administrative	26	53,06
La fiscalité	9	18,36
Les sources de financements	18	36,73
La concurrence	15	30,61

Source : résultats de notre l'enquête

Les principales propositions avancées par les entrepreneurs privés enquêtés sont résumé dans le paragraphe suivant :

La plupart des entrepreneurs enquêtés, exigent surtout la souplesse de l'administration et la lutte contre la bureaucratie; les facilités d'accès aux ressources financières et une meilleure implication des banques. Ils attendent aussi, que les institutions publiques nationales et locales, engagent les actions suivantes: facilités d'accès au foncier industriel et aux terrains, allègement de la fiscalité et des charges sociales, lutte contre la concurrence déloyale, le marché informel et la contrefaçon, lutte contre les problèmes d'approvisionnement en matières premières, aides en matière de formation du personnel, meilleure implication de l'Etat dans son rôle de régulateur, et enfin facilité les procédures administratives.

2-5 Les principale proposition des entrepreneurs

On peut résumer les principales propositions des entrepreneurs comme suite :

- la lutte contre la contrefaçon.
- l'innovation.
- développé les services administratifs.
- faciliter le financement.

Conclusion

A travers notre enquête, nous avons constaté que la plupart des entrepreneurs investie essentiellement dans les secteurs à faible intensité capitalistique et offrant des taux de rentabilité élevés. Les entreprises enquêtées se caractérisent globalement par leur petite taille, avec un personnel composé, dans la plupart des cas, de cadres, de maîtrises et d'exécutants. Elles sont nouvellement créées. Leur forme juridique dominante est l'entreprise individuelle et la SARL.

Les entrepreneurs enquêtés sont généralement de sexe masculin, mariés et d'âge mûr entre 31 ans et 50 ans. Dans la plupart des cas, ils sont des aînés de la famille. Ils s'implantent dans la commune d'origine et de résidence, ils sont à la fois propriétaires et gérants de leurs entreprises. Leur niveau d'étude est élevé pour la majorité malgré qu'il y ait une proportion importante qui n'a qu'un niveau secondaire. Ils ont acquis suffisamment d'expérience et de savoir faire dans le même secteur que celui ou ils ont créé leurs entreprises.

Les contraintes auxquelles sont confrontées ces entreprises sont principalement des lenteurs administratives, des contraintes réglementaires et le manque de financement. Parmi les attentes des entrepreneurs nous citerons la souplesse de l'administration et la lutte contre la bureaucratie; les facilités d'accès aux ressources financières et une meilleure implication des banques et lutter contre la concurrence déloyale.

Bibliographie

1- Ouvrages

- 1- BERGER B, « esprit d'entreprise, cultures et société » Ed. Maxima, 1993.
- 2- BOISLANDELLE H. M, « Dictionnaire de gestion : vocabulaire, concept et outils, Economica, Paris, 1998
- 3- BOUTILLIER S, Uzunidis D : « l'entrepreneur : une analyse socio-économique », Economica, Paris, 1995
- 4- BOUYACOUB, MADOUÏ et ALII, « De la gouvernance PME\PMI », regard croisés France Algérie, l'Harmattan, Paris 2006
- 5- DRUCKER P, « les entrepreneurs », titre original : « Innovation and entrepreneurship : practice and principles », l'expansion/ Hachette/ ED. Jean-Claude Lattès, 1985
- 6- D. HISRICH Robert, Michael p. Peters : « entrepreneurship : lancer, élaborer et gérer une entreprise », Economica, 1991.
- 7- FAYOLLE Alain, « Le métier de créateur d'entreprise », Editions d'Organisation, 2003
- 8- FAYOLLE Alain, « Introduction à entrepreneuriat », Ed. Dunod, 2005.
- 9- FAYOLLE Alain, « entrepreneuriat : apprendre à entreprendre », édition DUNOD, Paris, 2004
- 10- HERNANDEZ Emile-Michel, « le processus entrepreneurial : vers un modèle stratégique d'entrepreneuriat », Harmattan, 1999.
- 11- MARCHESNAY M, JULIEN P A, « L'entrepreneuriat », Economica, Paris, 1996
- 12- SCHUMPETER Joseph, «Capitalisme, socialisme et démocratie», version numérique par Jean-Marie Tremblay, coll. Les classiques des sciences sociales, 1942.
- 13- TORRES Olivier : « LES PME ». Ed. Flammarion, coll. Dominos, 1999
- 14- VESTRAETE T., Entrepreneuriat : connaître l'entrepreneur, comprendre ses actes, L'Harmattan, 1999.
- 15- VESTRAETE T., Histoire d'entreprendre : les réalités de l'entrepreneuriat, Editions EMS, 2000.
- 16- WITTERWULGHE Robert, « la P.M.E : une entreprise humaine », avec la collaboration de Frank janssen, département de Boeck université, Paris- Bruxelles, 1998.

