



Université Abderrahmane Mira de Bejaia

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

Département des Sciences de Gestion

**Mémoire de fin de cycle en vue de l'obtention d'un Master en Management
Economique des Territoires et Entrepreneuriat**

Thème

**Le comportement de l'entrepreneur privé à l'égard
de son milieu entrepreneurial**

(Essai d'analyse à partir du cas de la commune de Bejaïa)

Présenté par :

Mr. BAKOURI Yanis

Mr. OUAKKOUCHE Tarek

Sous la direction de :

Mme BOUDACHE Souad

Année Universitaire

2015/ 2016

Remerciements

Avec ces quelques lignes nous ne pourrons jamais exprimer la reconnaissance, que nous éprouvons envers tous ceux qui ont contribué, par leurs conseils, leurs encouragements ou leurs amitiés à la réalisation de ce modeste travail.

- *Nos plus vifs remerciements accompagnés de toute notre gratitude vont tout d'abord à notre promoteur **Mme BOUDACHE** pour son aide et ses conseils si précieux.*
- *Nous remercions également tous les entrepreneurs et autres personnes qui ont contribué à l'aboutissement de notre enquête de terrain.*

TAREK & YANIS

Dédicaces

Je dédie ce travail à :

- *Mes parents*
- *Ma famille*
- *Mes amis*
- *Et tous ceux qui me sont chers*

YANIS & TAREK.

Liste des abréviations

- PME : petites et moyennes entreprises
- CAP : entrepreneur qui va privilégier dans l'ordre, à la croissance (C), l'autonomie (A) et la pérennisation de son entreprise (P)
- PIC : entrepreneur qui va privilégier dans l'ordre : la pérennité (P), l'indépendance (I) et la croissance (C)
- ANDPME : Agence Nationale de Développement de la PME
- FGAR : Fonds de Garantie des Crédits aux PME - industrie
- FMI : fond monétaire international
- RDA : république démocratique d'Allemagne
- ENIE : Entreprise Nationale Des Industries Electroniques
- ENIEM : Entreprise Nationale Des Industries Electro-Ménagés
- ENPC : Entreprise Nationale Des Industries des plastiques et caoutchoucs
- EPL : entreprises publiques locales
- SPA : sociétés par actions
- EPE : entreprises publiques économiques
- FP : Fond de Participation
- CNPE : Conseil National des Participations de l'Etat
- OMC : organisation mondial du commerce
- CMC : Conseil de la Monnaie et du Crédit
- ABEF : Association des Banques et des Etablissements Financiers
- SIGAD : système informatisé de gestion de la douane
- CNAC : Caisse Nationale d'Assurance Chômage
- ANSEJ : Agence Nationale de soutien a l'emploi des Jeunes
- ASPI : Association des spécialistes en propriété industrielle
- ANDI : Agence Nationale de Développement de l'Investissement
- RGPH : Recensement Général de la Population et de l'Habitat

- RN : Route National
- BTP : Bâtiments et travaux publiques
- DPME : Direction des PME
- INSIM : Institut International de Management
- INSFP : Institut National de Formation Professionnelle

Liste des tableaux

1. LISTE DES TABLEAUX

Tableau n°1 : Quelques typologies entrepreneuriales-----	13
Tableau n°2 : Evolution de la dette et des réserves dechange-----	36
Tableau n°3 : Evolution des PME privées des 5 premières wilayas du pays -----	48
Tableau n°4 : Evolution des PME privées pendant les cinq dernières années dans la wilaya de Bejaia -----	49
Tableau n°5 : Répartition des PME selon leurs natures en 2015 -----	50
Tableau n°6 : les PME privées par secteur d'activité 2015 -----	51
Tableau n°7 : Evolution des PME privées de la commune de Bejaia durant l'année 2015-----	52
Tableau n°8 : mouvement des PME privées par tranches d'effectif 2015 -----	52
Tableau n°9 : Implantation territorial des PME 2015 -----	53
Tableau n°10 : Répartition des entreprises selon leur forme juridique et l'entrée en activité-----	58
Tableau n° 11 : La taille des entreprises selon le nombre d'employés -----	59
Tableau n°12 : l'origine de la main d'œuvre d'après la taille de l'entreprise-----	60
Tableau n° 13 : Répartition des entreprises enquêtées selon le secteur d'activité -----	61
Tableau n°14 : répartition des entrepreneurs selon leur origine -----	62
Tableau n°15 : la nature de l'entreprise -----	64
Tableau n°16 : relation de l'entrepreneur avec les acteurs du même territoire -----	64
Tableau n°17 : les avantages de la relation entretenu entre l'entrepreneur avec les acteurs du même territoire de localisation-----	66
Tableau n°18 : la proximité facteur déterminant a la création d'entreprise -----	66
Tableau n° 19 : L'origine de la main d'œuvre recrutée-----	67
Tableau n°20 : la participation du personnel aux programmes de formation -----	67

Tableau n°21 : la localisation des programmes de formation -----	68
Tableau n°22 : la portée de l'impact de l'activité de l'entrepreneur -----	69
Tableau n°23 : le nombre d'emplois par l'entrepreneur depuis sont entrée ont activité -----	69
Tableau n°24 : le savoir faire de l'entrepreneur et de ces employés et les connaissances universitaire -----	70

2. LISTE DES FIGURES

Carte n° 1 : le découpage administratif de la wilaya de Bejaia -----	45
Figure n°2 : Evolution des PME privées pendant les cinq dernières années -----	50
Figure n° 3 : Les motivations qui ont conduit à la création d'entreprise -----	63
Figure n°4 : Les types de relations entrepreneurs-acteurs du même territoire -----	65

Sommaire

Introduction générale

Chapitre I : Introduction à la notion d'entrepreneuriat

Introduction

Section 1 : Définition et notion clé de l'entrepreneuriat

Section 2 : L'évolution de la notion d'entrepreneur

Conclusion

Chapitre II : Entrepreneurs, contextes et milieu entrepreneurial

Introduction

Section 1 : Contextes et milieu entrepreneurial

Section 2 : Aperçu sur l'évolution de l'entrepreneur privé au sein de l'économie

Algérienne

Conclusion

Chapitre III : La dynamique entrepreneurial, cas : commune de Bejaia

Introduction

Section 1 : Présentation synthétique de la wilaya de Bejaia

Section 2 : Entrepreneuriat et statistiques du secteur des PME à Bejaia

Conclusion

Chapitre IV : Entrepreneur et milieu entrepreneurial, Cas : commune de Bejaia

Introduction

Section 1 : La démarche méthodologique de l'enquête

Section 2 : Analyse et interprétation des résultats

Conclusion

Conclusion générale

INTRODUCTION GENERALE

Introduction Générale

INTRODUCTION GENERALE

Le rôle de l'entrepreneuriat privé dans le développement des activités industrielles et ses effets positifs sur la création d'emplois et de richesses a connu une reconnaissance et une réaffirmation incontestable. Depuis quelques années, de nombreux pays ont redécouvert les attributs de l'entrepreneur et ont reconnu le rôle déterminant qu'il peut jouer dans l'évolution de leurs économies. Et selon les recherches de Marie Gomez-Breysse (2012), à propos des mutations sociétales, il apparaît que tant sur le plan théorique que pratique, elles soient en relation directe avec les évolutions des comportements de l'entrepreneur. Même si à ce jour aucune étude ne révèle encore de façon précise le degré de corrélation entre ces deux phénomènes, force est de constater que la société s'est beaucoup transformée et entraîne avec elle de nouveaux comportements, tant sur le plan de l'individu que de l'entrepreneur.

Le début du 21^e siècle marque une nouvelle aire dans le renouvellement de l'esprit d'entreprendre et du comportement entrepreneurial, lesquels affectent tous les pays et tous les domaines de la vie économique et sociale. D'après les thèses avancées par Peter Drucker dans son ouvrage sur les entrepreneurs (1985), il s'est avéré que l'esprit et la capacité d'entreprendre relevaient principalement, du goût du risque et de traits de personnalités particulières. Cette vision d'un entrepreneur inné est remise en question au début des années 1980. Au jour d'aujourd'hui entreprendre est une discipline et partiellement une technique, dont les règles et les principes peuvent s'apprendre et être systématiquement appliqués¹

La dynamique du développement des territoires dépend davantage de la capacité locale d'entreprendre, que des stratégies spatiales des grandes entreprises et est déterminée, par leur capacité à faire émerger des entrepreneurs. Autrement dit, les régions dynamiques le sont, parce qu'elles possèdent des entrepreneurs innovateurs et sont capables d'en générer d'autres, à mesure que les opportunités se développent. Par ailleurs, pour que le potentiel entrepreneurial s'exprime pleinement, il faut que soit réunies des circonstances favorables dans le milieu. Un milieu est le résultat, à un moment donné, d'une géographie, d'une sociologie, d'une histoire économique et d'une organisation institutionnelle qui confère à chaque région

¹A. Fayolle, *Entrepreneuriat : apprendre à entreprendre*, édition Dunod, Paris, 2012, p.2.

Introduction Générale

sa personnalité et sa culture spécifique, Chaque milieu possède des caractéristiques qui facilitent ou, au contraire freinent le développement d'entreprises innovantes.

Sachant qu'une recherche scientifique, comporte nécessairement un objet et une méthode, deux thèmes seront successivement abordés dans cette introduction générale :
Éléments de problématique et démarche méthodologique.

1. Éléments de problématique

1.1. Objectif de la recherche

Le but de notre recherche consiste à comprendre l'activité entrepreneuriale dans la commune de Bejaïa. L'intérêt de ce modeste travail est de mettre en relief les différents aspects entourant ce phénomène. Dans cet ordre d'idée, la présente étude nous a menés vers la question suivante :

Quelles sont les interactions existantes entre le milieu entrepreneurial et le comportement de l'entrepreneur industriel privé de la commune de Bejaïa ?

Autrement dit, à l'instar de la conception entrepreneuriale : Peut-on identifier et caractériser l'entrepreneur privé de la commune de Bejaïa ? Quelles sont ses attitudes à l'égard de la croissance de son entreprise et de l'innovation ? Et quels types de liens entretient-il avec son milieu ?

Ce sont quelques-unes des interrogations essentielles qui taraudent notre questionnement, pour l'approche de l'entrepreneur dans la commune de Bejaïa. La fréquence de ces questions, témoigne de la complexité du phénomène entrepreneurial.

1.2. Justification du choix du thème

Nous justifions notre choix par le fait que, par rapport aux autres formes d'entrepreneuriat, notamment l'entrepreneuriat commercial, nous supposons que l'entrepreneuriat industriel, comporte plus de risques économiques et financiers. De plus on considère que le secteur industriel a des effets structurants sur le développement des territoires.

De plus notre travail de recherche consiste à étudier la démarche entrepreneurial au sens large, qu'elle soit innovante ou pas. De ce fait nous faisons référence à la création d'entreprise, à la prise de risque, l'esprit organisationnel et l'innovation.

1.3. Hypothèses de travail

Les entrepreneurs dynamise le milieu et le rendent innovateur et réciproquement le milieu secrète les entrepreneurs et contribue à leur réussite.

De ce fait, à partir de l'objectif de la recherche, nous avons émis certaines hypothèses sur l'entrepreneur privé de la commune de Bejaïa, nous partons essentiellement sur les hypothèses suivantes :

- L'entrepreneur local à l'échelle de la commune de Bejaia, est peu habile à prendre des risques et peu soucieux de l'innovation. Il se contente de rentes modestes, car avant tout, son but est la pérennité de son entreprise et non sa croissance.
- Il n'y a pas de réseaux formels de coopération. Le seul réseau sur lequel s'appuie l'entrepreneur, est celui de sa famille et ses proches et amis.
- L'insertion des entrepreneurs dans le milieu paraît fragile. En effet, la plupart des entreprises privées industrielles, sont intégrées par la main-d'œuvre et par les débouchés. Ainsi, peu d'entrepreneurs valorisent les ressources locales de la commune de Bejaia.

2. Démarche méthodologique

Dans le but d'atteindre ces objectifs, nous avons jugé utile d'adopter une démarche méthodologique qui s'articule autour de deux méthodes de recherche. D'abord, la méthode descriptive qui nous permet de comprendre le cadre conceptuel de l'entrepreneuriat et du milieu entrepreneurial, et ce, grâce à une recherche théorique et, par la suite, la méthode analytique qui vise à expliquer les différentes relations entre les éléments de notre recherche par le biais d'une étude qualitative, réalisée à travers une enquête auprès d'un échantillon représentatif d'entrepreneurs.

2.1. Approche du terrain

Une enquête qualitative auprès d'un échantillon de onze (11) entrepreneurs privés industriels de la commune de Bejaïa, a permis de rassembler les statistiques qui sont présentées dans ce travail.

2.2. Le plan de travail

Des éléments bibliographiques seront tout d'abord apportés dans les chapitres un et deux pour faire le point respectivement sur la notion et l'évolution de l'entrepreneuriat et de l'entrepreneur et leur relations avec le milieu entrepreneurial. Puis, dans un troisième chapitre, nous aborderons l'état des lieux de l'entrepreneuriat à Bejaïa. Ensuite, dans un quatrième chapitre, nous énoncerons toutes les étapes de la démarche méthodologique et présenterons les résultats obtenus ainsi que les recommandations suggérées. Enfin, dans la conclusion générale, nous aborderons les points essentiels de notre travail.

***Chapitre I : Introduction à la notion
d'entrepreneuriat***

Introduction

Vraisemblablement, si des entreprises se créent à un certain moment et à un endroit donné, c'est tout simplement parce que, les facteurs objectifs nécessaires s'y trouvent réunis : marché local, capital humain, laboratoires de recherche, disponibilité des financements et politique incitative avantageuse.

Ainsi, la question essentielle doit se porter avant tout sur «l'entrepreneur » et non sur la structure, car l'analyse des objectifs de l'entreprise de petite dimension, se trouve par conséquent circonscrite pour l'essentiel à l'étude des préoccupations personnelles de son dirigeant, entreprendre aujourd'hui c'est aussi et sur tout une discipline, dont les règles et principes peuvent s'apprendre et être systématiquement appliqués.

Au fil du temps, la notion d'entrepreneur a connu plusieurs évolutions qui sont essentiellement dues aux mutations et aux transformations du système économique mondial, Le début du troisième millénaire est marqué par le renouveau de l'esprit d'entreprendre et du comportement entrepreneurial, les quels affectent tous les pays et tous les domaines de la vie économique et sociale, en théorie, comme dans la pratique, il apparait que les mutations sociétales sont synchroniques aux évolutions des comportements de l'entrepreneur. Même si à ce jour aucune étude ne révèle encore de façon précise les degrés de corrélation des deux phénomènes, force est de constater que la société s'est beaucoup transformée et entraîne avec elle de nouveaux comportements, tant sur le plan de l'individu que de l'entrepreneur, en effet La notion d'entrepreneur correspond au besoin qu'a la théorie économique de s'appuyer sur un type idéal afin de fournir une explication générale du fonctionnement de l'économie de marché. L'idéologie de l'entrepreneur repose alors sur le fait que le développement économique est le produit de l'initiative individuelle.

Dans ce cadre, nous essayerons dans ce chapitre, de nous pencher, dans un premier temps, sur l'entrepreneur et non sur l'entreprise ceci en apportant des éléments de réponse, concernant tous les aspects essentiels de la théorie de l'entrepreneur, avant de s'intéresser dans un second temps a la genèse et a l'évolution de la notion de l'entrepreneur a travers le temps et au sein de l'économie mondial.

Section 1 : Définition et notion clé de l'entrepreneuriat

En dépit d'un développement fort et utile des recherches et réflexions sur l'entrepreneuriat, on constate l'existence d'un débat quelque peu stérile sur ce qu'est l'entrepreneuriat.¹

En effet, l'entrepreneuriat est un domaine de recherche pouvant être qualifié de pré-paradigmatique. Il a dépassé l'émergence mais semble stagner à l'adolescence. Pour grandir encore, il lui faut, entre autres, sans doute montrer davantage à la communauté de la recherche ses écoles de pensée, ses courants ou, plus encore, ses paradigmes pour qu'un relatif consensus puisse, non pas régir les programmes de recherche, mais offrir un cadre minimal d'accumulation des connaissances. Sans verser dans l'état de l'art, et en prenant certes le risque de partialité.

1.1. La conception de l'entrepreneuriat

Conceptualiser la notion d'entrepreneuriat n'est pas chose facile. Tant ce phénomène comporte de multiples composantes, l'entrepreneuriat a été successivement défini dans le cadre d'approches privilégiant les résultats de l'action d'entreprendre, les caractéristiques des individus agissant en tant qu'entrepreneur et, enfin les processus et les stratégies conduisant au comportement entrepreneurial².

D'autre part, l'entrepreneuriat est un phénomène complexe et multidimensionnel, ces caractéristiques s'expliquent par la très grande diversité observable dans la situation entrepreneuriale et dans la création d'entreprises.

En fait, les entrepreneurs et leurs projets entrepreneuriaux sont différents les uns des autres, il y a certainement plus de variété entre les entrepreneurs eux-mêmes qu'entre les entrepreneurs et les non-entrepreneurs, ou les managers par exemple. Ce constat remet en cause le bien fondé de l'approche par les traits, dans cette optique il est suggéré de s'intéresser plus tôt à ce que font les entrepreneurs, et non pas à ce qu'ils sont³.

¹P. Robert, Grandeurs et servitudes de l'entrepreneuriat, internationale de psychosociologie, vol.13, [en ligne], 2007, p.27. Disponible sur : <http://www.cairn.info/revue-internationale-de-psychosociologie-2007-31-page-27.htm> (consulté le 08/03/2016)

²A. FAYOLLE et J.M. DEGEORGE, Dynamique entrepreneurial : le comportement de l'entrepreneur, édition de boeck, Paris, 2012, p.10.

³Ibid. p.11.

Afin d'établir une conceptualisation de la notion d'entrepreneur, nous nous référons aux travaux de Fayolle (2012) qui portent sur la notion de processus dans le champ de l'entrepreneuriat, à travers un cadre conceptuel qui décrit le phénomène de création d'une nouvelle entreprise. Dans ce cadre nous avons retenu trois (3) conceptions de l'entrepreneuriat⁴ :

1.1.1. Un processus lié a la notion d'opportunité

Le concept d'opportunité existe depuis longtemps dans la littérature entrepreneurial, mais dernièrement il y a pris une place primordiale.

Selon le courant de pensée de Shane et Venkataraman (2000) deux regards peuvent être posés sur l'opportunité, le premier l'a considéré comme réalité objective, identifiable en tant que telle. En effet il suffit de les reconnaître pour se les approprier et les transformer en réalités économiques. Le second suggère que l'opportunité est une construction sociale naissant des interactions entre un individu et un environnement.

1.1.2. Un processus d'émergence organisationnelle

L'entrepreneuriat est conçu comme un processus d'organisation qui conduit à la création d'une nouvelle organisation.

Dans cette conception, qui s'articule autour de l'œuvre de Gartner le phénomène entrepreneurial ne se résume pas à la simple idée de création d'entreprise, ce concept s'applique plus tôt à un phénomène découlant de l'interaction de différents stimuli tel que l'expérience, l'image ou les idées, prenant sens dans une combinaison nouvelle, autrement dit, c'est l'organisation comme processus qui prime sur l'organisation comme entité⁵.

1.1.3. Un processus lié à la création de valeur nouvelle

Dans cette conception de l'entrepreneuriat, la création de valeur a été identifiée comme un thème situé au cœur de l'entrepreneuriat par Gartner (1990). Le champ de l'entrepreneuriat se conçoit donc à travers une relation liant un individu à la valeur que ce dernier contribue à créer à travers ses idées, une opportunité, une innovation, éléments contenus dans un projet, puis dans une organisation.

⁴ A. Fayolle, *Entrepreneuriat : apprendre à entreprendre*, édition dunod, Paris, 2012, p.45.

⁵ Ibid. p.46.

Selon Morin (1990) le principe dialogique, qui se compose de deux ou plusieurs logiques liées en une unité, se fait de façon complémentaire, concourante, et contradictoire, sans que la dualité se perde dans l'unité. Cette dialogique s'inscrit dans une double dynamique de changement et peut être définie comme suit :

La dialogique création de valeur individu peut être appréhendée comme un système en interaction avec un environnement donné à composantes multiples, ce système évolue dans un processus et sous l'effet du temps qui en est une dimension incontournable⁶.

1.2. Définition de l'entrepreneuriat et notions voisine

La définition du concept d'entrepreneuriat est le plus importants et difficiles aspects de la théorie, car en premier lieu, la littérature économique est freiné par l'évolution du concept pour apporter une définition absolue et en second lieu, on constate qu'il n'existe jusqu'à ce jour aucune théorie de l'entrepreneur précise⁷.

C'est pour cela que nous allons essayer de présenter, quelques définitions du concept d'entrepreneuriat, ainsi que d'autres notions voisines.

1.2.1. L'entrepreneuriat

Le mot «entrepreneuriat », est dérivé du mot anglais « entrepreneurship ».

Ce qui signifie que l'entrepreneuriat peut se définir comme une activité impliquant la découverte, l'évaluation et l'exploitation d'opportunités, dans le but d'introduire de nouveaux biens et services, de nouvelles structures d'organisation, de nouveaux marchés, processus, et matériaux, par des moyens qui, éventuellement, n'existaient pas auparavant.

De façon empirique, on peut le définir comme une activité liée à la formation de nouvelles entreprises et au self-employment. L'organizing constitue le processus qui conduit l'entrepreneur à créer ou modifier une organisation compte tenu des logiques de marchés et de contexte.

⁶ Ibid. p.47.

⁷ Mokrane. A, Entrepreneur et milieu entrepreneurial: Eléments d'analyse a partir du cas de la wilaya de Tizi-Ouzou, mémoire de magister en sciences économiques a l'université de Tizi-Ouzou, 2004, p30.

1.2.2. L'entrepreneur

L'entrepreneur est celui, qui crée de la richesse et en fait profiter les autres, comme celui qui découvre de meilleures façons d'utiliser des ressources, et qui crée des emplois.

Pour M.Casson (1981) : « l'entrepreneur et quelqu'un de spécialisé dans la prise (intuitive) de décisions (réfléchies) relatives à la coordination de ressources rares »⁸

Selon le Dictionnaire de Gestion, « l'entrepreneur est celui qui combine des facteurs de production de manière innovante et qui risque des capitaux dans un projet avec l'espoir de réaliser des profits »⁹

Ces définitions prennent en considération tous les éléments mis en avant par les différentes théories de l'entrepreneur, à savoir : l'affectation de ressources, l'innovation et la prise de risque.

