

UNIVERSITÉ ABDERRAHMANE MIRA DE BEJAIA
Faculté des Sciences Économiques, Commerciales et des Sciences de
Gestion

Département Sciences de Gestion



Mémoire de fin de cycle en vue de l'obtention du diplôme de Master 2

Option : Entrepreneuriat

Thème

**L'entrepreneur et les motivations de création
d'entreprise : cas de la commune de Bejaia**

Travail élaboré par :

M^{elle} : ARAB Dalila

M^{elle}: DJERADA Katia

Sous la direction de :

M^{me} : Timeridjine Massicilia

Session Juin

remerciement

Nous remercions d'abord dieu, qui nous a donné ses facultés morales et intellectuelles pour penser, réfléchir, observer et concrétiser ce travail avec une large patience. C'est d'ailleurs, grâce à dieu qui nous a entourées d'aimables personnes compréhensibles et coopératives, qui nous avons mené à bien notre tâche.

*Nous tenons à remercier vivement notre promotrice **M^{me} Timridjine massicilia**, qui nous a fait l'honneur de bien vouloir nous encadrer et pour nous assurer les meilleures conditions de travail, pour ses précieux conseils et gratitude ainsi que sa générosité d'aider et pour la disponibilité qu'elle a toujours manifestée à notre égard.*

Nos vifs remerciements s'adressent également à Monsieur le président du jury et les membres de jury pour l'honneur de juger ce travail.

Nos remerciements les entrepreneurs privés que nous avons enquêtés, pour avoir accepté de collaborer à ce travail en répondant soigneusement à nos questions.

Nous tenons aussi à exprimer nos chaleureux remerciements à tous ceux qui ont contribué à l'élaboration de ce modeste travail.

KATIA&DAILA

DEDICACES

Je dédie ce modeste travail

A mes chers parents ;

Ce travail est bien au delà, je le dois à mes très chers parents qui m'ont fournis au quotidien un soutien et confiance sans faille, m'ont donné un magnifique modèle de labeur et de persévérance. J'espère qu'ils trouveront dans ce travail toute ma reconnaissance et tout mon amour. Que dieu vous protège.

A mes sœurs ;

Linda, Kahina, Louiza, Malika et ma chère Sonia ;

Il n'y a pas de termes assez forts pour décrire le profond respect et l'admiration que je vous porte, Je vous remercie pour votre patience, et judicieux conseils

Je vous aime énormément.

A mes frères ;

Rachid, Sofiane et surtout Redouane, vous étiez toujours à mes côtés.

A mes chers amis ;

Hilal, Tamo, Mima, Katia, Thafsouth, Massi, Billal.

Pour tous les moments agréables qu'on a passé ensemble. Je ne vous oublierai jamais

Un merci particulier à mon amie, ma conseillère « DJAHED KARIMA »

Pour avoir rempli ces cinq années d'études de souvenirs en tous genres.

Pour avoir été là, dans les bons comme dans les mauvais moments.

A ma binôme Katia,

Je dédie ce travail qui n'est tout autre que le résultat d'un dur labeur que nous avons mené à deux et sans qui il n'aurai jamais vu le jouer, merci infiniment.

Dalila

Dédicace

Je dédie ce modeste travail à la mémoire de mon défunt père qui a été toujours dans mon esprit et dans mon cœur, je te dédie aujourd'hui ma réussite. Que dieu, le miséricordieux, t'accueille dans son éternel paradis.

A Ma très chère mère qui est à la fois une maman, une amie, elle est à côté de moi pendant les moments gais et difficile, tu as été toujours une mère idéale, que dieu t'accorde une longue vie et te garde en bonne santé.

A mes deux chers frères : Azzedine, Tahar. Mes anges amayas et zineddine

A mes chères sœurs : Akila, Zina, Bahia, yasmina et Djazira

Il n'y a pas de termes assez forts pour décrire le profond respect et l'admiration que je vous porte, je vous remercie pour votre patience, et judicieux conseils, je vous aime énormément

A mes chers amis et particulièrement les plus Intimes, en témoignage des moments inoubliables et des liens solides qui nous unissent.

A ma chère binôme Dalila, ma douce sœur qui a eu la patience durant ce mémoire, et qui m'a soutenu et encouragé pendant tous les moments difficiles vécus, merci infiniment.

Katia

Liste des abréviations

TPE : très petite entreprise

PME : petite et moyenne entreprise

ANSEJ : agence nationale de soutien à l'emploi des jeune

ANDI : agence nationale de développement de l'investissement

PIC: Pérennité, Indépendance et Croissance.

CAP: Croissance, Autonomie et Pérennité.

BTPH: bâtiments des travaux publique et hydraulique

CNRC: centre national du registre de commerce

SAT: superficie agricole totale

SAU: superficie agricole utile

ISMME : industrie sidérurgiques, métalliques, mécaniques et électrique.

Sommaire

Introduction générale	1
Chapitre 1 : revue littérature sur l'entrepreneur et les motivations de création d'entreprise	4
Introduction	4
Section 1 : l'entrepreneur : l'acteur de développement	4
Section 2 : les motivations de l'entrepreneur à l'égard de l'entrepreneuriat.....	12
Section 3 : la création de l'entreprise	21
Conclusion.....	27
Chapitre 2 : Présentation et analyse de l'enquête porté sur les motivations de création d'entreprise à Bejaia	29
Introduction	29
Section 1 : la présentation socio-économique de la wilaya de Bejaia	29
Section 2 : Indicateur de l'entrepreneuriat à Bejaia	33
Section 3 : Présentation et interprétation des résultats de l'enquête	43
Conclusion.....	73
Conclusion générale	74
Bibliographie.....	76
Liste des figures	80
Liste des tableaux	83
Annexes	84

Introduction

générale

Introduction générale

L'entrepreneuriat occupe une place très importante dans les recherches et les politiques économiques. Il est considéré comme un vecteur vital grâce à ses apports à l'économie et à la société en ce qui concerne la création d'emploi et la croissance économique. C'est grâce à la présence d'une population nombreuse d'individus entrepreneurs, ainsi qu'au renouvellement du parc d'entreprise qui permet de renouveler et reconstruire le tissu économique que cette dernière s'accélère.

L'entrepreneuriat est un champ disciplinaire à part entière qui a connu un essor important et un intérêt croissant avec une multiplication de travaux académiques depuis les années 80. L'étude de ce champ est au cœur des débats dans plusieurs pays au monde.

Les similitudes et les différences entre les divers pays dépendent généralement des écarts de leurs taux d'emplois et du développement de nouvelles entreprises.

L'Algérie a commencé dès l'indépendance des changements en vue de mettre en place une économie nationale en remplacement de l'économie héritée du colon. Un bouleversement économique a été connu dans les années 1990, et cela en passant d'une économie socialiste vers l'économie de marché. L'ouverture de l'économie a mené à la privatisation des entreprises ce qui a enclenché une croissance fulgurante du nombre d'entreprises privées en très peu de temps.

L'entrepreneuriat en Algérie est qualifié d'«entrepreneuriat de survie » où l'entrepreneur crée son entreprise par contrainte sociale. Il a créé par nécessité et non pas pour exploiter une opportunité ou dans un objectif stratégique ce qui donne un tissu économique entrepreneurial très instable au vu du taux de mortalité des entreprises.

Pour mettre en place un climat économique propice à la création d'entreprise et pour soutenir l'entrepreneuriat, les pouvoirs publics ont créé toute une série d'institutions et d'organismes chargés d'encourager la PME (Ministère de la PME, Fonds de garantie...) ainsi qu'un nombre de dispositifs de soutiens à la création d'entreprises et de promotion de l'investissement privé telle que l'ANSEJ, l'ANDI,etc.

Pour mieux expliquer la dynamique entrepreneuriale privée, vaut mieux mettre l'accent sur les acteurs eux-mêmes.

Introduction générale

Les entrepreneurs sont influencés par le système social et économique auquel ils prennent part, et puisque cette situation est en état de changement, les motivations des entrepreneurs diffèrent d'un pays à l'autre et d'une époque à l'autre, De ce fait, l'Algérie inculque des motivations différentes de par son contexte social et économique.

« La motivation est l'ensemble des raisons qui poussent un individu à agir pour réaliser un objectif » qui est dans notre cas la création de sa propre entreprise. Plus le pourquoi entreprendre est fort, plus la motivation à aller jusqu'au bout est puissante et durable et vice versa. Comme on ne crée pas une entreprise sans raison précise, la création correspond donc à un comportement qui révèle un besoin.

La problématique de notre recherche peut donc être formulée de la façon suivante : **quels sont les facteurs qui poussent un individu à devenir entrepreneur ?** Et dans le souci de limitation de notre champ de recherche, par une limitation géographique nous avons choisi d'étudier le cas de la commune de Bejaia.

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

- ✓ **Question n°1** : Qu'est ce qu'un entrepreneur ? Et quelles sont ses caractéristiques ?
- ✓ **Question n°2** : Quelles sont les motivations des entrepreneurs qui sont à l'origine de la création d'une entreprise ? et qu'est ce qui les fait agir ?
- ✓ **Question n°3** : Comment crée-t-on une entreprise ?

Pour tenter de répondre à ces questions nous posons les hypothèses suivantes :

- ✓ **Hypothèse n°1** : l'entrepreneur privé, cherche à être indépendant et autonome.
- ✓ **Hypothèse n°2** : les facteurs socioculturels influencent la création chez les jeunes de la région de Bejaia.
- ✓ **Hypothèse n°3** : l'expérience professionnelle joue un rôle important dans la sélection du secteur d'activité dans lequel le porteur investit.

Méthodologie

Afin de vérifier nos hypothèses, nous nous sommes engagés dans une étude d'une catégorie précise des entrepreneurs, en choisissant de diriger notre recherche vers des

Introduction générale

entrepreneurs créateurs d'entreprises de petite et moyenne taille, celles qualifiées de TPE (très petite entreprise). Pour la récolte des données, nous avons opté pour un entretien directif auprès d'un échantillon représentatif, qui est composé de 30 TPE Privées, qui se localisent au niveau de la wilaya de Bejaia.

Structure

Ainsi ce mémoire se présente sous la forme de deux chapitres. Pour le premier chapitre, il retrace la littérature existante sur notre thème qui sera divisé en trois sections; la première présentera quelques définitions de l'acteur du développement entrepreneurial « l'entrepreneur », avec une présentation des différentes typologies qui peuvent le décrire, ainsi que ses caractéristiques. La deuxième présentera quelques théories qui nous permettront de comprendre l'acte d'entreprendre mais aussi les motivations des entrepreneurs à créer une entreprise. Dans la troisième section nous allons présenter les types de création ainsi que les contraintes qui existent lors de cette dernière.

Le second chapitre aborde la partie empirique de notre mémoire, dans lequel une présentation socio-économique de la région d'étude de la wilaya de Bejaia sera abordée dans la première section. Ensuite dans la deuxième section, nous essayerons de faire ressortir l'évolution de la PME privée durant les cinq dernières années. Enfin une troisième section sera consacrée à l'analyse des données et l'interprétation des résultats.

Chapitre 01

Chapitre 01 : revue littérature sur l'entrepreneur et les motivations de création d'entreprise

Introduction

La prise en compte de l'individu entrepreneur, en tant qu'acteur essentiel au déroulement du processus entrepreneurial et l'identification des déterminants de succès entrepreneurial, a conduit au développement de champs de la recherche de cette dernière.

De ce fait, dans ce chapitre, nous allons présenter en premier lieu (section I) l'acteur de développement « l'entrepreneur ». Cela en puisant dans des travaux d'économistes, tel que R. Cantillon, J.B. Say, J. Schumpeter, allant vers une optique de présentation des typologies les plus reconnues et reprises par les chercheurs, ainsi que les caractéristiques individuelles qui lui permettent de prévoir la réussite de son projet.

Plusieurs études démontrent que les fondateurs d'entreprise possèdent certaines caractéristiques particulières. C'est ce qu'on nous allons voir dans la deuxième section qui sera consacrée à la motivation à l'égard de l'entrepreneuriat dont on a essayé d'expliquer la notion de la motivation, comprendre l'acte de décision entrepreneuriale et les motivations des entrepreneurs.

Par la suite, puisque à la base de développement de tout secteur dit privé se trouve la création d'entreprises, nous porterons notre attention dans la troisième section sur la présentation de cet acte fondamental de l'entrepreneuriat.

Section 01 : l'entrepreneur, l'acteur de développement

Plusieurs économistes ont fait des études sur l'entrepreneur, et dans cette section nous allons essayer de citer quelques définitions et théories données par certains chercheurs.

1. Qu'est-ce qu'un entrepreneur

L'entrepreneur est le sujet, l'acteur, et la création d'entreprise, le résultat de son action. Aussi l'entrepreneuriat ne peut-il être défini qu'en faisant référence à l'entrepreneur. Or il n'y a toujours pas accord, dans la littérature, sur ce qu'est ou n'est pas un entrepreneur.

Selon Boutillier et Uzunidis « l'entrepreneur est une espèce d'intermédiaire, il est rarement un producteur. Il se singularise par rapport au commun par son aptitude prompte à

prendre des risques. Puis, Durant le moyen âge français, le mot « entrepreneur » désignait une personne qui assume une tâche. Dans un sens plus général, le mot « entrepreneur » désignait au XVIII siècle « celui qui entreprend quelque chose », ou encore un individu très actif ». (Boutillier et Uzunidis, 1995).

Plusieurs auteurs partagent la définition de ce terme :

Richard Cantillon (1755), est le premier à faire rentrer le mot « entrepreneur » dans la théorie économique, désigne que « l'entrepreneur est celui qui assume le risque de l'incertain, du non probabiliste, il s'engage de façon ferme vis-à-vis d'un tiers, sans garantie de ce qu'il peut en attendre »¹ c'est donc quelqu'un qui affronte le risque, c'est-à-dire qu'il n'ya aucune garantie de ce qu'il va recevoir d'après sa décision d'entreprendre.

Jean-Baptiste Say, définit cet acteur comme « celui qui entreprend de créer pour son compte, à son profit et à ses risques, un produit quelconque. » (A. Leghima ; S. Meguelti, 2006). L'entrepreneur prend tous les risques à sa charge ; et accepte d'être rémunéré par des profits.

Selon S. Boutillier « il administre l'œuvre de la production ; il est le centre de plusieurs rapports ; il profite de ce que les autres savent et de ce qu'ils ignorent ; et de tous les avantages accidentels de la production ».

Joseph Schumpeter (1935), « l'entrepreneur est celui qui introduit et conduit l'innovation ». Selon Hernandez. E.M cette innovation peut revêtir différents aspects : fabrication d'un bien nouveau, introduction d'une méthode de production nouvelle, conquête d'un nouveau débouché, conquête de nouvelle source de matières premières, réalisation d'une nouvelle organisation de la production. Donc l'entrepreneur est celui qui crée une combinaison des facteurs de production de manière à innover au sein du processus de développement économique.

Selon Fillion 1988, « Un entrepreneur est une imaginative, caractérisée par une capacité à se fixer et à atteindre des buts. Cette personne maintient un niveau élevé de sensibilité en vue de déceler des occasions d'affaires. Aussi longtemps qu'il ou elle continue d'apprendre au sujet d'occasions d'affaires possibles et qu'il ou elle continue à prendre des

¹ HERNANDEZ EMILE Michel, le processus entrepreneurial, l'harmattan, 1999

décisions modérément risquées qui visent à innover, il ou elle continue de jouer un rôle entrepreneurial»²

Pour lui c'est réaliser son but que l'entrepreneur rentre en action avec une capacité de détecter des occasions d'affaires. Pour que la vision puisse se développer, il faut que l'entrepreneur continue à apprendre de son environnement. Il doit aussi, pour la réaliser, prendre des décisions modérément risquées s'il veut rester en affaires.

Pour Synthétiser, d'après les définitions soulevées ci-dessus, l'entrepreneur est un individu imaginatif orienté vers l'action. Sa fonction consiste à saisir une opportunité en vue de réaliser un profit, profitant du savoir des savants pour créer de nouveaux produits, mais qui doit en assurer les risques, tout en sachant prévoir, organiser et agir, et surtout mettant en action un processus innovant.

2. Typologie d'entrepreneur

2.1. Les figures typologiques proposées dans la littérature entrepreneuriale

L'absence d'une définition précise de l'entrepreneur, a poussé les chercheurs à diriger leur recherche autour des traits de l'entrepreneur, cela a abouti vers une mise en lumière de plusieurs typologies de ce dernier.

Nous commençons par Norman Smith qui, en 1967, identifie deux types d'entrepreneurs (Hernandez, 1999) :

- **L'entrepreneur-artisan** : défini comme ayant une éducation limitée, détenant une formation technique, ne peut pas composer avec son environnement, se méfiant des emprunts. Il adopte une attitude paternaliste au sein de son entreprise.
- **L'entrepreneur opportuniste** : possède plus d'éducation et ses expériences de travail sont diversifiées et nombreuses, mieux intégré dans son environnement, très bon communicant, cherchant à développer l'affaire qu'il a créé.

J. Laufer identifie quatre types d'entrepreneur selon les motivations psychologiques et les comportements économiques, et cela selon une étude qui portait sur soixante créations d'entreprise, entre 1955 à 1970³:

² LOUIS Jacques Fillion, « le champ de l'entrepreneuriat : historique, évolution, tendances », 1997, vol 10, numéro 2.

- **L'entrepreneur manager et innovateur** : formé dans une grande école, et ayant une expérience dans de grandes entreprises, ce type est motivé par le besoin de création, de réalisation et de pouvoir, intéressé plutôt par une dynamique de croissance.
- **L'entrepreneur propriétaire** : la croissance et l'autonomie financière représente pour lui des objectifs importants, donc ses préoccupations permanentes sont la recherche d'équilibre entre la croissance et l'autonomie, généralement il crée son entreprise à la suite d'un parcours comme subordonné, et son niveau d'instruction n'est pas élevé.
- **L'entrepreneur technicien** : refuse de la croissance mais cherche l'efficacité, cet entrepreneur choisit un objectif d'indépendance et refuse la croissance qui pourrait l'amener à ne pas atteindre ce but prioritaire. Les besoins de pouvoir et d'autorité sont ses principales motivations. Très fréquemment, l'orientation technologique de l'entrepreneur et de l'entreprise est présente.
- **L'entrepreneur artisan** : recherche en priorité de positions protégées sur le marché, de l'indépendance personnelle et d'un avantage financier, survie. Ainsi il accorde de l'importance à l'autonomie, mais seulement afin de garder son entreprise dans le sésail familial.