1- Thèses

- 1- BOUZIT N, « Entrepreneuriat familial : Etat des lieux et perspective cas de la wilaya de Bejaia », Mémoire de magistère en science de gestion, Bejaia, 2009.
- 2- BRUYAT C, « Création d'entreprise : contributions épistémologiques et modélisation », Thèse de doctorat en sciences de gestion, Université Pierre Mendès France, Grenoble II, 1993.
- 3- LAVIOLETTE Eric Michael, « L'essaimage en PME : Enjeux et Modalités », Thèse de doctorat en sciences de gestion, université Jean Moulin Lyon 3, juin 2005
- 4- MOULOUD Abdenour « Problématique de la promotion de l'entrepreneuriat face aux contraintes socioéconomiques de l'environnement local en Algérie : Cas de la wilaya de Bejaia », mémoire de magistère, septembre 2010, Université de Béjaia.
- 5- SOUIDI R. : « Création d'entreprises et dynamique territoriale le cas de Boghni », mémoire de magister en sciences économiques, Université M. MAMMERI de Tizi-Ouzou, Institut des sciences économiques, année universitaire 1997-1998.

- 6- TOUNÉS Azzedine, « L'intention entrepreneuriale », Thèse pour le doctorat en Sciences de Gestion, Université de ROUEN, décembre 2003

3- Colloques et communications

1. AKNINE .R, SOUIDI .R, « Le profil des créateurs d'entreprises en Kabylie : Le poids de la famille et l'incidence du chômage dans la création d'entreprises », Université Mouloud M.Tizi-Ouzou, 2006.
2. AOUNI Zineb, Bernard Surlemont, « Le processus d'acquisition des compétences entrepreneuriales : une approche cognitive », site internet : http://www.entrepreneuriat.com/fileadmin/res_sources/actes07/Aouni_Surlemont.pdf
3. BACCARI Emna, « Les motivations entrepreneuriales des jeunes entrepreneurs Tunisiens: Etude exploratoire », Haute école de gestion (HEG) Fribourg, Suisse, octobre 2006.
4. M. BELATTAF, « Analyse et Evaluation de la micro-entreprise de Béjaïa à travers la triple dynamique : sectorielle, spatiale et bancaire, dans la création d'emploi », in « Gouvernance et Développement de la PME en Algérie », Colloque international organisé par le CREAD, Alger, les 23-25 juin 2003.
5. Mme BENYAHIA-TAIBI, Mme Djemane –Sanguini, Mr Amari, « l'évolution du rôle des PME privées dans le développement économique en Algérie : synthèse macroéconomique», 2008.
6. BOUYACOUB (A), « la PME, dynamisme économique et territorial », colloque international sur la gouvernance et développement de la PME organisé les 23,24 et 25 juin 2003.

4- Articles

1. ALBERT P. Et MOUGENOT P., La création d'entreprises high-tech. Revue Française de Gestion, n° 68, mars-avril, (1988), p. 106-118.
2. ARABI M et MEGHERBI K Avec la collaboration de KHELFAOUI H, «Les pratiques d'innovation et leurs implications socio organisationnelles. Cas des PME de la région de Béjaïa », 2005. Site internet : www.estimate.ird.f/img/PDF/-innovation_Algerie_Bejaia.
3. BARONET Jacques, « L'entrepreneurship, un champ à la recherche d'une définition », Une revue sélective de la littérature sur l'entrepreneurship, Cahier de recherche n° 96-07-01, Juillet 1996.
4. BOUTILLIER Sophie, « l'économie de l'entrepreneur ou l'entrepreneur deus ex machina du capitalisme », mars 2007, n° 146. Site internet : <http://riien.univ-littoral.fr/wp-content/uploads/2007/03/doc%20146.pdf>
5. BOUYACOUB Ahmed, « Entreprises publiques, Ajustement structurel et privatisations », in : Cahiers du CREAD n°57, 3ème trimestre 2001.
6. BOUYACOUB Ahmed, « Entreprise et exportation : quelle dynamique ? », in : Cahiers du CREAD n°43, 1er trimestre 1998.
7. CACHON Jean-Charles, « entrepreneurs : Pourquoi ? Comment ? Quoi ? », Site internet : https://zone.biblio.laurentian.ca/dspace/bitstream/10219/229/1/_Cachon%20RNO%2013-14.pdf
8. COSTER Michel, « entrepreneur et entrepreneuriat » in Françoise DANY, « cadres et entrepreneuriat : mythes et réalités », 06 juin 2002. Site internet : <http://gdr-cadres.cnrs.fr/cahier/Cahier3.pdf>
9. CUNNINGHAM, J.B., LISCHERON, J, "Defining entrepreneurship", Journal of Small Business Management, vol.29, n°1, p.45-61, (1991).
10. Didier Van Caillie et Claire Lambrecht, « L'entrepreneur, ses motivations, sa vision stratégique, ses objectifs », Université de Liège, mai 1995.