1.2.3. La création d'entreprise

Créer une entreprise quand rien n'existe n'est certainement pas la situation la plus facile. Il faut du temps pour arriver à implanter son produit dans un marché, convaincre les utilisateurs et les acheteurs et ce, d'autant plus, que le degré d'innovation est élevé.

De ce fait, la création d'entreprise est un phénomène d'une grande hétérogénéité. Cela vient de la variété des types d'entreprises créées et de la diversité des types d'entrepreneurs.

Il est possible dans un but pédagogique de distinguer quelques situations typiques et d'en souligner les implications principales en termes de profil d'individu.

1.2.4. La reprise d'entreprise

La reprise d'entreprise peut être réalisée par un individu pour son propre compte ou par une entreprise existante.

Elle se définit aussi comme la création d'une entreprise reprenant partiellement ou totalement les activités et les actifs d'une entreprise ancienne, cette dernière pouvant être en bonne ou mauvaise santé, la reprise d'entreprise ou d'activité est différente de la création

⁸ M. Casson M, l'entrepreneur, Economica, édition Française, 1991, p.22

⁹ H.M. Boislandelle, Dictionnaire de Gestion : vocabulaire, concepts et outils, édition Economica, Paris, 1998, P.147.

d'entreprise car l'organisation existe et n'a pas été créée, donc des données de l'entreprise peuvent la décrire dans son présent, son passé, sa structure et son fonctionnement. Dans ce cas, les risques sont généralement faibles.

1.2.5. L'intrapreneur

Il se définit comme étant le membre d'une grande entreprise qui, en accord avec elle et tout en restant salarié de son entreprise, possède un projet viable intéressant l'entreprise et qu'il peut réaliser en son sein. Il est celui qui transforme une idée en activité rentable au sein d'une organisation.¹⁰

1.3. Les caractéristiques de l'entrepreneur

Le comportement de l'entrepreneur suscite un grand intérêt par l'attitude adopter par celui-ci, les caractéristiques de son comportement sont : L'autonomie ou l'indépendance, dans la mesure où il préfère faire moins de profil, tout en étant son « propre maître » ; l'optimisme et enfin, la persévérance, car l'entrepreneur doit fournir beaucoup d'énergie pour atteindre ses objectifs. Nous allons présenter quelques caractéristiques de l'entrepreneur, en s'inspirant d'un travail réalisé par Cunningham et Lischeron¹¹ (1991) .

L'entrepreneur est aussi présenté, dans la littérature comme un innovateur, un organisateur et un leader ou encore comme un individu doté de caractéristiques psychologiques uniques, à partir de cela nous avons déduit les caractéristiques suivantes :

1.3.1. L'entrepreneur innovant

D'après Schumpeter (1939) : « toute tentative de faire les choses différemment dans le domaine de la vie économique devrait être considérée comme une innovation susceptible de fournir un avantage temporaire, et des profits, à une firme. »¹² .

De ce paradigme, découle que la caractéristique essentielle du comportement entrepreneurial est l'innovation, l'entrepreneur doit avoir une certaine créativité, et doit se doter d'une capacité d'innovation, on constate que l'innovation, la créativité et la découverte d'opportunité constituent des éléments clés du phénomène entrepreneurial.

¹⁰ <http://portail-des-pme.fr/formaliser-son-projet/le-concept-dintrapreneuriat> (consulter le 10/03/2016)

¹¹ Cunningham et Lischeron Cité par A. Fayolle, *Entrepreneuriat : apprendre à entreprendre*, édition dunod, Paris, 2012, p.72

¹² Schumpeter Cité par J.M. Degeorge et A. Fayolle, *Dynamique entrepreneurial : le comportement de l'entrepreneur*, édition deboeck, paris, 2012, p.41

Aussi, l'innovation peut également s'envisager à travers des modifications marginales qui permettent à une offre d'affirmer une certaine compétitivité.

1.3.2. L'entrepreneur manager

Selon Bygrave (1997): « un entrepreneur est celui qui perçoit une opportunité, puis crée une organisation dans le seul but de la poursuivre ». ¹³

Ce contexte est basé sur la formation des entrepreneurs, leur préparation et leur appropriation d'outils de management spécifique permettant, de développer un plan d'affaire, d'évaluer des opportunités et d'acquérir des ressources dans un contexte de création d'activités apparaissant comme des étapes possibles et souhaitables de la démarche entrepreneuriale.

Pour mieux illustrer ce qu'est l'entrepreneur, dans l'école de pensée qui est centrée sur la poursuite et la concrétisation des opportunités d'affaires, les travaux de Stevenson et Gumpert (1985), montre que le comportement de ce dernier s'oppose à ceux de l'administrateur, c'est-à-dire que les préoccupations essentielles du manager ont pour but d'assurer le bon contrôle des ressources gérées et à réduire les risques.

Pour ces deux auteurs, l'acte d'entreprendre correspond à une approche particulière du management défini par la création ou la reconnaissance et la transformation d'une opportunité, indépendamment des ressources contrôlées directement.

1.3.3. L'entrepreneur et le leadership

Le leadership est une caractéristique difficile à obtenir, Certains disent que c'est une caractéristique innée, mais d'autres pensent qu'elle peut être apprise. Peu de personnes ont la capacité de prendre les devants.

Pour être un bon entrepreneur, il faut être un leader. Cela consiste à savoir animer des équipes, s'adapter à leurs besoins et les conduire vers l'atteinte des objectifs qu'il a assignés.

Pour Carsrud (1986), l'entrepreneur est beaucoup plus qu'un simple manager, il est aussi un leader qui doit aider ses collaborateurs dans leur développement personnel.

¹³ Bygrave Cité par A. Fayolle, *Entrepreneuriat : apprendre à entreprendre*, édition Dunod, Paris, 2012, p.74

D'après Cunningham et Lischerom (1991), pensent que ce courant théorique consiste en l'aspect non technique de l'école du management, il ce sont appuyés sur les propos de Kao (1989): « thus, the entrepreneur must be a leader, able to define a vision of what is possible, and attract people to rally around that vision and transform it into reality », ¹⁴ Pour affirmer que, l'entrepreneur doit être à la fois un people/manager et un leader/mentor qui joue un rôle dans la motivation, la direction et la conduite de son personnel, selon Filion Leitch et Harrison, et ce ci a bien évidemment, des incidences sur l'éducation et la formation des entrepreneurs.

1.3.4. L'entrepreneur organisationnel

Cette dernière école de pensée, renvoie à la notion d'intrapreneur, cette vision prend en considération l'entrepreneur particulier qui agit dans des organisations existantes et pour le profit de ces dernières.

L'entrepreneuriat organisationnel est une réponse aux difficultés que l'entreprise rencontre, tel que, le manque d'innovation et la faible capacité de réaction dans un monde ou tout s'accélère. Pour permettre aux entreprises d'innover, de se développer et de diversifier leurs activités dans d'autres domaines, elles doivent se tournées vers des comportements entrepreneuriaux individuels ou collectifs, comme l'orientation vers les opportunités, la capacité d'innovation, la prise d'initiatives et de risques, la pro-activité et le sens accru des responsabilités.

Cette école de pensée est actuellement très active, de part les nombreux articles publiés par différents auteurs au cours de ces dernières années.

1.4. Typologie des entrepreneurs

Il existe un bon nombre de typologies en entrepreneuriat, elles sont de valeurs et d'utilités inégales. Elles ont été construites en fonction d'objectifs et à partir de méthodologies et d'échantillons très différents. Nous n'en rapportons ici que quelques-unes, soit celles auxquelles les spécialistes de l'entrepreneuriat se réfèrent le plus fréquemment.

¹⁴ Cunningham et Lischeron Cité par A. Fayolle, *Entrepreneuriat : apprendre à entreprendre*, édition dunod, Paris, 2012, p.75

Tableau n°1 : Quelques typologies entrepreneuriales¹⁵

Auteurs	Date	Typologies
Smith	1967	Deux types d'entrepreneurs : 1. L'artisan 2. L'entrepreneur d'affaires
Collins et Moore	1970	Deux types d'entrepreneurs : 1. L'entrepreneur administratif 2. L'entrepreneur indépendant
Laufer	1975	Quatre types d'entrepreneurs : 1. Le manager ou l'innovateur 2. L'entrepreneur orienté vers la croissance 3. L'entrepreneur orienté vers l'efficacité 4. L'entrepreneur artisan
Vesper	1980	Au moins 11 types d'entrepreneurs : 1. Travailleurs autonomes travaillant seuls 2. Bâisseurs d'équipes 3. Innovateurs indépendants 4. Multiplicateurs de modèles existants 5. Exploitants d'économies d'échelle 6. Rassembleurs de capitaux 7. Acquéreurs 8. Artistes qui achètent et vendent 9. Constructeurs de conglomérats 10. Spéculateurs 11. Manipulateurs de valeurs apparentes
Julien et Marchesnay	1987 1996	Deux types de propriétaires-dirigeants : 1. PIC (pérennité, indépendance, croissance) 2. CAP (croissance forte, autonomie, peu de pérennité)

¹⁵ L.J. Filion, École des Hautes Études Commerciales (HEC), Montréal. », In T. Verstraete, Histoire d'entreprendre : les réalités de l'entrepreneuriat, édition EMS, Caen, 2000, p.256

Lafuente et Salas	1989	Quatre types de nouveaux entrepreneurs - basé sur leurs aspirations : <ol style="list-style-type: none">1. Artisan2. Orienté vers le risque3. Orienté vers la famille4. Managérial
Filion	1998	Deux types d'entrepreneurs : <ol style="list-style-type: none">1. Opérateur2. Visionnaire

Source : L.J. Filion : Histoire d'entreprendre- Les réalités de l'entrepreneuriat, Éditions EMS, 2000, p. 251-262.

En ce qui a trait aux typologies entrepreneuriales, Smith demeure un des classiques. Ses deux types, l'artisan, soit la personne de métier qui se lance en affaires d'une part, et d'autre part, l'entrepreneur d'affaires, soit la personne à l'affût d'occasions d'affaires dans quelque secteur que ce soit, permettent de classer un très grand nombre d'entrepreneurs. Il a considéré l'entrepreneur technologique comme faisant partie d'une catégorie à part. Dans sa grille pour évaluer l'idéologie d'affaires et du management, Gasse (1978) a élaboré deux types d'idéologie entrepreneuriale : l'idéologie de l'entrepreneur artisan et celle de l'entrepreneur d'affaires. Lorrain et Dussault (1988) ont analysé le comportement de gestion de chacun des deux types identifiés par Smith (1967). Ils ont trouvé que la gestion de l'entrepreneur opportuniste apparaissait plus équilibrée.

Collins et Moore (1970) sont aussi parmi les chercheurs qui ont apporté une clarification additionnelle en montrant les différences dans les comportements ainsi que les intérêts d'apprentissage des acteurs entrepreneuriaux qui évoluent au sein d'organisations (intrapreneurs) et ceux qui créent leur propre entreprise (extrapreneurs). Ils ont ainsi établi une distinction entre l'entrepreneur décrit par Schumpeter (1912), qui est une personne qui apporte de l'innovation, de la nouveauté dans l'organisation dans laquelle elle œuvre, et un nouveau type d'entrepreneur auquel ils faisaient référence et qui représente d'avantage la norme de nos jours lorsque nous faisons référence à l'entrepreneur, soit la personne qui se lance en affaires.

Lauffer (1975) reprend le type de l'entrepreneur artisan de Smith, mais elle établit trois types d'entrepreneurs d'affaires.

Vesper (1980) quant à lui n'a pas pris le facteur chance en considération et a intégré tout ce qui bougeait. Sa typologie est basée sur ses observations de divers acteurs entrepreneuriaux rencontrés au cours de sa carrière. Julien et Marchesnay (1987, 1996) ont suggéré deux types de propriétaires-dirigeants de PME : l'un est axé sur la croissance (CAP) l'autre sur la pérennité (PIC). À partir des racines conçues par leurs dirigeants pour établir leur système d'activités gestionnaires

Enfin, Filion (1998) pour sa part, a suggéré deux types de PME, le classique et la comète.

Section 2 : L'évolution de la notion d'entrepreneur

La notion d'entrepreneur a connu différentes mutations au fil du temps, en pratique nous avons rencontré trois principales étapes de cette odyssee :

2.1. L'origine du concept d'entrepreneur

Il semblerait que le mot "entrepreneur", au même titre d'ailleurs que le mot "manager", soit né en France, à la fin du XVI^{ème} siècle. Selon Verin (1982), quelle que soit l'époque considérée, l'activité de l'entrepreneur est assimilée à une action risquée. Le mot entrepreneur désignait, dans une de ses premières acceptions, ceux que l'on appellera plus tard les fournisseurs aux armées. Très vite, il s'est appliqué à tous ceux qui étaient liés par contrat avec le gouvernement royal, pour la construction des routes, des ponts et des fortifications. Très tôt l'idée d'entreprise a donc été associée à celles de risque et d'aventure avec une forte connotation militaire qui subsiste encore aujourd'hui.

Il n'est pas étonnant que le mot soit apparu en France. La dérogation, accordée par la noblesse et qui accompagnait toute activité mercantile, poussait à l'apparition d'une nouvelle catégorie d'agents économiques. Les entrepreneurs d'alors subvertissaient l'ordre corporatif au profit d'une régulation par l'argent.

Le concept d'entrepreneur a donc une origine ancienne. Savary, au XVI^{ème} siècle, assimile l'entrepreneur au "parfait négociant". En 1755, l'encyclopédie d'Alembert et de Diderot le définit comme "celui qui se charge d'un ouvrage ; on dit un entrepreneur de

manufactures, un entrepreneur en bâtiments"¹⁶. Au XVIII^{ème} siècle, Lepasant de Boisguilbert voit en lui un acteur essentiel du processus économique.

L'entrepreneur fait son entrée dans la théorie économique avec Cantillon (1997), qui fit fortune grâce à sa compréhension des mécanismes économiques. L'auteur opère une division socio-économique en identifiant trois catégories d'acteurs. Les propriétaires, tout d'abord, qui de même que le Prince, vient dans l'indépendance financière. Les fermiers, ensuite, et enfin, les entrepreneurs qui appartiennent à un dernier groupe très hétérogène, dans lequel se trouvent aussi bien les marchands, les bouchers, les boulangers, les manufacturiers, les mendiants que les hommes de lois, Cantillon décrit cet acteur comme un agent de direction de la production et du commerce qui supporte seul les risques liés aux contraintes du marché et aux fluctuations des prix. L'entrepreneur de Cantillon effectue des achats à des prix certains pour se procurer toutes les ressources nécessaires à sa production. Ses ventes et ses recettes sont, par contre, aléatoires, ce qui rend incertaine l'espérance de profit. Cantillon accorde, néanmoins, à l'entrepreneur la possibilité d'anticiper le risque en essayant de prévoir les comportements et décisions d'achat pour fixer des niveaux de prix convenables pour ses marchandises, et qui puissent être acceptés par les acheteurs. L'évaluation de l'état du marché est donc un acte essentiel qui dépend beaucoup de son expérience personnelle.

L'instinct du profit amène toujours, chez l'entrepreneur, l'emploi des méthodes les plus avantageuses. Cantillon fait de l'entrepreneur, de façon explicite, une pièce maîtresse de la dynamique économique et fonde son analyse sur le postulat de l'équilibre naturel vers lequel tout revient ou tend à revenir.

Aux XVII^{ème} et XVIII^{ème} siècles, l'activité économique est essentiellement dominée par les marchands et les commerçants. Ce sont les grandes compagnies de commerce qui se développent avec les colonies et les comptoirs coloniaux. Les entrepreneurs peuvent être vus comme des "aventuriers" exploitant des situations très risquées en commerçant avec l'Orient et l'Amérique ; ils peuvent être assimilés à de parfaits négociants qui tiennent les marchés. Le capitalisme marchand fait naître le profit de l'échange des produits et de la circulation de la monnaie et du crédit.

2.2. L'apparition du système managérial au détriment de l'entrepreneur

La dissociation entre l'exercice du pouvoir de décision dans l'entreprise et la détention de la propriété a posé le problème de la définition de l'entrepreneur. Le développement des

¹⁶ S.Boutillier et D.Uzunidis, Le travail bradé: automatisation, mondialisation, flexibilité, édition l'harmattan, paris, 1997, p.17

unités économiques a fait que la prise de décision n'est plus toujours et seulement le fait d'un individu, mais elle emprunte plus souvent des voies collégiales. Les centres de direction et de propriété, réunifiés et confiés, auparavant, entre les mains d'une seule personne, sont éclatés et concernent de nombreux acteurs qui participent, à un degré ou à un autre, à la conduite des affaires.

Marshall (1971), assimile l'entrepreneur au manager. Selon lui, la nouvelle organisation industrielle a permis un transfert et une reconfiguration de la responsabilité et de la fonction de direction qui étaient alors la propriété d'un seul individu. "Cette forme est en train d'être supplantée par d'autres où l'autorité suprême est répartie entre plusieurs associés ou même entre un grand nombre d'actionnaires"¹⁷.

Burnham (1969) émet l'hypothèse que le monde vit une transformation sociale décisive, et qu'un changement radical a lieu dans les institutions économiques. Il affirme que l'on se dirigeait alors vers une société qu'il a baptisée "la société directoriale". Cette dernière est une société nouvelle où la propriété privée individuelle ne joue plus un rôle économique déterminant. Les observations de l'auteur portent sur la nature et l'intensité des changements en cours dans le groupe des individus qui détiennent les positions dirigeantes et les privilèges sociaux. Il conduit également des analyses sur l'idée que se font les hommes de leur place dans le monde. Il conclut que la domination sociale, le pouvoir et le privilège dans la société sont fonction de la détention des instruments de production¹⁸.

De ce fait, ce qu'il est convenu d'appeler le capitalisme managérial est apparu à la fin du XIX^{ème} siècle, avec la vague des révolutions technologiques et le mouvement des concentrations financières. La grande organisation devient le moteur de la puissance industrielle. S'ouvre alors, l'ère des managers qui supplantent progressivement les entrepreneurs individuels. Les petites entreprises subsistent, mais elles doivent très souvent, pour cela, tisser des relations fortes avec les grands groupes industriels et financiers. La vision managériale succède à la vision patrimoniale, et l'économie industrielle exclut pratiquement l'entrepreneur de la sphère économique.

Par conséquent, L'époque n'est plus celle de l'entrepreneur. Ce dernier n'existe plus en tant que personne individuelle. L'imagination, l'esprit de décision et la prise de risques ne

¹⁷ A. Marshall, Principes d'économie politique, 1890, trad. FR., 1906, p.502

¹⁸ M. Gomez-Breyse, A. Jaouen, L'entrepreneur au 21ème siècle : Reflet des évolutions sociétales, édition DUNOD, Paris, 2012, p.8.

constituent plus nécessairement des éléments clés pour organiser l'intelligence dans l'industrie. En d'autres mots, ce que l'entrepreneur avait créé, seul un groupe d'hommes pouvait le faire fonctionner. Ainsi, l'organisation est perçue comme étant beaucoup plus apte à faire du profit et à exercer le pouvoir que l'entrepreneur individuel.

En conclusion, nul ne peut ignorer que nos sociétés actuelles sont fortement indépendante à l'échelle mondiale et que par conséquent, l'effet papillon est omniprésent dans nos vies, tant sur le plan social qu'économique. Nous entendons par système managérial, le fait que l'économie soit jusqu'à ce jour, dirigée par les firmes multinationales avec un système financier et bancaire adapté à cette situation. Malheureusement, les crises successives de ces dix dernières années montrent que ce système a des limites et qu'il n'est peut être plus adapté, en tant que tel, à la nouvelle donne mondiale, tant sur le plan économique que social. Si l'aire de la firme managérial est apparu de façon concomitante aux diverses révolutions économiques puis sociales, depuis, de nouvelles mutations ont eu lieu, remettant aujourd'hui en cause le système.

2.3. La renaissance de l'entrepreneur à l'aube du troisième milliaire

Cette étape est celle d'une réaffirmation de l'entrepreneur en tant que personnage-clé de l'activité économique. L'entrepreneur qui occupait une place importante dans la pensée de Say et Mill disparaît presque totalement de la littérature théorique néoclassique. Quelques auteurs, tels que Schumpeter(1935), Knight (1921) et Hayek (1945), se situent cependant en marge d'une pensée qui privilégie le calcul rationnel et semble ignorer les comportements basés sur l'initiative et l'innovation¹⁹

Schumpeter (1935), p. 41-42), met en avant le rôle perturbateur de l'entrepreneur. Il souligne que seuls les individus capables d'innover méritent l'appellation d'"entrepreneur", ils sont doués d'imagination et font preuve d'initiative et de volonté. Ils assurent le passage entre le monde scientifique de la découverte et des inventions, et le monde économique des innovations.

Ici, l'auteur, essaye de mettre en avant le fait que le système ne peut progresser rapidement que si l'effort créatif est récompensé. Par l'innovation, l'entrepreneur introduit un déséquilibre dans le circuit économique et il peut en obtenir un profit, mais celui-ci reste temporaire. Toute innovation finit inévitablement par être imitée, et lorsqu'elle est

¹⁹B. Coriat *et O.* Weinstein, les nouvelles théories de l'entreprise, Edition le Livre de Poche, Paris, 1997, p. 16

généralisée, un nouvel état d'équilibre est atteint, entraînant la disparition de la source de profit.

Puis, Selon Leibenstein (1968), l'individu arbitre entre "le souci des contraintes" et "la pression". Il considère la fonction d'entrepreneur comme une réponse créative à l'inefficience X. En insistant sur le fait qu'il n'y a pas de théorie universelle de développement, il note que l'entrepreneur est le moteur de la croissance.

Ensuite, Kirzner (1976) se rattache lui-même à la tradition autrichienne. Son objectif est d'identifier les processus pouvant conduire une économie vers un point d'équilibre. Pour les autrichiens, les prix observés dans la réalité ne sont jamais des prix d'équilibre, mais de déséquilibre. Face à une telle situation, opposée d'une certaine façon à la description néoclassique, l'entrepreneur se voit attribuer un rôle essentiel dans l'un des processus clés du marché : l'ajustement des prix.