Knight 1983, à observer trois types d'entrepreneurs

- **L'artisan-inventeur** : motivé par l'innovation, et voulant développer un nouveau produit ;
- **Le promoteur** : ses compétences relèvent du domaine commercial, marketing et vente ;
- **Le gérant-général** : coordinateur, réunissant des éléments et des connaissances - extérieures pour réaliser sa création.

J.C. Ettinger, en 1983, a proposé une vue simplifiée de la typologie de J.Laufer, basée sur l'analyse des motivations entrepreneuriales, telles que le besoin de création, le pouvoir et l'autonomie. Deux catégories principales subsistent (ALAIN Fayolle, 2003) :

³ ALAIN Fayolle, « le métier de créateur d'entreprise », édition, d'organisation 2003

- **Les entrepreneurs indépendants** : équivalents des entrepreneurs artisans, pour lesquels le besoin d'autonomie est dominant, se caractérise par une faiblesse organisationnelle ;
- **Les entrepreneurs créateurs d'organisations** : regroupent tous les autres types de la grille de J.Lauffer, pour lesquels le besoin de pouvoir est dominant.

P-A. Julien et Marchesnay proposent cette typologie, en partant du principe qu'il existe trois grandes aspirations socio-économiques chez l'entrepreneur :

- La pérennité de son entreprise ;
- L'indépendance : l'autonomie surtout dans la prise de décision ;
- La croissance : la volonté de puissance et désir de pouvoir.

Ils distinguent ainsi deux grands types d'entrepreneurs :

- **Une logique d'action patrimoniale (PIC)** : le développement de l'entreprise est soumis aux conditions de pérennisation et d'indépendance, c'est-à-dire la capacité de l'entrepreneur et de sa famille à créer des richesses qui seront réinvesties dans l'affaire ;
- **Une logique d'action entrepreneuriale (CAP)** : elle se situera dans les activités turbulentes, évolutives, donc privilégiant la croissance forte, c'est-à-dire, la recherche du cadre et des conditions les plus sécurisantes, semblent être ses ressorts principaux.

Selon M. Henni « un « CAP » peut évoluer vers un « PIC » lorsque son entreprise devient mature et identifiable dans le marché. Les deux auteurs reconnaissent des limites de leurs apports car ces typologies trouvent leur vérification dans les cas ultimes ; ou bien extrêmes. »

Chaque typologie renvoie à des critères et à des dimensions qui constituent, d'une certaine façon, des facteurs essentiels de compréhension des entrepreneurs. On peut dire que ces derniers peuvent s'identifier selon plusieurs situations condition de création, le profil du dirigeant, les conditions d'innovation et la logique d'action.

Les typologies proposées par J. Lauffer et J.C. Ettinger, nous semblent plus pertinentes et répondent mieux à notre thème de recherche.

2.2. Les typologies d'entrepreneurs en Algérie

Mohamed Madoui, s'appuie sur une récente recherche conduite auprès de cinquante entrepreneurs de la région d'Alger et de Kabylie, travaillant dans divers secteurs d'activité. Quatre types principaux d'entrepreneur se distinguant par leur trajectoire socioprofessionnelle, leurs motivations à créer et à diriger une entreprise sont ainsi dégagées⁴:

- **Les entrepreneurs reconvertis** : cette catégorie regroupe les anciens fonctionnaires et cadres du secteur public (directeurs, gestionnaires, ingénieurs, etc.), qui se sont reconvertis par opportunité dans les années quatre-vingt-dix dans le secteur privé en créant leur entreprise soit seuls ou en s'associant à des porteurs de capitaux (amis ou membre de la famille). Ce type d'entrepreneur âgé de plus de cinquante ans et ont un niveau d'instruction initial élevé égale ou supérieur au baccalauréat obtenu généralement dans des filières techniques bénéficiant de formations continues de haut niveau et d'un réseau de relations qui constituent un atout dans leur décision d'entreprendre. Leurs motifs avancés relèvent le plus souvent de l'opportunité nouvelle de « faire de l'argent » et d'échapper au monde « routinier » et « trop hiérarchisé » de la fonction publique.
- **Les entrepreneurs contraints** : ce type d'entrepreneur voit la création d'entreprise comme un moyen d'échapper au chômage et à la précarité due à la crise liée au contexte de transition vers l'économie de marché. Ces reconversions dans le secteur privé sont le fait d'une contrainte qui intervient suite à un licenciement économique ou à une situation de chômage qui dure et perdure, confrontés à l'inactivité à un âge qu'ils jugent eux-mêmes très critique (45-50 ans) pour leur employabilité. Ils ont créé leur entreprise dans des domaines forts éloignés du métier ou de la fonction qu'ils avaient exercée jusque-là (BTP, transport en commun, quincaillerie, etc.).
- **Les entrepreneurs migrants** : ce sont des entrepreneurs qui, de par leurs trajectoires, ont connu une longue période d'immigration en France où ils disent avoir acquis une longue expérience professionnelle soit en qualité de commerçants, soit en tant que salariés et ouvriers dans des usines françaises. C'est dans le registre de « l'opportunité » que sont explicitées les raisons à rentrer en Algérie et à créer une entreprise : l'opportunité des nouvelles lois du secteur privé- ouverture et remise en cause de la gestion socialiste. Il y'a également le cas des jeunes entrepreneurs ayant

⁴MADAOUÏ. M « Les nouvelles figures de l'entrepreneuriat en Algérie : un essai de typologie » cahier du CREAD, 2008, n°85-86.

créé leur entreprise grâce en grande partie à l'aide financière du père, de frère ou de l'oncle installé depuis longtemps en France ou à l'étranger (Etats-Unis, Canada, etc.). Dans ce dernier cas se sont des jeunes qui ont quitté l'Algérie au début des années quatre-vingt pour poursuivre leurs études à l'étranger et qui y sont restés après l'obtention de leur diplôme.

- **Les entrepreneurs héritiers** : se caractérisent par la présence dans la famille d'une longue tradition commerçante et entrepreneuriale qui remonte parfois à plusieurs générations. On trouve deux types de dirigeant à la tête de ces entreprises créées, le premier type est représenté par des patrons ayant pris la relève vers 40 ou 50 ans et qui ont commencé à travailler très jeunes dans l'entreprise familiale, leur niveau d'instruction est assez bas. Ces héritiers sont motivés par un seul objectif : poursuivre le métier du père et perpétuer les traditions du travail familial. Le second type représenté par des jeunes patrons (25-30 ans) ayant pris la relève par héritage ou par reprise de l'entreprise familiale, leur niveau d'instruction et de qualification est élevé (Bac+3 et plus).

3. Les caractéristiques de l'entrepreneur

L'entrepreneur demeure l'acteur clé de-là dynamique entrepreneuriale (A. Fayolle, 2005). Ceci justifie l'intérêt continu sur l'étude des caractéristiques individuelles qui permettent de prévoir la réussite du projet entrepreneurial. D'après Blawat, les caractéristiques se décomposent en trois dimensions : la personnalité (le profil), la motivation, et les compétences d'entrepreneur⁵.

3.1. Le profil de l'entrepreneur

Le succès des entrepreneurs est lié à un ensemble de caractéristiques qualifiées d'entrepreneuriales. Il est impossible de retrouver chez une même personne toutes ces caractéristiques. Chez un entrepreneur, certaines sont plus fortes que d'autres, ce qui fait que chacun possède un profil bien particulier tout en possédant plusieurs caractéristiques communes contribuant à son succès.

L'étude de la personnalité entrepreneuriale a dégagé un certain nombre de caractéristiques qui l'emporte chez les entrepreneurs telle que : le besoin d'accomplissement,

⁵ BERREZIGA Amina & MEZIANE Amina, colloque national sur « la culture entrepreneuriale chez les entrepreneurs algériens », université kasdi Merbah Ouargla, 1993, p 5-7.

l'internalité du lieu de contrôle, la propension à la prise de risque, l'optimisme entrepreneurial, la créativité.

3.2. Les compétences de l'entrepreneur

L'entrepreneuriat est un processus à part entier qui nécessite des compétences spécifiques pour exercer ses différentes fonctions relatives à la création, les planifications, l'organisation, la coordination...etc.

Dans la spécialité de l'entrepreneuriat, plusieurs auteurs ont proposé des classifications typologiques des compétences des entrepreneurs qui concernent l'identification d'opportunités ; vision stratégiques ; gestion du réseau d'affaire ; gestion du temps, du travail ; gestion financières, marketing, ressources humains ; gestion des lois et règlements....

Chakir.A décompose les compétences nécessaires à l'exercice du métier entrepreneur en quatre catégories :

- **Compétences managériales typiques** : avoir une vision ou le savoir devenir, capacité à résoudre des problèmes, aptitudes dans le domaine de l'organisation, la prise de la décision, la communication et le prise de responsabilité ;
- **Compétences sociales** : capacités d'écoute, savoir constituer et tirer profit des réseaux, relations humaines (aptitudes dans le domaine de la coopération, du travail en groupe) ;
- **Aptitudes personnelles** : confiance en soi, motivation, énergie, capacité de résistance et d'endurance, capacités conceptuelles ;
- **Compétences entrepreneuriales typiques** : esprit d'initiative, sens de l'action et de la créativité, prise de risques au niveau de la concrétisation des idées.

3.3. Comment acquérir les compétences entrepreneuriales ?

Il est important pour tous les entrepreneurs ou entrepreneurs potentiels de savoir comment obtenir et améliorer ses compétences d'une manière continue afin d'exercer efficacement ses fonctions, Il existe plusieurs manières pour acquérir ces compétences.

T. Verstrete classe les compétences en deux catégories :

- Celles utiles au démarrage de l'entreprise à vocation plutôt informative : aide à la création, accès au crédit, conditions fiscales, insertion dans le milieu local ... qui

seront avantageusement supportées par des actions comme l'accompagnement de projet, ou les conseils individuels, les échanges personnalisés de groupes ayant les mêmes préoccupations.

- Celles utiles à la gestion de l'entreprise : sont plutôt techniques et constituent un certain bagage : approche commerciale, management des ressources.

Tableau N°1 : caractéristiques attribuées aux entrepreneurs par les spécialistes de comportement

Innovations	Besoin de réalisation
Leaders	Internalité
Preneurs de risques modérés	Confiance en soi
Indépendants	Implication à long terme
Créateurs	Tolérance à l'ambiguïté et à l'incertitude
Energiques	Initiative
Persévérants	Apprentissage
Originaux	Utilisation de ressources
Optimistes	Sensibilité envers les autres
Orientés vers les résultats	Agressivités
Flexibles	Tendance à faire confiance
Débrouillard	Argent comme mesure de performance
Hornaday, 1982	
Meredith, Nelson et al, 1982	
Timmons, 1978	

Source : Louis Jaques Fillion, le champ de l'entrepreneuriat : historique, évolution, Montréal, 1997, p.9.

Section 02 : les motivations de l'entrepreneur à l'égard de l'entrepreneuriat

Dans cette section nous allons procéder à la présentation des différents facteurs de la création de l'entreprise qui vont permettre de mieux appréhender les déterminants de l'entrepreneuriat.

1. Définition de la motivation

La motivation d'une manière générale, selon le dictionnaire de l'éducation de Legendre (1993) est définie comme : « un ensemble de désirs et de volonté qui pousse une personne à accomplir une tâche ou à viser un objectif correspondant à un besoin ». Le dictionnaire de psychologie de Larousse (1989) l'a décrit comme : « l'ensemble des facteurs dynamiques qui déterminent la conduite d'un individu ».

Steers et Porter soutiennent que la motivation est définie comme : « ce qui stimule le comportement humain : ce sont les forces énergétiques qui, chez les individus, les poussent à se comporter de certaines manières et les forces environnementales qui souvent déclenchent ces conduites »⁶.

Les définitions de la motivation sont souvent très divergentes et varient d'un auteur à un autre :

Selon Vallerand et Thill (1993) : « la motivation représente le construit hypothétique utilisé afin de décrire les forces internes et/ou externes produisant le déclenchement, la direction, l'intensité et la persistance du comportement »⁷.

Louart (1997) rappelle que le « concept de motivation sert à traduire les aspects dynamiques de la conduite humaine. Il explique les liens entre l'activité de l'énergie interne et son orientation vers des buts particuliers. L'homme agit selon des directions qu'on peut interpréter de façon causale ou projective. Dans le premier sens, la motivation est le fruit de déterminations plus ou moins conscientes. Dans le second, elle mobilise le sujet vers des

⁶ MAUGERI, Salvatore « Théories de la motivation au travail » Edition Dunod, 2013, p12.

⁷ FENOUILLET, Fabien, « la motivation », Edition Dunod, éd 2eme, 2012, p19.

finalités construites à partir de représentations et des enjeux qu'il y voit pour lui-même. Les deux façons de voir sont complémentaires»⁸.

La motivation peut être vue sous trois aspects à la fois : attitude, intention et comportement. C'est bien ce qu'indique, en France, la définition de Levy-Leboyer (1984) : « la motivation est un processus qui implique la volonté d'effectuer une tâche ou d'atteindre un but, donc un triple choix : faire un effort, soutenir cet effort jusqu'à ce que l'objectif soit atteint, y consacrer l'énergie nécessaire »⁹ Enfin, la motivation dans le cadre entrepreneurial traduit les liens entre l'activation de l'énergie interne et son orientation vers la création d'une entreprise. Elle est le résultat de déterminants personnels et environnementaux plus ou moins conscients. L'individu agit selon des directions qu'on peut interpréter de façon causale ou projective. L'énergie interne prend sa source dans l'existence de besoins non satisfaits.

2. Comprendre l'acte entrepreneurial

Divers auteurs ont essayé d'expliquer le processus entrepreneurial en présentant des modèles conceptuels. Nous examinerons celles qui nous semblent plus pertinentes.

2.1. Les approches par les traits de personnalité

L'approche par les traits de personnalité, diversement appelée approche psychologiques, elle repose sur l'hypothèse que certains traits psychologiques prédisposent les entrepreneurs à leurs activités entrepreneuriales et que ces traits et caractéristiques les différencient des non entrepreneurs.

L'entrepreneur est vu comme un acteur primordial dont il s'agit de découvrir les motivations, les caractéristiques psychologiques et les traits de personnalité, les caractéristiques sociodémographiques, les habilités, les réseaux et le rôle d'innovateur dans l'économie.

Certains chercheurs ont rencontré des difficultés à classer les entrepreneurs selon leurs traits de personnalité. Par ailleurs, Gartner (1988) a montré l'impossibilité de définir les caractéristiques permettant de discriminer les entrepreneurs dans une population.

⁸CHRISTOPHE Estay, « motivations entrepreneuriale » p46

⁹ Op. Cit

2.2. L'approche par les comportements

Dans l'approche comportementale, la création d'une organisation est le fruit des facteurs contextuels, le résultat d'influence multiple. L'organisation est conçue en tant que premier niveau d'analyse et l'individu est perçu en termes d'activités à mener afin qu'émerge l'organisation. « La recherche sur l'entrepreneur devrait se focaliser sur ce que fait l'entrepreneur et non sur ce qu'il est »¹⁰.

L'approche comportementale est prometteuse du point de vue de la recherche en raison de son caractère très opérationnel. Nous allons citer quelques modèles qui occupent une place importante dans le champ de l'entrepreneuriat :

A. Le modèle de formation organisationnelle de Learned (1992)

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

- **La propension à créer** : certains individus ont une combinaison de caractéristiques psychologiques et un passé professionnel qui les rendent plus susceptibles de créer une entreprise.
- **L'intention de créer** : parmi ceux-ci certains rencontrent des situations qui augmentent leur probabilité de s'engager dans des comportements de création.
- **La structuration des informations** : cette étape consiste à rechercher et à trouver dans l'environnement des informations pertinentes. Selon ce modèle, la décision d'entreprendre peut s'expliquer par un évènement ou une accumulation d'informations. Si l'environnement semble favorable au créateur (capacité de trouver les ressources nécessaires, marché réceptif), il décidera effectivement à se lancer dans son projet. Soulignons que cette approche reste peu précise quant aux facteurs de contingences liés à la décision du porteur de projet.

B. Le modèle de l'évènement entrepreneurial de Shapero (1975)

Le modèle de Shapero de 1975 est le plus connu. L'évènement entrepreneurial est le résultat de la combinaison de quatre variables :

- **La crédibilité de l'acte, variable sociologique** : pour Shapero, elle représente une condition essentielle de la création de l'entreprise : « La plus puissante variable que

¹⁰ MESSEGHM, Karim, « entrepreneuriat », 2011

l'on puisse trouver associé à l'acte de création d'une entreprise est la crédibilité de l'acte d'entreprendre. L'individu doit être capable de s'imaginer lui-même faisant démarrer et dirigeant une entreprise »¹¹.

- **La faisabilité de l'acte, variable économique :** Selon Shapero c'est l'une des variables principales de l'explication de l'évènement entrepreneurial. L'entrepreneur doit être capable de réunir toutes les ressources nécessaires (financières, humaines et techniques) pour démarrer son activité.

La faisabilité de l'acte dépend de six types de ressources, appelées les 6M ou diagramme d'ISHIKIWA (Money, Men, Machines, materials, Market, Management). Ce sont les ressources auxquelles doit accéder l'entrepreneur afin de créer son entreprise.