11. FAYOLLE Alain et LASSAS-CLERC Narjisse « l'engagement dans un processus de création d'entreprise : Application du modèle d'analyse de Bruyat à une étude de cas ». EMLYON. the european institution for long Learning, 2005. Site internet : <http://www.emlyon.com/%5Cressources%5Cge%5Cdocuments%5Cpublications%5Cwp%5C2005-15.pdf>
12. FONROUGE Cécile, « Entrepreneur / manager : deux acteurs d'une même pièce », site internet : <http://www.strategie-aims.com/actes02/Fichiers/fonrouge.pdf>
13. GASSE Yvon, « l'influence du milieu dans la création d'entreprises », Centre d'Entrepreneuriat et de PME. Québec, université Laval, 2003
14. JAZIRI Raouf, « Peut-on parler de l'intrapreneuriat dans une organisation complexe comme l'Université: L'acadépreunariat? » Site internet : <http://www.apreis.org/docs/intrepreunariat-raouf.pdf>
15. LEVRATTO Nadine, « Propositions pour une définition opératoire de la PME : une analyse en termes de cohérence entre l'organisation interne et le marché » site internet : www.idhe.ens-cachan.fr/NLevratto2.PDF
16. Abdelaziz SALEM, « Exportation et innovation », in : Cahiers du CREAD n°43, 1 er trimestre 1998.
17. TOUNES Azzedine, « l'entrepreneur : l'odyssée d'un concept », n° 03-73, site internet : <http://www.entrepreneuriat.auf.org/IMG/pdf/03-73.pdf>
18. VESTREATE Thierry, « Entrepreneuriat : modélisation du phénomène », revue de l'entrepreneuriat, vol 1, n° 1, 2001
19. VESTREATE Thierry, Alain FAYOLLE, « Paradigmes et entrepreneuriat », revue de l'entrepreneuriat, vol 4, n° 1, 2005
20. « Le financement des PME-PMI : La Tunisie, La France, La CEE & Le Canada », site internet : <http://www.investir-en-tunisie.net/Actualite/pme.pdf>

4- Rapports et conférences

1. Bulletins d'informations du ministère de la petite et moyenne entreprise et de l'artisanat (2004, 2005, 2006, 2007, 2008, 2009).
2. Rapports d'activité de la direction de la PME et de l'artisanat de la wilaya de Béjaïa (2006, 2007, 2008, 2009).
3. Annuaire statistique de la direction de la planification et l'aménagement du territoire (DPAT) de Béjaïa, 2009.
4. Chambre du commerce et de l'industrie, 2010.
5. « La Commission adopte une nouvelle définition des micro-entreprises ainsi que des petites et des moyennes entreprises européennes », Bruxelles, le 8 mai 2003, Site internet : <http://europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference=IP/03/652&format=PDF&aged=1&language=FR&guiLanguage=en>
6. Rapport de l'Observatoire des PME européennes 2003, No. 4, « l'internationalisation des PME » site internet : http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/files/analysis/doc/smes_observatory_20...
7. Synthèses de l'OCDE sur « Les petites et moyennes entreprises : force locale, action mondiale », juin 2000, site internet : <http://www.oecd.org/dataoecd/3/32/1918323.pdf>
8. Rapport d'information n°374, « Aider les PME : l'exemple américain », site internet : <http://www.senat.fr/rap/r96-374/r96-3742.htm>