Tels sont, brièvement esquissés, les travaux des différentes écoles de pensées, Julien et Marchesnay (1988), évoquent la fin de la "société salariale". Au cours de cette prochaine étape, l'objet sera de proposer de nouvelles formes d'entreprendre dans un monde en perpétuelle mutation, afin de réconcilier l'individu hypermoderne en quête d'éthique et de retour aux valeurs fondamentales, avec la nécessaire existence d'un système économique et marchand. L'ambition est grande mais les propositions humbles. Pas à pas, les individus hypermodernes dessinent une nouvelle société, une société entrepreneuriale.

Les changements intervenus dans toutes les sphères d'activité, la révision des modalités de gestion des affaires publiques, la non satisfaction, partielle ou totale, de certains besoins par l'Etat ou le marché, la segmentation des besoins collectifs... ont conduit à l'apparition d'un nouveau phénomène économique : l'entrepreneuriat socio-économique. Celui-ci s'insère dans l'économie concurrentielle tout en s'appuyant sur des financements publics. Ni privé, ni public, il est très diffus et peut prendre des formes variées, comme celles d'une entreprise sociale, d'une organisation à but non lucratif, d'une association, ou d'une mutualité financière,... Son essor socio-économique a amené une nouvelle figure d'entrepreneur, "l'entrepreneur-social"²⁰. En Europe, plusieurs pays manifestent un intérêt croissant pour le secteur à but non lucratif. Si l'entrepreneur peut être considéré comme celui ou celle qui prend des risques, associe des ressources de manière cohérente et efficiente, innove en créant des nouveaux services, produits ou procédés, une de ses figures,

²⁰ OCDE, Problèmes économiques, Numéros 2914 à 2926, 1998, p.130

"l'entrepreneur social, semble déployer les mêmes compétences, à l'exception de la faculté de distribuer des bénéfices monétaires".

Plutôt que d'invoquer les défaillances de l'Etat ou du marché pour justifier son existence, certains auteurs mettent en exergue une démarche entrepreneuriale pour anticiper la satisfaction de certaines demandes qui ne pouvaient trouver des financements immédiats, ni du côté des autorités publiques ni du côté du marché, car elles paraissaient parfois difficilement solvables. La démarche de l'entrepreneur social n'est pas très différente de l'entrepreneur au sens habituel du terme. Le point de départ, le déclencheur de l'initiative, est la constatation d'un besoin collectif, qui concerne un groupe social ou professionnel, une communauté ethnique ou encore un territoire. L'action de l'entrepreneur social s'exerce, cependant, au profit de l'intérêt général.

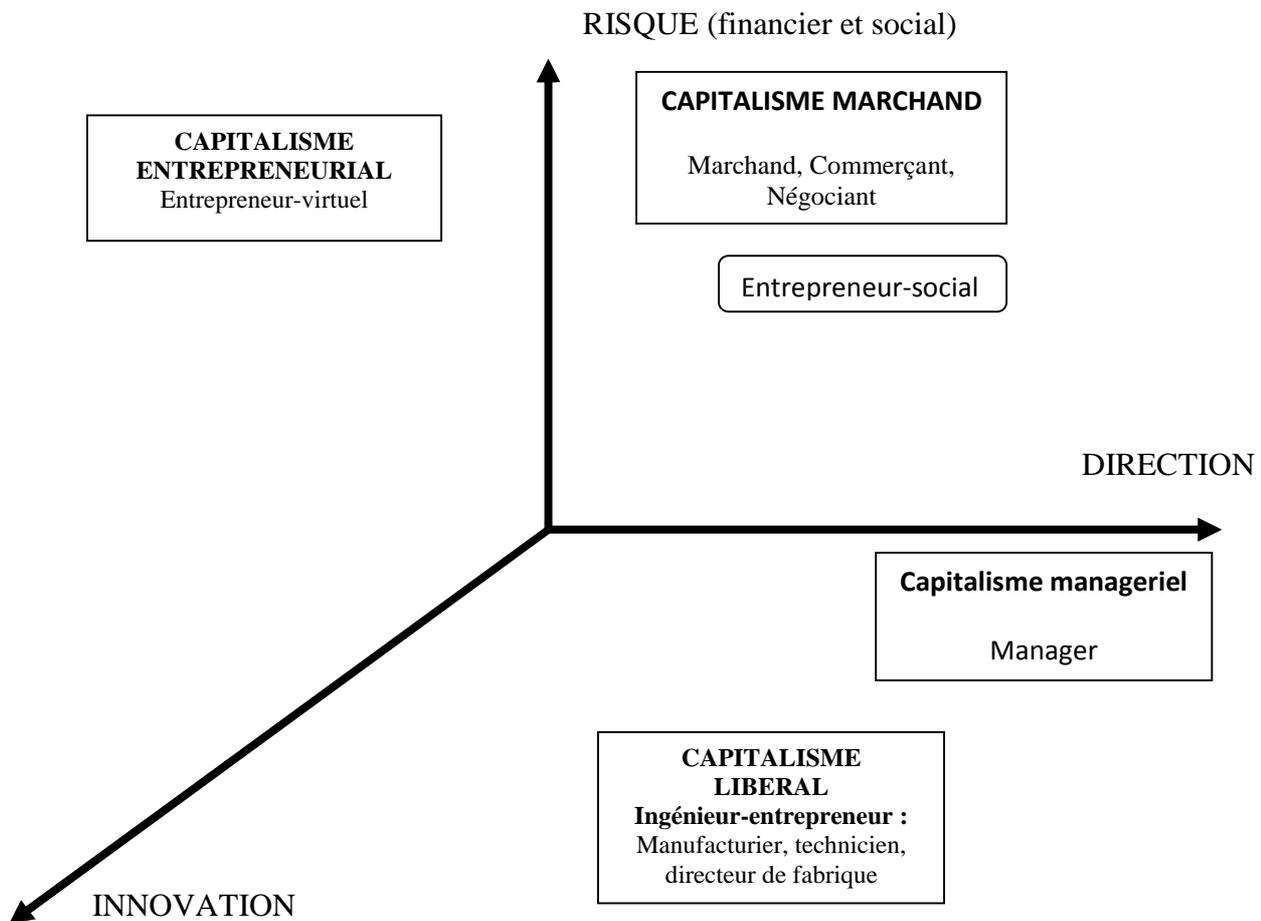
L'entrepreneur-social est loin de s'essouffler. Les problèmes sociaux et humanitaires actuels poussent les organisations à but non lucratif au développement et à l'innovation et nombre d'entre-elles montrent au quotidien qu'il est possible de mettre à disposition des biens et des services qui répondent à des besoins nouveaux tout en maintenant une certaine forme de compétitivité.

L'autre figure d'entrepreneur, que nous voudrions aborder ici, est la résultante du développement du réseau des réseaux, Internet, et de l'explosion des nouvelles technologies de l'information et de la communication. L'"entrepreneur-virtuel", nous avons choisi de le dénommer ainsi, preneur de risque et créatif, dans un "cybermonde" très mouvant, se moule dans la vision de Schumpeter, car il nous semble, à la fois, innovateur et "la tête de son bureau". L'aptitude à diriger et à organiser, chère à Say, s'exprime différemment, dans un contexte où la localisation de l'entrepreneur est, très souvent, son domicile, l'ordinateur son unique outil de travail et sa personne son unique employé qui se meut dans une toile et des réseaux aux ramifications planétaires.

2.4. Synthèse de l'évolution de la notion d'entrepreneur

Le long chemin de l'entrepreneur est un parcours dans lequel il est possible de repérer des temps forts et des changements dans la nature de l'activité. Quelque soit la figure que prend l'entrepreneur, il lui est attribué trois traits majeurs : le risque, la direction et l'innovation. Ainsi, en s'appuyant sur ces trois caractéristiques qui semblent les plus structurantes, nous présentons les figures de l'entrepreneur qui, de notre point de vue, ont marqué des étapes majeures dans l'histoire du capitalisme.

Schéma n°1: Les principales figures d'entrepreneur dominantes selon les évolutions socio-économiques



Source : A.TOUNES et A.FAYOLLE : La revue des sciences de gestion : l'odyssée d'un concept et les multiples figures de l'entrepreneur

Le schéma que nous proposons constitue une grille de lecture destinée à faciliter l'étude et la compréhension du phénomène. Il convient d'en prendre connaissance de la même façon qu'on s'engage dans un itinéraire avec de possibles aller-retour et imprégné du fait que plusieurs figures peuvent, tout à fait, cohabiter à l'intérieur d'une même époque, avec, et cela n'est pas contradictoire, la présence d'une figure dominante pour chaque grande mutation.

Aux XVIIème et XVIIIème siècles, les marchands et les commerçants qui assument le risque dans l'échange des produits et de la monnaie sont les principales figures qui ont dominé l'activité économique. L'ingénieur-entrepreneur, innovateur et dirigeant, a accompagné la révolution industrielle. Le manager (qui peut être un groupe d'hommes) est l'agent de direction qui a symbolisé l'organisation du capitalisme managérial jusqu'au milieu de la décennie 1970. L'innovation, la prise de risque et la création d'entreprise réapparaissent,

ensuite et correspondent à des besoins exprimés par la société. Le capitalisme entrepreneurial est alors schématisé par l'entrepreneur-virtuel et l'entrepreneur-social qui sont deux figures parmi d'autres, répondant à des marchés de plus en plus segmentés et mouvants.

Conclusion

L'entrepreneur est devenu l'acteur clé du développement, on le déclare à la fois créateur d'emplois et de richesses. Mais, les économistes ne se sont intéressés qu'assez tardivement à l'entrepreneur et à l'entreprise pour focaliser leur efforts sur le mouvement d'ensemble de l'économie.

En effet, les économistes n'ont eu à s'intéresser à l'entreprise par le biais de son principal représentant, l'entrepreneur, qu'à partir du XIX^{ème} siècle, avec la célèbre analyse de J.B. Say, mettant en évidence, l'existence du métier de l'entrepreneur et ce, malgré que c'est R.Cantillon qui fit de l'entrepreneur, le personnage clé de l'économie, un individu « à gages incertains ». De même, au milieu du XX^{ème} siècle, J. Schumpeter, voit en l'entrepreneur, l'acteur de l'innovation et écrira que l'entrepreneur est prêt à mourir s'il le faut pour son entreprise, ce qui n'est pas le cas de l'actionnaire, qui raisonne en termes de paquets d'actions et de plus – values boursières. Dès lors, « les sociétés par actions sont beaucoup moins performantes que les sociétés personnelles, puisque (par définition), « la gestion n'est pas assurée par le propriétaire de l'entreprise »²¹.

²¹S. Boutillier S et D. Uzunidis, Quelle est l'utilité marginale de l'entrepreneur ?, In problèmes économiques, N°2742, 2 Janvier 2002, P.1.

***Chapitre II : Entrepreneurs, contextes
et milieu entrepreneurial***

Introduction

Après avoir passé en revue les concepts de l'entrepreneuriat dans le premier chapitre, ce second chapitre sera consacré dans un premier temps à l'étude de l'interaction entre l'entrepreneur et son milieu, et en second lieu à l'évolution de l'entrepreneur privé dans l'économie nationale.

Ce chapitre se structure de la manière suivante : en premier lieu, il s'agit de faire un bref aperçu sur le milieu entrepreneurial en abordant au début la notion de l'espace, puis celle du territoire et ses approches, ensuite celle du milieu entrepreneurial. Ce dernier élément sera présenté en plus de sa définition, par une petite typologie qui abordera les milieux et contextes dans les quels évolue l'entrepreneur.

En second lieu, une présentation des mutations qu'a connu l'économie algérienne et l'évolution des entrepreneurs privés au sein de cette dernière.

Section 1 : Contextes et milieu entrepreneurial

1.1. Territoire et milieu entrepreneurial

Avant d'aborder le concept de milieu, nous essayerons d'abord, d'apporter des éclairages concernant le concept de territoire, que nous utiliserons tout le long de notre travail de recherche et qui est de surcroît, en relation étroite avec le milieu.

1.1.1. Espace et territoire : notions de base

Selon Ferguène (2010), « la notion de l'espace n'a pas de contenu concret. Il s'agit d'une notion abstraite qui évoque une étendue géographique informe et sans contours délimités »¹. Cette définition indique que l'espace ne possède pas des spécificités économiques, il est même considéré comme un support neutre des activités productives selon la théorisation de l'espace homogène de Von Thünen (1826) dont la seule intervention de l'espace dans la localisation des firmes consiste dans les coûts de transport relatifs à l'acheminement des biens entre les lieux de production et les lieux de consommation².

Le concept de territoire quand à lui doit son origine à l'adjectif territorialise qui lui est dérivé du nom latin terra, il signifie espace de terre appropriée. Ce mot, est utilisé dans son

¹Ferguène, Dynamiques territoriales et milieux innovateurs, Cahiers du CREAD, 4eme trimestre, 1999.

²Idem

sens juridique, par Cicéron et Plérome pour désigner une prise de possession de l'espace, grâce à un système administratif et institutionnel.

Nous allons, dans le cadre de la suite de notre travail, utiliser la définition de L'école de Lyon (1950-2005), qui présente le territoire comme « une création institutionnelle et comme un champ d'actions »³. Ces aspects structurés et structurants du territoire, sont également abordés par Lacour (1996) « un territoire, c'est un espace qui, à un moment donné, pour certaines raisons, pour une certaine durée, peut réaliser une intermédiation multiple « globale » entre de multiples trajectoires possibles sous l'effet d'acteurs variés et variables »⁴.

1.1.2. Différentes approches du territoire

Selon Kherdjemil⁵ (1998), il existe trois approches du territoire :

- La première approche, met le point sur la naissance du territoire, il s'agit du territoire comme expression de l'identité d'un groupe. En effet, la force conflictuelle d'appropriation de l'espace aboutie vers l'émergence de territoires spécifiques.

- La seconde approche, se tourne vers la typologie du territoire. En effet, les territoires peuvent être fluides, enracinés ou éclatés. La fluidité, renvoie à l'espace économique où l'homme vient à se stabiliser dans un lieu, en fonction des opportunités économiques. Les territoires enracinés, traduisent l'espace écologique où l'homme est en situation d'harmonie, avec le milieu qu'il a ainsi dompté. Les territoires éclatés, quant à eux, résultent de la dynamique fonctionnelle des systèmes productifs, qui investissent des espaces qu'ils délaissent une fois jugés non fructueux.

- La troisième approche à l'encontre du territoire, quand elle s'inscrit dans une logique d'aménagement du territoire et de développement local. Dont le but est de permettre au territoire, compte tenu de ses contraintes physiques et humaines de répondre aux besoins des personnes qui y vivent.

³ CF. Abdelmalki L., Duffort D., Kirat T., Requier-Desjardins D, technologie, institutions et territoires : le territoire comme création collective et ressource institutionnelle, In Pecqueur B, Dynamiques territoriales et mutations économiques, op.cit, P.185.

⁴CF. Lacour C, la tectonique des territoires : d'une métaphore à une théorisation, In Pecqueur B, Dynamiques territoriales et mutations économiques », op.cit, P.276.

⁵Kherdjemil B, territoires, mondialisation et redéveloppement, P.275.

1.1.3. Le milieu entrepreneurial

D'après Maillat, Quévit (1993), Senn, « le milieu se définit comme un ensemble territorialisé et ouvert sur l'extérieur qui intègre des savoir-faire, des règles et un capital relationnel. Il est attaché à un collectif d'acteurs, ainsi qu'à des ressources humaines et matérielles. Il ne constitue en aucun cas un univers clos, mais entre au contraire en interaction permanente avec son environnement »⁶.

Cette définition nous permet de mettre l'accent sur deux aspects additionnels d'un milieu soit: les savoir-faire et le marché local du travail. Ce dernier assure notamment, la circulation et l'échange des savoir-faire, la diffusion, la reproduction et l'enrichissement des compétences humaines, de la culture technique et par conséquent, la reproduction du milieu.

Aussi, la cohérence et la continuité du milieu dépendront de la capacité organisationnelle et régulatrice du marché local du travail, dans l'allocation efficiente des ressources humaines et dans le développement de processus d'apprentissage collectif.

La deuxième définition et a mettre a l'actif de Julien et Marchesnay (1996), pour qu'un milieu devienne entrepreneurial, il doit englober trois (3) caractéristiques que nous allons essayer de résumer brièvement dans le paragraphe qui suit⁷.

Le milieu entrepreneurial, c'est à dire le milieu dans lequel les entreprises se prolifèrent, présente un certain nombre d'interactions fonctionnelles entre les acteurs locaux, fondées sur leur appartenance au même territoire. Dès lors, ces interdépendances favorisent un processus d'apprentissage collectif par l'échange d'informations, la réduction de l'incertitude du fait de cet échange, et l'innovation perpétuelle partagée.

Ainsi, en gros, pour qu'un milieu soit entrepreneurial, il faut que dans une même région soient réunies les caractéristiques suivantes :

- **L'échange d'informations**

Structurer par un ensemble de réseaux informels qui permettent le transfert des informations relatives d'une part au marché (l'offre / la demande), d'autre part hors du marché (idées / opportunités).

⁶Maillat D., Quévit M., Senn L, Réseaux d'innovation et milieux innovateurs : un pari pour le développement régional, GREMI, EDES, Neuchâtel, 1993. In Maillat D, Milieux innovateurs et dynamique territoriale, op.cit, P.222.

⁷Oukaci M., Essai de mesure de la contribution de la connaissance à la dynamique entrepreneuriale dans la wilaya de Bejaïa, mémoire de magister en science de gestion a l'université de Bejaia, 2010, p.41.42.

- **La concertation**

Elle n'existe qu'entre deux entreprises, elle peut être formel ou informel, et peut concerner différents domaines, et qui permet la concrétisation de partenariats et la minimisation des coûts de transaction pour les PME.

- **Le développement d'une culture technique**

Permet la multiplication des acteurs et des entrepreneurs portés sur l'innovation, et stimule le changement interne et/ou externe dans les entreprises.

1.2. Les contextes et milieux dans les quels évolue l'entrepreneur

L'intérieur des consciences et les connaissances des individus ne suffisent certainement pas à prendre une décision aussi délicate que celle d'entreprendre, il faut aussi prendre en considération le contexte qui les environne. Ce contexte sera décrit ici sous la forme de deux cercles enveloppants d'une part le Contexte familial pour expliquer en profondeur les modalités de son parcours. Et d'une autre part les types de milieux qui éveillent et favorisent l'acte de création, avec parfois une visée directement instrumentale, comme dans le cas des dispositifs spécifiques d'appuis aux créateurs.

1.2.1. Famille et socialisation entrepreneuriale

Si le thème de l'entreprise familiale existante (petite ou grande) a fait l'objet d'études approfondies, le rôle de la famille au sein des processus entrepreneuriaux n'a été que rarement traité comme une question de recherche à part entière, d'où la portée exploratoire des propos qui ont été émis à son égard⁸. Certes, des associations statistiques ont été maintes fois relevées entre la propension à entreprendre d'une part (et la décision d'y donner suite), et d'autre part la présence d'entrepreneurs dans le milieu familial ou le cercle rapproché des populations étudiées. Le dicton en vertu duquel «il y a davantage de chances de trouver des entrepreneurs dans des familles où il y en a déjà » est en grande partie vérifié, l'observation de tous les jours nous montrant de nombreux exemples de créateurs ou repreneurs (le plus souvent par voie héréditaire) « reproducteurs » de modèles où les ascendants occupent une place de choix. On souhaite nuancer quelque peu ce constat, en montrant que la réalité n'est pas aussi simple lorsqu'on approfondit le débat.

⁸ SAPORTA B. (2002), Famille, création d'entreprise et entrepreneuriat, in J.Caby et G.HIRIGOYEN, edit, La gestion des entreprises familiales, Economica, p.107-127

- Tout d'abord, il convient de s'entendre sur le sens exact donné au mot « famille », construit à géométrie variable, avec des incidences elles aussi variables selon la définition choisie. Si le mot famille désigne la présence d'ascendants ou de collatéraux plus âgés, il est alors tentant de privilégier leur rôle de modèles (« role models » des auteurs anglo-saxons), sur lequel nous reviendrons dans quelques lignes comme une instance privilégiée de socialisation. Mais s'il s'agit du conjoint, et des tâches qui lui sont associées (présence d'enfants en bas âge), la réponse est plus nuancée, avec la survenue possible de facteurs de freinage du parcours entrepreneurial. Par exemple, les soucis familiaux peuvent empêcher le candidat à la création d'être assez disponible pour poursuivre son intention alors que d'autres conditions sont réunies par ailleurs (projet de création « jouable », situation de déséquilibre dans son parcours professionnel). Quand le moment est venu de passer à l'acte, le milieu familial, et notamment le conjoint, joue son rôle, soit pour renforcer l'intéressé dans sa peur du changement radical que représente l'aventure de la création, soit au contraire pour le rassurer et devenir une véritable ressource dans certains projets, comme dans les cas fréquents de créations d'entreprises en couple.

- Si l'on souhaite étudier de plus près l'influence du milieu familial sur les dispositions entrepreneuriales, il est préférable de replacer cette influence dans un cadre plus large : la famille représente une instance privilégiée, mais pas la seule, de ce que les sociologues appellent les processus de socialisation. Grâce à ces derniers, l'individu, au cours de sa vie, et sans que ce soit jamais achevé, apprend et intègre les éléments socioculturels de son milieu et s'adapte à l'environnement dans lequel il doit s'insérer. On est donc en présence d'un effort progressif d'apprentissage, d'intégration et de positionnement personnel dans la société, qui se déroule dès la petite enfance et l'adolescence au sein du groupe familial, mais aussi à l'intérieur du système scolaire puis du monde du travail. Il est alors légitime de transposer le concept de socialisation dans le cadre de notre travail, par le biais d'une de ses variantes, la «socialisation entrepreneuriale », définie par Philippe Pailot comme « un processus historique d'apprentissage, d'intégration et de positionnement social par lequel un individu se prépare à remplir les rôles entrepreneuriaux, c'est-à-dire des rôles liés à l'imagination, le développement et la réalisation de visions créatrices de valeurs et d'activités »⁹. On se reportera aux travaux de ce représentant de la jeune école française en entrepreneuriat pour approfondir la variante « anticipée » de cette définition (par opposition à une variante plus immédiate, contemporaine de la décision effective de créer). On est alors

⁹ PAILOTP. (2002), Méthode biographique et entrepreneuriat : application à l'étude de la socialisation entrepreneuriale, Revue de l'Entrepreneuriat, n°2, p.19-41

renvoyé à toute l'histoire, depuis l'enfance, de l'individu, d'où l'intérêt de la méthode biographique, ou des « récits de vie », pour y accéder. Les développements de l'auteur sur les « espaces » et les « temps » de la socialisation entrepreneuriale nous apprennent à interpréter avec prudence les lieux communs concernant l'influence de la famille sur le futur créateur. Le milieu familial constitue certes une instance socialisante de premier plan, et l'« intérêt entrepreneurial » qu'éprouve une personne aujourd'hui est souvent « l'expression actualisée de dispositions psychosociologiques inscrites dans le temps long de la famille ». Mais ce processus de reproduction des modèles familiaux n'a rien d'automatique, le sujet peut ou non s'approprier et faire vivre cet héritage, et même dans les cas où se confirme cette transmission (reprise de l'entreprise familiale), cela peut se reproduire dans une configuration de routine, avec parfois une volonté de se démarquer du modèle parental. L'aboutissement du processus transforme en fin de parcours la socialisation entrepreneuriale en un cas particulier de socialisation « professionnelle » : elle est alors le fruit d'une double transaction, à la fois « biographique » et « relationnelle ». Dans la première, le candidat à la création met en scène les compétences acquises au sein de ses instances antérieures de socialisation, dans la seconde, il cherche à obtenir la confiance des parties prenantes envers sa capacité à mener à bien son projet de création.