- **La disposition à l'action, variable psychologique :** Shapero signale le fait que les entrepreneurs ont un grand désir d'indépendance et de contrôle de leur environnement. Les motivations et certaines qualités particulières confèrent aux individus qui les possèdent une disposition plus ou moins marquée à l'action entrepreneuriale.
- **La discontinuité ou déplacement, variables de situation :** D'après Shapero, il existe deux types de situations :
 - a. Situations négatives : sont les plus fréquentes. Il peut s'agir de situations liées à l'emploi, par exemple, insatisfaction dans le travail, absence de possibilité de promotion.
 - b. Situations positives : elles sont plus rares que les situations négatives. Elles résultent de la découverte d'un nouveau produit, la rencontre d'un partenaire, etc.

C. Le modèle de l'action raisonnée

Selon la théorie d'Ajzen (1991), l'intention est le résultat de trois déterminants conceptuels à savoir l'attitude vis-à-vis du comportement, la norme sociale perçue et le contrôle comportemental perçu¹².

¹¹ EMIN Sandrine, « l'intention de créer une entreprise des chercheurs publics : le cas français », p120.

¹² AJZEN, cite par yvon Gasse, « stratégie création et gestion d'une nouvelle entreprise le projet d'entreprise », éd e-theque, 2002.

- **L'attitude** : se forge autour des valeurs et des croyances. Elle se situe donc entre les valeurs centrales et les intentions de comportement.
- **Les normes subjectives** : correspond à la perception d'un individu des opinions des autres personnes dans la prise de décision de s'engager dans un comportement.
- **Le contrôle sur le comportement** : pour Ajzen (1991), le contrôle comportemental perçu correspond à la facilité ou à la difficulté perçue pour réaliser un comportement.

2.3. Les principales dimensions environnementales favorisant la création

Les interprétations de l'acte d'entreprendre se sont constamment déplacées après avoir étudié les créateurs et les traits de l'entrepreneur, vers l'identification des facteurs motivationnels susceptibles d'expliquer les dynamismes entrepreneuriaux. Pourtant, expliquer ces phénomènes nécessite d'ajouter un ensemble de facteurs environnementaux à la dimension individuelle.

Bouchikhi (1990) convoque que le créateur d'entreprise réussit, parce qu'il sait relier les ressources nécessaires pour la réalisation de son projet. Pour lui l'entrepreneur ne peut pas réussir seul et isolément, mais il appartient à un milieu qui le fait évoluer, en lui fournissant tous les moyens matériels et immatériels.

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

A. Les dimensions économiques et démographiques

Les études conçues montrent qu'il y'a un impact significatif entre la croissance de la demande de biens de consommation et le nombre de création d'entreprise dans la plupart des pays. Le lien entre la croissance économique et l'activité entrepreneuriale est analysé dans le cadre des travaux du Global Entrepreneurship Monitor¹³. Certaines recherches ont désigné que l'entrepreneuriat dépend strictement de la masse démographique. Parmi celles-ci, nous mentionnons les recherches de Low et MacMillan (1988) qui confirme que le dynamisme entrepreneurial est fortement attaché à la densité de population des entreprises et aux relations entretenues entre elles, mais en même temps ils doivent faire face à une intensité concurrentielle très forte.

¹³ BERBER Nawel, « l'entrepreneuriat en Algérie. Cas de la wilaya d'Oran » mémoire de magister en management, Oran, 2013.

B. Les raisons socioculturelles

Boutillier et Uzunidis (1999) utilisent le concept de capital pour définir l'ensemble des relations d'un individu. Le capital social aide le porteur de projet dans sa démarche à avoir accès à certains savoirs, capitaux, clients, fournisseurs....durement accessibles sans l'existence de relations interpersonnelles.

C. Les motifs politiques

La dynamique entrepreneuriale est influencée par les actions politiques et gouvernementales.

L'environnement juridique est susceptible d'encourager ou limiter l'initiative individuelle. De plus, la mise en place de certains dispositifs d'accompagnements peut permettre la réalisation d'un projet.

Les Etats permettent des aides spécifiques aux entrepreneurs sous forme d'avantages financiers, formation, conseil et d'assistance aux personnes en difficultés.

3. Les facteurs motivationnels des entrepreneurs

L'identification des motivations est d'autant plus difficile, puisque chaque personne est unique. Cependant les chercheurs parvinrent à circonscrire une quantité limitée de motivations influençant la création d'entreprise.

Il est intéressant d'identifier les facteurs de motivations des entrepreneurs ainsi que la manière dont ils évoluent et dont ils orientent les choix des objectifs assignés à l'entreprise.

Nous verrons ci-dessous les différents types de facteurs influençant l'entrepreneur :

3.1. Les facteurs psychologiques

Les entrepreneurs décident de créer leurs propres entreprises à cause d'eux même. Un ensemble de caractéristiques se réunissent chez l'individu entrepreneur qui l'incite à prendre la décision d'entreprendre.

- **Besoin d'indépendance**

Le besoin d'indépendance ou d'autonomie, a souvent été mentionné dans la littérature comme attributs des entrepreneurs.

Collins et Moore (1964) considèrent le désir d'autonomie comme facteur de base dans la création d'une nouvelle entreprise. Ils suggèrent qu'en ayant un fort besoin d'indépendance, les entrepreneurs sont prêts à sacrifier cette indépendance dans la mesure où ils peuvent choisir comment. Et le sacrifice de leur autonomie est acceptable tant qu'ils ne la perçoivent pas comme étant imposée par une autre personne.¹⁴

- **Besoin d'accomplissement**

De nombreux auteurs font du besoin d'accomplissement ou de réalisation une motivation entrepreneuriale dominante¹⁵.

Ce besoin d'accomplissement peut se voir associé à une volonté de créer quelque chose de nouveau (Donckels, 1989). Selon McClelland, les personnes ayant un fort besoin fort besoin d'accomplissement sont décrites comme ayant cinq attributs de comportement suivant :

- 1) La prise de risque, basée sur la compétence plutôt que sur la croyance au hasard ;
- 2) La prise de responsabilité personnelle face aux décisions ;
- 3) Le désir de connaître les résultats concrets des décisions prises ;
- 4) Une activité énergique et innovatrice ;
- 5) La capacité de planifier à long terme.

- **La prise de risque**

Tout investissement correspond à une prise de risque. Or sans investir, on ne peut pas entreprendre. Le risque est vu comme le risque de perdre, ce qui n'est pas sans conséquences sur le capital et sur le moral de l'entrepreneur (conséquences économiques et psychologiques). Quatre types de risques sont encourus par les créateurs d'entreprises : le risque financier, le risque de carrière, le risque familial et le risque psychique. Tous ceux qui peuvent faire face à une prise de décision avec tous les risques que présente ont la possibilité de devenir des entrepreneurs.¹⁶

¹⁴ CACHON Jean-Charles « Entrepreneurs : Pourquoi ? Comment ? Quoi »

¹⁵ ALAIN Fayolle « le métier de créateur d'entreprise » Editions d'Organisation, 2003

¹⁶ BERBER.N, « L'entrepreneuriat en Algérie », Mémoire de magister en Management , 2014

- **L'internalité de contrôle**

L'internalité décrit un concept en soi où l'individu attribue sa performance à sa propre responsabilité plutôt qu'à celle des autres et où il croit qu'il peut modifier son environnement. L'individu pense qu'il a des bonnes chances de pouvoir orienter sa vie.

- **La créativité et l'innovation**

La fonction principale des entrepreneurs est l'innovation et l'introduction, dans un environnement donné, de nouvelles combinaisons productives, cherchent de nouvelles idées, et introduisent de nouvelles manières de réaliser de nouveaux produits.

Selon certains auteurs, les entrepreneurs ont un comportement particulièrement innovateur et créatif, alors que leur recherche du gain financier représente seulement une raison mineure pour devenir employés à leur compte. La gestion de l'innovation est également considérée comme le principal défi auquel les entrepreneurs font face afin de faire concurrence à leurs adversaires¹⁷.

3.2. Les facteurs sociologiques et culturels

Ce sont des éléments liés aux différents milieux de l'individu, et qui joue un rôle sur leur propension à entreprendre. Ces milieux (famille, école, société, entreprise, territoires), exercent sur l'individu de nombreuses influences.

De façon générale, les antécédents référents aux différentes variables sociodémographiques comme l'âge, le sexe, l'origine de domaine d'études.

- **L'âge**

L'âge de fondateur au moment où il est intéressé à lancer une affaire est également un facteur motivationnel. Les plus jeunes manquent souvent d'expérience, de contacts et de financement ; les plus âgés, eux, ont des contraintes familiales et professionnelles. Dans une étude faite sur les entrepreneurs naissants au Canada, ils ont observé que 57% de ceux-ci ont entre 25 et 44 ans et possèdent jusqu'à 10 ans d'expérience dans le domaine dans lequel évoluera la nouvelle entreprise¹⁸.

¹⁷ CACHON Jean-Charles, «Entrepreneurs : Pourquoi ? Comment ? Quoi », P19

¹⁸ GASSE Yvon, « l'influence de milieu dans la création d'entreprise »

- **La famille et les proches**

Pour certains économistes, la profession des parents est déterminante dans la vie des entrepreneurs, selon GASSE Yvon, le jeune grandissant dans ce genre de famille ou d'entourage, considère ses parents ou ses proches comme des modèles à imiter. En Amérique du nord, les auteurs observent que près de 50% à 70% des dirigeants d'entreprises rapportent que leurs parents étaient eux-mêmes employés à leurs comptes.

- **Le territoire**

Le territoire dans lequel l'entrepreneur passe sa vie personnelle et/ou professionnelle joue un rôle non négligeable, donc un territoire peut constituer un pôle d'attraction entrepreneuriale. C'est dans son espace de vie que l'entrepreneur potentiel trouve le terrain indisponible au développement de réseaux de soutien très utiles au moment de la création de l'entreprise.¹⁹

- **L'éducation**

L'expérience professionnelle joue un rôle très important dans le Des recherches ont montré que l'éducation joue un rôle important dans l'éveil des entrepreneurs. Le système éducatif permet donc de sensibiliser les étudiants, de valoriser l'image de l'entrepreneuriat et apporte les connaissances et les compétences qui aident les individus à prendre les bonnes décisions, à élaborer des projets solides et à créer des entreprises dotées d'un potentiel important de croissance.²⁰

- **L'expérience professionnelle**

Cheminement qui conduit un individu à l'entrepreneuriat, elle apporte par ailleurs, une bonne connaissance de la vie en entreprise et des relations entre les différents acteurs internes et externes.²¹

3.3. Les facteurs économiques

Les facteurs économiques occupent une position clé dans la démarche entrepreneuriale, elle constitue les ressources informationnelles, humaines, cognitives,

¹⁹ ALAIN Fayolle « le métier de créateur d'entreprise » Editions d'Organisation, 2003

²⁰ Idem

²¹ Idem

technologiques, financières et matérielles sans lesquelles rien n'est possible et rien n'est faisable.

Les relations occupent une place importante dans la décision d'entreprendre. Des contacts personnels ou professionnels déjà établis par le créateur lui facilitent les choses. L'appartenance du créateur à un réseau lui sera d'une grande utilité dans le cadre de l'exercice de ses fonctions d'entrepreneur. En effet il lui sera plus facile d'obtenir des ressources dont son entreprise a besoin pour se développer. Les personnes formées dans les meilleurs écoles et universités peuvent utiliser de nombreux réseaux qui leur sont propres et qui viennent compléter les réseaux spécifiques à la création d'entreprise. Certaines ressources appartiennent à l'individu lui-même (ses connaissances, ses compétences, ...). D'autres se trouvent dans son environnement personnel et professionnel et dans des univers spécifiques à l'entrepreneuriat. Les ressources de l'entrepreneur en phase de création et de lancement des activités sont toujours insuffisantes par rapport aux besoins, ce qui fait qu'une des dimensions capitales de la personnalité de l'entrepreneur réside dans sa capacité à identifier des ressources vitales et à les acquérir au moindre coût.²²

Section 03 : La création d'entreprise

JULIEN et MACHESNAY (1996) souligne que : « la conséquence logique est que l'esprit d'entreprise suscite la création d'entreprise ». Le résultat final de l'esprit d'entreprise est la création d'entreprise. Plusieurs auteurs assurent que la notion de création est la caractéristique fondamentale de l'entrepreneuriat et des recherches qui lui sont consacrés.

En d'autres termes, créer une entreprise est la manifestation la plus claire de l'entrepreneuriat et sont très souvent vu de façon synonymique. Mais toute création d'entreprise n'est pas forcément un acte entrepreneurial « pur » comme le confirme Bruyat (1993).

La création d'entreprise est l'un des facteurs moteurs de la dynamique économique et élément fondamental de la croissance économique et de la création d'emploi, et les créateurs d'entreprises sont considérés comme des acteurs qui agissent sur le territoire pour diffuser l'entrepreneuriat. Dans cette logique entreprise, entrepreneur et territoire sont des acteurs qui

²² Op. Cit

interagissent pour créer les dynamiques économiques et sociales, sachant que l'entreprise est le fruit des synergies entre l'entrepreneur et le territoire.

L'entrepreneuriat apparaît comme un ensemble de comportements visant la création d'une nouvelle entreprise. Ainsi, l'entrepreneuriat prospère dans un milieu favorable. Le potentiel entrepreneurial ne peut se développer que lorsque les circonstances de l'environnement s'y prêtent. Il requiert une culture entrepreneuriale perceptible dans des modèles issus de l'environnement familial ou du voisinage et dans l'enseignement scolaire. Sa manifestation préjuge aussi une culture locale, une organisation sociale, des valeurs religieuses, un contexte légal et réglementaire appropriés. Il faut ajouter à ces variables environnementales les objectifs ou motivations de l'entrepreneur. Entre autres, on peut citer, l'insatisfaction au travail, l'ambition, les charges de la famille, le manque d'intégration. C'est ce que Julien (2000) (JULIEN.P-A (2000) appelle des « déclencheurs » individuels, familiaux, sociaux ou organisationnels.

Principalement, la création d'une nouvelle entreprise représente une décision prise par un ou plusieurs entrepreneurs. Julien (2000), identifie trois conditions susceptibles de guider à la création d'entreprise : l'entrepreneur doit y croire ; le milieu doit l'appuyer et le soutenir financièrement ; et l'environnement doit lui apporter une aide matérielle et immatérielle.

1. La diversité des créations

Bruyat (1994) construit une typologie qui met en évidence différents types de processus de création d'entreprise. Pour chacun des types, il est possible d'associer un niveau d'incertitude, donc de risques²³.

A. La création reproduction : Elle est caractérisée par une faible intensité du changement pour le créateur et une faible intensité de la nouveauté pour l'environnement. Dans ce cas, le niveau d'incertitude n'est pas très élevé. Les changements pour l'individu sont de faible ampleur, puisqu'il possède le savoir-faire et les relations utiles à son projet. La création reproduction consiste à faire pour son propre compte ce qu'on faisait déjà dans un emploi précédent.

B. La création imitation : dans ce cas, le changement pour l'individu peut être d'une plus grande ampleur, même si l'intensité de la nouveauté pour l'environnement est

²³ ALAIN Fayolle, « Entrepreneuriat : apprendre à entreprendre », 2^e édition DUNOD, 2012paris.

faible. Le créateur d'entreprise ne dispose pas de l'ensemble des ressources et des compétences nécessaires, il essaye de monter et de développer une entreprise en utilisant une formule bien établie. Le niveau d'incertitude est fonction de la capacité du créateur à acquérir suffisamment les compétences et les ressources nécessaires pour guider à bien son projet.

C. La création innovation-valorisation : Elle est déterminée pour le créateur par une fragile intensité du changement, mais la nouveauté est grande pour l'environnement. Cela explique que le créateur se lance dans une création d'entreprise à partir d'une manière de faire ou d'un produit nouveau dont il possède les savoir-faire. Le degré d'incertitude réside dans la vitesse de pénétration de l'innovation dans son environnement (adoption et valorisation de la nouveauté par les clients) et fonction des aléas de la mise au point technique et industrielle du projet.

D. La création innovation-aventure : dans cette configuration l'intensité du changement est élevée pour le créateur et une grande nouveauté pour l'environnement. Le niveau d'incertitude est très élevé et combine des aspects liés à l'apprentissage et à l'innovation. Ces situations de création sont très dynamiques, les aléas et les imprévus sont fréquents, guidant le créateur et le projet à des adaptations et à des changements fréquents. Le projet se construit et se reconstruit en même temps que le créateur doit faire évoluer ses compétences et ses ressources.

3. Le processus de la création d'entreprise

On peut d'abord définir le processus comme un système dynamique qui évolue dans le temps et qui est soumis à des échanges avec son environnement, (Alain Fayolle, le métier de créateur) organisé en étapes qui ont chacune leur logique et leur rythme propres. Chaque étape est activée par un déclencheur, se traduit par un engagement fort de l'individu ou de l'équipe et produit un ou des résultat(s)

Ces étapes de création d'entreprise sont identifiées par Alain Fayolle comme suit :

- Evaluation de l'opportunité ;
- Conception et formulation du projet ;
- Montage juridique et financement du projet ;
- Lancement des activités.

A. Evaluation de l'opportunité de création d'entreprise

Transformer une idée en opportunité de création réaliste nécessite de définir l'idée initiale le plus précisément possible : que veut-on vendre ? À qui veut-on vendre ? Quelle valeur cela peut-il apporter ? Pour y répondre, il va falloir rechercher des informations, recueillir l'avis et le conseil d'experts et de spécialistes, tester l'idée auprès de personnes extérieures et analyser les contraintes inhérentes au projet.

Dans cette étape, les compétences clés du créateur sont les suivantes :

- Avoir un minimum de créativité pour identifier, à partir d'une idée initiale, une « bonne » opportunité de création ;
- Maîtriser quelques concepts et outils marketing pour réussir le passage d'une bonne idée à un produit ou un service intégré dans une offre gagnante ;
- Savoir sélectionner les opportunités qui sauront résister à l'usure du temps et à la compétition. De telles opportunités permettent de disposer d'avantages concurrentiels durables ;
- L'analyse de situation et l'approche globale constituent des outils très efficaces pour réaliser ce travail d'évaluation.