Table de matière

Introduction générale	01
Chapitre 1 : cadre théorique de l'entrepreneuriat	05
Introduction.....	05
1- Le cadre conceptuel et théorique de l'entrepreneuriat.....	05
1-1 Définition de l'entrepreneuriat.....	05
1-2 Regards croisés dans la théorie des organisations.....	07
1-2-1-l'entrepreneuriat comme processus d'émergence organisationnelle.....	07
1-2-2-L'entrepreneuriat comme processus d'exploitation des opportunités.....	08
1-2-3-L'entrepreneuriat comme dialogique individu /création de valeur.....	08
1-2-4-L'entrepreneuriat comme processus reliant un individu et une organisation.....	09
2- Concept de base de la théorie de l'entrepreneur	09
2-1 Définition de l'entrepreneur.....	09
2-2 Les caractéristiques de l'entrepreneur.....	10
2-2-1 Les traits de caractères	10
2-2-2 L'entrepreneur est un opportuniste.....	12
2-2-3 L'entrepreneur est un organisateur.....	12
2-2-4 L'entrepreneur est un joueur.....	12
2-2-5 L'entrepreneur est motivé.....	12
2-3 Typologies des entrepreneurs.....	13
3- Création de l'entreprise : acte essentiel de l'entrepreneuriat.....	16
3-1 Généralité sur la création d'entreprise et la PME.....	16
3-1-1 Définition de la PME	16
3-1-2Caractéristiques des PME.....	19
3-2 les types de créations	19
3-3 les atouts et les faiblesses des PME.....	21
Conclusion.....	22
Chapitre 2 : Les déterminants à la création de l'entreprise	23
Introduction	23
1- Les facteurs motivationnels de l'entrepreneuriat	23
1-1 Définition de la motivation	23
1-2 Comprendre l'acte entrepreneurial.....	24
1-2-1 Les approches par les caractéristiques et les besoins des entrepreneurs.....	24
1-2-2 Les approches comportementales et cognitives de l'entrepreneur.....	25
1-2-2-1 Le modèle de la formation organisationnelle de Learned (1992).....	26
1-2-2-2 Le modèle de l'évènement entrepreneurial de Shapero (1975).....	26
1.2.2.3. Le modèle de l'intention entrepreneuriale de Boyd et Vozikis (1994).....	28
1-2-3 Les principales dimensions environnementales favorisant la création.....	28
1-2-3-1 Les raisons socioculturelles à l'origine des dynamiques entrepreneuriales.....	29
1-2-3-2 Les dimensions économiques et démographiques.....	29
1-2-3-3 Les motifs politiques.....	30
2- Les facteurs motivationnels des entrepreneurs	30
2-1 Facteurs économiques.....	30
2-2 Facteur technologique	31
2-3 Facteurs contextuels.....	31
2-4 Facteurs psychologiques.....	32
2-4-1 Les intentions entrepreneuriales.....	32

2-4-2	Besoin d'indépendance.....	33
2-4-3	Besoin d'accomplissement.....	33
2-4-4	La prise de risque.....	34
2-4-5	Créativité et innovation.....	34
2-4-6	L'internalité du lieu de contrôle.....	35
2-4-7	L'âge.....	35
2-5	Facteurs sociologiques et culturels.....	35
2-5-1	L'éducation.....	36
2-5-2	La famille et les proches.....	36
2-5-3	Les activités professionnelles antérieures.....	37
2-5-4	Le territoire.....	37
	Conclusion.....	39
	Chapitre 3 : La dynamique entrepreneuriale en Algérie	40
	Introduction	40
	1- Les PME en Algérie.....	40
1-1	L'évolution du cadre institutionnel de la PME en Algérie	40
1-2	Définition et caractéristique de la PME en Algérie	41
1-3	Vue historique de la PME algérienne	42
1-3-1	La période 1962-1982.....	42
1-3-2	la période 1982 à nos jours.....	43
1-4	Quelques données statistiques sur la PME en Algérie	45
1-4-1	Les principales composantes de la PME en Algérie	45
1-4-1-1	La PME privée	45
1-4-1-2	La PME publique	45
1-4-1-3	Les artisans	46
1-4-2	la PME dans l'économie nationale.....	46
1-4-3	Evolution de la population des PME privées en Algérie	48
1-4-4	Répartition des PME privées par secteur d'activité.....	49
1-4-5	Répartition spatiale des PME privées.....	50
1-5	Les PME algériennes et l'innovation.....	51
	2- La PME privée dans la wilaya de Bejaia.....	52
2-1	Présentation de la wilaya de Bejaia.....	52
2-1-1	La situation géographique de la wilaya de Bejaia.....	52
2-1-2	L'aspect démographique de la wilaya.....	53
2-1-3	Les infrastructures économiques de base.....	53
2-2	Présentation de la population des PME dans la wilaya de Bejaia.....	56
2-2-1	Les composantes du secteur de la PME.....	56
2-3	Répartition des PME privées.....	57
2-3-1	La répartition par secteurs d'activités.....	58
2-3-2	Répartition des PME privées par formes juridique.....	59
2-3-2	Répartition spatiale des PME.....	59
2-4	La place des PME privées dans le tissu économique	61
2-4-1	Rôle des PME dans la création d'emplois	61
2-4-2	La part des PME privées dans l'exportation.....	62
2-4-3	La contribution des PME à l'innovation.....	62
	Conclusion	64