- Sans qu'il soit nécessaire de mettre en relief son rôle socialisant, la famille constitue enfin une ressource-clé au sein du capital social de l'entrepreneur, et du créateur d'entreprise en particulier. La réussite de son initiative est en effet conditionnée par les ressources financières, les connaissances accumulées, les relations personnelles et professionnelles qu'il sera en mesure de mobiliser pour mener à bien son projet. Par ailleurs, le créateur, surtout s'il est jeune et ambitieux, se trouve souvent en situation de devoir disposer d'un volume de ressources supérieur à ce que ses moyens limités lui permettent. C'est alors que la composante familiale lui permet de les acquérir à bon compte, et de constituer ainsi le socle de légitimité et de crédibilité sur lequel s'appuiera le développement futur de son entreprise.

1.2.2. Milieux entrepreneuriaux et dispositifs d'appui à la création d'entreprise

Nous venons de voir le rôle que joue le cercle rapproché des relations familiales et personnelles (et aussi professionnelles dans le cas des candidats à la création ayant occupé un emploi) pour amoindrir le risque perçu de la décision de création ; l'utilisation de ce réseau ne sera pas non plus étrangère à la pérennité et à la réussite de l'initiative, Mais le périmètre des

contextes favorisant plus ou moins l'entrepreneuriat ne s'arrête pas là, et l'influence de différents types de milieux se révèle tout aussi importante. Ici encore, trois niveaux successifs, classés par degré croissant d'instrumentalisation par rapport à la décision de créer, peuvent être distingués :

- Dans un premier temps, il est souligné que la plupart des créateurs d'entreprises, qui pensent disposer d'une entière liberté de choix dans leurs décisions, sont, sans qu'ils s'en rendent compte, contraints par les réalités de l'environnement géographique dans lequel ces décisions s'insèrent. Deux notions complémentaires serviront à illustrer cet « encastrement » du créateur d'entreprise dans son tissu local :

- Le concept de proximité a servi récemment à mieux cerner ce qui fait la véritable originalité de l'univers des petites entreprises, et peut nous permettre de mieux comprendre celui de la création¹⁰. En effet, le créateur d'entreprise, et en général l'entrepreneur, est avant tout un produit de son milieu et ce milieu reste le plus souvent local ou au plus régional, malgré la dilatation spatiale provoquée par l'avènement des nouvelles techniques de communication. Même dans le cas où l'« espace de marché » de l'entrepreneur devient très tôt international, son « espace de fonctionnement », où il puise ses ressources pour démarrer et se développer, reste local.

- Plus généralement, il est à constater que même dans des territoires vastes et à forte mobilité géographique comme les Etats-Unis, les créateurs d'entreprises ont tendance à s'installer non loin de l'endroit où ils ont passé leur enfance ou leur adolescence, et où se situe l'entreprise dans laquelle ils ont déjà travaillé si tel est le cas. La métaphore du milieu incubateur peut alors être utilisée comme une illustration de cet état de fait, dans la mesure où c'est dans ce milieu, où ils sont leurs racines, que sont essentiellement puisées les informations sur les occasions d'affaires et les ressources disponibles pour les exploiter. C'est également ce milieu qui fournit, sur les plans de la culture, de l'éducation et des loisirs, le cadre de vie agréable requis par les créateurs d'entreprises à standing relativement élevé. Si ces derniers ont déjà une expérience professionnelle conséquente dans une filière donnée, on parlera d'organisation incubatrice pour désigner l'entreprise qu'ils viennent de quitter, et dont l'empreinte va le plus souvent marquer profondément le déroulement de leur initiative.

¹⁰ TORRES O. (2003), Petitesse des entreprises et grossissement des effets de proximité, Revue Française de Gestion, n°144, mai - juin 2003, p. 119-138

- Au delà de cet effet d'incubation, les milieux peuvent être dotés d'une vocation plus directement stimulante, et on parlera à ce propos de milieux innovateurs. La question de savoir pourquoi certains territoires attirent et retiennent sur leur sol de fortes concentrations d'entreprises innovantes a retenu depuis longtemps l'attention des spécialistes. T. Verstraete et B. Saporta (2006) s'accorde à dire qu'un milieu innovateur comprend un certain nombre de composantes, parmi lesquelles un espace géographique, une culture technique, un ensemble d'acteurs régis par des logiques communes d'organisation et d'apprentissage¹¹. Parmi les variables structurantes d'un tel écosystème, l'échange et le partage d'information jouent un rôle très important, en permettant au nouvel arrivant de transformer, parfois dans des temps records, son idée innovante en une véritable occasion d'affaires. L'exemple de la Silicon Valley a été maintes fois cité et étudié, bien que ce modèle ne soit pas automatiquement reproductible, certains aspects très spécifiques de ce territoire ne se retrouvant pas à l'identique ailleurs; les études approfondies qui lui ont été consacrées gardent néanmoins tout leur intérêt, ce qui nous autorise à en citer quelques extraits significatifs. En ce qui concerne le cas particulier de la France, les comparaisons qui ont été tentées avec des technopôles comme Sophia-Antipolis trouvent leurs limites dans les différences d'ordre culturel qui sous-tendent leurs logiques de fonctionnement : c'est ainsi que pour un observateur averti comme Philippe Albert¹² (2000), le milieu de type « Silicon Valley » a une tolérance au risque élevée, et, à l'instar d'une société « trampoline », permet à chacun de rebondir même s'il échoue (dans certaines limites cependant); au sein d'un territoire à vocation similaire mais de type français, la tolérance au risque est moindre, les comportements de prudence sont récompensés, et, à l'instar d'une société « matelas », le milieu cherche surtout à protéger les parties prenantes (plus que l'entrepreneur lui-même) et à amortir les chocs plutôt qu'à inciter à rebondir.

- Les dispositifs d'appui à la création d'entreprise, constituent le dernier et le plus opérationnel des milieux entrepreneuriaux, car ils ont pour objectif explicite d'impulser et de pérenniser les flux d'entreprises nouvelles sur un territoire donné. Chaque pays possédant son propre système d'appui, on cite à titre d'exemple l'ANDPME et le FGAR qui sont tous deux des dispositifs mis en place par l'état algérien. Les caractéristiques des ces dispositifs en sont à grands traits les suivantes :

¹¹ JULIEN P.-A. (1996), Entrepreneuriat, développement du territoire et appropriation de l'information, *Revue Internationale PME*, 9(3-4).

¹² ALBERT P. (2000), La création d'entreprise de haute technologie, in VERSTRAETE T, *Histoire d'Entreprendre- les réalités de l'entrepreneuriat*, Edition EMS.

- Richesse et variété du dispositif, organisé autour des trois grands axes que sont l'appui financier, le développement des réseaux de conseil et de formation, et les soutiens logistiques, dont les pépinières, et plus récemment les incubateurs sont les figures de proue.

- Spécialisation croissante du dispositif par type de création à aider.

- Forte implantation régionale ou locale du dispositif. Si les règles du jeu de l'aide à la création ont une origine nationale, le système est essentiellement local, produit complexe d'alliances entre acteurs publics et privés. Cet état de fait, générateur de richesse et d'adaptation au terrain de chaque région, ne contribue pas à faciliter la lisibilité et parfois même l'accessibilité au dispositif.

Deux remarques seront formulées ci-après à propos de l'évolution dispositif d'appui :

1. Tout d'abord, il semble qu'on soit passé d'objectifs essentiellement quantitatifs au départ (augmenter le nombre des créations) à des préoccupations d'ordre qualitatif (améliorer la pérennité des entreprises créées), avec une concentration des efforts sur certaines sous-populations jugées dignes d'intérêt. Ce changement de perspective n'est pas fait pour rendre plus facile l'évaluation des politiques d'aide à la création, du point de vue de leur efficacité (atteinte des objectifs) ou de leur efficience (atteinte des objectifs au meilleur coût). Par exemple, les préoccupations croissantes apportées à la pérennité incitent aujourd'hui les organismes de conseil à inciter dans certains cas les candidats à ne pas créer ; si le conseil est donné à bon escient, c'est-à-dire après une lecture lucide du dossier, le système doit être considéré comme efficace, malgré un nombre de créations à son actif en diminution (résultat décevant eu égard aux mesures classiques de performance dans le domaine).

2. Puis en raison de l'extrême variété et de la spécialisation croissante du dispositif, on souligne de plus en plus la nécessité de le mettre en réseau. Le conseil à la création et l'accompagnement du créateur étant par définition des prestations de services, on considère alors que les différents acteurs ne doivent pas travailler chacun pour leur propre compte, mais comme des éléments complémentaires et en interaction réciproque d'un système global de production de services, qu'on appelle aussi système de servuction. C'est la performance de ce système d'aide en réseau dans son ensemble, plus que celle de ses membres individuels, qui devrait faire l'objet d'une évaluation, d'autant plus favorable que les membres du réseau

cesseront de se considérer comme des concurrents pour se mettre au service d'un objectif commun¹³.

SECTION II : Aperçu sur l'évolution de l'entrepreneur privé au sein de l'économie Algérienne

Pour cerner l'évolution de l'entrepreneur dans notre pays, il paraît indispensable de faire un court rappel sur l'évolution de l'économie nationale depuis l'indépendance jusqu'à ce jour.

2.1. Aperçu sur l'évolution de l'économie nationale

Dès l'indépendance, l'économie socialiste paraît être évidente à adopter du fait que la puissance coloniale française appliquait, elle le système capitaliste, au fil des années l'économie nationale a connu les évolutions suivantes :

2.1.1. L'économie planifiée (1962 – 1979)

Cette époque se caractérise par une présence musclée de l'état dans l'ensemble des secteurs économiques du pays.

D'une part, la période 1962 – 1971 de l'économie algérienne est marquée principalement par la nationalisation des secteurs clés de l'économie et la création d'entreprises publiques ainsi que la mise en place d'un processus de planification centralisée et mettre en place une structure industrielle ainsi que le parachèvement des institutions publiques.

D'autre part, la période 1971 – 1979 de l'économie algérienne a été marquée par la nationalisation des hydrocarbures quand l'État acquiert 51 % des avoirs des sociétés pétrolières françaises présentes en Algérie. En novembre de l'année 1971 le gouvernement a lancé la « révolution agraire » et la « gestion socialiste des entreprises » (GSE)¹⁴.

2.1.2. Les réformes économiques (1980 – 1993)

Cette période, se caractérise par une prise de conscience de l'état sur les besoins immédiats de restructuration de l'économie nationale

Dans un premier temps, de 1980 à 1987 :

¹³ Verstraete T, Saporta B, Création d'entreprise et entrepreneuriat, Editions de l'ADREG, janvier 2006, p.137-149. Disponible sur : www.adreg.net (consulté le 01/05/2016).

¹⁴ O.Pironet, Algérie : chronologie historique, Le Monde diplomatique.

L'économie algérienne commence à être restructurée, et l'aggravation de la crise économique en Algérie à la suite du choc pétrolier dès 1986, dévoile brutalement les dysfonctionnements structurels de l'économie algérienne. La chute des prix du pétrole de 40 % réduit à néant les illusions de puissance du potentiel industriel algérien et révèle la dépendance et la fragilité d'un système construit sur la seule performance du secteur des hydrocarbures¹⁵.

Dans un second temps, de 1987 à 1993 :

La baisse du prix des hydrocarbures de 1985 à 1987, avait des conséquences sur le plan social et économique du pays. La crise politique de 1988, les résultats des élections de 1991 et leurs annulations plongèrent le pays dans une période très difficile d'insécurité et de désordre économique, l'obtention d'une aide financière du FMI et les mesures qui lui sont associées ont renforcé l'urgence des réformes.

2.1.3. La transition à l'économie de marché (1994 – 2015)

Au début de l'année 1994 le passage d'une économie dirigée à une économie de marché est conforté par la dévaluation du dinar algérien, la libéralisation du commerce extérieur, la liberté des prix, et le rééchelonnement de la dette extérieure. Avec l'ancrage à l'économie de marché, la classe moyenne, majoritairement composée de fonctionnaires avant 1994, s'est trouvée décimée en quelques années¹⁶.

2.2. Les ajustements structurels établis sur l'économie Algérienne

2.2.1. Avant 1990

Nous savons que l'entreprise publique algérienne en tant que simple démembrement de l'Etat n'était maîtresse ni de son plan de production, ni de sa stratégie, encore moins de son financement. En effet, les unités de production ne prennent aucune initiative dans la décision de produire. Tout était prévu par le plan annuel: les prix de production et de consommation fixés a priori par les pouvoirs publics ne reflètent pas la notion de rareté des ressources.

Les réformes économiques dont il est question ici concernent les niveaux micro-économique et macroéconomique, en raison de leur influence mutuelle. L'interaction est

¹⁵ O.Benderra, Économie algérienne 1986 - 1998 : Les réseaux aux commandes de l'État, in Jocelyne Cesari, Maisonneuve et Larose, Méditerranée des réseaux, Marchands, entrepreneurs et migrants entre l'Europe et le Maghreb, octobre 2002, Algeria-watch.

¹⁶ K. Bouhou, L'Algérie des réformes économiques : un goût d'inachevé, politique étrangère, n° 02/2009.

présente aussi entre les niveaux national et international, notamment dans les domaines commercial et financier. Il faut admettre toutefois la difficulté, voire l'impossibilité de séparer les mesures concernant les deux niveaux, malgré l'intérêt que cela représente dans ce cadre.

Ces réformes ont porté sur les restructurations organique et financière, qui furent, selon certains auteurs, déstabilisatrices pour les entreprises publiques¹⁷.

C'est à la même période que des pays comme la Pologne, la Hongrie, la RDA, la Bulgarie et la Tchécoslovaquie, puis la Roumanie ont, sous la pression et le souhait de leurs populations, mis fin à l'organisation collective et centralisée de l'économie pour se tourner vers l'économie de marché.

Pour soulager les entreprises publiques des graves difficultés financières dont elles souffraient, la restructuration financière prévoyait notamment :

- la consolidation des dettes à court terme (découvert bancaire) ;
- l'injection de fonds (plan de financement).

Les difficultés étaient le sureffectif, le surendettement et la déstructuration financière, ces difficultés font que les entreprises publiques algériennes ne peuvent continuer à fonctionner sans le concours de l'Etat. Cette opération consistait à constituer ou reconstituer le capital des entreprises, à «éponger » les dettes octroyées par le Trésor public en les comptabilisant comme dotations ou concours définitifs; et à rééchelonner les dettes bancaires.

La restructuration financière était initiée à partir de 1982 parallèlement à la restructuration organique qui poursuivait comme principal objectif la recherche de la qualité et la flexibilité dans la gestion. Cette dernière consistait en :

- un découpage des sociétés d'Etat, le plus souvent effectué par filières, c'est-à-dire sur le plan horizontal. A titre d'exemple, la SONITEX a donné naissance aux entreprises suivantes : COTITEX pour la filière coton, SOITEX pour la filière soie, ELATEX pour la Filière laine, INDITEX pour les tissus industriels, ECOTEX pour la confection ; au plan vertical, ENEDIM pour l'engineering et DISTRITEX pour la distribution ;

- une déconcentration régionale avec la création de sièges des nouvelles Sociétés Nationales dans certaines wilayas (Bel-Abbes pour l'ENIE, Tizi-Ouzou pour l'ENIEM, Sétif pour l'ENPC, etc.) ;

¹⁷ H. Bénissad, Les réformes économiques ou l'indicible ajustement structurel, 2eme édition, OPU, Alger 1991.P.22.

- un contrôle et une rationalisation des effectifs notamment d'encadrement.

Cette opération de restructuration organique a contribué cependant à altérer des dynamiques au niveau des équipes de gestionnaires s'occupant surtout des projets et qui ont pu acquérir une expérience riche dans certains domaines technologiques.

Quant à la restructuration financière, elle n'a pas évité aux entreprises publiques de retomber dans d'autres déséquilibres financiers graves. La raison essentielle en est dans son occultation de leurs causes réelles, à savoir le mode de régulation.

La promulgation de la loi n° 88 – 01 du 12 janvier 1988 relative à l'orientation des entreprises publiques économiques a entraîné des modifications dans la forme des entreprises. D'après cette loi, les Sociétés Nationales deviennent des entreprises publiques économiques (EPE), sociétés par actions (SPA), et les entreprises locales se transforment en entreprises publiques locales (EPL).

Les nouvelles règles du jeu se caractérisent par l'autonomie dans les décisions liées aux actes de gestion et l'application des dispositions du droit commercial.

En parallèle, il y a eu création des Fonds de Participation (FP) en tant qu'agents fiduciaires de l'Etat. Ces Fonds placés sous l'autorité du Conseil National des Participations de l'Etat (CNPE), n'ont pu remplir comme il était attendu leur rôle et atteindre les effets escomptés en matière de performances des entreprises publiques. Très tôt, ils furent dissous et remplacés par des Holdings.

C'est néanmoins en 1990, avec la promulgation de la loi n° 90 – 10 du 14 avril 1990 relative à la monnaie et au crédit, que des pas remarquables ont été franchis dans la voie de la libéralisation économique. Cette loi est devenue la pierre angulaire de tout l'édifice des réformes économiques en Algérie, dès lors que tous les aspects monétaires, bancaires et financiers sont revus dans le sens des nouvelles règles de régulation marchandes de l'économie nationale

Ceci a permis justement aux pouvoirs publics de revoir les structures de fonctionnement du commerce extérieur par une plus grande ouverture, surtout en faveur des opérateurs privés. Dorénavant les grossistes et les concessionnaires sont libres de procéder à des importations de biens et services. L'appel à l'investissement privé et particulièrement à l'investissement étranger est lancé grâce au décret législatif n° 93 – 12 du 05 octobre 1993, prévoyant un dispositif de promotion et d'incitations en faveur des investisseurs. C'est également durant cette période que les premiers textes relatifs à la mise en place et à l'organisation de la Bourse d'Alger sont adoptés.

Force est de constater cependant que la situation économique et financière de l'Algérie n'a cessé de se détériorer et ce, que ce soit pour les entreprises que pour les citoyens, obligeant les pouvoirs publics à recourir en avril 1994 à la conditionnalité du FMI ainsi qu'au rééchelonnement d'une partie de la dette extérieure.

2.2.2. Depuis 1990

Ces réformes économiques peuvent être classées en deux catégories :

- les réformes qui se sont imposées dans le cadre du programme d'ajustement structurel et sous la surveillance du FMI. Depuis 1999, les principaux indicateurs macro-économiques se sont nettement améliorés, tels que par exemple, la réduction sensible du taux d'inflation (2.5% à fin 2003), le niveau record atteint par les réserves de change (40 milliards de dollars à fin 2004), la baisse importante des taux d'intérêt et une rationalisation incontestable des dépenses publiques comme le montre l'évolution du niveau de la dette intérieure et extérieure. Cette dernière a connu une diminution sensible entre 1999 et 2003 : respectivement de 142 milliards de dinars (2 milliards de dollars) pour la partie intérieure et 6 milliards de dollars pour la partie extérieure. Les réserves de change ont, quant à elles, sensiblement augmenté durant cette période, comme le montre le tableau suivant :

Tableau n°2 : Evolution de la dette et des réserves de change

	1999	2000	2001	2002	2003
Dette intérieure (en milliards de dinars)	1 059,4	1 022,9	999,4	980,5	911,9
Dette extérieure (en millions de dollars)	28 315	25 258	22 571	22 642	22 000
Réserves de change (en millions de dollars)	4 407	11 910	17 963	23 108	32 923

Source : Ministère des Finances.

Ces améliorations sont censées entraîner des effets positifs sur le fonctionnement des entreprises. Toutefois, ces dernières continuent de supporter le service de la dette comme par le passé car leur dette extérieure, elle, n'est pas rééchelonnée ;

- les réformes qui se font actuellement et sont destinées à engager l'Algérie dans une plus grande libéralisation. Cette dernière est notamment imposée par les exigences du projet d'adhésion à l'OMC et par l'accord de partenariat signé avec l'Union Européenne,

sans compter les pressions toujours vives que font le FMI et la Banque Mondiale sur la politique économique algérienne.

Examinons-les brièvement.

Les réformes qui ont suivi l'accord stand-by signé entre l'Algérie et le FMI en avril 1994 ont touché les domaines suivants :

- L'organisation du système monétaire et bancaire grâce à la mise en œuvre de la loi n° 90-10 sur la monnaie et le crédit. Cette loi a défini les prérogatives de la Banque d'Algérie en tant qu'Institut d'émission et du Conseil de la Monnaie et du Crédit (CMC) comme autorité monétaire du pays. Elle a en plus prévu des structures d'encadrement de la place bancaire par la création des chambres de compensation, une commission bancaire chargée de contrôler les activités des banques, l'Association des Banques et des Etablissements Financiers (ABEF), la centrale des risques en vue de prévenir tous les incidents de paiements et un fonds de garantie des dépôts bancaires. La Banque d'Algérie a également mis en place un marché monétaire interbancaire dont la mission est de réguler la masse monétaire en circulation dans l'économie. Enfin, un marché des changes interbancaire est aussi créé dans le but d'organiser l'utilisation des ressources en devises, ainsi que la définition du taux de change du dinar par rapport aux autres monnaies librement convertibles.