B. Conception et formulation du projet de création

Après avoir identifié l'opportunité et défini les grandes lignes du projet, il faut tout mettre en œuvre pour faire de l'opportunité une activité économiquement rentable. De jouable et réaliste, le projet doit se déplacer vers la position de réalisable.

A ce stade, chacune de ces études : l'étude de marché, l'étude industrielle, l'étude financière et l'étude juridique doivent être conduites ; pour permettre de répondre aux nombreuses questions qui se posent et d'apporter de la matière à l'élaboration de l'offre, de la stratégie et du plan d'affaires ou business plan. Ces études permettent également de positionner le projet, de le dimensionner et de formaliser une stratégie pertinente.

Les points clés dans cette étape sont :

- Rechercher la meilleure adéquation possible créateur/projet de création et entrepreneur/ situation future ;

- Etre lucide, réaliste et pragmatique ;
- Rechercher les cohérences, les complémentarités et les comptabilités à tous les niveaux et entre acteurs clés ;
- Etre clair sur la stratégie et en particulier le bénéfice pour le client ;
- Rechercher des avantages concurrentiels durables.

C. Montage juridique et financement du projet

Le montage juridique consiste à choisir une structure juridique, et de sécuriser les relations avec les tiers (salariés, investisseurs, partenaires, fournisseurs et sous-traitants). La maîtrise des techniques de protection et de valorisation-négociation de l'innovation et des savoir-faire immatériels est souhaitable lorsqu'il s'agit d'une création d'entreprise innovante.

Le créateur doit parfaitement maîtriser son projet et être capable de répondre à toutes les questions posées par les partenaires financiers éventuels. Les investisseurs seront différents selon la nature et la phase du projet.

D. Lancement des activités

Le lancement des activités démarre avec la mise en ordre de marche de l'entreprise. Pour cela, il est indispensable que tous les engagements pris par le créateur et ses partenaires soient concrétisés. A partir de là, les activités, commerciales, industrielles et logistiques peuvent démarrer.

Aller droit à l'essentiel, avoir un tableau de bord avec quelques indicateurs, bien utiliser ses ressources et l'ajustement de la stratégie sont les points clés pour réussir le lancement des activités.²⁴

4. Contraintes de création d'entreprise en Algérie

Malgré la multiplicité des dispositifs et structures d'appui à la création d'entreprises, les résultats de la création d'entreprises restent faibles.

Les principales contraintes à la fois économiques et sociales qui freinent l'activité entrepreneuriale en Algérie sont :

²⁴ ALAIN FAYOLLE, « entrepreneuriat : apprendre à entreprendre », édition DUNOD, 2004, Paris

A. Les contraintes géographiques

Les contraintes géographiques peuvent être appréhendées à travers deux principaux critères

- **Le relief** : l'espace algérien se caractérise par un ensemble de montagnes et quelques plaines au nord tandis que le sud est complètement désertique. Ceci rend difficile le processus d'implantation des activités économiques en général et industrielles en particulier. Le relief hostile engendre un déséquilibre spatial en termes d'entreprises et une hypertrophie au niveau des espaces urbains.

Les caractéristiques du relief plutôt désavantageuses pour la localisation des activités économiques fait que l'état du foncier industriel, considéré comme l'un des principaux facteurs recherchés par les entreprises, est une ressource rare.

- **La problématique du foncier industriel** : il est l'un des plus importants problèmes socioéconomiques rencontrés dans la création des PME en Algérie et il demeure incontestablement une contrainte majeure pour les investisseurs.

La contrainte du foncier fait l'unanimité et représente, selon une analyse effectuée par le ministère de la PME, 35% des requêtes des investisseurs. Ces contraintes portent, essentiellement, sur l'absence d'information sur les disponibilités foncières, la difficulté d'accès au foncier, la gestion obsolète des zones industrielles et d'activités, la non régularisation des titres de propriétés, les prix inaccessibles.

B. Les contraintes administratives

- Les contraintes administratives qui se traduisent par la nature des règles formelles, le manque de coordination entre les structures (le registre de commerce par la CNRC, autorisation d'exploitation par les services de la wilaya, l'attestation d'hygiène, l'attestation d'éligibilité et autres) pousse parfois les promoteurs à détourner leur projet ou à le localiser dans d'autres territoires ou carrément à abandonner leur initiative.
- Ces difficultés sont accentuées par le manque de transparence ou l'inexistence d'informations entre les différents partenaires qui, sont intégrés dans le processus de création d'entreprises (ANSEJ, l'ANDI, le Trésor, la banque, la caisse ou le fond de garantie, etc.).
- Les attentes des entrepreneurs privés, sont controversées par la logique de protection de l'environnement et par la nécessité d'aménagement du territoire.

C. Les contraintes relatives au marché

L'approvisionnement en matières premières, en fournitures, ou en biens d'équipement que l'entrepreneur à besoin, lors de lancement de son projet, proviennent de l'extérieur. Ce qui occasionne des paiements en devises qui, parfois, faute d'obtention dans les circuits formels, ces derniers subissent l'emprise de marché informel. Ils font face également à de multiples tracas au niveau des services douaniers et des réseaux traitement des dossiers.

Sur le marché d'écoulement des produits, les entreprises font face à une double concurrence : entre elles, et celles des produits étrangers importés légalement ou par le secteur informel. En plus du manque de données sur le marché qui rend l'étude de marché infaisable avant le lancement d'une entreprise ou d'un produit.

D. Les contraintes technologiques

La maîtrise de la technologie incorporant des systèmes informatiques et électroniques nécessite des compétences adéquates, les porteurs de projets sont limités par leur formation et leur expérience, surtout dans le domaine technologique.

E. les contraintes de financement

Les PME en Algérie, rencontrent des obstacles à l'accès au financement, cela est due à plusieurs raisons, on cite notamment, les taux d'intérêts élevés, l'insuffisance des montants accordés par rapport à la taille du projet, des lourdeurs dans l'octroi des crédits et l'absence d'institutions de micro finance à cet effet, les banquiers Algériens sont toujours réticents à accorder leur concours aux PME. ²⁵

Conclusion

Tout au long de ce premier chapitre, nous nous sommes positionnés dans le cadre théorique de notre recherche et notamment, au sein du champ de l'entrepreneur. Ce dernier est considéré comme étant un acteur principal de l'entrepreneuriat, il apparaît à certains comme un individu peu ordinaire, doté de caractéristiques psychologiques, voir même d'une capacité intuitive à entreprendre. Il apparaît à d'autres plutôt comme un manager capable d'innover, d'organiser et d'agir. L'entrepreneur peut évoluer dans les situations et des contextes très différents liés à des entreprises existantes ou en voie de création.

Les motivations entrepreneuriales des entrepreneurs proviennent d'une combinaison complexe de facteurs qui sont interdépendant c'est un processus qui ne saurait se réduire à un

²⁵ BERRAH.K, BOUKRIF.M « la problématique de la création des entreprises : une application sur les PME algériennes » présenté à la conférence internationale sur l'économie et gestion des réseaux <http://emnet.univie.ac.at/>(consulté le 10 avril 2018)

Chapitre 01 : revue littérature sur l'entrepreneur et les motivations de création d'entreprise

phénomène constant. L'entrepreneuriat est un phénomène complexe, il englobe à la fois l'entrepreneur, la création d'entreprises et l'esprit d'entreprendre. Néanmoins, le phénomène de la création d'entreprise est considéré comme son expression la plus représentative. La création est annoncée par les différents déterminants, Les facteurs motivationnels déterminent le comportement. Plusieurs motivations peuvent mener à la création de l'entreprise. Le défi est un caractère motivationnel, c'est d'avoir l'amour du risque

Chapitre 02

Chapitre 02 : présentation et analyse de l'enquête portée sur les motivations de création d'entreprises à Bejaia

Introduction

La qualité et la diversité du territoire de la wilaya de Bejaia, son tissu urbain est caractérisé par une continuité ininterrompue d'occupation depuis l'antiquité. Cela est considéré comme un des atouts qui lui permettent d'offrir d'immenses possibilités d'investissement.

Dans ce contexte, en vue d'essayer de comprendre les motivations qui poussent un individu à devenir entrepreneur dans la wilaya de Bejaia, il nous semble très nécessaire, de présenter le territoire étudié, en commençant par l'aspect géographique, puis démographique, ainsi que les potentialités économique.

On s'intéresse sur les opportunités offertes en matière d'investissement et de création d'entreprise (nous présenterons quelques indicateurs de l'entrepreneuriat de cette région)

Dans ce présent chapitre, nous allons également présenter la méthodologie utilisée dans ce travail, expliquer la démarche concernant les objectifs de l'enquête et son déroulement, la conception et le contenu de questionnaire, l'échantillon étudié, la collecte des données ainsi que les principaux résultats trouvés.

Section 01 : la présentation socio-économique de la wilaya de Bejaia

I.1. la situation géographique

La wilaya de Bejaïa qui se située au Nord-est de la région centre de l'Algérie, occupe une superficie de 3 223,5 km² et limitée par la mer méditerranée au Nord ; la wilaya de Jijel à l'Est ; les wilayas de Sétif et Bordj-Bou-Argeridj au Sud ; et les wilayas de Tizi Ouzou et Bouira à l'Ouest. Cette dernière est composée de 19 Daïras et 52 communes.

Son territoire peut se présenter comme une masse montagneuse, traversée par le couloir formé par la vallée de la Soummam qui se compose de trois ensembles de reliefs :

- **L'ensemble de montagnes** : qui occupe 75 % de la superficie totale de la wilaya. Elle est représentée sous des chaînes de Bibans, Babors et Djurdjura

Chapitre02 : présentation et analyse de l'enquête porté sur les motivations de création d'entreprise à Bejaia

- **L'ensemble de piémonts** : il représente la zone intermédiaire entre la plaine et la montagne, constitué d'une succession de collines.
- **L'ensemble de plaine** : à 80 kms de long sur une largeur maximale de 04 kms, se situe les plaines de la vallée de la Soummam qui apparait comme une bande sinueuse. (Annuaire statistiques de la wilaya de Bejaia)

I.2. l'aspect démographique

La population totale de la wilaya à la fin 2016, est estimée à 965 150 d'où la densité de 299 habitants/Km² répartie en 188 250 individus dans la commune de Bejaia, 56 350 à Akbou, et 39 725 dans la commune d'Amizour. La distribution de la population fait ressortir que 61% des habitants vit dans les chefs-lieux, 26% dans les agglomérations secondaires et le reste dans des hameaux et les zones éparses. Ainsi la population vivant en agglomération représente 87,6%. 491 940 sont des hommes soit 50,97% de total de la population et 540 490 sont âgée entre 19ans et 44ans soit 56%, sachant que la population active est de 492 329 soit 49,79% comme taux d'activité. (Annuaire statistiques de la wilaya de Bejaia)

I.3. les potentialités économique

I.3.1. secteur de l'Agriculture

- La fertilité de ces sols confère à ce secteur des aptitudes à une exploitation intensive
- Les zones de piémonts et de montagne, concentrent presque toutes les activités arboricoles. Les espèces dominantes sont l'olivier et le figuier
- La superficie agricole totale (SAT) : 287 294 ha soit 89% de la superficie totale de la wilaya
- Superficie agricole utile (SAU) : 130 348 ha soit 45,4% de la SAT ; dont 6 500 ha irrigués soit près de 05% de la SAU qui est répartie en, 71 526 ha pour la culture permanentes(dont 98,2% en arbre fruitiers), 58 822 ha de terres labourables, et 30 859 ha de pacages et parcours.
- Matériels agricoles : 1 797 tracteurs, 30 moissonneuses-batteuses, 2 524 motopompes et pompes et 3 552 matériels aratoires. (ANDI)

Ses opportunités d'investissements :

- Conditionnement de fruits et légumes ;
- Traitement et valorisation de grignon d'olives ;

Chapitre02 : présentation et analyse de l'enquête porté sur les motivations de création d'entreprise à Bejaia

- Collectes et transformation de lait
- Abattoirs avicoles ;
- Transformation et conditionnement de viandes ;
- Traitement de fientes de volaille ;
- Pépinières arboricoles.

I.3.2. secteur de pêche et de l'aquaculture

La façade maritime de la wilaya s'étend sur 100 km, se caractérise par un relief accidenté et un plateau continental très réduit, et la zone côtière, la pêche au large, la pêche hauturière, constitue les zones d'interventions pour la production halieutique, ainsi que la pisciculture en milieu continentale et en mer ouverte avec plusieurs emboucheurs d'oueds qui s'y déversent. Le stock de pêche de la frange côtière est estimé à 10 000 Tonnes/ An, et à la fin de l'année 2016, le total de la production halieutiques est arrivée jusqu'à 2 829 256 Tonnes.

Ses opportunités d'investissement : (ANDI)

- Acquisition et réhabilitation des bateaux de pêche
- Appui aux activités liées à l'outil de production (
- Acquisition de soutien à la production (chaines de froid, créations de fabrique d'aliments, création d'unités de fabrication d'emballage,...)
- Aquaculture (création d'établissements conchylicoles, création de fermes marines)

I.3.3. secteur des mines

- **Les gisements** : le territoire de la wilaya recèle des gisements de substances minérales, métalliques importants : les gisements d'argile à R'mila, de gypse de Boudjellil, les grés siliceux de Tourirt Ighil,etc.
6,1 millions de Tonnes de réserves et une teneur moyenne de Célestine de 70%.
- **Les agrégats** : avec une capacité de production annuelle de 1.660.300 tonnes, vingt et une (21) carrières d'agrégats dont quatre (04) de statut privé sont recensées et huit (08) nouvelles carrières.
- **L'Argile** : représente une capacité annuelle de 123.000 tonnes, R'mila, Oued Kintouche, Ighil Ouberouak sont les sites de localisation des gisements.
- **Le gypse** : sa capacité de production annuelle est de 29.800 tonnes, il se situe au niveau d'Ain El Bir commune de Boudjellil. (ANDI)

I.3.4. secteur de tourisme

Bejaia que certains qualifient de la perle de l'Afrique du nord, possède des potentialités naturelles et historiques qui font d'elle une destination touristique incontournable, elle est considérée comme une région de fascination, de savoir et de convoitise, Bejaia compte des richesses considérables notamment des montagnes denses de végétation ; le cap Carbon; Le pic des singes ; le parc national de Gourara et 46 plages dont 35 sont autorisées à la baignade.

L'hétérogénéité de son relief (mer, montagnes, forêts) est l'un des atouts majeurs qui lui donne sa vocation touristique. Ajouter à cela une zone côtière avec de véritables curiosités propres à la région, constituent des potentialités touristiques.

L'exploitation de ces ressources pourra donner naissance à une économie touristique prospère génératrice de richesses et d'emplois. Mais avec un nombre de 49 hôtels qui contient 2002 chambres, l'offre hôtelière est insuffisante au regard de la demande exprimée surtout en été. (Annuaire statistiques de la wilaya de Bejaia)

I.3.5. fonciers industriels

Tableau n°2 : Zones industrielles dans la wilaya de Bejaia

commune	propriétaire	Superficie total (Ha)	Superficie cessible (Ha)	Nombre de lots créés	Nombre de lots attribués	Nombre de lots vacants	Superficie disponible
Bejaïa	URBAS	119	103	88	88	0	/
AKBOU	URBAS	40	38	6	5	1	3
El KSEUR	Commune	50	33	57	57	0	/

Source : Agence Nationale d'Intermédiation et de Régulation Foncière (ANIREF)

Dans la wilaya de Bejaia, les zones industrielles se focalisent dans trois communes, Bejaia possède la zone la plus importante, avec une superficie totale de 109Ha, dont 103Ha est cessible, et un nombre de 88 pour chacun des lots créés et lots attribués. Ensuite vient la commune d'El Kseur avec une superficie totale de 50Ha dont 33Ha est cessible, le nombre de lots créés et ceux attribués est 57 pour chacun des deux. Enfin la commune d'Akbou dispose d'une zone industrielle d'une superficie totale de 40Ha dont 38Ha est cessible et 3Ha est disponible, pour le nombre de lots créés et attribués sont respectivement 6 et 5, ainsi qu'un lot vacant.

Tableau n°3 : Zones d'activités dans la wilaya de Bejaia

Commune	Dénomination	Superficie (ha)	Lots créés	Lots attribués	Lots disponibles
EL KSEUR	EL KSEUR	16	189	189	0
FENAIA	ILMATEN	10	58	50	8
OUZELLAGUEN	HELLOUANE	4	18	18	0
TIMZRIT	IDERKEN	4	28	28	0
SEDDOUK	SEDDOUK	3	16	16	0
ADDEKAR	ADDEKAR	4	43	43	0
AKBOU	TAHARACHET	25	50	50	0
	TAHARACHET EXTENSION	23	45	41	4
SOUK EL TENNINE	SOUK EL TENNINE	9	93	93	0
TASKRIOUT	TASKRIOUT	2	15	15	0
AKFADOU	TINIRI	3	21	0	21
SEDOUK	2ème tranches	2	9	9	0
AOKAS	AOKAS	4	28	28	0
OUED-GHIR	OUED-GHIR	9	93	93	0
TOUDJA	TOUDJA	6	32	30	2
TALA-HAMZA	TALA-HAMZA	4	26	26	0
AMIZOUR	AMIZOUR	3	13	13	0

Source : Agence Nationale d'Intermédiation et de Régulation Foncière (ANIREF)

Dans le tableau ci-dessus en remarque que les zones d'activité sont répartie sur 16 communes, avec des données globale de 131Ha de superficie, 777 lots sont créés, 742 lots sont attribués, et seulement 35 lots disponibles. Les communes qui ont les zones d'activités les plus importante sont essentiellement El KSEUR, FENAIA, OUZELLAGUEN, TIMZRIT, SEDDOUK, ADDEKAR et AKBOU avec des nombres de lots créés sont respectivement 189, 58, 18, 28, 16,4, et 95

- **Principales industries**

Il ya 220 unités en activité qui couvre presque toutes les branches d'activités, mais les plus dominante sont manufacturières et la transformation agro alimentaire (avec d'importantes capacités dans les corps gras, le sucre, les produits laitiers, les produits céréaliers), ce qui rend le tissu industriel important et diversifie. (ANDI)

Section 02 : Indicateurs de l'entrepreneuriat à Bejaia

On réfère aux statistiques de la création d'entreprise, pour présenter les principaux indicateurs de l'entrepreneuriat à travers ses différentes composantes.