Chapitre 4 : Analyse des résultats de l'enquête	65
Introduction.....	65
1- Méthodologie de la recherche	65
1-1 Objectifs de l'enquête	65
1-2 Elaboration du questionnaire	65
1-3 La taille de l'échantillon.....	66
1-4 Déroulement de l'enquête	68
1-5 Le traitement et dépouillement des questionnaires.....	69
2- Analyse des résultats de l'enquête.....	69
2-1 Présentations et caractéristique des entreprises	69
2-1-1 La répartition des entreprises enquêtées par commune.....	69
2-1-2 La répartition des entreprises enquêtées selon l'effectif employé.....	70
2-1-3 La structure du personnel des entreprises enquêtées.....	70
2-1-4 La répartition des entreprises enquêtées selon la situation entrepreneuriale.....	71
2-1-5 La répartition des entreprises enquêtées selon la forme juridique.....	71
2-1-6 La structure de financement initial des entreprises enquêtées.....	72
2-1-7 La date de création des entreprises enquêtées.....	73
2-1-8 Les entreprises exportatrices	74
2-2 Présentation des entrepreneurs	74
2-2-1 Présentation des entrepreneurs par sexe	74
2-2-2 L'âge des créateurs d'entreprises.....	75
2-2-3 Répartition des entrepreneurs selon leurs origines.....	76
2-2-4 La situation matrimoniale.....	76
2-2-5 Le milieu familial.....	77
2-2-6 Parcours professionnel	79
2-2-6-1 Les professions antérieures.....	79
2-2-6-2 Niveau d'étude et formation professionnel	80
2-2-6-3 La position de l'entrepreneur dans l'entreprise.....	81
2-3 Les motivations à l'égard de la création d'entreprise.....	82
2-3-1 Origine de l'idée de la création d'entreprise.....	83
2-3-2 les raison qui on motivé les entrepreneurs à créer leurs entités.....	83
2-3-3 Les situations qui ont déclenché le processus de création de l'entreprise.....	84
2-3-4 Les déterminants du choix de secteur d'activité.....	84
2-3-5 Les raisons qui ont contribué au choix de la dimension du projet.....	86
2-3-6 Les caractéristiques favorisant le succès de la personne en affaires.....	86
2-3-7 Les opportunités environnementales qui ont favorisé la création.....	87
2-3-8 Choix de localisation et proximité.....	88
2-4 Les difficultés entravant la création d'entreprises.....	89
2-5 Les principale proposition des entrepreneurs.....	89
Conclusion.....	91
Conclusion générale.....	92
Bibliographie	
Liste des tableaux et figures	
Annexes	