Il est à signaler qu'il n'existe pas de marché monétaire au sens strict, malgré l'existence d'un marché monétaire interbancaire, ni de marché des changes, malgré l'existence d'un marché interbancaire de change.

La Banque d'Algérie a adopté la convertibilité du dinar pour les opérations courantes conformément à l'article VIII des statuts du FMI. Les opérateurs économiques détenteurs d'un registre de commerce en liaison avec le commerce extérieur peuvent importer librement des biens et services sauf ceux frappés de prohibition. Ces opérateurs auront libre accès au financement en devises auprès des banques commerciales, à la condition cependant de procéder à l'avance à la domiciliation bancaire des opérations d'importations en question. De plus, la Banque d'Algérie rétrocède 50% des recettes en devises hors secteur des hydrocarbures au profit des entreprises exportatrices.

- Sur le plan douanier, il y a simplification des procédures douanières, grâce à la mise en fonctionnement du système informatisé de gestion de la douane (SIGAD) et surtout

l'allègement des droits et taxes à l'importation, ce qui induit un effet bénéfique sur les prix des inputs importés par les entreprises.

- La promulgation de deux ordonnances liées directement à la structure et à l'organisation de l'entreprise publique. Il s'agit d'une part, de l'ordonnance n° 95-22 relative à la privatisation. Elle prévoit notamment deux modalités : la privatisation totale et la privatisation partielle par l'intermédiaire de la Bourse. D'autre part, il y a l'ordonnance n°95-25 relative aux capitaux marchands de l'Etat, créant les holdings qui contrôlaient les entreprises publiques ainsi que le Conseil National des Participations de l'Etat (CNPE).

Une politique organique nouvelle est définie pour les entreprises publiques économiques ou locales, par l'intermédiaire de la filialisation qui vise à constituer un tissu de PME / PMI facilement gérables.

- La loi n° 95-07 du 25 janvier 1995 relative aux assurances libéralise totalement le marché dans ce domaine.

- L'actualisation des textes sur la Bourse d'Alger sur la base de l'expérience menée par trois entreprises publiques économiques qui ont introduit chacune, 20% de leur capital sur le marché boursier au profit du grand public.

L'ensemble de ces textes juridiques promulgués vise à donner à l'économie algérienne de nouvelles structures qui, accompagnées de mesures de politique économique (taux de change, taux d'intérêt, dépenses publiques, etc.) devront donner lieu à une nouvelle dynamique économique respectueuse des lois du marché.

Les retombées sociales notamment l'aggravation du chômage et la pauvreté constituent les effets pervers de ce processus. L'Etat est désarmé face au phénomène qui perdure encore et dont les solutions préconisées et mises en œuvre n'ont pas donné des résultats à la hauteur des espoirs (filet social, CNAC, ANSEJ, etc.).

En effet, ces réformes ont permis la stabilisation macro-économique, même si, au départ, les mesures draconiennes prises par les pouvoirs publics ont eu des effets dévastateurs sur les entreprises publiques (fermetures, restructurations, licenciements massifs, etc.).

Aujourd'hui, en vue d'accéder à l'Organisation Mondiale du Commerce et d'approfondir les mesures déjà prises dans le cadre du programme d'ajustement structurel, l'Algérie continue de transformer le mode de fonctionnement de son économie par l'adoption

d'autres réformes allant dans le sens d'une plus grande libéralisation et aussi pour une meilleure efficacité de son système productif. Il y a lieu de citer les actions suivantes aussi importantes que les précédentes :

- La modification de la loi sur la monnaie et le crédit par l'ordonnance n° 03-11 du 26 août 2003. L'objectif étant d'arriver à une plus grande cohésion entre la Banque d'Algérie et le Ministère des Finances qui a la charge de mener la politique du Gouvernement dans les domaines économique, monétaire et financier. On y décèle également dans cette nouvelle loi, une préoccupation pour une rigueur dans la gestion du système bancaire. Il apparaît cependant que la réforme bancaire passe en premier lieu par celle de la Banque d'Algérie qui doit constituer la locomotive, une fois tranché ou réglé par les pouvoirs publics, le conflit d'intérêts qui semble l'opposer au Ministère des Finances.

Le secteur bancaire est considéré actuellement comme la « Plaie » des réformes. Il se caractérise par plusieurs insuffisances dont un immobilisme qui décourage les plus téméraires.

- La modification de la loi sur les capitaux marchands de l'Etat avec la nouvelle ordonnance n° 01-04 du 20 août 2001 relative à l'organisation, la gestion et la privatisation des entreprises publiques économiques. C'est là un fait nouveau, car un seul texte juridique est consacré en même temps au cadre organisationnel des EPE et à leur privatisation qui reste, pour diverses raisons, très en retard dans l'application par rapport aux intentions des pouvoirs publics.

- Un nouveau texte relatif au développement de l'investissement vient remplacer celui de 1993 consacré à la promotion de l'investissement. Il s'agit de l'ordonnance n° 01-03 du 20 août 2001. Dans ce cadre, le guichet unique APSI créé en faveur des investisseurs est remplacé par l'Agence Nationale de Développement de l'Investissement (ANDI) avec plus de prérogatives et d'efficacité, voire moins contraignant notamment vis-à-vis des investisseurs étrangers.

- L'institution d'un nouveau tarif douanier par l'ordonnance n° 01-02 du 20 août 2001. Il y a allègement des droits de douane puisque le taux maximum est de 30% (ad-valorem) et réduction du nombre de quotités à quatre qui sont : 0% exemption, 5% taux réduit, 15% taux intermédiaire et 30% taux majoré. La taxe pour formalités douanières (0.4%) et la taxe douanière (2%) sont toutes deux supprimées par la loi de finance 2004. Ce désarmement douanier consacre la libéralisation du commerce extérieur dans le sens préconisé par l'OMC. Il inquiète par ailleurs les chefs d'entreprises

privées et publiques, en raison du risque d'éviction qu'il leur fait courir, du fait de leur manque de compétitivité.

A ce titre, une nouvelle ordonnance n° 03- 03 du 19 juillet 2003 relative à la concurrence est promulguée. Elle est destinée à placer toutes les entreprises dans un cadre concurrentiel adéquat, d'autant plus que l'Etat s'engage à veiller au respect des règles concurrentielles et à lutter contre toutes les formes de concurrence déloyale, de dumping ou de subventions.

- La loi n° 01- 20 du 12 décembre 2001 relative à l'aménagement et au développement durable du territoire défend la protection de l'environnement, définit les modalités d'exploitation des ressources naturelles et agricoles et prévoit des zones d'activités à promouvoir. L'entreprise se doit de veiller au respect des dispositions de cette loi, afin de mieux intégrer dans sa stratégie la notion de développement durable.

- La révision du code des marchés publics consacrée par le décret présidentiel n° 02 – 250 du 24 juillet 2002. Les modes de passation des marchés publics doivent respecter la clause du traitement national et par conséquent les entreprises sont soumises à la règle de la concurrence. De plus, les administrations et les institutions publiques sont dans l'obligation de veiller à la transparence dans l'octroi des marchés, que ce soit pour les opérateurs nationaux qu'étrangers.

- La loi n° 03 – 04 du 17 février 2003 modifiant et complétant le décret législatif n° 93 – 10 du 23 mai 1993 relatif à la Bourse des valeurs mobilières, introduit de nouvelles modalités de fonctionnement de la Bourse d'Alger.

- Enfin la promulgation de la loi n°01 _ 18 du 12 décembre 2001 portant sur l'orientation et la promotion de la PME, qui a introduit pour la première fois une définition officielle de la PME en Algérie ce qui a permis de déterminer les entreprises bénéficiaires des politiques mises en place et des dispositifs destinés à soutenir le développement de cette catégorie d'entreprises.

Cette loi fait aujourd'hui l'objet d'une révision de fonds pour la mettre en cohérences avec l'évolution du contexte économique et en phase avec les nouvelles attentes et nouveaux besoins exprimés par les PME. De ce fait, la révision de ce texte, en cours d'examen par les différents départements ministériels, a porté sur les instruments d'appui à même d'initier un

nouveau cap de croissance en permettant à la PME de jouer pleinement son rôle de moteur de la croissance dans l'économie nationale.

On remarque une nette volonté d'accélérer les réformes économiques à partir de 2000 (au vu du nombre de textes et la rapidité dans leur promulgation), surtout après l'amélioration des équilibres macro-économiques du pays et que l'amélioration du niveau des réserves de change jugé satisfaisant par les partenaires étrangers qui, progressivement retrouvent une certaine confiance vis-à-vis de l'économie algérienne.

La réussite des réformes monétaires et financières doit à notre avis reposer sur une réforme globale intégrant toutes les réformes des autres domaines, dont la réforme bancaire; mais surtout sur celle de la Banque d'Algérie qui doit en constituer la charnière.

La réussite de la transition et des réformes nécessite cependant l'existence d'un Etat fort¹⁸ (doté d'institutions fortes), à laquelle il faut ajouter deux autres conditions importantes : la stabilité politique et la lutte contre la corruption.

2.3. Les nouvelles contraintes pour l'entreprise algérienne

Au premier rang des contraintes aux quelles est confrontée l'entreprise algérienne, il y a incontestablement la concurrence. Avec l'ouverture du commerce extérieur grâce à la suppression des prohibitions et contingentements de marchandises à l'importation ainsi que le désarmement douanier, la production nationale se trouve de plus en plus menacée par les produits étrangers au moindre prix et parfois même de qualité médiocre. Surtout que le secteur informel ne cesse de déverser des produits d'origine douteuse dans les circuits de distribution allant jusqu'à menacer de disparition certaines branches industrielles, telles la confection, la chaussure ou les cosmétiques. Nous pouvons donc répertoriés ces différentes contraintes comme suit :

2.3.1. la mise a niveaux des entreprises nationales

La mise à niveau des entreprises algériennes est devenue une nécessité tant par la modernisation de l'outil de production que par les méthodes de management. La question qui reste posée est le financement de ce processus.

Aussi, l'immobilisme du système bancaire algérien ne leur facilite pas une meilleure prise en charge en matière de financement, notamment du point de vue de l'investissement

¹⁸ J. Stiglitz, La grande désillusion, Editions Fayard, Paris 2002.

même si le paramètre fondamental pour cela s'est nettement amélioré, en l'occurrence le taux d'intérêt.

L'entreprise algérienne se doit alors de reconsidérer certains paramètres dans sa démarche stratégique telles que la gestion dynamique de ses créances, la nécessité d'une nouvelle approche en matière de gestion de stocks, la prise en compte des variations de taux de change, etc.

2.3.2. l'exportation des produits nationaux

Chercher à exporter ses produits est également une préoccupation pour l'entreprise algérienne à l'heure de l'économie de marché. Dans tous les cas, pour l'Etat, il s'agit d'une action stratégique que de diversifier les exportations pour sortir de la contrainte de pays mono-exportateur d'hydrocarbures.

2.3.3. la mise à niveau technologique

Le partenariat industriel entre les entreprises algériennes et des firmes étrangères est vivement souhaité et encouragé par les pouvoirs publics. Cela doit être un moyen de réalisation d'un transfert de technologie et de savoir faire qui devrait bénéficier aux opérateurs nationaux, surtout dans le contexte de la mondialisation.

C'est dans un souci de desserrer les contraintes sur l'entreprise, induites pour certaines, par les réformes qu'un programme d'investissements publics de 55 milliards de dollars est retenu pour la période 2005 – 2009. La répartition des investissements par secteurs est comme suit¹⁹ :

Habitats	25%
Infrastructures	23%
Services publics	21%
Capitale humain	16%
Activité économique	15%

¹⁹K. Bouhou, L'Algérie des réformes économiques : un goût d'inachevé, politique étrangère.

Conclusion

L'entrepreneuriat est un phénomène qui agit sur l'espace donc il est tout à fait logique qu'il soit associé au territoire d'où l'émergence de la notion du milieu entrepreneurial. Ce dernier se définit comme le milieu au sein duquel les entreprises s'établissent et exercent leurs activités, et où les entrepreneurs sont en mesure d'exprimer toute l'étendue de leurs potentiels.

Nous avons évoqué les types de milieux et de contextes entrepreneuriaux dans lesquels évolue l'entrepreneur, puis nous avons évoqués leurs caractéristiques respectives.

Ce chapitre a également essayé de mettre en évidence, L'avènement de l'entrepreneuriat en Algérie tel qu'il est perçu aujourd'hui. En effet, durant la période de l'économie socialiste qui a duré jusqu'au début des années 1990, l'initiative privée était presque absente au profit de l'Etat qui avait le monopole sur l'activité économique.

Le passage à l'économie du marché a été accompagné par un véritable arsenal juridique encourageant le secteur privé et l'entrepreneuriat dont le code des investissements de 1993 a constitué la pierre angulaire. D'ailleurs, depuis cette date, et à la faveur des autres textes législatifs venus compléter ce code, le nombre des entreprises privées nouvellement créées ne cesse d'augmenter dans le pays.

***Chapitre III : La dynamique
entrepreneurial, cas : commune de
Bejaia***

Introduction

Les deux premiers chapitres de ce travail ont été consacrés aux aspects théoriques de l'entrepreneuriat, du milieu entrepreneurial, des politiques de support aux activités entrepreneuriales et aux transformations de l'entrepreneur privé au sein de l'économie algérienne, le présent chapitre en revanche sera un premier pas dans l'aspect pratique de notre travail. En effet, nous essayerons dans ce qui suit à dresser un état des lieux de la pratique entrepreneuriale sur le territoire régional de la wilaya de Bejaia.

Ainsi, l'architecture de ce chapitre sera la suivante :

Une première section ou l'on fera une présentation d'ensemble de la wilaya de Bejaia. Et, une seconde section ou l'on essaiera de cerner l'évolution de l'entrepreneuriat privé dans la wilaya de Bejaia.

Section 1 : Présentation synthétique de la wilaya de Bejaia

Dans cette partie, il s'agit de présenter la wilaya de Bejaia du point de vue géographique, et tout ce qu'elle déborde comme gisement humains et naturels.

1.1. La situation géographique

La wilaya de Bejaia, est située au nord de la région Centre-Est de l'Algérie elle est limitée géographiquement, par la mer méditerranée au Nord, à l'Est et au Sud-est par la chaîne des Bâbords, 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.

Elle est délimitée par :

- La mer de méditerranée au Nord
- Les wilayas de Bouira et Tizi-Ouzou à l'Ouest.
- La wilaya de Jijel à l'est.
- Les wilayas de Bordj, Bordj-Bou-Argeridj et Sétif au Sud.

1.2. L'organisation administrative

Cette organisation est issue du découpage administratif de 1974¹, la wilaya de Bejaia était organisée en cinq daïras, et vingt huit communes, son organisation administrative a été

¹ Journal officiel de la république Algérienne N°55 du 09 juillet 1974.

qui donnerait un taux de chômage oscillant entre 12 et 14% et qui touche beaucoup plus les moins de 40 ans³.

1.4. L'agriculture

La wilaya de Bejaïa dispose d'une surface agricole de l'ordre de 130 148 Ha dont seulement 6500 Ha sont irrigués soit 4,98%, elle recèle d'importantes potentialités foncières de haute valeur agricole, particulièrement les terres situées dans la vallée de la Soummam et les plaines côtières qui pénètrent parfois jusqu'à 4 km en directions des piémonts dans certains endroits.

La fertilité de ses sols confère au secteur de l'agriculture des aptitudes à une exploitation intensive (irrigation, mécanisation) dans le domaine du maraîchage, des agrumes, des fourrages et dans les élevages bovins laitiers et avicoles.

Les zones de piémonts et de montagne qui constituent l'essentiel du territoire de la wilaya de Bejaïa concentrent presque toutes les activités arboricoles. Les espèces dominantes sont l'olivier et le figuier, les cultures maraichères sont aussi présentes mais pratiquées sur des espaces réduits avec le recours aux serres et orientées vers l'autoconsommation ainsi que sur le marché.

1.5. Les infrastructures de base

Etant donné son emplacement stratégique au centre-est du pays et sa vocation littorale, la wilaya de Bejaïa est dotée d'infrastructures de base dont le port et l'aéroport constitue la colonne vertébrale. Cependant, la région se trouve de plus en plus isolée car elle ne fait pas partie du mégaprojet de l'autoroute est-ouest d'où l'urgence de la réalisation d'une pénétrante pour relier la wilaya de Bejaïa à cette autoroute et renforcer davantage sa position géographique.

1.5.1. Le réseau routier

Le réseau routier de la wilaya de Bejaïa est très dense et se compose de 444,2 km de routes nationales (*RN*) dont 20 km non revêtus, 659 km de chemins de wilaya (*CW*) dont 12 km non revêtus et de 3021,01 km de chemins communaux dont 1003,85 km non revêtus. Les

³Annuaire statistique de la DPAT de la wilaya de Bejaïa, Edition 2009.

principaux axes du réseau national sont dans un état relativement convenable et desservent les centres les plus dynamiques de la wilaya du point de vue économique.

La route nationale n°26 reliant Bejaïa à Bouira, axe structurant par excellence, fait l'objet d'une modernisation afin de la valoriser et répondre au mieux au besoin de transport de gros tonnage à partir des installations portuaires d'une part et l'adapter aux ambitions locales de développement économique et social, d'autre part.

L'infrastructure ferroviaire dispose d'une voie longue de 90 km reliant le chef-lieu de la wilaya à la gare de Béni-Mansour et de 07 gares au niveau des principaux centres urbains de la Vallée de la Soummam par lesquelles ont transité près de 26 817 voyageurs. Ce réseau pourrait jouer un rôle des plus importants dans la vie économique de la région, et insuffler une réelle relance de l'activité des zones industrielles et d'activités se trouvant de part et d'autre de son tracé.

1.5.2. Le port

Avec les infrastructures routières et ferroviaires, le port de Bejaïa constitue un atout stratégique pour toute la région aussi bien pour le transport des marchandises que celui des voyageurs. Sa consistance est composée de 03 bassins d'une superficie de plus de 156 ha, d'un terre-plein de 50 ha et de 2730 ml de quais cernés par 05 jetées d'une longueur totale de 3400 ml⁴.

1.5.3. L'aéroport

Le réseau aéroportuaire relie Bejaïa au Sud algérien, à Alger et à l'Europe avec des vols réguliers, l'infrastructure aéroportuaire se compose d'une terre d'atterrissage de 2400mlX 45, d'une aérogare d'une capacité de 250 passagers/jour en moyenne et une aire de stationnement de 24 576 m².

Section 2 : Entrepreneuriat et statistiques du secteur des PME à Bejaia

Après avoir présenté le territoire de la wilaya de Bejaia à travers ses différentes composantes, nous passerons ensuite à l'étude de la place qu'occupe cette dernière par rapport

⁴Annuaire de la DPAT de Bejaïa, 2008.

aux autres wilayas sur le territoire national. Puis nous ferons une présentation du secteur de la PME de la wilaya de Bejaïa, car c'est dans cet élément que seront présentés la nature des PME, leur évolution, les emplois qu'elles génèrent ainsi que leur répartition spatiale.

2.1. Les PME de Bejaïa au niveau national

La wilaya de Bejaïa fait partie des premières wilayas du territoire national en matière de dynamique entrepreneuriale, la preuve, elle figure régulièrement parmi les cinq premières wilayas en termes de présence des entreprises, mais aussi en termes de création de nouvelles entreprises.

Nous nous référons aux différentes statistiques du secteur de la PME pour se faire une idée sur l'état des lieux de l'entrepreneuriat dans la wilaya de Bejaïa. Nous commençons notre analyse par la place qu'occupe cette wilaya au niveau national, puis nous essayerons d'étudier l'évolution de la population des PME entre 2014 et 2015, toujours pour les cinq premières wilayas au niveau national pour tenter de situer la wilaya de Bejaïa en matière de création de nouvelles entreprises par rapport aux autres wilayas du pays. Le tableau ci-après nous renseigne d'une façon claire

Tableau n°3 : Evolution des PME privées des 5 premières wilayas du pays

Wilayas	Rang	PME en 2014	PME en 2015	Evolution %
Alger	1	43 256	45 636	5.50 %
Tizi-Ouzou	2	21 481	23 109	7.58 %
Oran	3	22 323	23 370	4.69 %
Bejaia	4	19 260	21 067	9.38 %
Sétif	5	16 096	17 154	6.57 %

Source : Bulletin d'information de la PME N°20, mars 2015, P 22

La lecture des statistiques du tableau n°3 montre que la wilaya de Bejaïa est mieux lotie en termes d'évolution de la population de la PME dont elle détient le meilleur taux d'évolution parmi les cinq premières wilayas entre 2014 et 2015 à savoir 9,38%. Cela renseigne évidemment sur le fait que l'esprit entrepreneurial commence à s'encren de plus en

plus dans la population de Bejaïa mais aussi que son évolution se fait à un rythme appréciable avec plus de 9%, alors que la wilaya d'Alger par exemple n'affiche qu'un taux de 5,50% pour la même période.

2.2. Présentation de la population des PME de la wilaya de Bejaia

2.2.1. Les PME privées

Le nombre de PME privées s'élève à 21 026 PME, à la fin de l'année 2015, contre 13433 en 2011, soit une évolution impressionnante de 56.25%.