II.1. La PME de Bejaia au niveau national

La wilaya de Bejaia occupe une place importante au niveau national en matière d'investissement et de création d'entreprise par rapport aux autres wilayas, en arrivant à la 3ème position avec 29 331 PME en premier semestre 2017, devancée seulement par Alger et Tizi Ouzou. Le Tableau suivant représente la répartition spatiale des PME au niveau national

Tableau n°4 : la répartition spatiale des PME au niveau national

Wilaya	Nombre de PME 2013	Nombre de PME 2014	Nombre de PME 2015	Nombre de PME 2016	Nombre de PME 2017	Population par wilaya (2008)	Taux de concentration
Alger	52 797	56 641	58 854	64 678	66 563	2 988 145	22
Tizi ousou	27 139	29 531	31 151	34 743	36 303	1 127 607	32
Bejaia	21 845	23 867	25 198	28 372	29 331	912 577	32
Oran	21 722	24 431	25 906	26 688	27 800	1 454 078	19
Sétif	20 606	22 090	23 127	25 816	26 738	1 489 979	18

Source : bulletin d'information statistique de PME, Edition novembre 2017, n°31

Alger occupe toujours la place de leader, avec 66 563 PME, vient par la suite les autres wilayas détenant les quatre places suivantes dont la wilaya de Bejaia affichant 29 331 PME, soit 4,92% de total général de PME.

La PME se concentrent ainsi là où il y a une concentration de la population qui constitue leur marché (main d'œuvre, les promoteurs, ...) et dans la région du nord dans lesquels les infrastructures de base sont plus présentes et développées.

II.2. Données globales sur la création d'entreprises de la wilaya de Bejaia

II.2.1. La population des PME privées

Le tableau n°5 (page suivante) représente l'évolution de la PME privée dans la wilaya de Bejaia depuis la fin de l'année 2013 jusqu'à la fin de l'année 2017.

Tableau n°5 : La population des PME privées durant (2013-2017)

	PME privées	
	Nombres de pme	Nombres d'emploi
2013	17164	50718
2014	18929	53151
2015	21026	56849
2016	23472	61129
2017	25036	63484

Source : réalisé par nous à partir des données de la direction des PME de Bejaia

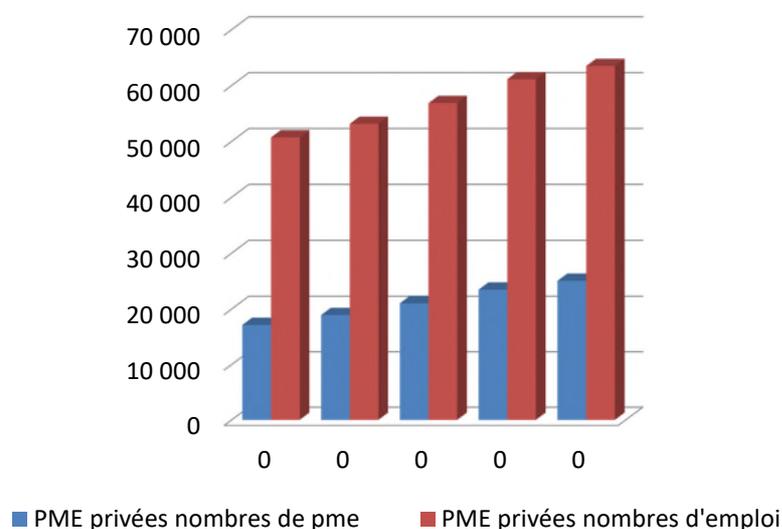
La création des entreprises privées à connu une croissance positive d'une année à une autre, ce qui engendre une évolution remarquable de nombre d'emplois.

En 2013, le nombre de PME privées était 17 164 entreprises et 50 718 postes d'emplois. Ces chiffres ont augmenté d'une année à une autre pour atteindre 25 036 entreprises et 63 484 postes à la fin de l'année 2017. Le nombre de PME privées représente 99,84 % de la population globale des PME.

Cette évolution peut être expliquée par l'importance accordée à l'initiative des pouvoirs publics par les dispositifs d'aides à la création des entreprises et la loi favorisant la liberté d'investissement après le code des investissements de 1993. Ces nouvelles créations ont jouées un rôle très important en créant une forte intensité d'emplois.

La figure n°1 représente l'évolution de la PME privées dans la wilaya de Bejaia depuis la fin de l'année 2013 jusqu'à la fin de l'année 2017.

Figure n°1: l'évolution de la population des PME privées (2013-2017)



Source : réalisé par nous à partir des données de la direction des PME de Bejaia

II.2.2. la population des PME publiques

Après avoir représentée l'évolution des PME privées depuis 2013 jusqu'à 2017, il convient de rajouter l'évolution des PME publiques durant cette période. Comme le montre bien le tableau n°6 :

Tableau n°6: la population des PME publiques (2013-2017)

	PME publiques	
	nombres de PME	nombres d'emplois
2013	41	2 464
2014	41	2 464
2015	41	2 464
2016	41	2 606
2017	41	2 606

Source : réalisé par nous à partir des données de la direction des PME de Bejaia

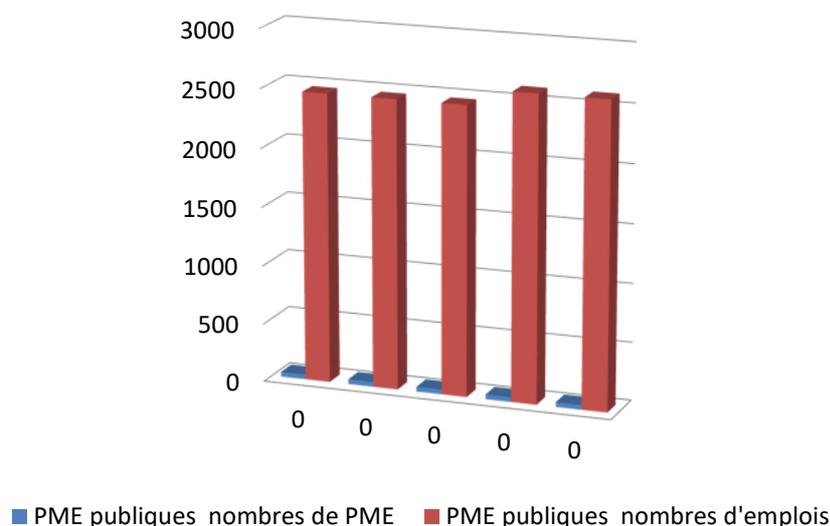
Nous ne remarquons aucune évolution dans le nombre des PME publiques depuis la fin de l'année 2013 jusqu'à la fin de l'année 2017 avec 41 entreprises, soit 0,16% du total des

Chapitre02 : présentation et analyse de l'enquête porté sur les motivations de création d'entreprise à Bejaia

PME. Une stagnation en nombre causée par la restructuration et la réorganisation du secteur public et pour laisser la place à l'initiative privée. Sauf que le nombre d'emplois a connu une augmentation de 142 postes d'emplois entre l'année de 2015 et l'année 2016.

La figure suivante explique l'évolution des PME publiques durant ces cinq dernières années (2013-2017)

Figure n°2 : la population des PME publiques (2013-2017)



Source : réalisé par nous à partir des données de la direction des PME de Bejaia

II.2.3. Répartition des PME privée

- **Répartition par mouvement**

Le mouvement des PME privées entre 2013 et 2017 est représenté dans le tableau n°7 :

Tableau n°7 : mouvements des PME privées (2013-2017)

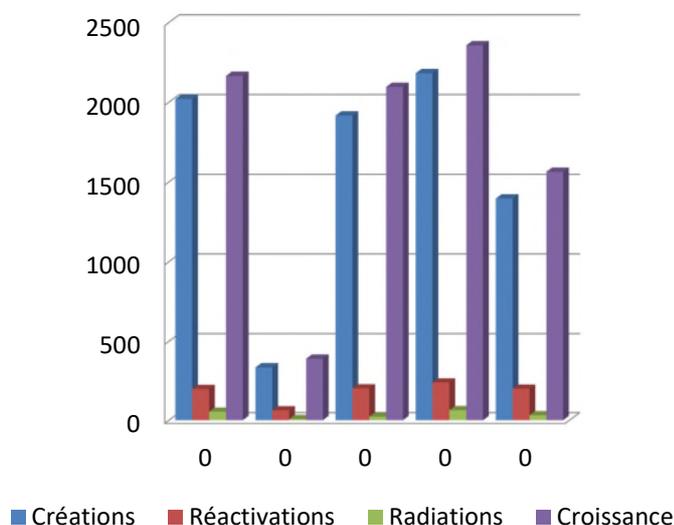
	2013	2014	2015	2016	2017
Créations	2 020	1686	1 916	2 181	1 395
Réactivations	197	135	201	238	199
Radiations	53	46	22	63	31
Croissance	2 164	1 775	2 095	2 356	1 563

Source : réalisé par nous à partir des données de la direction des PME de Bejaia

En termes de mouvement des PME et en comparaison avec les cinq dernières années, nous observons que l'année 2016 est considérée comme l'année ayant enregistré le plus grand nombre de création, avec une croissance de 8%, dont les radiations ont touché 63 PME, alors que la réactivation des activités à concerner 238 entités. Et durant l'année 2017, 31 radiations ont été enregistrées alors que 199 entités ont été réactivées.

La figure suivante trace le mouvement des PME privées entre 2013 et 2017

Figure n°3 : l'évolution de mouvements des PME (2013-2017)



Source : réalisé par nous à partir des données de la direction des PME de Bejaia

- **Répartition par tranche d'effectifs**

Le tableau n°8 récapitule le classement des PME privées par tranche d'effectifs durant les quatre dernières années (2014-2017).

Tableau n°8: Répartition des PME par tranche d'effectif (2014-2017)

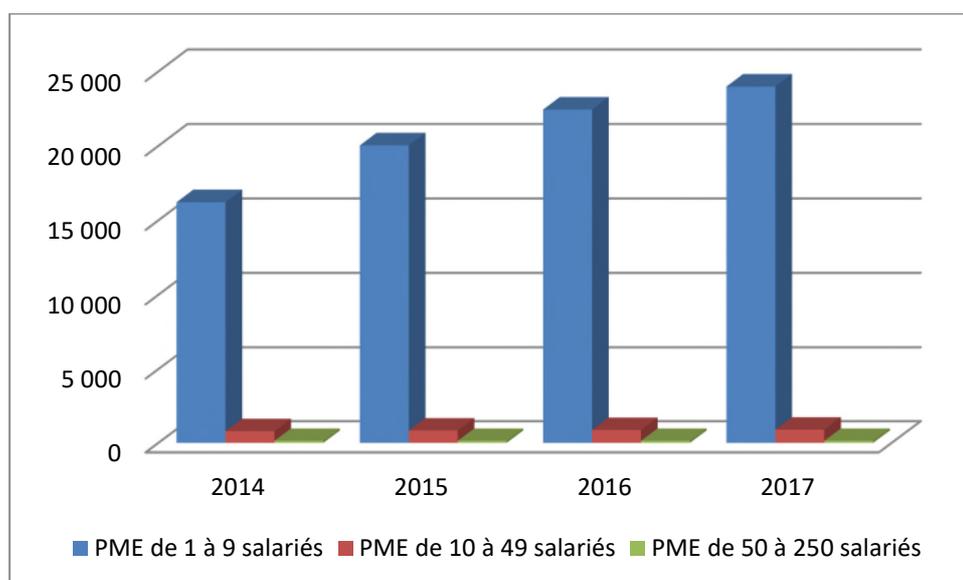
	2014	2015	2016	2017
PME de 1 à 9 salariés	16 226	20 044	22 451	23 996
PME de 10 à 49 salariés	800	843	880	897
PME de 50 à 250 salariés	138	140	141	143

Source : réalisé par nous à partir des données de la direction des PME de Bejaia

La lecture de ce tableau ci-dessus nous indique que la très petite entreprise qui emploie entre 1 et 9 salariés, est majoritaire depuis quatre ans, avec une évolution importante de 48%. La petite entreprise occupe la deuxième place, passant de 800 PME en 2014 à 897 PME en 2017, soit une augmentation de 12%. Et seulement une évolution de 4% pour le type de moyenne entreprise qui contient entre 50 et 250 salariés.

L'explication de l'évolution de ces effectifs est illustrée dans la figure n°4.

Figure n°4 : l'évolution de mouvements des PME par tranche d'effectif (2014-2017)



Source : réalisé par nous à partir des données de la direction des PME de Bejaia

- **La répartition selon le secteur d'activité**

Le tableau n°9 représente l'évolution de la PME privée selon le secteur d'activité dans la wilaya de Bejaïa depuis la fin de l'année 2013 jusqu'à la fin de l'année 2016.

Tableau n°9: la PME privée selon le secteur d'activité

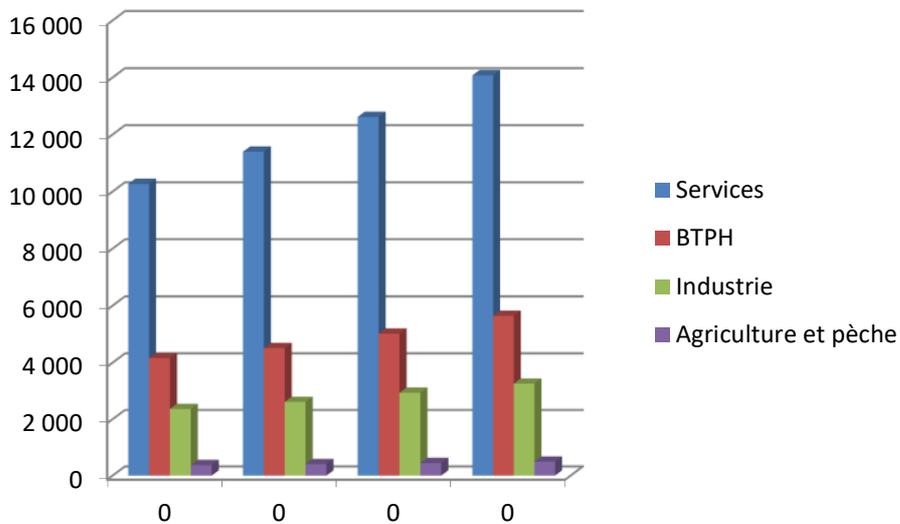
Secteurs d'activité	2013	2014	2015	2016
Services	10 270	11 398	12 618	14 076
BTPH	4 156	4 511	5 020	5 641
Industrie	2 362	2 610	2 938	3 258
Agriculture et pêche	373	407	446	493

Source : réalisé par nous à partir des données de la direction des PME de Bejaia

Nous observons, une importante concentration des PME dans le secteur des services avec une croissance de 3 806 unités entre 2013 et 2016, et l'année 2016 est l'année ayant enregistré le plus grand nombre de création avec 14076 PME, suivis par le secteur BTPH avec 5641 PME, et l'industrie avec 3258 PME, et 493 PME pour le secteur de l'agriculture et de la pêche.

La figure n°5 représente l'évolution de la PME selon le secteur d'activité depuis la fin de l'année 2013 jusqu'à la fin de l'année 2016.

Figure n°5 : l'évolution des PME par secteurs d'activités durant 2013-2016



Source : réalisé par nous à partir des données de la direction des PME de Bejaia

- **La répartition selon l'implantation territoriale**

Nous reprenons en dernier lieu l'implantation territoriale des PME privée dans la wilaya de Bejaia durant 2013-2016.

Tableau n°10 : Implantation territoriale des PME privées dans la wilaya de Bejaia

Communes	2013	2014	2015	2016
BEJAIA	5 728	6 246	6 869	8095
AKBOU	1 558	1 736	1950	2321
TAZMALT	691	750	851	1012
EL KSEUR	650	732	816	965
TIMZRIT	517	565	625	724
KHERRATA	509	548	610	711
SIDI AICH	484	523	580	700
AMIZOUR	456	515	586	712
SOUK EL TENINE	388	429	459	543
AOKAS	367	408	455	550
SEDDOUK	354	389	444	546
OUEDGHIR	351	400	448	538
TYCHI	331	363	393	469
TOTAL	12 384	13 604	15 086	17886

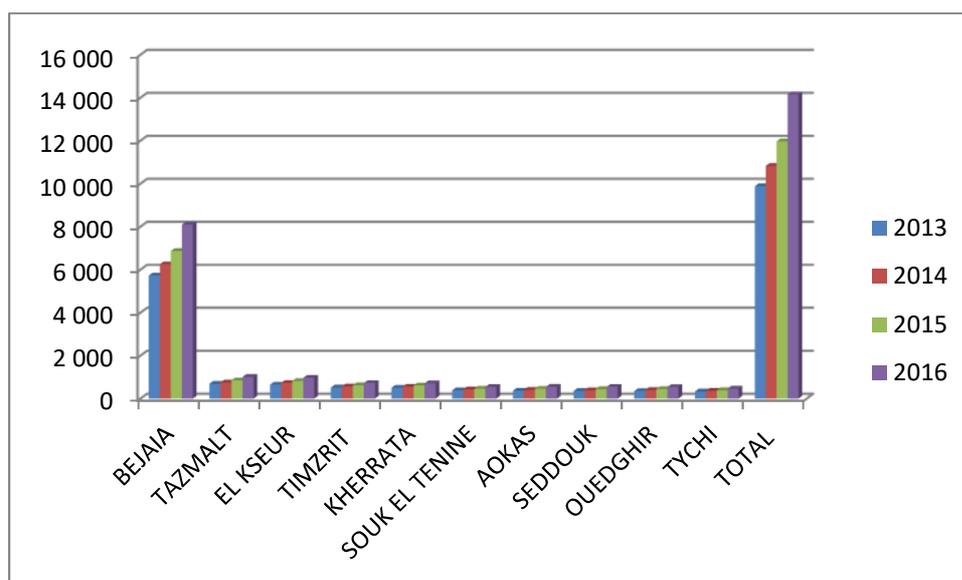
Source : réalisé par nous à partir des données de la direction des PME de Bejaia

D'après les données du tableau n°10, La daïra d'Akbou occupe la première place avec une évolution importante de 49%, soit un nombre de 2321 PME en 2016, suivi par EL KSEUR soit un taux d'expansion de 48% avec un nombre de 965 PME en 2016. En troisième place on trouve Tazmalt avec un taux de 46%. La commune de Bejaia occupe la quatrième place avec un taux d'évolution de 41% avec un nombre de 8095 PME EN 2016.