Listes des tableaux et figures

1- Listes des tableaux

Tableau n°1 : Caractéristiques le plus souvent attribuées aux entrepreneurs pas les spécialistes en comportement.....	13
Tableau n°2 : Typologies des entrepreneurs selon S.Boutllier et C.Fournier.....	14
Tableau n°3 : définition de la PME en Algérie.....	41
Tableau n°4 : Evolution de la population des PME en Algérie (2001-2009).....	46
Tableau n°5 : Evolution comparative de l'emploi dans les PME durant la période (2004-2009).....	47
Tableau n°6 : Evolution du produit intérieur brut hors hydrocarbure en pourcentage.....	47
Tableau n°7 : Mouvements annuels des PME privées par tranche d'effectifs.....	48
Tableau n°8 : Les secteurs d'activités dominants.....	49
Tableau n°9 : Répartition des PME par Groupes de Branches d'Activité.....	50
Tableau n°10 : Répartition spatiale selon le nombre des PME en 2009.....	50
Tableau 11 : Taux d'électrification et branchement de gaz.....	56
Tableau n°12 : Répartition des PME privées par secteur d'activité en 2011	58
Tableau n°13 : Répartition des PME privées par formes juridique en 2011.....	59
Tableau n°14 : Répartition spatiale des PME privées.....	61
Tableau n°15 : la taille de l'échantillon de notre enquête.....	67
Tableau n°16 : la taille de l'échantillon étudié.....	67
Tableau n°17 : Répartition de l'échantillon final par branche d'activité.....	68
Tableau n°18 : La répartition des entreprises enquêtées par commune.....	70
Tableau n°19 : la taille des entreprises enquêtées selon l'effectif employé.....	70
Tableau n°20 : La structure du personnel des entreprises enquêtées.....	70
Tableau n°21 : La répartition des entreprises enquêtées selon la situation entrepreneuriale	71
Tableau n°22 : La répartition des entreprises enquêtées selon la forme juridique.....	72
Tableau n°23 : La structure du financement initial des entreprises enquêtées.....	72
Tableau n°24 : La répartition des entrepreneurs selon le capital investi au départ.....	73
Tableau n°25 : organismes d'aide à la création d'entreprise.....	73
Tableau n°26 : Date de création des entreprises enquêtées.....	74
Tableau n°27 : Les exportations.....	74
Tableau n°28 : Sexe de l'entrepreneur	75
Tableau n°29 : Age de l'entrepreneur au moment de la création.....	75
Tableau n°30 : Répartition des entrepreneurs selon leurs Origines.....	76
Tableau n°31 : La situation matrimoniale des entrepreneurs.....	77
Tableau n°32 : Répartition des entrepreneurs selon leur rang de naissance.....	77
Tableau n°33 : La profession du père.....	78
Tableau n°34 : La profession de la mère.....	78
Tableau n°35 : Influence des parents sur les entrepreneurs.....	79
Tableau n°36 : Etes vous seul en affaire ?.....	79
Tableau n°37 : Les membres de la famille en affaire.....	79
Tableau n°38 : l'expérience dans le même secteur d'activité de l'entreprise créée.....	80
Tableau n°39 : Le niveau d'instruction des entrepreneurs.....	81
Tableau n°40 : la part des entrepreneurs ayant effectué une formation.....	81
Tableau n°41 : La position de l'entrepreneur dans l'entreprise.....	82
Tableau n°42 : La répartition des entrepreneurs selon le nombre d'entreprises créées.....	82
Tableau n°43 : Origine de l'idée de la création d'entreprise.....	83
Tableau n°44 : Les raisons qui ont motivé les entrepreneurs à créer leurs projets.....	84

Tableau n°45 : Les situations qui ont déclenché le processus de création de l'entreprise.....	84
Tableau n°46 : Les déterminants du choix de secteur d'activité.....	85
Tableau n°47 : Les raisons qui ont contribué au choix de la dimension du projet.....	86
Tableau n°48 : Les caractéristiques favorisant le succès de la personne en affaires.....	86
Tableau n°49 : Les opportunités environnementales favorisant la création.....	87
Tableau n°50 : l'attachement à la région.....	88
Tableau n°51 : Les facteurs à l'origine de localisation du projet.....	89
Tableau n°52 : les principales contraintes rencontrées.....	89

2- Listes des figures

Figure N°1 : Les prédispositions pour devenir entrepreneur.....	11
Figure N°2 : critères endogènes et critères exogènes.....	18
Figure N°3 : Différents types de nouvelles entreprises.....	20
Figure N°4 : Le modèle de l'évènement entrepreneurial de Shapero.....	27

Université Abderrahmane MIRA Bejaia
Faculté des Sciences Economiques, de Gestion et Commerciales
Département des Sciences de Gestion

Questionnaire

Enquête sur les déterminants et les motivations de la création de l'entreprise de la wilaya de Bejaia

Ce questionnaire entre dans le cadre de la préparation d'un mémoire de master en Management Economique des Territoires et Entrepreneuriat, concernant la problématique de l'activité entrepreneuriale dans la wilaya de Bejaia.

Nous vous serions reconnaissants de bien vouloir répondre aux questions suivantes aussi franchement que possible. Veuillez cocher le casier de la réponse reflétant votre cas, certaines questions admettent plusieurs possibilités de réponses.