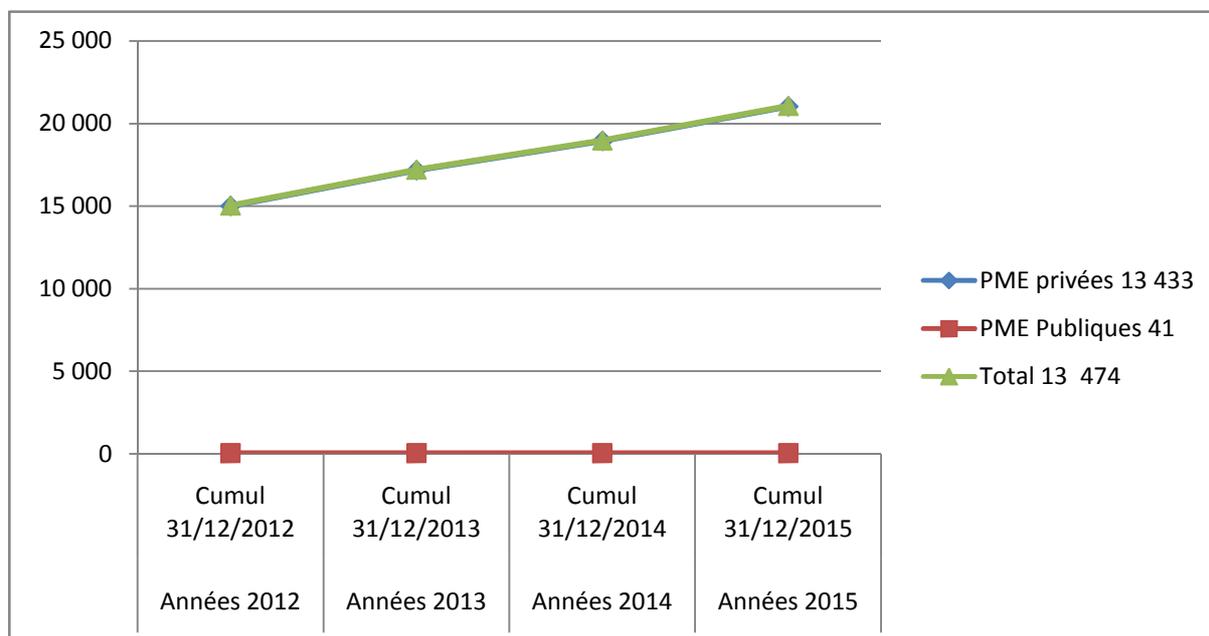
Ces entreprises constituent la composante majeur de la population des PME opérationnelles, et emploient selon la caisse national des assurances sociales (CNAS), un effectifs total de 56 849 emploi déclarés, soit un pourcentage de 99.80%. Le tableau suivant démontre l'évolution des PME pendant les cinq dernières années dans la wilaya de Bejaia

Tableau n°4 : Evolution des PME privées pendant les cinq dernières années dans la wilaya de Bejaia

Nature PME	Années 2011 Cumul 31/12/2011	Années 2012 Cumul 31/12/2012	Années 2013 Cumul 31/12/2013	Années 2014 Cumul 31/12/2014	Années 2015 Cumul 31/12/2015
PME privées	13 433	15 000	17 166	18 931	21 026
PME Publiques	41	41	41	41	41
Total	13 474	15 041	17 207	18 972	21 067

Source : DPME de la wilaya de Bejaia.

Figure°2 : Evolution des PME privées pendant les cinq dernières années



Source: DPME de la wilaya de Bejaia.

2.2.2. Les PME publiques

Le nombre total des PME publiques à la fin de l'année 2015 est de 41 PME, soit 0,19% par rapport au total cumulé. Les PME publiques emploient un effectif total de 2464 emplois, soit un part de 0.20%.

2.2.3. Population du secteur de la PME

Tableau n°5 : Répartition des PME selon leurs natures en 2015

Nature des PME	Nombre des PME	%
PME privées	21 026	99.80 %
PME publiques	41	0.20 %
TOTAL	21 067	100 %

Source : Direction de la PME de la wilaya de Bejaia, 2015

La répartition des PME de la wilaya de Bejaïa à la fin de l'année 2015 indique que sur les 21067 PME recensées, plus de la moitié sont des PME privées avec près de 99,80%. Le secteur public ne représente qu'une infime partie avoisinant à peine 0,20 %, soit seulement 41 PME.

2.3. Répartition des PME privées de la wilaya de Bejaïa

Nous allons présenter les secteurs d'activités dominants dans la wilaya de Bejaia ainsi que le mouvement des PME privées dans la commune de Bejaia, et par la suite nous passerons à la répartition spéciale des PME sur le territoire.

2.3.1. Répartition des PME privées par secteur d'activité

La répartition des entreprises par secteur d'activité laisse apparaître un déséquilibre, la plupart des PME, sont présentés en force dans les services qui concentrent plus de la moitié des PME de statut privé, suivis en cela par le secteur du BTP, et les industries.

Tableau n°6 : les PME privées par secteur d'activité 2015.

N°	Commune	2014	2015	Part en%	Evolution
01	Agriculture et pêche	407	446	2%	09,58
02	Services liés aux industries	03	04	0,02%	/
03	BTP	4 511	5 020	24%	11,28
04	Industries	2 610	2 938	14%	12,56
05	Services	11 398	12 618	60%	10,70
TOTAL		18 929	21 026	100%	11,07

Source : la DPME de la wilaya de Bejaia.

On note a cette égard, que les secteurs ou la création d'entreprise a été la plus forte et celui des industries avec une évolution de 12,56% en un an, en suite le BTPH (11,28%), et les services (10,70%). Arrive ensuit le secteur de l'agriculture et pêche avec un taux de 9.58%.

2.3.2. Mouvement des PME privées dans la commune de Bejaia

Tableau n°7 : Evolution des PME privées de la commune de Bejaia durant l'année 2015.

Secteurs d'activités	PME 3 ^{ème} trimestre 2015	Mouvements 4 ^{ème} trimestre 2015				Total de PME 4 ^{ème} trimestre 2015
		Création	Radiation	Réactivation	Ecart	
BEJAIA	6706	140	00	23	163	6869

Source : DPME de Bejaia.

En un seul trimestre, le nombre de PME dans la commune de Bejaia a connu une augmentation de 163 unités industrielles privées, passant ainsi de 6706 à 6869 unités. Soit une évolution de 2.42 %, avec la création de 140 nouvelles entreprises et la réactivation de 23 entreprises.

2.3.3. Répartition spatiale et par tranches d'effectif des PME privées de la wilaya de Bejaia

Nous présenterons en premier lieu la répartition des emplois selon les secteurs d'activités puis la répartition spatiale des PME.

Tableau n°8 : mouvement des PME privées par tranches d'effectif 2015.

Secteurs d'activités	PME de 1 à 9 salariés	PME de 10 à 49 salariés	PME de 50 à 250 salariés	Nombre de PME
Services	12 209	359	50	12 618
En %	96,76	2,85	0,40	
BTPH	4 705	266	49	5 020
En %	93,73	5,30	0,98	
Industries	2 750	149	40	2 938
En %	94%	5	1	
Agriculture et pêche	378	67	01	446
En %	84,75	15,02	0,22	
Services liés aux industries	02	02	00	04
En %	0,5	0,5	00	
Total	20 044	843	140	21 026
En %	95,33	4	1	

Source: DPME de la wilaya de Bejaia.

Tableau n°9 : Implantation territorial des PME 2015.

N°	Commune	2014	2015	Part en %	Evolution
01	BEJAIA	6246	6 869	32,67%	09,78
02	AKBOU	1736	1 950	9,27%	12,32
03	TAZMALT	750	851	4,05%	13,46
04	EL KSEUR	732	816	3,88%	11,48
05	TIMZRIT	565	625	2,97%	10,61
06	KHERRATA	548	610	2,90%	11,31
07	AMIZOUR	515	586	2,79%	13,79
08	SIDI AICH	523	580	2,76%	10,90
09	SOUK EL TENINE	429	459	2,18%	7
10	AOKAS	408	455	2,16%	11,52
11	OUED GHIR	400	448	2,13%	12
12	SEDDOUK	389	444	2,11%	14,14
13	IFRI OUZLEGUEN	356	399	1,90%	12,08
S/Total		10 868	12 384	71,78%	13,94
TOTAL		18 929	21 026	100%	11,08

Source: DPME de la wilaya de Bejaia.

Les données du tableau n°9 indiquent que le chef lieu de la wilaya arrive en tête avec 32.67% des PME recensées fin 2015, mais également il assure un plus de 25.64% des emplois déclarés.

Conclusion

La wilaya de Bejaïa, n'est pas restée en marge de la dynamique entrepreneuriale qui a gagné le territoire national. Forte d'une position géographique du premier ordre dans le centre-est du pays, et dotée d'infrastructures stratégiques, la wilaya de Bejaïa se classe régulièrement dans les cinq premières wilayas d'Algérie en termes de présence et de création de nouvelles entreprises privées, tous secteurs confondus.

***Chapitre IV : Entrepreneur et milieu
entrepreneurial, Cas : commune de
Bejaia***

Introduction

Dans ce dernier chapitre de notre travail nous tenterons d'apporter des éléments de réponse à notre problématique qui consiste, nous le rappelons, à essayer de définir les interactions existantes entre l'entrepreneur industriel privé et son milieu entrepreneurial sur le territoire de la commune de Bejaia.

Par conséquent, ce chapitre s'étalera à présenter l'aspect pratique de notre travail en mettant en évidence en premier lieu l'enquête du terrain et en second lieu l'analyse et l'interprétation de ses résultats. Ainsi, la première section commencera par une présentation de la population et de l'échantillon étudié, ensuite, la conception du questionnaire sera présentée, suivie par le déroulement de l'enquête et finalisée par une présentation exhaustive des principales caractéristiques des entreprises enquêtées.

La seconde section sera un essai de synthèse des résultats de l'enquête, il s'agit d'une analyse préliminaire des résultats en se focalisant sur les aspects ayant directement trait à la relation entrepreneur industriel privé et milieu entrepreneurial, pour ce faire on réalisera dans un premier temps un tri à plat des données recueillies puis dans un second temps un tri croisé des données ayant une relation directe entre elles.

Section1 : La démarche méthodologique de l'enquête

La recherche bibliographique et l'élaboration du cadre conceptuel est suivie logiquement d'une approche de terrain pour confronter les différents concepts aux réalités existantes. Cette approche du terrain permettra de mettre en évidence les interactions existantes entre l'entrepreneur industriel privé et le milieu entrepreneurial dans le quel il évolue.

Cette section sera architecturée de la manière suivante : une présentation de la population et de l'échantillon visé suivie par une présentation de la conception du questionnaire et du déroulement de l'enquête.

1.1. La population enquêtée

Dans ce travail, nous nous sommes intéressés au secteur industriel privé de la commune de Bejaia, mais dans l'incapacité d'avoir des données élaborées sur les entreprises industrielles, nous avons défini notre population d'enquête d'une manière approximative.

En effet, en se référant aux statistiques du Ministère de la PME qui place Bejaia au 4^{ème} rang au niveau national avec 21 067 entreprises dont 21 026 sont du secteur industriel privé, soit 99.80 %. Nous sommes donc en présence d'une population des entreprises industrielles privées au sein de la commune de Bejaia et de 6 869 entreprises.

Ajoutons à cela que notre enquête se déroule dans la commune comptant à elles seules un peu plus de 32.67 % de la population des entreprises de la wilaya de Bejaia. (Voir annexe page 83).

Par conséquent, la population de notre enquête représente 6 869 entreprises et l'échantillon se définit ainsi comme l'ensemble des entreprises industrielles privées de la commune de Bejaia.¹

1.2. L'échantillon enquêté

Pour établir une représentation conforme à la réalité il aurait été souhaitable de prendre la population étudiée comme échantillon. Cependant plusieurs contraintes, hors de notre portée, ont empêché cela. En effet, le manque de temps et de moyens (moyens financiers) ont réduit considérablement la possibilité de prendre la population entière. Pour ces raisons, nous avons été contraints de limiter notre échantillon en tenant compte des aspects suivants:

- L'aspect concentration : en prenant en considération la commune concentrant le plus grand nombre d'entreprises ;
- L'aspect accessibilité : l'ensemble des entreprises de notre échantillon sont localisée dans la commune de Bejaia ;
- L'aspect localisation : la commune étudiée renferme une zone industrielle.

De ce fait, nous avons retenu un échantillon de onze (11) entrepreneurs réparties sur l'ensemble de la commune de Bejaia.

1.3. Conception et contenu du questionnaire d'enquête

Sur la base de la partie théorique (section 1 du chapitre 2) et des informations nécessaires pour répondre à nos questionnements, et en s'appuyant sur les enseignements d'un

¹ Statistiques sur les PME au niveau de la wilaya de Bejaia.

ouvrage méthodologique², nous avons élaboré un questionnaire comportant 20 questions (annexe 1), réparties sur 3 axes : questions relatives à l'Identification et la Caractérisation de l'entreprise et de l'entrepreneur privé, questions qui touchent à l'impact du milieu entrepreneurial sur le comportement de l'entrepreneur privé et questions liées aux attractivités du milieu entrepreneurial engendré par l'entrepreneur privé.

1.3.1. Identification et caractérisation de l'entreprise et de l'entrepreneur privé

Ce premier axe revient de façon récurrente dans tout questionnaire car il vise à recueillir des informations générales sur l'entreprise et l'entrepreneur enquêté. Ainsi, les questions 1 à 8 nous renseignent respectivement sur le nom ou la raison sociale de l'entreprise, son adresse, sa forme juridique, l'année de son entrée en activité, sa catégorie, le secteur de son activité, l'origine de l'entrepreneur et enfin les motivations qui l'ont conduit à créer son entreprise.

1.3.2. Impacte du milieu entrepreneurial sur le comportement de l'entrepreneur privé

Dans ce deuxième axe, les questions abordent, particulièrement, les contextes et le milieu entrepreneurial, ou évolue l'entrepreneur. Les informations sur la nature de l'entreprise et le dispositif d'appui auquel l'entrepreneur a éventuellement eu recours visent à mieux comprendre l'origine de la création de l'entreprise.

D'autres questions traitent des relations de l'entreprise avec son environnement, à savoir : ses relations avec les entreprises environnantes (concurrence ou coopération), la proximité d'une zone industrielle, et de l'existence ou non de rapports avec le milieu universitaire.

1.3.3. Attractivité du milieu entrepreneurial engendré par l'entrepreneur privé

Après avoir recueilli les informations précédentes, il s'agit de faire ressortir le rôle que joue l'entrepreneur privé, dans la dynamisation du milieu entrepreneurial.

² ANGERS. M, Initiation pratique à la méthodologie des sciences humaines, Collection Techniques de recherches, Edition Casbah, Alger, 1997.

Il s'agit, de déterminer si le savoir faire de l'entrepreneur ainsi que celui de ses employés constitue un avantage compétitif sur le territoire, puis la portée et l'impacte de son activité et enfin le nombre d'emplois engendrés depuis son entrée en activité.

1.4. Le déroulement de l'enquête

Après avoir recueilli les différentes données relatives à la population des entreprises étudiées, défini l'échantillon de l'enquête et aussi conçu le questionnaire à distribuer, notre enquête de terrain a débuté vers la fin du mois d'Avril 2016 pour s'achever 1 mois plus tard, soit la fin du mois de Mai.

Nous avons été confrontés au problème récurrent de la disponibilité des entrepreneurs, à celui de leur compréhension pour collaborer avec nous et enfin le respect de leurs promesses pour remplir les questionnaires.

Les attitudes des entrepreneurs à notre égard ont été hétérogènes : il y'en a eu ceux qui ont été compréhensifs, nous ont reçu avec intérêt et n'ont pas pris trop de temps pour répondre, généralement une semaine. Il y'a eu ceux qui ont hésité à nous répondre Une troisième catégorie d'entrepreneurs a carrément refusé de nous répondre, sans toutefois donner de motifs valables.

A la fin de l'enquête, nous avons pu comme prévu distribuer les 11 questionnaires prévus pour la simple raison que la majorité des entreprises ciblées ont été par recommandation, grâce notamment à des contacts informels aux quels nous avons eues recours.

D'ailleurs, nous avons préféré cette voie pour s'assurer un bon taux de réponse, car nous jugeons le taux réalisé de 64% plus que satisfaisant, vu les conditions difficiles dans lesquels sont menés les enquêtes de terrain en Algérie.

Nous avons récupéré 7 questionnaire exploitables, et bien que n'ayons pas atteint l'objectif assigné à cette enquête à savoir un échantillon de 11 entrepreneurs à étudier, nous considérons que les informations recueillies par ces questionnaires sont en mesure de nous donner une idée sur les interactions existantes entre l'entrepreneur industriel privé de la commune de Bejaia et le milieu entrepreneurial dans le quel il évolue.

Section2 : Analyse et interprétation des résultats

Nous proposons de faire ici une présentation synthétique des entreprises et entrepreneurs enquêtés avant de passer dans un premier temps, à l'analyse de l'impacte du milieu entrepreneurial sur le comportement de l'entrepreneur privé, puis dans un second temps, à l'attractivité engendré par l'entrepreneur sur le milieu entrepreneurial dans le quel il évolue.

2.1. Identification des entreprises et caractéristiques des entrepreneurs privés enquêtés

L'objectif ici est d'identifier les entreprises et de caractériser les entrepreneurs enquêtés sur un certain nombre de critères, dont certain constitua la base de l'analyse des comportements de l'entrepreneur vis-à-vis de son milieu entrepreneurial.

2.1.1. Identification de l'échantillon

Tableau n°10 répartition des entreprises selon leur forme juridique et l'entrée en activité

Non des entreprises	Adresse	Forme juridique	Année d'entrée en activité
Mortero	Rue arrière-port	SARL	2006
Tchin-lait candia	Route national n°12 bir slam	SARL	2001
SIMAFE	Cité tobale	SARL	1978
Auvisat	25 rumpe du port	SARL	1999
SICAM	Z.I,Route des concessions,bp 94	SARL	1998
CAZEL	Route de l'aéroport bp 33	EURL	2004
SIBEA	Z.I, 4 chemins bp 348	SARL	2000

Source : Enquête de terrain

A travers les résultats de notre enquête, ont constate que la forme juridique SARL, est la plus répandue. Cela s'explique sans doute par les avantages de ce type de sociétés³ :

- Responsabilité des associés, limitée aux apports ; ainsi les biens personnels des associés, sont préservés en cas de difficulté de la SARL (faillite).

³Hammadou I. : « Les sociétés commerciales ». In PROFILS, n°2, mars-avril-mai 2003, PP.36-3.

- Cessibilité et transmissibilité des parts sociales entre associés ; pour les tierces personnes, des clauses statutaires autorisant ces opérations sont nécessaires.

- Le décès, l'incapacité ou l'interdiction, ne peut entraîner la dissolution de la société.

- En cas de faillite de la société, la solidarité entre associés n'est pas appliquée.

- Les associés n'ont pas la qualité de commerçants.

- Le capital social est très limité (le capital minimum est fixé à 100.000 DA).

Il faut savoir que la plupart des SARL enquêtées, ont été essentiellement créées, par des associés, unis par des relations familiales (la création se fait dans un cadre familial). Dans

Certains cas, elles ont été créées par des associés, unis par des relations amicales et de voisinage et appartenant au même clan ou réseau relationnel.

La forme juridique EURL, concerne une seule entreprise enquêtée, l'EURL se distingue de la SARL par le nombre d'associés. Plus précisément, si pour la SARL le nombre d'associés est situé entre 02 et 20, l'EURL n'est en revanche constituée que d'un associé unique. Par conséquent, outre les avantages reconnus à la SARL, l'EURL dispose d'un autre atout non moins important ; c'est la gestion et le contrôle de la société, assurés par l'associé unique. Cela, pourrait expliquer en partie, la création de ce type de société.

Et enfin, les entreprises enquêtées, ont été créées pendant des étapes différentes de la législation algérienne en matière d'investissements privés. On peut dire que depuis 1998, le rythme de création d'entreprises industrielles, s'est accéléré de manière nette, puisque sur un total de 7 entreprises industrielles enquêtées, 6, soit 85,71 %, ont été créées entre 1998 et 2006.

Cette tendance s'explique par de multiples raisons, notamment les mesures d'encouragement aux entrepreneurs privés, l'ouverture économique et la liberté d'entreprise, la promulgation de textes législatifs sur la création d'entreprise. Un nombre appréciable d'entreprises, a été créé dans le cadre de ces dispositifs.

2.1.2. La taille des entreprises enquêtées

La taille des entreprises se mesurant par le nombre des employés, le tableau ci après représente la répartition des entreprises selon la catégorie des entreprises.

Tableau n° 11 : La taille des entreprises selon le nombre d'employés

Catégories des entreprises	Entreprises enquêtées	Part en %
Grande Entreprise (au moins 250 employés)	2	28,6%
PME/PMI (au plus 250 employés)	5	71,4%
Total	7	100,0%

Source : Enquête de terrain

Selon ce tableau, on constate que les des entreprises de catégorie « petites et moyennes entreprises et les petites et moyennes industries » prédomine avec un taux de 71,4% des entreprises enquêtées, les grandes entreprises représente seulement 28.6 %.

Cela contraste avec la réalité du terrain en Algérie où près de 90% des entreprises sont de petites dimension, néanmoins, l'objectif de notre enquête était de cibler toutes les catégories d'entreprises dans la commune de Bejaia et il nous semble que notre échantillon cadre parfaitement avec cette exigence.

2.1.3. L'origine du recrutement selon la catégorie de l'entreprise

Le tableau qui suit démontre l'origine de recrutement des entreprises par rapport à leur taille :

Tableau n°12 l'origine de la main d'œuvre d'après la taille de l'entreprise

Origine de la M.O \ Catégories E	Grande Entreprise (au moins 250 employés)	PME/PMI (au plus 250 employés)	Total
National	2	2	4
Local	0	3	3
Régional	0	0	0
Total	2	5	7

Source : Enquête de terrain

Dont ce tableau, on remarque que 2 entrepreneurs dont leur entreprise figure parmi les grandes entreprises, recrutent une main d'œuvre d'origine nationale, et 2 autres dont leur

entreprise est classée parmi les PME et PMI ont une main d'œuvre nationale, et enfin 3 entrepreneurs dont leur entreprise est de catégorie PME et PMI recrute une main d'œuvre locale.

2.1.4. Le secteur d'activités

La seconde caractéristique des entreprises enquêtées concerne le secteur d'activité, l'échantillon de notre enquête étant constitué des entreprises du secteur industriel, ainsi, nous avons classé ces branches d'activité selon la nomenclature SNAT (schéma national d'aménagement du territoire) pour répartir les entreprises de notre enquête.

Tableau n° 13 : Répartition des entreprises enquêtées selon le secteur d'activité

Secteurs d'activités	Nombre d'observation	Taux %
Industrie Agro Alimentaire	2	28,6%
Industrie des Matériaux de Construction et BTP	1	14,3%
Industrie Mécanique, Métallique, Métallurgique	2	28,6%
Industrie Electrique et Electronique	2	28,6%
Industrie Chimique et Caoutchouc	0	0,0%
Industrie Textile et Habillement	0	0,0%
Industrie Cuir et Chaussures	0	0,0%
Industries diverses	0	0,0%
Total	7	100,0%

Source : Enquête de terrain

S'agissant de la répartition des entreprises enquêtées par secteur d'activité, on remarque à travers les données du tableau n°11 l'agroalimentaire, l'IMMMP, et l'IEE représente chacune respectivement 28.6% des entreprises enquêtées, pour ce qui est de l'IBTP, on note 14.3 %.