On remarque ainsi qu'il y'a concentration de PME dans les quatre premières communes sachant que ces communes sont de nature urbaine, cela est lié principalement à la disponibilité du foncier industriel mais aussi au maillage infrastructurel.

La figure n°6 représente répartition des PME par commune.

Figure n°6 : l'évolution de l'implantation territoriale des PME de Bejaia :



Source : réalisé par nous à partir des données de la direction des PME de Bejaia

Section 03 : l'étude sur les données empiriques

3.1. Méthodologie et organisation de la recherche

Pour le besoin de notre travail, nous avons mené une enquête sur le territoire de la commune de Bejaia à partir d'un échantillon de créateurs d'entreprises.

3.1.1. L'échantillon étudié

L'échantillonnage aléatoire simple est une méthode qui consiste à prélever au hasard et de façon indépendante les éléments d'une population. Alors pour des raisons de temps et faute de budget, nous avons choisi d'enquêter les entreprises installées dans la commune de Bejaia en prenant en compte tout les secteurs d'activité puisque notre travail de recherche est focalisé sur les motivations des entrepreneurs. De ce fait notre échantillon abrite 6 secteurs d'activités. La plus grande fréquence revient au secteur de l'industrie agroalimentaire qui représente 35%. Talonné par les secteurs « bonneterie textile » et « ISMME » avec un taux de 19% pour chacun. Le secteur de matériaux construction représente 15%. Suivi par le secteur bois papier qui représente 8%. Et une seule entreprise enquêtée s'est investie dans le secteur chimie plastique avec un taux de 4%.

Chapitre02 : présentation et analyse de l'enquête porté sur les motivations de création d'entreprise à Bejaia

Ce choix s'explique par la disponibilité des créateurs d'entreprises interrogé à répondre à notre questionnaire mais aussi l'accessibilité de ces derniers ainsi que leur degré de coopération à fournir des réponses.

Nous avons contacté 30 dirigeants de TPE qui ont été créés soit par l'aide d'un organisme d'appui ou par leurs fonds propres. Et seulement 26 questionnaire se sont révéler exploitable. Le reste (soit 4 questionnaire) ont fait l'objet de non réponses. Cette restriction est due a la non disponibilité de certains entrepreneurs et le refus de certain d'autres de répondre au questionnaire.

3.1.2. Objectifs de l'enquête

Cette enquête vise à identifier les motivations des porteurs de projets à lancer une entreprise, ainsi que les facteurs essentiels déterminants leur choix de se lancer en affaires.

3.1.3. Questionnaire

Le questionnaire est l'un des deux méthodes: c'est une méthode (le questionnaire d'auto-administration) dans laquelle l'enquêté est seul devant le questionnaire et c'est à lui de le remplir. La deuxième s'applique par l'enquêteur, où il pose les questions, et note les réponses de l'enquêté (qui est la méthode employée pour notre enquête).

Notre questionnaire se compose d'une trentaine de questions, il contient des questions fermées à réponse unique à savoir 12 questions, et 9 questions à choix multiple. Pour le répondant, il est plus facile et plus rapide de répondre à des questions dirigées. Par ailleurs, nous avons posé quelques questions ouvertes pour enrichir les propositions et avoir des réponses précises.

Le questionnaire est divisé en trois parties :

- **Axe 01 : profil de l'entrepreneur** ; s'intéresse à l'identification des entrepreneurs, leurs origines et leurs antécédents avant la création de leurs entreprises.
- **Axe 02 : l'identification de l'entreprise** ; cet axe porte sur l'identification des caractéristiques générales des entreprises créées par ces entrepreneurs tel que ; l'adresse de ces entreprises, leur forme juridique, l'année de création, ainsi que sa localisation.
- **Axe 03 : les motivations entrepreneuriales** ; où on vise à faire ressortir les motivations et les facteurs qui poussent les enquêtées à se lancer dans une affaire.

3.1.4. Le déroulement de l'enquête

L'enquête s'est déroulée sur une durée d'un mois, démarrant le 15 avril 2018, se terminant, le 10 mai 2018. Pour la récolte des données, 77% de total de notre échantillon ont été opté pour un entretien semi directif en face à face. L'enquêté ne peut répondre que par un choix limité. Cette méthode nous à permit d'expliquer l'intérêt de notre enquête, et même motiver à répondre les personnes ayant certaines réticences à se prêter au jeu de l'enquête.

Les autres guides d'entretien ont été traités par le biais de l'appel téléphonique soit 23% qui restent, pour des raisons de temps et de non disponibilité des chefs d'entreprises questionnées.

La distribution du questionnaire s'est bien déroulée grâce à l'accueil de certains entrepreneurs, qui ont consacré leurs temps pour répondre d'eux-mêmes à nos questions. Nous notons également que nous avons rencontré d'énormes difficultés pour convaincre d'autres entrepreneurs que cette recherche s'inscrit dans un cadre purement scientifique et comme nous l'avons déjà cité la non disponibilité de certains entrepreneurs.

3.1.5. Traitements des guides d'entretien

Lors de l'analyse des données, il nous a semblé essentiel de traiter manuellement les données collectées par notre étude, afin de ne pas nous perdre complètement lors de la présentation et des interprétations. De plus, les questionnaire ont été vérifiés et numéroté afin de faire un travail organisé.

Après avoir présenté la méthodologie de notre recherche, nous allons procéder à la présentation et l'analyse des résultats dans l'étape suivante.

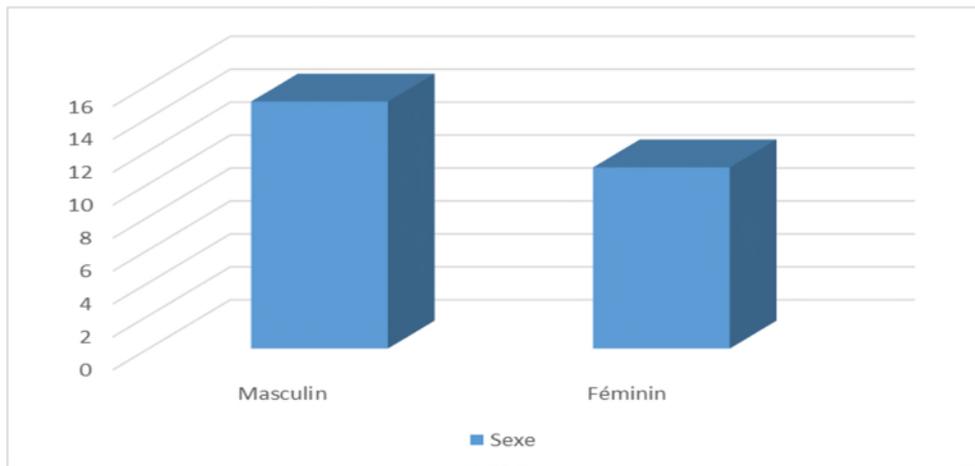
3.2. Présentation et interprétation des résultats de l'enquête

L'instrument de mesure du profil de l'entrepreneur, ses motivations ainsi que l'identification de son entreprise, élaboré à partir du questionnaire, fait l'objet d'une analyse principales afin d'apprécier la qualité des représentations et les interprétations de chaque partie.

3.2.1. Identification de l'entrepreneur

3.2.1.1. Répartition des entrepreneurs par sexe

Figure n° 7 : Répartition de l'échantillon par sexe

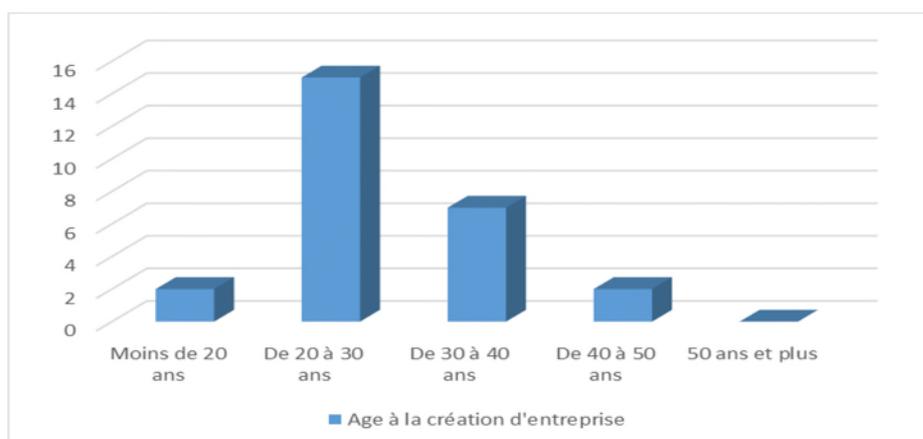


Source : établie par auteur à partir des données de l'enquête.

Un coup d'œil intéressé sur la figure ci-dessous permet de déterminer la répartition des entrepreneurs constituant notre échantillon par genre. A la lecture de cette figure, nous pouvons dégager que les hommes représentent 58% de notre échantillon, soit 15 des 26 entrepreneurs interviewés. Le reste, soit 42%, représente les femmes-entrepreneurs.

3.2.1.2. L'âge des créateurs d'entreprises

Figure n°8 : représentation graphique de la répartition de l'échantillon en fonction de l'âge des entrepreneurs à la création de leur entreprise



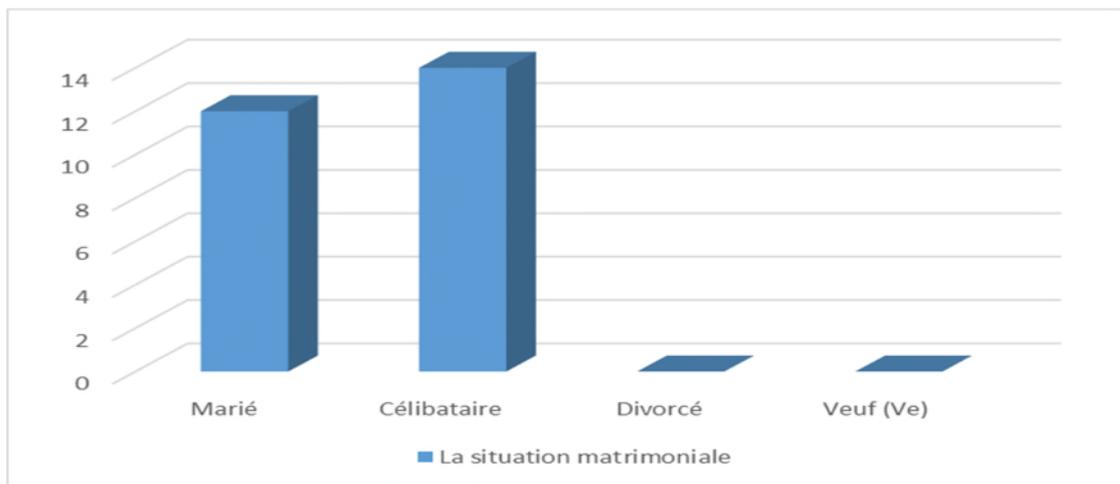
Source : établie par auteur à partir des données de l'enquête.

Chapitre02 : présentation et analyse de l'enquête porté sur les motivations de création d'entreprise à Bejaia

La figure n°8 représente les tranches d'âges des entrepreneurs interviewés au moment de la création de leur entreprise. Il n'est pas surprenant de constater que 84% des répondants étaient dans la tranche d'âge qui s'étend entre 20 ans et 40 ans. Puisque les plus jeunes manquent d'expérience et les plus âgés ont des obstacles familiaux et professionnels. Plus particulièrement, l'effectif d'âge qui varie entre 20 et 30 ans occupe la première place soit 57% des enquêtés suivis par la tranche d'âge variant entre 30 ans et 40 ans qui représente 27%, puis les segments d'âges de moins de 20 ans est celui variant entre 40 ans et 50 ans, constituent seulement 8% du total de l'échantillon.

3.2.1.3. Situation familiale des entrepreneurs

Figure n°9 : Représentation graphique de la situation familiale

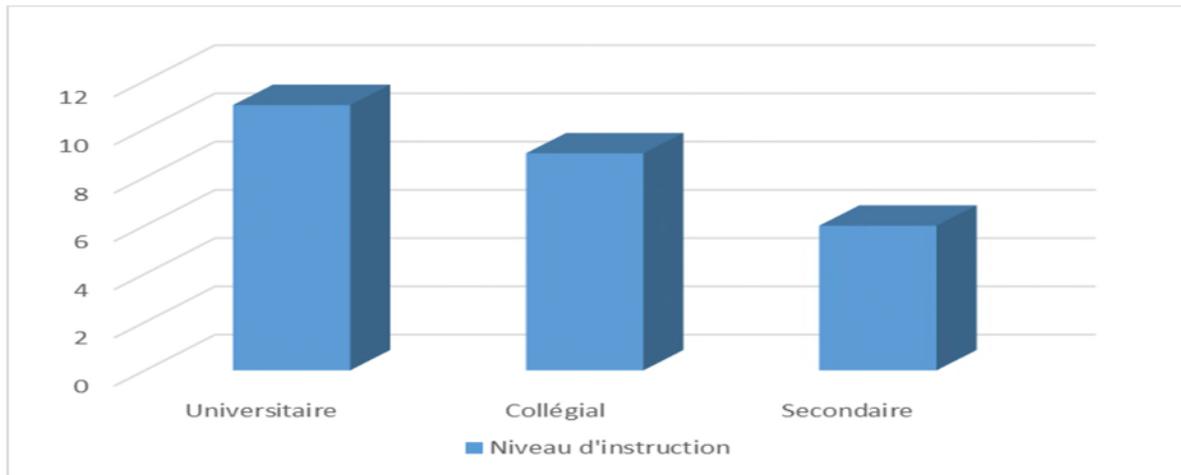


Source : établie par auteur a partir des données de l'enquête.

La majorité des créateurs d'entreprises dans la commune de Bejaia que nous avons enquêtés sont célibataire soit 54% des effectif (14 entrepreneurs dont 8 sont des jeune de 20 ans à 30 ans). Les mariés quant à eux représentent 46%. On constate que les divorcés et les veufs ne représentent aucun effectif.

3.2.1.4. Niveau d'instruction

Figure n°10: représentation graphique par niveau d'instruction

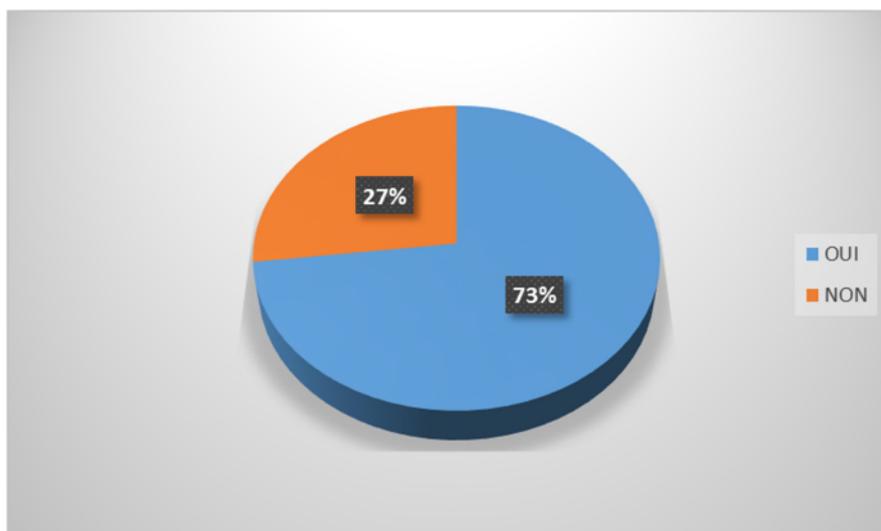


Source : établie par auteur a partir des données de l'enquête

Nous remarquons que la grande partie des répondants jouit d'un niveau supérieur avec un taux de 42%, 35% ont un niveau moyen et le reste soit 23% de l'échantillon est occupé par ceux de niveau secondaire.

3.2.1.5. La situation professionnelle avant la création d'entreprise

Figure n°11 : représentation graphique de la répartition des entrepreneurs en fonction de l'expérience professionnelle comme employé



Source : établie par auteur a partir des données de l'enquête.