Les informations recueillies auront une finalité strictement scientifique et l'anonymat de l'entrepreneur et de l'entreprise sera gardées confidentielles.

Merci pour votre temps et votre coopération

Réalisée par : M^{elle} M. FELLAH

Encadrer par : M^{me} N. HADOU

Nom et prénom de l'enquêteur : FELLAH Meriem

Date (jour/moi/année) : / /

N° du questionnaire :

A- Le profil de l'entreprise :

01- Nom ou raison social :

02- Adresse (lieu d'implantation) :

03- Le secteur d'activité de l'entreprise :

04- Le siège social de l'entreprise :

05- La date de création de l'entreprise :

06- Le chiffre d'affaire de l'entreprise :

07- Quelle est la forme juridique de l'entreprise ?

- Personne physique

- SARL

- SNC

- EURL

- SPA

- Autre,

08- Quelle est le statut de l'entreprise ?

- Nouvelle création

- Extension d'une ancienne activité

- Reprise d'une entreprise familiale

09- Quelle est la structure du personnel de l'entreprise ?

- Cadre

- Maitrise

- Exécution

10- Veuillez indiquer l'effectif de votre entreprise ?

- Entre 01 et 09

- Entre 10 et 49

- Entre 50 et 250

11- Veuillez indiquer, dans le tableau suivant, l'effectif de votre entreprise :

	Effectifs au début de l'activité		Effectifs actuels	
	Homme	Femme	Homme	Femme
Cadre supérieur				
Agent de maîtrise				
Agent non qualifié				

12- Quelle est la structure du financement initial ?

- Epargne personnelles (autofinancement)
- Emprunts bancaires
- Capitaux familiaux
- Emprunts chez les amis

13- Quel organisme vous a aidé dans la création de votre entreprise ?

- ANSEJ
- ANDI
- CNAC
- ENGEM

14- Est-ce-que l'entreprise réalise des exportations ?

- Oui
- Non

B- Origine et antécédents de l'entrepreneur

15- Sexe :

- masculin
- féminin

16- Age :

- Moins de 30 ans
- De 30 à 40 ans
- De 40 à 50 ans
- De 50 à 60 ans
- 60 ans et plus

17- Quelle est l'origine de l'entrepreneur ?

- Locale (de la wilaya de Bejaia)
- Nationale (autre que la wilaya de Bejaia)
- Etrangère

18- Quelle est votre situation matrimoniale ?

- Célibataire (e) - Divorcé (e)
- Fiancé (e) - Veuf (veuve)
- Marié (e)

19- Parmi les enfants de la famille, vous êtes ?

- L'aîné (e)
- A un rang intermédiaire
- Cadet (te)

20- Quelle est votre niveau d'étude ?

- Sans
- Niveau primaire
- Niveau moyen
- Niveau secondaire
- Niveau universitaire
- Autre, précisez

21- Avez-vous effectué des formations ou des stages ?

- Oui - Non
- Si c'est oui, précisez

22- Avez-vous une expérience professionnelle antérieure ?

- Oui - Non
- Si c'est oui, précisez

23- Avez-vous travaillé dans le même secteur d'activité, avant de lancer votre entreprise ?

- Oui - Non
- Si c'est oui, pour combien de temps ?
- Moins d'une année
- De 1 à 4 ans
- De 4 à 8 ans
- Plus de 8 ans

24- Quel est votre position dans l'entreprise ?

- Propriétaire
- Directeur générale
- Si autre, précisez.....

25- Combien d'entreprise avez-vous créée ?.....

26- Quelle est (était) la profession de votre père ?.....

27- Quelle est (était) la profession de votre mère ?.....

28- Pensez-vous que vous avez été influencé par vos parents ?

- Oui - Non

29- Etes-vous le seul en affaires dans la famille ?

- Oui - Non

- Si la réponse est Non, lesquels ?

C- Les motivations de l'entrepreneur a l'égard de la création de l'entreprise

30- Comment est venue l'idée de crée votre entreprise ?

- Conseil d'un bureau d'étude

- Connaissance d'un projet semblable

- Relations professionnel

- Relation personnel et familiale

- Si autre, précisez.....

31- 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

- Etre son propre patron

- Contribuer à créer des emplois

- Prise de risque

- Si autre, précisez

32- Selon vous, l'une ou l'autre des situations suivantes a déclenché le processus de création

de votre entreprise :

- Argent à investir

- Travail insatisfaisant

- Opportunité

- Perte d'emploi

- Temps libre

- Autres,.....