2.1.5. L'origine du créateur de l'entreprise

La troisième caractéristique des entreprises enquêtées concerne l'origine de l'entrepreneur.

Tableau n°14 : répartition des entrepreneurs selon leur origine

L'origine des entrepreneurs	Nombre d'observation	Taux %.
Locale (de la wilaya de Bejaia)	7	100,0%
Nationale (autre que la wilaya de Bejaia)	0	0,0%
Etrangère	0	0,0%
Total	7	100,0%

Source : Enquête de terrain

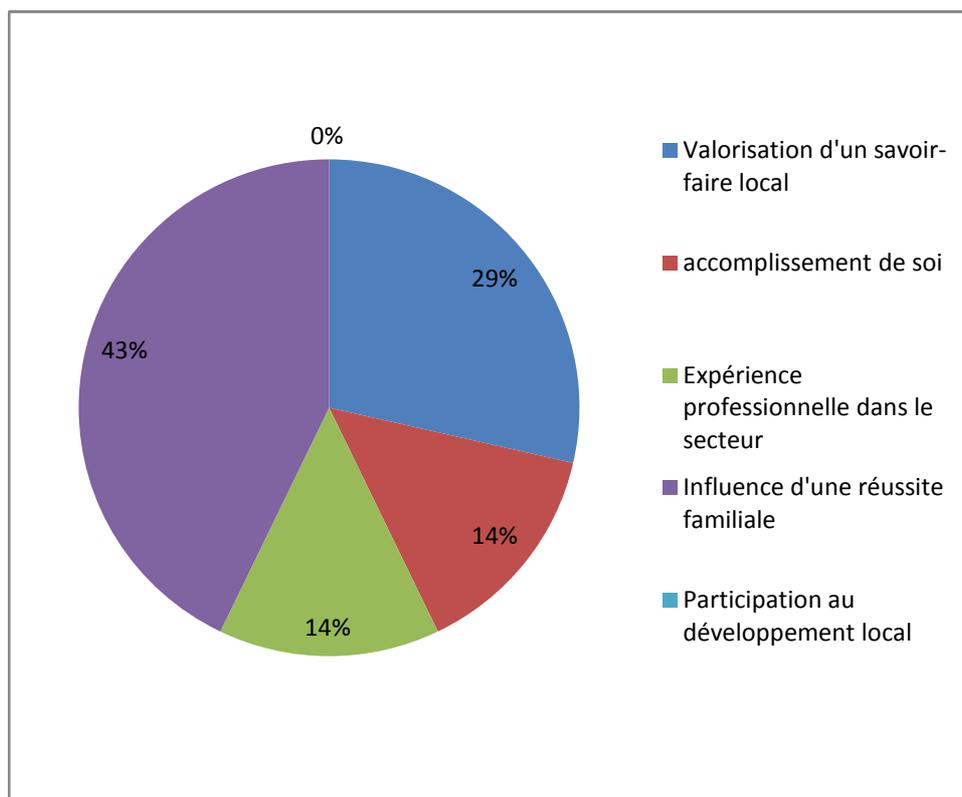
On remarque que, la totalité des entrepreneurs enquêtés sont d'origine locale, on constate que l'entrepreneur privé de la commune de Bejaia préfère s'implanter dans son territoire natal. Ces derniers, ont presque tous, manifesté un fort sentiment d'appartenance à la région où ils ont vécu. Ils déclarent 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 commune de Bejaia, c'est-à-dire, là où les conditions d'investissement sont nettement meilleures.

La localisation est déterminée aussi, par les caractéristiques des entreprises enquêtées. En effet, il s'agit essentiellement d'entreprises familiales, dont la gestion est assurée par le propriétaire et/ou les membres de sa famille, ce qui impose une certaine proximité de la famille (solidarité familiale).

2.1.6. Les motivations qui ont conduit l'entrepreneur a crée sont entreprise dans la commune de Bejaia

Enfin, la dernière caractéristique des entreprises enquêtées retient les motivations du choix d'implantation de l'entreprise dans la commune de Bejaia.

Figure n° 3 : Les motivations qui ont conduit à la création d'entreprise



Source : Graphique établi par nos soins

On constate que, la motivation principale qui a conduit l'entrepreneur à créer son entreprise dans la commune de Bejaia est, l'influence d'une réussite familiale avec un nombre de 3 entreprises ce qui représente un taux de 43 %, puis la valorisation d'un savoir faire local avec 2 entreprises équivalente à un taux de 29%, et enfin suivent l'accomplissement de soi et l'expérience professionnelle dans le secteur avec un taux de 14% soit une seule entreprise pour chaque secteur. Ces résultats nous emmènent à affirmer que la perpétuation d'une activité familiale et son développement, constituent les principales motivations qui ont conduit l'entrepreneur à la création d'entreprise. En effet, le contact du métier dès l'enfance, crée chez l'entrepreneur le goût d'exercer la même activité.

2.2. L'impact du milieu entrepreneurial sur le comportement des entrepreneurs privés enquêtés.

Au cours de cette axe, nous essayerons d'identifier le rôle que joue le milieu entrepreneurial dans les choix et décisions des entrepreneurs enquêtés, selon certains contextes dans les quels ils sont amenés à évoluer.

2.2.1. La nature de l'entreprise

Le tableau ci-après démontre la nature des entreprises enquêtée :

Tableau n°15 : la nature de l'entreprise

Nature d'entreprise	Nb	Taux
Création d'entreprise EX Nihilo	3	42,9%
Reprise d'entreprise familial	4	57,1%
Autres (précisez)	0	0,0%
Total	7	100,0%

Source : Enquête de terrain

D'après les données du tableau on déduit que 57,1% sont des entreprises familiales reprise, et 42 ,9% sont de création EX nihilo/ On constate que l'entrepreneur compte sur les capitaux familiaux (la solidarité familiale est un élément essentiel dans la création d'entreprise).

2.2.2. Le type de relations entretenues avec les acteurs du territoire de localisation

L'un des contextes qui affecte le comportement de l'entrepreneur privé, est la proximité avec les acteurs se trouvant être dans le même milieu et le type de relation entretenus avec eux, le tableau suivante nous permet de démontré si l'entrepreneur entretien des relations avec les acteurs du même territoire.

Tableau n°16 : relation de l'entrepreneur avec les acteurs du même territoire de localisation

Relation de entretenu avec l'acteur du territoire	OUI	NON
Les entrepreneurs	7	0

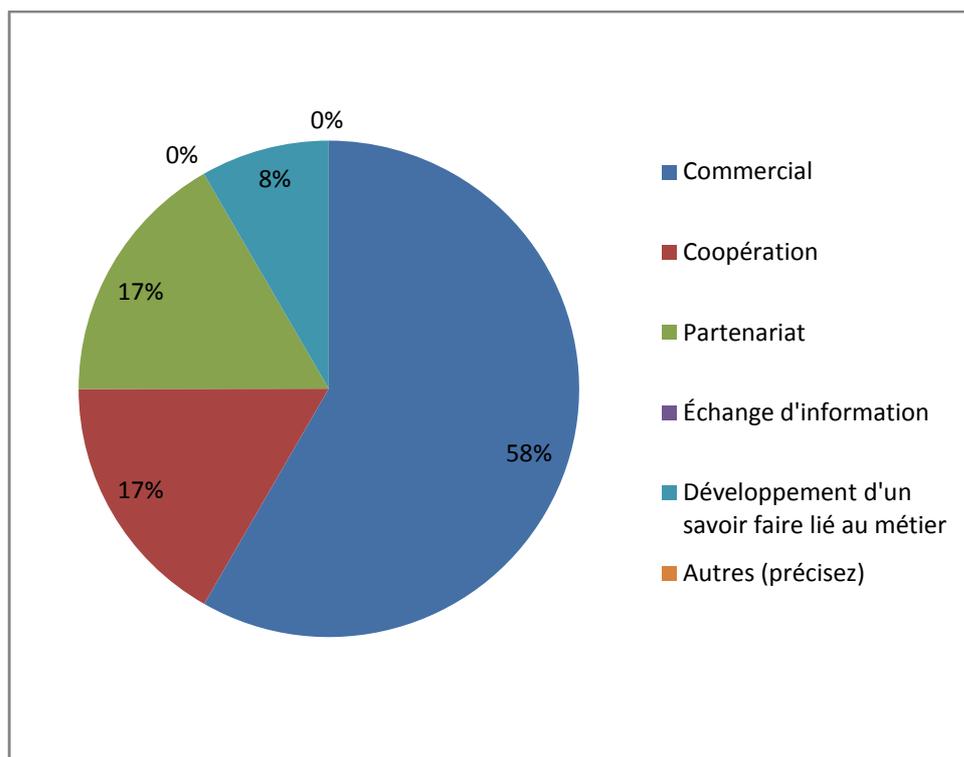
Source : Enquête de terrain

D'après le tableau ci-dessus, la globalité des entrepreneur entretiennent des relations avec les acteurs du même territoire de localisation.

2.2.3. Type de relation de l'entrepreneur avec les acteurs du même territoire de localisation

La figure suivante nous permet de démontré le type de relations existantes entre l'entrepreneur et les acteurs de son territoire de localisation :

Figure n°4 : Les types de relations entrepreneurs-acteurs du même territoire



Source : Graphique établi par nos soins

D'après les données cette figure, il est remarquable que la relation la plus dominante est la relation commercial avec un taux de 58%, suivie des relations coopération et partenariat avec un taux de 17%, et enfin la relation de développement d'un savoir faire lié au métier avec un taux de 8%, sachant que la relation échange d'information est inexistante

On constate qu'il existe un réseau de coopération entre l'entrepreneur privé et l'acteur se trouvant dans le même territoire.

2.2.4. Les avantages des relations entrepreneur-acteurs

Le tableau ci-après démontre, ci les relations qu'entretiens l'entrepreneur avec les acteurs de son territoire de localisation, sont elles avantageuses pour lui.

Tableau n°17 : les avantages de la relation entretenu entre l’entrepreneur avec les acteurs du même territoire de localisation

Avantageuse	Nombre d’observation	Taux
Oui	7	100,0%
Plus au moins	0	0,0%
Non pas vraiment	0	0,0%
Total	7	100,0%

Source : Enquête de terrain

On remarque que, la totalité des entrepreneurs prive enquêtés de la commune de Bejaia, considère que la relation avec les acteurs du même territoire a des avantages considérable sue le développement de l’entreprise, et du milieu entrepreneurial

2.2.5. La proximité

Le tableau suivant démontre, ci la proximité est elle un facteur déterminent qui stimule l’entrepreneur a créer son entreprise.

Tableau n°18 : la proximité facteur déterminant a la création d’entreprise

La proximité facteur déterminent a la création d’entreprise	Nombre d’observation	Taux
Oui	7	100,0%
Non	0	0,0%
Total	7	100,0%

Source : Enquête de terrain

D’après le tableau ci-dessus, la globalité des entrepreneurs privé admettes que la proximité est un facteur déterminent qui les a stimule crée leur entreprises.

2.2.6. L’origine de la main d’œuvre recrutée

L’autre contexte qui influence le comportement de l’entrepreneur privé, est l’origine de la main d’œuvre recrutée, le tableau suivant démontre le ‘origine de cette main d’œuvre.

Tableau n° 19 : L'origine de la main d'œuvre recrutée

Origine de la Main d'Ouvre	Nombre d'observation	Taux %
Locale (commune de Bejaia)	3	42.85
Autres communes voisines	0	0
Hors wilaya	4	57.15
Total	7	100,0%

Source : enquête de terrain

D'après ce tableau, la majorité de la main d'œuvre recrutée proviens d'autres wilayas avec un taux de 57.15% le reste est d'origine locale avec un taux de 42.85%.

Force est de constater que l'entrepreneur privé valorise les ressources National mais aussi locale de la commune de Bejaia.

2.2.7. La participation a des programmes de formations

Le dernier contexte qui affecte le comportement de l'entrepreneur privé, est le milieu innovateur, les programmes de formation nous permettent d'évalué le degré d'innovation des entreprises enquêtes, les tableaux suivants démontrent la participation ou non participation du personnel a des programmes de formation au sein du territoire ou hors territoire de localisation.

Tableau n°20 : la participation du personnel aux programmes de formation

Participation	Nombre d'observation	Taux %
Oui	6	85,7%
Non	1	14,3%
Total	7	100,0%

Source : enquête de terrain

Tableau n°21 : la localisation des programmes de formation

Localisation du programme de formation	Nombre d'observation	Taux %
Du territoire de localisation	4	66,7%
Hors territoire de localisation	2	33,3%
Total	6	100,0%

Source : enquête de terrain

D'après ces deux tableaux, on remarque que la plus part des entreprises effectuent des programmes de formation du personnel avec un taux de 85.7%, et seulement 14.3% d'entre elle ne les effectuent pas. Et aussi que la localisation de ces programmes se trouve au sein du territoire avec un taux de 66.7%, et un taux de 33.3 % se localisant hors territoire.

2.3. L'attractivité du milieu entrepreneurial engendré par l'entrepreneur privé

Dans cet axe ont va démontrer le rôle que va apporter l'entrepreneur privé à faire dynamise le milieu entrepreneurial, ont déterminent si son savoir faire ainsi que celui de ces employés constitues un avantage compétitif et la porte de l'impacte de son activité sur le territoire, et le nombre de poste de travaille crier durons son début ont activité

2.3.1. L'impact de l'activité de l'entrepreneur

L'activité de l'entrepreneure a un impacte considerable sur l'attractivité du milieu entrepreneurial, le tableau ci-après démontre la porté de l'activité de l'entrepreneure privé.

Tableau n°22 la portée de l'impact de l'activité de l'entrepreneur

La portée de l'impacte de l'activité de l'ent	Nombre d'observation	Taux
National	4	57,1%
Local	3	42,9%
Régional	0	0,0%
Total	7	100,0%

Source : enquête de terrain

D'après le tableau ci-dessus on constate que 57% de l'activité de l'entrepreneur est d'une portée nationale et 43% d'une portée locale, l'impact de l'activité de l'entrepreneur n'a aucun porte régional.

2.3.2. Le nombre d'emplois créés depuis l'entrée en activité de l'entrepreneur privé

Le nombre d'emplois créés, sont résumés dans le tableau qui suit :

Tableau n°23 : le nombre d'emplois par l'entrepreneur depuis son entrée en activité

Emplois établis	Entrée en activité	Taux
Inférieur à 10	2	28,6%
Entre 10 et 50	3	42,9%
Supérieur à 50	2	28,6%
Total	7	100,0%

Source : enquête de terrain

A travers le tableau ci-dessus, nous constatons que 43% des entrepreneurs ont créé entre 10 et 50 emplois depuis leur entrée en activité, 29.6% ont créé plus de 50 emplois et enfin 28.6% des entrepreneurs ont créé moins de 10 emplois.

2.3.4. Le savoir faire

Le tableau suivant démontre si le savoir faire de l'entrepreneur constitue un avantage compétitif sur le territoire et si les connaissances universitaires sont indispensables à son entreprise.

Tableau n°24 : le savoir faire de l'entrepreneur et de ces employés et les connaissances universitaire

Le savoir faire	Oui	Non	Total
L'indispensabilité des connaissances universitaires	5	2	7
Le savoir faire constitue un avantage compétitif	7	0	7
Total	12	2	14

Source : enquête de terrain

D'après le tableau ci-dessus, nous constatant que la totalité des entrepreneurs ont répondu favorable que le savoir faire a un avantage compétitif sur le territoire.

5 entrepreneurs considère que les connaissances que procure l'université sont indispensable a leur entreprise et 2 d'entre eux considère que les connaissances universitaire ne sont pas indispensable a leur entreprise, en effet ils recrutent des diplômés issus de formation autres qu'universitaire, tel que (INSFP, INSIM, ...etc.).

Conclusion

Pour conclure ce chapitre, il est aisé de constater, à la lumière des différents éléments d'informations rapportés, que les créneaux traditionnels de la commun, à savoir l'agro-alimentaire, les matériaux de construction et le textile, demeurent les plus vivement sollicités par les entrepreneurs, De plus, les entreprises privées, se caractérisent globalement par leur petite taille, emploient des travailleurs non qualifier , La famille constitue dans la plupart des cas, la base du projet entrepreneurial, puisque celle-ci exerce souvent une influence sur l'entrepreneur, lui fournit les capitaux nécessaires et s'implique davantage dans la gestion de l'entreprise. Le lien familial demeure le support de base de l'acte d'entreprendre.

Enfin, s'agissant des relations entrepreneur-milieu, il faut savoir que globalement, l'attachement sentimental à la région occupe une place importante dans le comportement entrepreneurial. Cependant, hormis l'emploi de la main-d'œuvre locale et les débouchés,

l'entrepreneur entretient peu de relations avec le milieu (les ressources locales ne sont pas suffisamment exploitées, peu de relations avec les centres de formation...).

CONCLUSION GENERALE

CONCLUSION GENERALE

D'après notre étude des éléments d'une problématique forte complexe, à savoir l'activité entrepreneuriale dans la commune de Bejaia. A l'issue de notre analyse, ont déduit que l'entrepreneuriat privé dans la commune de Bejaia est confronté a d'énormes défis depuis l'ouverture de l'économie algérienne. En effet, dans la conjoncture de crise et de mutation économique et sociale qui caractérisent la société algérienne, il est désormais établie que la P.M.E. privée, constitue l'élément indispensable à l'intégration et à la diversification économique ; elle contribue au développement régional et peut constituer la principale source de richesses, d'emplois, ainsi que le facteur essentiel de promotion d'exportations hors hydrocarbures.

Ce pendant, Les entrepreneurs privés de la commune de Bejaia constituent, comme nous l'avons vu, un groupe social hétérogène, dans le sens où les personnes qui en font partie, ont des origines sociales et professionnelles diverses, et ont suivi des itinéraires multiples. Par ailleurs, une des plus remarquables caractéristiques des entrepreneurs, est qu'ils sont fréquemment issus des milieux familiaux, qui favorisent la fonction entrepreneuriale. En d'autres termes, les entrepreneurs recrutent souvent dans les familles de commerçants, d'industriels et d'artisans.

An outre, nous assistons de plus en plus à l'émergence de catégories d'entrepreneurs, ayant des profils, des origines sociales et des trajectoires professionnelles multiples et diversifiés ,les entrepreneurs sont issus des entreprises familiales, du commerce, de l'artisanat, de la fonction publique, des entreprises publiques et des entreprises privées. Les jeunes entrepreneurs contrairement à leurs aînés, sont généralement bien formés, appartiennent à des disciplines diverses et ont une vision moderne de leur entreprise. De même, les facteurs motivants sont très variés, ils sont essentiellement déterminés par le milieu économique et social.

Enfin, à la lumière de ce qui précède et sans aucune prétention à l'exhaustivité, nous suggérerons les quelques recommandations ci-après, dont quelques-unes ont été déjà proposées par plusieurs études :

1. Il nous semble très utile, d'inculquer l'esprit entrepreneurial à la population, en introduisant par exemple des cours d'entrepreneuriat dans nos écoles.

2. Il appartient à la société de donner à l'entrepreneur la place qui lui revient, à travers notamment la promotion de l'image de marque des réussites des entrepreneurs.

3. Il faut assister la nouvelle génération d'entrepreneurs, porteurs de capital compétences et susceptibles de lancer des projets innovateurs.

4. Il faut assurer un financement adéquat et suffisant pour les P.M.E. A ce titre, il convient d'envisager la création d'institutions financières spécialisées dans l'appui à l'entrepreneuriat et susceptibles de renforcer les fonds propres des P.M.E. Plus précisément, l'encouragement à la création de sociétés d'investissement (leasing, factoring, SICAV, fonds communs de placements) faciliterait la création et le développement des P.M.E.

5. Les opérations d'essaimage et de sous-traitance, sont également un moyen de développer l'activité entrepreneuriale. De ce fait, il faut initier une bourse de la sous-traitance au niveau de la wilaya de Bejaia.

Sans cela, les résultats en matière de promotion de l'activité entrepreneuriale dans la commune de Bejaia, seraient toujours insuffisants.

BIBLIOGRAPHIE

Bibliographie

I. OUVRAGES

- FAYOLLE et J.M. DEGEORGE, Dynamique entrepreneurial : le comportement de l'entrepreneur, édition de boeck, Paris, 2012 ;
- Fayolle, Entrepreneuriat : apprendre à entreprendre, édition dunod, Paris, 2012 ;
- Coriat et O. Weinstein, les nouvelles théories de l'entreprise, Edition le Livre de Poche, Paris, 1997 ;
- Kherdjemil, territoires, mondialisation et redéveloppement ;
- M. Casson M, l'entrepreneur, Economica, édition Française, 1991 ;
- SAPORTA, (2002), Famille, création d'entreprise et entrepreneuriat, in J.Caby et G.HIRIGOYEN, édition, La gestion des entreprises familiales, Economica ;
- Lacour, la tectonique des territoires : d'une métaphore à une théorisation, In Pecqueur B, Dynamiques territoriales et mutations économiques » ;
- Maillat, Quévit M., Senn L, Réseaux d'innovation et milieux innovateurs : un pari pour le développement régional, GREMI, EDES, Neuchâtel, 1993. In Maillat D, Milieux innovateurs et dynamique territoriale ;
- H. Bénissad, Les réformes économiques ou l'indicible ajustement structurel, 2eme édition, OPU, Alger 1991 ;
- H.M. Boislandelle, Dictionnaire de Gestion : vocabulaire, concepts et outils, édition Economica, Paris, 1998 ;

- L. Abdelmalki, Duffort D., Kirat T., Requier-Desjardins D, technologie, institutions et territoires : le territoire comme création collective et ressource institutionnelle, In Pecqueur B, Dynamiques territoriales et mutations économiques ;
- L.J. Filion, École des Hautes Études Commerciales (HEC), Montréal. », In T. Verstraete, Histoire d'entreprendre : les réalités de l'entrepreneuriat, édition EMS, Caen, 2000 ;
- M. ANGERS, Initiation pratique à la méthodologie des sciences humaines, Collection Techniques de recherches, Edition Casbah, Alger, 1997 ;
- M. Gomez-Breyse, A. Jaouen, L'entrepreneur au 21eme siècle : Reflet des évolutions sociétales, édition DUNOD, Paris, 2012 ;
- P. ALBERT, (2000), La création d'entreprise de haute technologie, in VERSTRAETE T, Histoire d'Entreprendre- les réalités de l'entrepreneuriat, Edition EMS ;
- S.Boutillier et D.Uzunidis, Le travail bradé: automatisation, mondialisation, flexibilité, édition l'harmattan, paris, 1997 ;

II. ARTICLES

- Annuaire de la DPAT de Bejaïa, 2008.
- Annuaire statistique de la DPAT de la wilaya de Bejaïa, Edition 2009.
- A.P. JULIEN, (1996), Entrepreneuriat, développement du territoire et appropriation de l'information, Revue Internationale PME, 9(3-4).
- J. Stiglitz, La grande désillusion, Editions Fayard, Paris 2002 ;
- Ferguène, Dynamiques territoriales et milieux innovateurs, Cahiers du CREAD, 4eme trimestre, 1999.