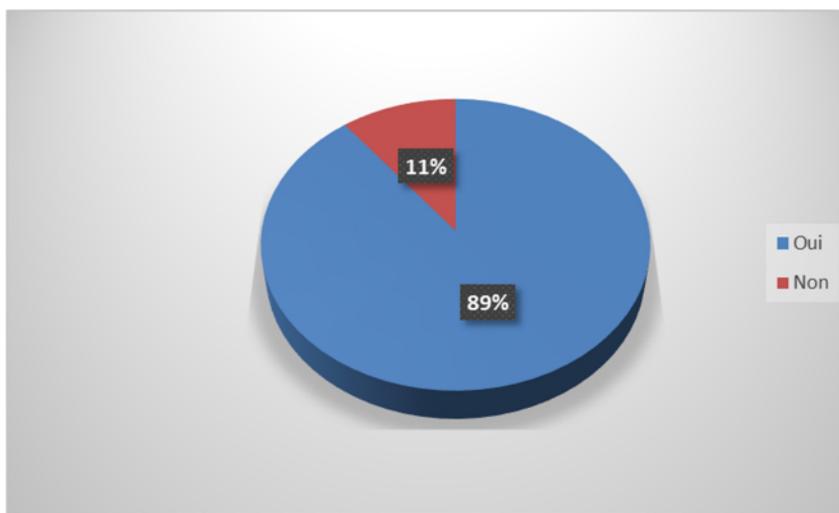
D'après les données recueillies et représentées dans la figure n°11, nous observons que 19 entrepreneurs enquêtés soit 73% ont répondu par oui, C'est-à-dire qu'ils avaient déjà une

Chapitre02 : présentation et analyse de l'enquête porté sur les motivations de création d'entreprise à Bejaia

expérience professionnelle comme employé avant d'entamer le processus de création d'entreprise, et 27% (soit 7 entrepreneurs) se sont directement lancés en affaires sans passer par la case « salarié ». Avec des caractéristiques hétérogènes du niveau d'instruction ; 11,5% d'entre eux sont universitaires, 8% ont un niveau secondaire et également 8% ont un niveau moyen.

- **Rôle de l'expérience professionnelle dans la décision de création**

Figure n°12 : Représentation graphique du rôle de l'expérience professionnelle dans la décision de création



Source : établie par auteur a partir des données de l'enquête.

Sur les 19 entrepreneurs qui ont eu une expérience professionnelle comme employé avant la création de leurs entreprises, 17 soit 89,5% des porteurs avec expérience professionnelle disent que cette dernière a joué un rôle dans leur décision de création d'entreprise pour les motifs tout aussi différents tel que l'instabilité du poste occupé ou encore le fait de vouloir être son propre patron. Le reste des entrepreneurs représentant 10,5% soit 2 entrepreneurs déclarent que cette expérience n'a eu aucun rôle dans leur décision d'entreprendre.

Nous déduisons que l'expérience professionnelle influence énormément sur la décision des répondants pour la création de leur propre entreprise. En effet, comme il est déjà cité auparavant, elle constitue le chemin de l'individu à l'entrepreneuriat. (Dans le chapitre01)

- **La manière dont l'expérience professionnelle influence la décision d'entreprendre**

Figure n° 13: représentation graphique de l'influence de l'expérience professionnelle sur la décision d'entreprendre

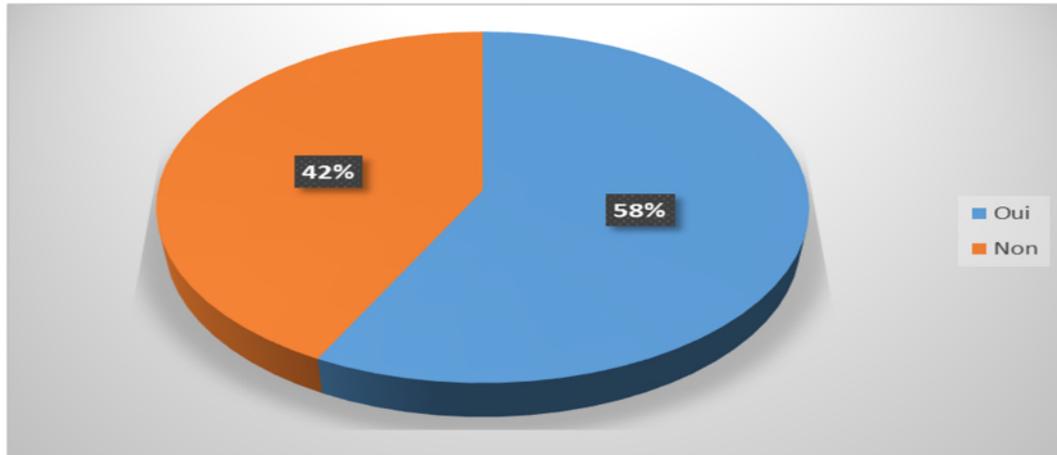


Source : établie par auteur à partir des données enquête.

Concernant l'influence de l'expérience professionnelle, 89,5% de ceux ayant une expérience professionnelle auparavant ont acquis des capacités de gestion, du savoir-faire dans le domaine du secteur d'activité de leur entreprise. Plus particulièrement, le premier rang des facettes de l'expérience professionnelle ayant une influence sur la prise de décision d'entrepreneuriat est occupé par la capacité de gestion qui représente 41% des réponses, suivi par l'expérience dans le domaine et le savoir-faire qui représentent 29,5% chacun, des réponses.

- **L'expérience professionnelle antérieure dans le même secteur d'activité**

Figure n°14 : Représentation graphique de l'expérience professionnelle antérieure dans le même secteur d'activité



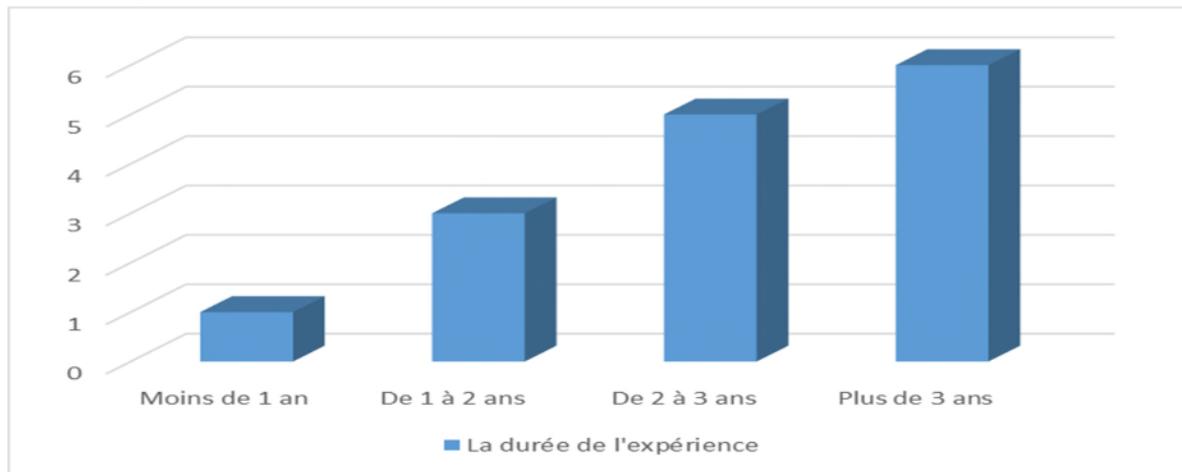
Source : établie par auteur à partir des données enquête.

Les résultats de notre enquête montrent que 74% soit 14 répondants de ceux qui ont acquis une expérience professionnelle avant de se lancer en affaires, étaient dans un poste étant en relation directe avec le secteur d'activité dans lequel ils se sont lancés pour créer leur entreprise. Le reste, soit 26% ont investi dans un secteur d'activité complètement différent de celui dans lequel ils ont travaillé.

L'expérience professionnelle et le savoir-faire accumulés peuvent jouer un rôle important dans la sélection du secteur d'activité dans lequel le porteur investit. Ceci a pour effet de réduire le sentiment de peur de l'inconnu ressenti par le lancement dans un secteur nouveau.

- **La durée de l'expérience professionnelle**

Figure n°15 : Représentation graphique de la durée de l'expérience professionnelle



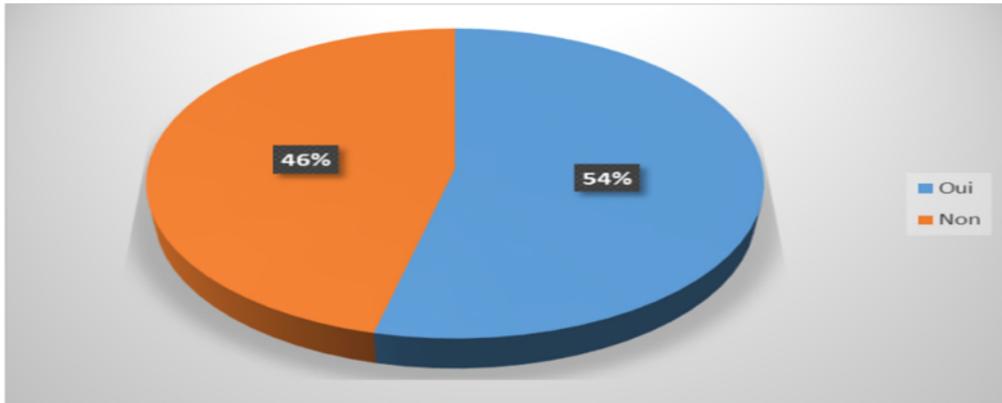
Source : établie par auteur à partir des données de l'enquête.

Les informations fournies par la figure ci-dessous montrent qu'il est très important d'accumuler un capital d'expérience élevé avant de se lancer en affaires. En termes d'années d'expérience, 43% des entrepreneurs interviewés ont eu une expérience de plus de trois ans avant de se lancer en entrepreneuriat. Tandis que 36% ont eu une expérience entre 2 ans et 3 ans. 14% sont ceux ayant une expérience d'une année jusqu'à deux ans. Soit un seul entrepreneur ne possède que quelques mois d'expérience.

Les résultats obtenus peuvent être expliqués par le fait que le lancement dans la création de sa propre entreprise représente un risque. Risque que peu de personnes osent prendre en comparaison à la sécurité qu'un statut de salarié offre. Nous pouvons expliquer cela également par le fait que la décision de se lancer dans sa propre affaire peut être un processus long qui demande de la réflexion, un financement et un plan bien pensé. D'où l'orientation des porteurs de projet, d'abord vers des statuts de salariés puis vers des statuts des créateurs d'entreprises.

3.2.1.6. L'influence des parents

Figure n°16 : représentation graphique de l'influence des parents



Source : établie par auteur à partir des données enquête.

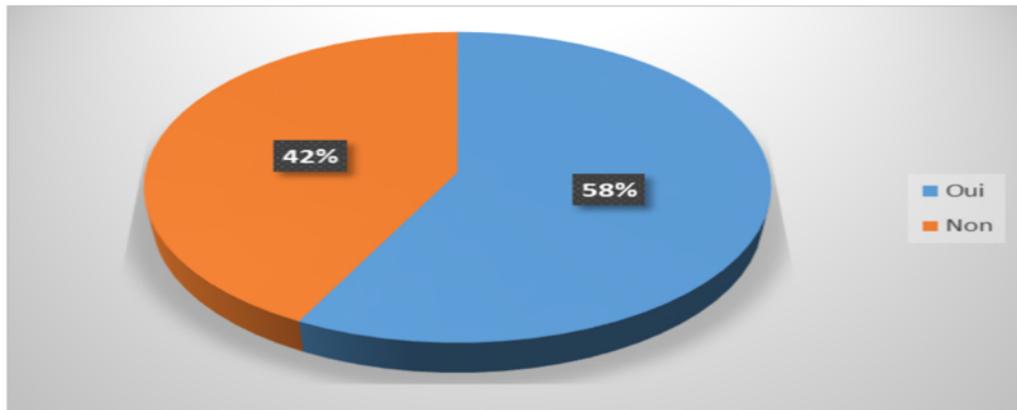
L'influence des parents sur les répondants revêt également un caractère important pouvant définir les informations générales de notre échantillon.

Dans une telle approche, il ressort que la moitié des répondants soit 54% affirment avoir été influencé par leur parents et 46% assurent que leur choix n'a pas été influencé par les parents.

Comme nous l'avons déjà cité en revue de littérature, le tissu relationnel est un élément important pour le porteur de projet. Ce dernier peut parfois déterminer le succès ou l'échec du projet d'entreprise. Ainsi les parents exercent une influence que ce soit par le fait de pousser leurs enfants sur la voie entrepreneuriale, ou bien par une aide financière conséquente pour le lancement de leur nouvelle entreprise. Sachant également que 58% de notre échantillon est la gente masculine et qu'il est courant dans la culture algérienne que ce soit le fils qui subvient aux besoins de ses parents quand ils sont en âge avancé, les parents voient l'entrepreneuriat comme un chemin de réussite pour leur enfant, certes, mais également pour eux et pour le reste des membres de la famille.

3.2.1.7. L'entrepreneur une caractéristique inné ou acquise

Figure n°17 : représentation graphique de la caractéristique de l'entrepreneur

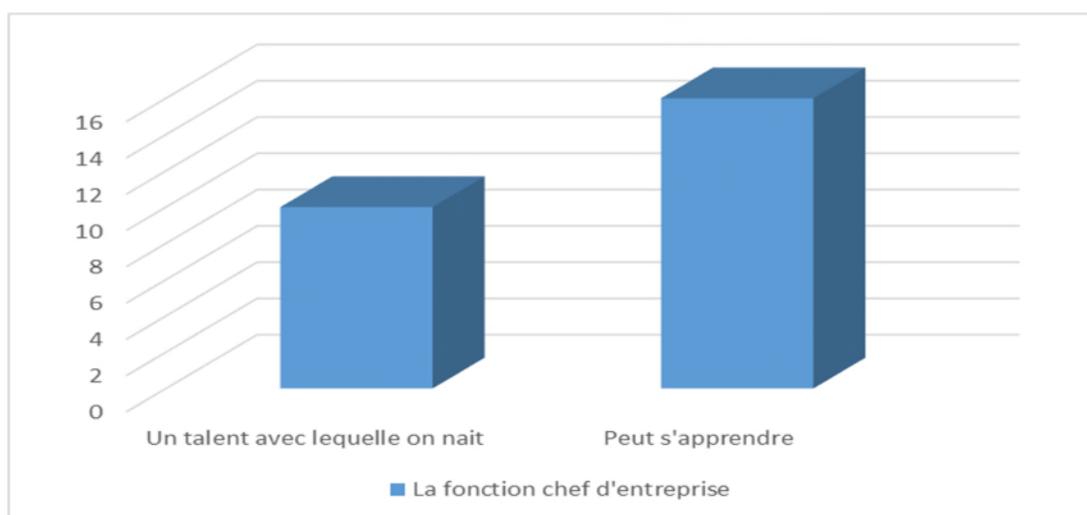


Source : établie par auteur à partir des données de l'enquête.

Nous avons interrogé les entrepreneurs afin de savoir s'ils considèrent qu'ils sont nés pour devenir entrepreneur. Selon la figure n°17, 58% des entrepreneurs interrogés ont répondu par « oui » et 42% ont répondu par « non ». Ces résultats révèlent que la majorité des répondants considèrent que devenir entrepreneur est une caractéristique innée. Puisque cette dernière est considérée comme un facteur essentiel de compréhension de l'entrepreneur, ce qui peut expliquer leur raisonnement à l'action entrepreneuriale.

- **La fonction chef d'entreprise peut s'apprendre**

Figure n°18 : Représentation graphique de l'avis des entrepreneurs sur la fonction chef d'entreprise



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

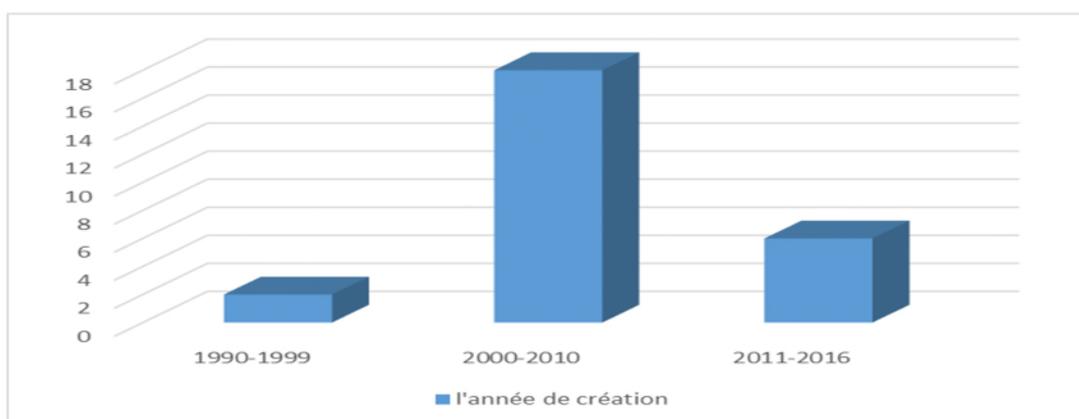
Chapitre02 : présentation et analyse de l'enquête porté sur les motivations de création d'entreprise à Bejaia

Deux choix de réponses étaient proposés pour évaluer l'avis des entrepreneurs sur la fonction de chef d'entreprise. En témoignent les statistiques recueillies par notre enquête, 62% des interviewés ayant déclarés être né pour créer sa propre entreprise déclarent que le métier de chef d'entreprise peut s'apprendre. Et seulement 38% affirment que c'est un talent avec lequel on naît. D'après ces résultats nous pouvons dire que la fonction de chef d'entreprise n'est pas forcément un caractère inné, par contre elle peut être acquise. D'où vient l'idée que la création d'une entreprise est à la portée de tout le monde et que la réussite dépend de l'étude des individus de tous les aspect de leur projet. De ce fait cela peut avoir une influence sur la motivation des entrepreneurs à se lancer dans une affaire et réduire leur incertitude.