33- Selon vous, lesquelles des caractéristiques suivantes ont une plus grande importance dans le succès de la personne en affaire ?

- Etre déterminé
- Avoir du leadership
- Etre créatif
- Prendre un risque
- Etre rationnel
- Avoir une personnalité forte
- Savoir communiquer
- Avoir de l'intuition
- Etre discipliné
- Savoir gérer
- Autres,.....

34- Quelles sont les raisons qui ont contribué au choix de la dimension de votre projet ?

- Capitaux limités et locaux limités
- Faciliter la gestion
- Limiter les risques en cas d'échec
- Débuter petit pour devenir grand
- Indisponibilité des matières premières en grande quantité

35- Quels sont les facteurs qui vous ont aidés dans le choix de votre secteur d'activité ?

- Un fort taux de rentabilité
- Savoir-faire et expérience antérieures
- Secteur porteur a long terme
- Entreprise familiale
- Pas de concurrents
- Autres,.....

36- Quelles sont les opportunités environnementales qui ont favorisé la décision de créer votre entreprise ?

- Agglomération urbaine importante
- Infrastructure développées
- Proximité d'autre activité
- Avantage fiscaux
- Autres,.....

37- Dans votre choix d'implantation, comment considérer vous l'attachement à la région ?

- Très important

- Important

- Peu important

38- Indiquer quel est le (s) facteur (s) qui est a l'origine de la localisation de votre entreprise ?

- Proximité d'un nombre important d'entreprises du même secteur

- Proximité d'un nombre important d'entreprises dont le secteur est complémentaire

- Proximité d'un nombre important d'entreprises fournisseurs

- Proximité d'un nombre important d'entreprises clientes

- Le secteur choisi est vierge

- Autres,.....

39- Quelles sont les difficultés que vous avez rencontrées ?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

40- Vos propositions :

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Merci pour votre aimable collaboration, et votre participation.

abstract

Our work is to assess the determinants of the creation of the company in the province of Bejaia, analyzing the different concepts of this phenomenon in order to have a view on the future of the economic fabric of Bejaia. In this context, our problem revolves around the central question: What are the motivations for the creation of business in the province of Bejaia?

We conducted a literature search allowed us to identify our work. We then made a field survey by developing a questionnaire in which a series of questions relating to our study. The field survey targeted SME owners in Bejaia. This survey has allowed us to identify a number of characteristics of entrepreneurs and their companies surveyed.

At the end of our work, we concluded that most entrepreneurs have a strong desire to be their own boss to improve their financial situations. This feature is the most motivating reason for going into business. SME development in Bejaia is much the result of a combination of factors: the availability of financial resources, past experiences and knowledge of entrepreneurs and finally, the availability of basic infrastructure developed.

Keywords: Entrepreneurship, entrepreneur, entrepreneurship, motivations, dynamics entrepreneurship, SME, Bejaia.

Résumé

Notre travail a pour but d'évaluer les déterminants de la création de l'entreprise dans la wilaya de Bejaia, en analysant les différents concepts de ce phénomène afin d'avoir une optique sur l'avenir du tissu économique de Bejaia. Dans un tel contexte, notre problématique s'articule autour de la question centrale suivante : *Quel sont les motivations de la création d'entreprise dans la wilaya de Bejaia ?*

Nous avons fait une recherche bibliographique qui nous a permis de cerner notre travail. Nous avons ensuite fait une enquête de terrain en élaborant un questionnaire regroupant une série de questions relatives à notre étude. L'enquête de terrain a visé des dirigeants propriétaires de PME à Bejaia. Cette enquête nous a permis de cerner un certain nombre des caractéristiques des entrepreneurs enquêtés et de leurs entreprises.

Au terme de notre travail, nous avons abouti à la conclusion selon laquelle la plupart des entrepreneurs ont une forte volonté d'être leurs propres patron afin d'améliorer leurs situations financières. Cette caractéristique est le motif le plus motivant pour se lancer en affaire. La création de PME à Bejaia est beaucoup plus la résultante d'un ensemble de facteurs qui sont : La disponibilité des ressources financières, les expériences antérieures et savoir faire des entrepreneurs et enfin, la disponibilité d'infrastructures de base développées.

Mots clés : Entrepreneuriat, entrepreneur, création d'entreprise, Motivations, dynamique entrepreneuriale, PME, Bejaia.