- Journal officiel de la république Algérienne N°55 du 09 juillet 1974.
- Journal officiel de la république Algérienne N°06 du 07 février 1984.
- K. Bouhou, L'Algérie des réformes économiques : un goût d'inachevé, politique étrangère, n° 02/2009.
- O. Benderra, Économie algérienne 1986 - 1998 : Les réseaux aux commandes de l'État, in Jocelyne Cesari, Maisonneuve et Larose, Méditerranée des réseaux, Marchands, entrepreneurs et migrants entre l'Europe et le Maghreb, octobre 2002, Algeria-watch.
- OCDE, Problèmes économiques, Numéros 2914 à 2926, 1998, p.130
- O. Pironet, Algérie : chronologie historique, Le Monde diplomatique.
- O. TORRES, (2003), Petitesse des entreprises et grossissement des effets de proximité, Revue Française de Gestion, n°144, mai - juin 2003, pp. 119-138
- PAILOTP, (2002), Méthode biographique et entrepreneuriat : application à l'étude de la socialisation entrepreneuriale, Revue de l'Entrepreneuriat, n°2, pp.19-41
- S. Boutillier S et D. Uzunidis, Quelle est l'utilité marginale de l'entrepreneur ?, In problèmes économiques, N°2742, 2 Janvier 2002, P.1.

III. Travaux de recherches

- Mokrane. A, Entrepreneur et milieu entrepreneurial: Eléments d'analyse a partir du cas de la wilaya de Tizi-Ouzou, mémoire de magister en sciences économiques a l'université de Tizi-Ouzou, 2004.

- Oukaci M., Essai de mesure de la contribution de la connaissance à la dynamique entrepreneuriale dans la wilaya de Bejaïa, mémoire de magister en science de gestion a l'université de Bejaia, 2010.

IV. Webographie

- <http://www.cairn.info/revue-internationale-de-psychosociologie-2007-31-page-27.htm> (consulté le 08/03/2016)
- <http://portail-des-pme.fr/formaliser-son-projet/le-concept-dintrapreneuriat> (consulter le 10/03/2016)
- www.adreg.net (consulté le 01/05/2016).

ANNEXES

Annexe I : Questionnaire

**UNIVERSITE A-MIRA DE BEJAIA
FACULTE DES SCIENCES ECONOMIQUES, DES SCIENCES DE
GESTION ET DES SCIENCES COMMERCIALES**

**MASTER II : MANAGEMENT ECONOMIQUE DES
TERRITOIRES ET ENTREPRENEURIAT**

**Le comportement de l'entrepreneur privé a l'égard de son milieu
entrepreneurial**

(Essai d'analyse à partir du cas de la commune de Bejaïa)

La présente enquête fait partie de l'élaboration d'un mémoire de Master en Sciences de Gestion, option Management économique des territoires et entrepreneuriat, de la Faculté des sciences économiques, des sciences de gestion et des sciences commerciales de l'Université de Bejaia. Elle est destinée à un échantillon d'entrepreneurs de la commune de Bejaia, les informations recueillies demeureront confidentielles et ne pourront faire l'objet que d'une utilisation à des fins purement pédagogiques et de recherche scientifique.

Merci pour votre coopération.

Mai 2016

Annexes

Nom et prénom des enquêteurs : BAKOURI Yanis / OUAKKOUCHE Tarek

Date (jour/mois/année) : / /

N° du questionnaire :

1- Identification et Caractérisation de l'entreprise et de l'entrepreneur privé de la commune de Bejaia

01- Nom ou raison sociale :

02- Adresse (lieu d'implantation) :

03- Forme juridique :

04- Année d'entrée en activité :

05- Veuillez classer votre entreprise selon les catégories suivantes :

- 1) Grande Entreprise (au moins 250 employés)
- 2) PME/PMI (au plus 250 employés)

06- Veuillez indiquer le secteur d'activité de votre entreprise ?

- 1) Industrie Agro Alimentaire
- 2) Industrie des Matériaux de Construction et BTP
- 3) Industrie Mécanique, Métallique, Métallurgique
- 4) Industrie Electrique et Electronique
- 5) Industrie Chimique et Caoutchouc
- 6) Industrie Textile et Habillement
- 7) Industrie Cuir et Chaussures
- 8) Industries diverses

07- Quelle est l'origine du créateur de l'entreprise?

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

08- Quelles sont les motivations qui vous ont conduit à créer votre entreprise dans la commune de Bejaia ?

- 1) Valorisation d'un savoir-faire local
- 2) accomplissement de soi
- 3) Expérience professionnelle dans le secteur
- 4) Influence d'une réussite familiale
- 5) Participation au développement local

2- l'impact du milieu entrepreneurial sur le comportement de l'entrepreneur privé de la commune de Bejaia

09- Quelle est la nature de votre entreprise ?

- 1) Création d'entreprise EX Nihilo
- 2) Reprise d'entreprise familial
- 3) Autres (précisez)

10- a)- Avez-vous eu recours aux dispositifs d'appui a la création d'entreprises pour créer votre entreprise ?

- 1) Oui
- 2) Non

b)- Si oui quel est le dispositif d'appui dont vous avez bénéficié ?

11- a)- Entretenez vous des relations avec des acteurs de votre territoire de localisation ?

- 1) Oui
- 2) Non

b)- Si oui quel type de relations entretenez-vous ?

- 1) Commerciale
- 2) Coopération
- 3) Partenariat
- 4) Échange d'information
- 5) Développement d'un savoir faire lié au métier
- 6) Autres (précisez)

12- Ces relations (relatif à la question 11) sont elles avantageuses pour vous ?

- 1) Oui
- 2) Plus ou moins
- 3) Non pas vraiment

13- Selon vous la proximité est-elle un facteur déterminant qui vous a stimulé à créer votre entreprise ?

- 1) Oui
- 2) Non

14- Quelle est l'origine de la main d'œuvre recrutée ?

- 1) Locale (commune de Bejaia)
- 2) Autres communes voisines

Annexes

3) Hors wilaya

15- Quelles sont vos exigences pour le recrutement du profil ?

1) Expérience professionnelle

2) Diplôme

3) Qualifications

4) Autre (précisez)

.....

16- a)- Votre personnel participe-il à des programmes de formation ?

1) Oui

2) Non

b)- si oui, les centres de formations auxquels vous faites recours sont il :

1) Du territoire de localisation

2) Hors territoire de localisation

17- Selon vous, les connaissances que procure l'Université sont elles indispensable a votre entreprise ?

1) Oui

2) Non

3- l'attractivité du milieu entrepreneurial engendré par l'entrepreneur privé de la commune de Bejaia

18- Votre savoir-faire ainsi que celui de vos employés constitue-il pour vous un avantage compétitif sur le territoire ?

1) Oui

2) Non

19- L'impact de votre activité est-il d'une portée :

1) Locale

2) Régionale

3) Nationale

20- Quel est le nombre d'emplois que vous avez créé depuis votre entrée en activité ?

1) Inférieur à 10

2) Entre 10 et 50

3) Supérieur à 50

Merci pour votre collaboration

Annexe II : Statistiques sur les PME au niveau de la wilaya de Bejaia

1-1 Présentation de la wilaya de Bejaia :

Tableau n°01. Effectif global des PME à fin 2015

Nature des PME	Nombre des PME	Emplois	Part (%)
PME privées	21 026	56 849	99,80%
PME publiques	41	2 464	0,20%
Total	21 067	59 313	100%

Tableau n°03 : Mouvements des PME privées par tranches d'effectif

Secteurs d'activités	PME de 1 à 9 salariés	PME de 10 à 49 salariés	PME de 50 à 250 salariés	Nombre de PME
Services	12 209	359	50	12 618
En %	96,76	2,85	0,40	
BTPH	4 705	266	49	5 020
En %	93,73	5,30	0,98	
Industries	2 750	149	40	2 938
En %	94%	5	1	
Agriculture et pêche	378	67	01	446
En %	84,75	15,02	0,22	
Services liés aux industries	02	02	00	04
En %	0,5	0,5	00	
Total	20 044	843	140	21 026
En %	95,33	4	1	

Tableau n°04 : PME privées par secteur d'activité

N°	Commune	2014	2015	Part en%	Evolution
01	Agriculture et pêche	407	446	2%	09,58

Annexes

02	Services liés aux industries	03	04	0,02%	/
03	BTPH	4 511	5 020	24%	11,28
04	Industries	2 610	2 938	14%	12,56
05	Services	11 398	12 618	60%	10,70
	TOTAL	18 929	21 026	100%	11,07

Implantation territoriale des PME

N°	Commune	2014	2015	Part en %	Evolution
01	BEJAIA	6246	6 869	32,67%	09,78
02	AKBOU	1736	1 950	9,27%	12,32
03	TAZMALT	750	851	4,05%	13,46
04	EL KSEUR	732	816	3,88%	11,48
05	TIMZRIT	565	625	2,97%	10,61
06	KHERRATA	548	610	2,90%	11,31
07	AMIZOUR	515	586	2,79%	13,79
08	SIDI AICH	523	580	2,76%	10,90
09	SOUK EL TENINE	429	459	2,18%	7
10	AOKAS	408	455	2,16%	11,52
11	OUED GHIR	400	448	2,13%	12
12	SEDDOUK	389	444	2,11%	14,14
13	IFRI OUZLEGUEN	356	399	1,90%	12,08
	S/Total	10 868	12 384	71,78%	13,94
	TOTAL	18 929	21 026	100%	11,08

LES GRANDES ENTREPRISES : > 250 Salariés

Secteur d'activité	Public		Privé	
	Nbre Entreprise	Nbre Emplois	Nbre Entreprises	Nbre Emplois
Services et travaux publics pétroliers	02	1 088	-	-
I.S.M.M.E	-	-	01	500
Matériaux de construction,	01	507	01	300
Bâtiments et travaux publics	02	583	02	542
Chimie, caoutchoucs, plastique	01	346	-	-
Industries agroalimentaires	-	-	06	7 815
Industrie Textile, bonneterie,	04	1 948	-	-
Industries des cuirs et chaussures	01	494	-	-
Industrie du bois, liège, papier,	01	329	01	770
Transport et communication	01	343	02	609
Services	04	1985	-	-
Total	17	7 623	13	10 536

Evolution des PME privées pendant les cinq dernières années dans la wilaya de Bejaia

Nature PME	Années 2011 Cumul 31/12/2011	Années 2012 Cumul 31/12/2012	Années 2013 Cumul 31/12/2013	Années 2014 Cumul 31/12/2014	Années 2015 Cumul 31/12/2015
PME privées	13 433	15 000	17 166	18 931	21 026
PME Publiques	41	41	41	41	41
Total	13 474	15 041	17 207	18 972	21 067

A. Statistique PME :

Notre travail sur les PME est basé sur le traitement de fichiers CNAS.

B. Evolution des PME pendant les six dernières années

Nature PME	Année 2009 Cumul 31/12/2009	Année 2010 Cumul 31/12/2010	Années 2011 Cumul 31/12/2011	Années 2012 Cumul 31/12/2012	Années 2013 Cumul 31/12/2013	Années 2014 Cumul 31/12/2014	Années 2015 Cumul 31/12/2015
PME privées	11 418	12 463	13 433	15 000	17 164	18 931	21 026
PME Publiques	41	41	41	41	41	41	41
Total	11 459	12 504	13 474	15 041	17 205	18 972	21 067

Tableau n° 05 : Evolution des PME privées par commune

Secteurs d'activités	PME 3 ^{eme} trimestre 2015	Mouvements 4 ^{eme} trimestre 2015				Total de PME 4 ^{eme} trimestre 2015	
		Création	Radiation	Réactivation	Ecart		
01	BEJAIA	6706	140	00	23	163	6869
02	AMIZOUR	567	16	00	03	19	586
03	FERAOUN	215	06	00	00	6	221
04	TAOURIRT IGHIL	72	04	00	00	4	76
05	CHELLATA	78	01	00	01	2	80

Annexes

06	TAMOKRA	22	01	00	00	1	23
07	TIMZRIT	618	03	00	04	7	625
08	SOUK EL TENINE	452	07	00	00	7	459
09	M' CISNA	103	04	00	00	4	107
10	TINBDAR	60	03	00	00	3	63
11	TYCHI	386	06	00	01	7	393
12	SEMAOUN	306	06	00	00	6	312
13	KENDIRA	92	03	00	00	3	95
14	TIFRA	87	01	00	00	1	88
15	IGHRAM	141	07	00	01	8	149
16	AMALOU	166	04	00	00	4	170
17	IGHIL ALI	90	00	00	01	1	91
18	FENAIA ILMATEN	114	04	00	00	4	118
19	TOUDJA	120	01	00	02	3	123
20	DARGUINA	229	06	00	00	6	235
21	SIDI AYAD	65	02	00	00	2	67
22	AOKAS	448	05	00	02	7	455
23	BENI DJELLIL	184	04	00	01	5	189
24	ADEKAR	116	02	00	01	3	119
25	AKBOU	1879	57	02	16	71	1950
26	SEDDOUK	422	13	00	09	22	444

Tableau n° 05 : Evolution des PME privées par commune (suite)

Secteurs d'activités	PME 3 ^{eme} trimestre 2015	Mouvements 4 ^{eme} trimestre 2015				Total de PME 4eme trimestre 2015	
		Création	Radiation	Réactivation	Ecart		
27	TAZMALT	822	22	00	07	29	851
28	AIT REZZINE	205	06	00	00	6	211
29	CHEMINI	188	07	00	02	9	197

Annexes

30	SOUK OUFLA	167	05	00	01	6	173
31	TASKRIOUT	303	06	00	02	8	311
32	TIBANE	68	03	00	01	4	72
33	TALA HAMZA	253	04	00	03	7	260
34	BARBACHA	199	10	00	00	10	209
35	BENI KSILA	101	01	00	01	2	103
36	IFRI OUZLEGUEN	386	12	00	01	13	399
37	BOUHAMZA	131	02	00	02	4	135
38	BENI MELIKECHE	44	01	00	00	1	45
39	SIDI AICHE	574	04	00	02	6	580
40	EL KSEUR	795	18	00	03	21	816
41	MELBOU	203	02	00	00	2	205
42	AKFADOU	88	03	00	00	3	91
43	EL FLAY	115	02	00	00	2	117
44	KERRATA	591	20	01	00	19	610
45	DRAA EL KAID	270	08	00	00	8	278
46	TAMRIDJET	111	01	00	00	1	112
471	AIT SMAIL	201	02	00	00	2	203
48	BOUKHLIFA	96	03	00	01	4	100
49	TIZI NBERBER	100	03	00	00	3	103
50	BENI MAOUCHE	109	02	00	00	2	111
51	OUDGHIR	430	17	01	02	18	448
52	BOUDJELLIL	172	07	00	00	7	179
Total		20 460	477	04	93	566	21 026

TABLE DES MATIERES

Table des matières

INTRODUCTION GENERALE

Chapitre I : Introduction à la notion d'entrepreneuriat

Introduction	05
Section 1 : Définition et notion clé de l'entrepreneuriat	06
1.1. La conception de l'entrepreneuriat	06
1.1.1. Un processus lié a la notion d'opportunité.....	07
1.1.1. Un processus d'émergence organisationnelle	07
1.1.2. Un processus lié à la création de valeur nouvelle.....	07
1.2. Définition de l'entrepreneuriat et notions voisine	08
1.2.1. L'entrepreneuriat	08
1.2.2. L'entrepreneur	09
1.2.3. La création d'entreprise.....	09
1.2.4. La reprise d'entreprise	09
1.2.5. L'intrapreneur.....	10
1.3. Les caractéristiques de l'entrepreneur	10
1.3.1. L'entrepreneur innovant	10
1.3.2. L'entrepreneur manager.....	11
1.3.3. L'entrepreneur et le leadership	11
1.3.4. L'entrepreneur organisationnel.....	12
1.4. Typologie des entrepreneurs	12
Section 2 : L'évolution de la notion d'entrepreneur	15
2.1. L'origine du concept d'entrepreneur.....	15
2.2. L'apparition du système managérial au détriment de l'entrepreneur	16
2.3. La renaissance de l'entrepreneur à l'aube du troisième milliaire.....	18.
2.4. Synthèse de l'évolution de la notion d'entrepreneur	20
Conclusion	22

Chapitre II : Entrepreneurs, contextes et milieu entrepreneurial

Introduction ----- 23

Section 1 : Contextes et milieu entrepreneurial----- 23

1.1. Territoire et milieu entrepreneurial----- 23

1.1.1. Espace et territoire : notions de base ----- 23

1.1.2. Différentes approches du territoire ----- 24

1.1.3. Le milieu entrepreneurial ----- 25

1.2. Les contextes et milieux dans les quels évolue l'entrepreneur----- 26

1.2.1. Famille et socialisation entrepreneuriale ----- 26

1.2.2. Milieux entrepreneuriaux et dispositifs d'appui à la création d'entreprise ----- 28

Section II : Aperçu sur l'évolution de l'entrepreneur privé au sein de l'économie Algérienne32

2.1. Aperçu sur l'évolution de l'économie national ----- 32

2.1.1. L'économie planifiée (1962 – 1979) ----- 32

2.1.2. Les réformes économiques (1980 – 1993) ----- 32

2.1.3. La transition a l'économie de marché (1994 – 2015) ----- 33

2.2. Les ajustements structurels établis sur l'économie Algérienne ----- 33

2.2.1. Avant 1990 ----- 33

2.2.2. Depuis 1990 ----- 36

2.3. Les nouvelles contraintes pour l'entreprise algérienne ----- 41

2.3.1. la mise a niveaux des entreprises nationales----- 41

2.3.2. l'exportation des produits nationaux----- 42

2.3.3. la mise à niveau technologique ----- 42

Conclusion ----- 43.

Chapitre III : La dynamique entrepreneurial, cas : commune de Bejaia

Introduction ----- 44

Section 1 : Présentation synthétique de la wilaya de Bejaia ----- 44

1.1. La situation géographique----- 44.

1.2. L'organisation administrative----- 44

1.3. La population et l'emploi----- 45

1.4. L'agriculture----- 46

1.5.	Les infrastructures de base -----	46
1.5.1.	Le réseau routier -----	46.
1.5.2.	Le port-----	47
1.5.3.	L'aéroport-----	47
Section 2 : Entrepreneuriat et statistiques du secteur des PME à Bejaia -----		47
2.1.	Les PME de Bejaïa au niveau national -----	48
2.2.	Présentation de la population des PME de la wilaya de Bejaia -----	49
2.2.1.	Les PME privées-----	49
2.2.2.	Les PME publiques-----	50
2.2.3.	Population du secteur de la PME -----	50
2.3.	Répartition des PME privées de la wilaya de Bejaïa -----	51
2.3.1.	Répartition des PME privées par secteur d'activité -----	51
2.3.2.	Mouvement des PME privées dans la commune de Bejaia-----	52
2.3.3.	Répartition spatial et par tranches d'effectif des PME privées de la wilaya de Bejaia	52
Conclusion -----		53

Chapitre IV : Entrepreneur et milieu entrepreneurial, Cas : commune de Bejaia

Introduction -----		54
Section1 : La démarche méthodologique de l'enquête -----		54.
1.1.	La population enquêtée -----	54
1.2.	L'échantillon enquêté -----	55
1.3.	Conception et contenu du questionnaire d'enquête-----	55
1.3.1.	Identification et caractérisation de l'entreprise et de l'entrepreneur privé -----	56
1.3.2.	Impacte du milieu entrepreneurial sur le comportement de l'entrepreneur privé -----	56
1.3.3.	Attractivité du milieu entrepreneurial engendré par l'entrepreneur privé -----	56
1.4.	Le déroulement de l'enquête-----	56
Section2 : Analyse et interprétation des résultats -----		57
2.1.	Identification des entreprises et caractéristiques des entrepreneurs privés enquêtées ---	57
2.1.1.	Identification de l'échantillon -----	58
2.2.2	La taille des entreprises enquêtées-----	59
2.2.3.	L'origine du recrutement selon la catégorie de l'entreprise-----	60
2.2.4.	Le secteur d'activités -----	60

2.2.5. L'origine du créateur de l'entreprise -----	61
2.1.6. Les motivations qui ont conduit l'entrepreneur a crée sont entreprise dans la commune de Bejaia -----	62
2.2. L'impact du milieu entrepreneurial sur le comportement des entrepreneurs privés enquêtés -----	63
2.2.1. La nature de l'entreprise -----	63
2.2.2. Le type de relations entretenues avec les acteurs du territoire de localisation -----	64
2.2.3. Type de relation de l'entrepreneur avec les acteurs du même territoire de localisation	65
2.2.4. Les avantages des relations entrepreneur-acteurs-----	65
2.2.5. La proximité -----	66
2.2.6. L'origine de la main d'œuvre recrutée-----	66
2.2.7. La participation a des programmes de formations -----	67
2.3 L'attractivité du milieu entrepreneurial engendré par l'entrepreneur privé-----	69
2.3.1. L'impact de l'activité de l'entrepreneure -----	69
2.3.2. Le nombre d'emplois créer depuis l'entrez ont activité de l'entrepreneur privé-----	69
2.3.4. Le savoir faire-----	69
Conclusion -----	70
Conclusion Générale-----	72
Bibliographie-----	74
Annexes -----	78
Table des matières	

Le comportement de l'entrepreneur privé à l'égard de son milieu entrepreneurial

(Essai d'analyse à partir du cas de la commune de Bejaïa)

Résumé

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

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