3.2.2. Caractéristiques des entreprises créés

3.2.2.1. La date de création des entreprises enquêtées

Figure n°19: Représentation graphique des dates de création des entreprises

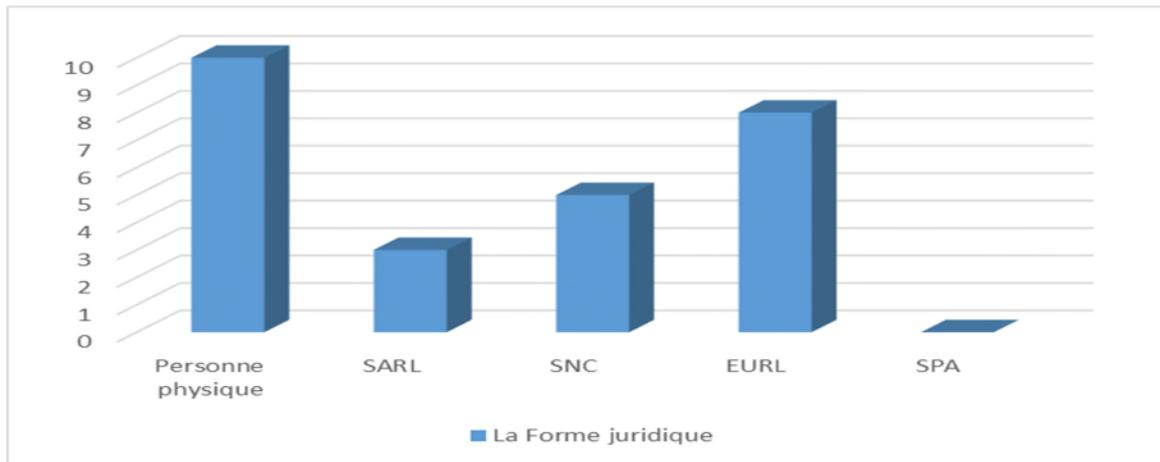


Source : établie par l'auteur à partir des données de l'enquête.

Les résultats de notre enquête montrent que 69% des entreprises enquêtées, soit 18 unités ont été créée dans la période qui se prolonge entre 2000 et 2010. 6 unités soit 23% créée entre les années 2011 et 2016. Pour la période qui se prolonge entre 1990 et 1999, il y'a seulement 2 unités qui ont été créée soit 8%.

3.2.2.2. La forme juridique des entreprises enquêtées

Figure n°20 : Représentation graphique de la forme juridique



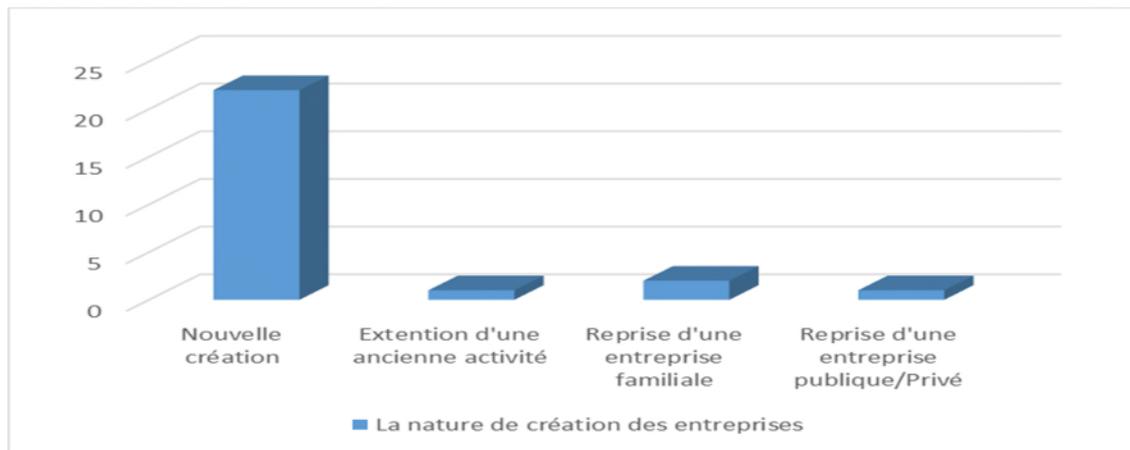
Source : établie par auteur a partir des données de l'enquête.

Les résultats obtenus compilés dans la figure n°20 illustrent que la majorité des entreprises enquêtées sont des entreprises individuelles (soit 38%) cela renvoie a la facilitation de rentrée dans les affaires en créant des micros entreprises.

La forme EURL (entreprise unipersonnelle à responsabilité limitée) représente 31%. Alors que les formes SNC (société au nom commun) et SARL (société à responsabilité limitée) sont faiblement représentées respectivement par 19% et 12% de total du l'échantillon. Tandis que la SPA n'est pas présente dans notre échantillon.

3.2.2.3. La situation entrepreneuriale des entreprises enquêtées

Figure n°21 : Représentation graphique de la répartition des entreprises selon le type du projet entrepreneurial

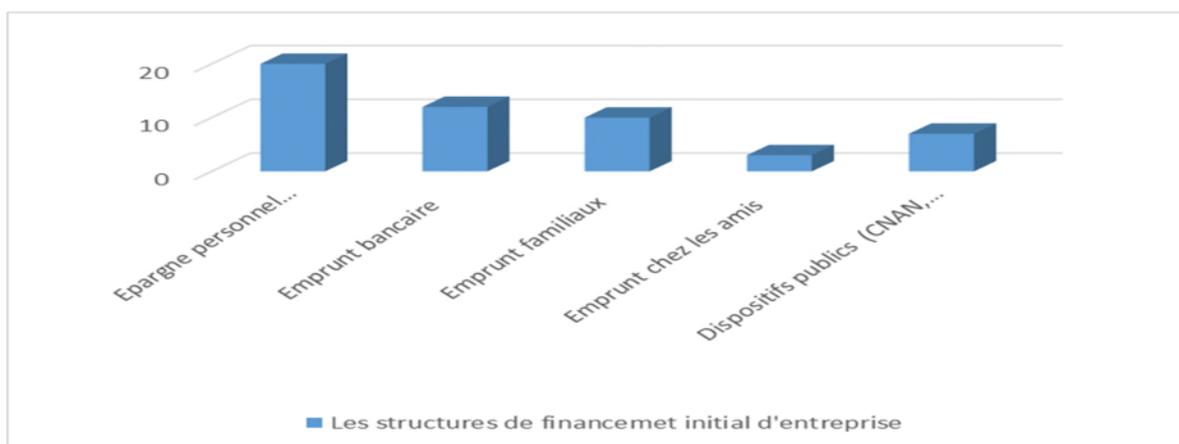


Source : établie par auteur a partir des données de l'enquête.

La création d'entreprise recouvre généralement trois situations entrepreneuriales qui sont : la création ex nihilo (nouvelle création) qui constitue la principale voie d'entrée dans les affaires, la réactivation d'entreprise (la reprise d'entreprise) et le prolongement d'une activité déjà existante. Dans notre échantillon 22 entreprises soit 84% sont nouvellement créées, cela peut être dû aux dispositifs d'aide à la création des entreprises qui encouragent les individus à se lancer dans leur propre affaire. Les reprises familiales représentent, quant à elles, 8% de l'échantillon et les reprises, 4%.

3.2.2.4. La structure de financement initial des entreprises enquêtées

Figure n°22: Représentation graphique de la répartition des entreprises selon la structure de financement initiale



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

Chapitre02 : présentation et analyse de l'enquête porté sur les motivations de création d'entreprise à Bejaia

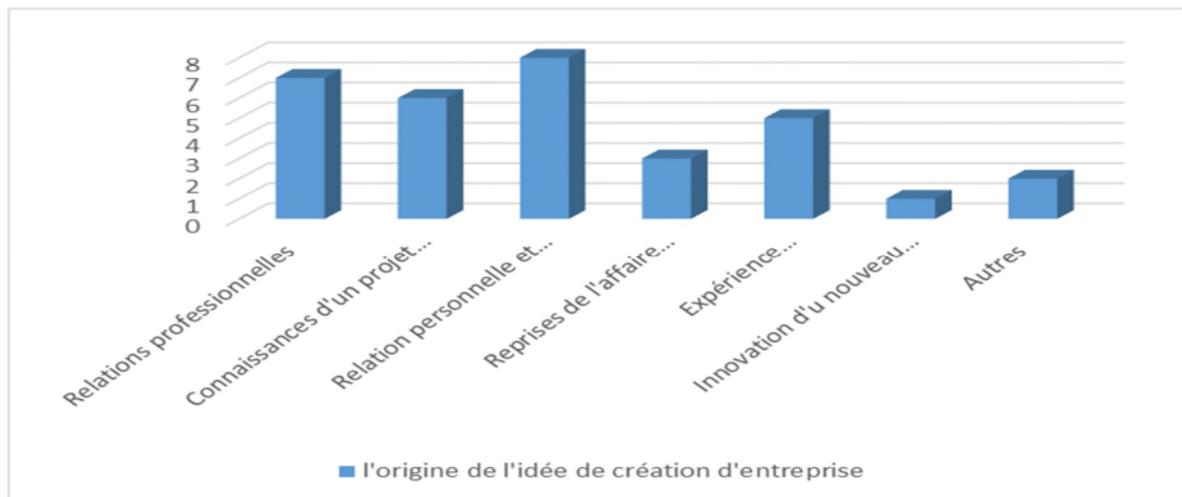
Il y'a lieu d'observer que d'une manière générale, les entrepreneurs enquêtés n'utilisent pas une seule source de financement pour réaliser leurs projets. La lecture de la figure n°48 montre que la majorité, soit 77%des entrepreneurs ont eu recours à l'épargne personnelle (autofinancement) pour financer leur projet. En effet, les entrepreneurs ont plutôt reconnu au crédit bancaire 46%, soit 12 entrepreneurs, à l'aide familiale 38%, soit 10 entrepreneurs, à un organisme public d'aide à la création (ANSEJ, CNAC...) avec une proportion de 27%, soit 7 entrepreneurs et à l'emprunt chez les amis avec une proportion de 12%, soit 3 entrepreneurs.

Cela confirme la contrainte de financement, sur le fait que les banques algériennes sont réticentes à accorder leurs concours aux PME. (Cité dans la page 24), ce qui pousse les individus à faire appel aux autofinancements ainsi qu'à l'aide de leur réseau familial.

3.2.3. Présentation des motivations des entrepreneurs

3.2.3.1. L'origine de l'idée de création

Figure n°23 : Représentation graphique de la répartition des entrepreneurs selon l'origine de l'idée de création



Source : établie par auteur à partir des données enquête.

Il n'ya pas une seule raison qui est à l'origine de la création des entreprises des enquêtés. Ainsi, nous constatons que l'appui de la famille et l'entourage est très apparents avec un taux de 31%. Ceci affirme ce qui était présenté par Bouchikhi (1990), sur le fait que l'entrepreneur ne peut réussir seul mais il appartient à un milieu qui le fait évoluer, en lui fournissant tout les moyens matériels et immatériel, le capital social aide le porteur de projet à avoir accès à certains savoirs, capitaux, clients,... etc. ce qui justifie le choix de la raison

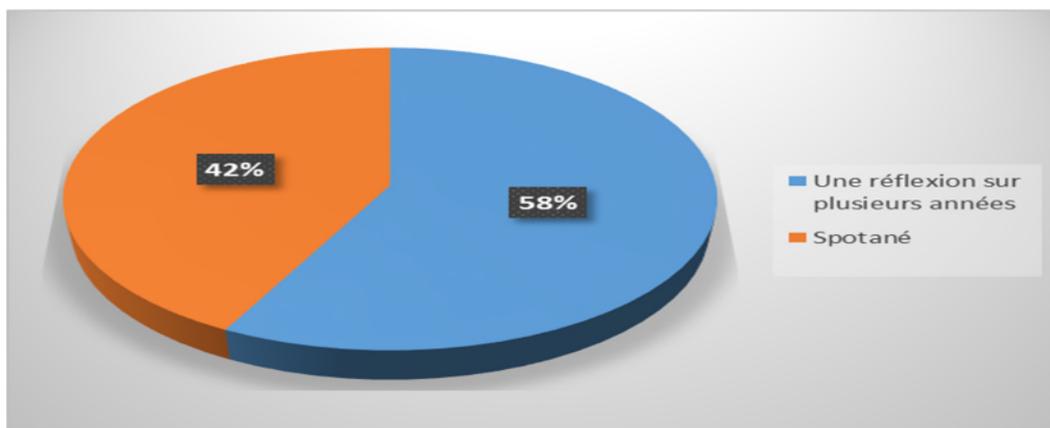
Chapitre02 : présentation et analyse de l'enquête porté sur les motivations de création d'entreprise à Bejaia

« relations professionnelles » avec un taux de réponse de 26% et « la connaissance d'un projet semblable » qui représente 23%.

19% des interviewés déclarent que l'expérience professionnelle est à l'origine de l'idée de lancement de projet. Tandis que 11% ont créé leur entreprise par le biais d'une reprise de l'affaire familiale. La réponse « Autres » avec 7% qui ont répondu que l'idée de la création était l'imitation. Enfin l'innovation d'un nouveau produit avec 3%.

3.2.3.2. La naissance de projet de création

Figure n°24 : représentation graphique de la naissance de projet de création

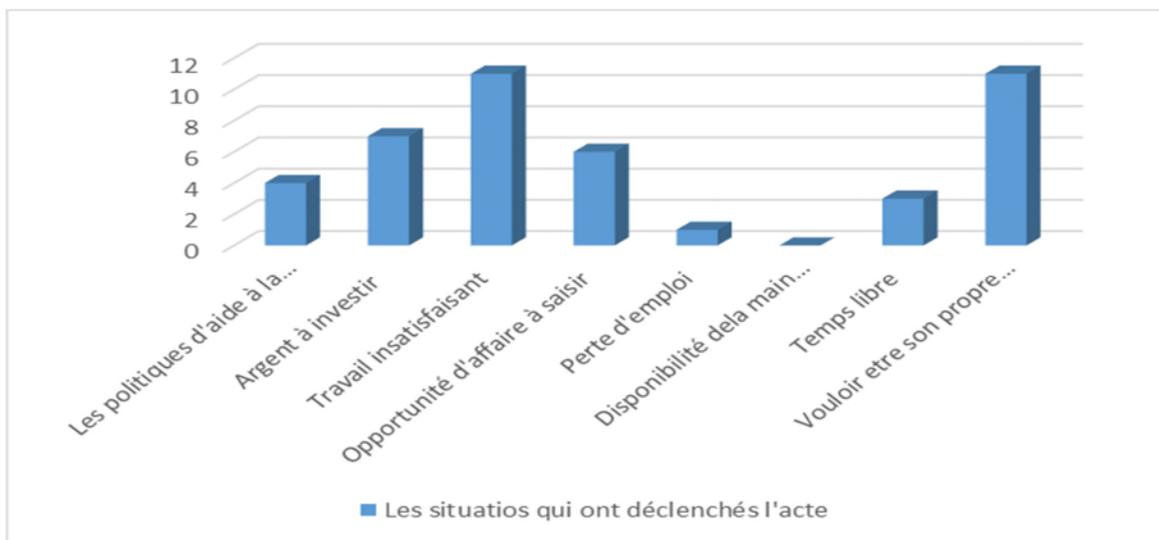


Source : établie par auteur à partir des données de l'enquête.

A la lecture de la figure n°24, nous pouvons confirmer les résultats obtenus pour la figure n°18 sur le fait que la décision de se lancer dans sa propre affaire peut être un processus long qui demande de la réflexion, soit 58% ont affirmé ce choix. Par contre 42% déclarent qu'ils ont créés leurs entreprises spontanément. Cela peut être due a la rencontre d'un partenaire ou la découverte d'un nouveau produit, c'est ce qui est définit par Shapero (les situations positives).

3.2.3.3. Les situations qui ont déclenché le processus de création

Figure n°25 : représentation graphique des situations qui ont déclenché le processus de création

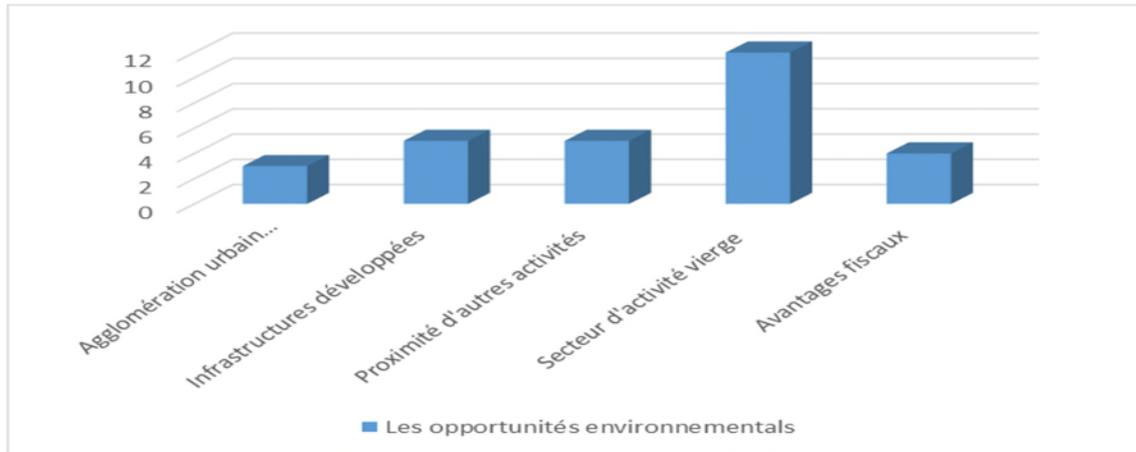


Source : établie par auteur à partir des données enquête.

Les informations fournies par la figure n°25, indique que 43% des enquêtés soit 11 entrepreneurs estiment que leur travail était insatisfaisant, et c'est la raison pour laquelle ils ont décidé de créer leurs propres entreprises et le même taux est observé pour le facteur « être son propre patron ». Ceci confirme ce qui était présenté par le modèle de l'évènement entrepreneuriale de Shapero (cité dans le chapitre I, page ...) que les variables de situation plus particulièrement les situations négatives ainsi que les variables psychologiques peuvent agir sur l'action entrepreneuriale. Nous observons également que 27% entrepreneurs ont lancé leur entreprise parce qu'ils avaient de l'argent à investir, 23% (soit 6 entrepreneurs) déclarent que le point de départ dans la création de leurs entreprises a été une opportunité d'affaires à saisir, talonné de ceux qui se sont lancé dans les affaires car ils avaient du temps libre représente 11% (soit 3 entrepreneurs), et un seul entrepreneur a lancé son affaire puisqu'il a perdu son emploi.

3.2.3.4. Les opportunités environnementales favorisant la création

Figure n°26 : Représentation graphique des opportunités environnementales favorisant la création



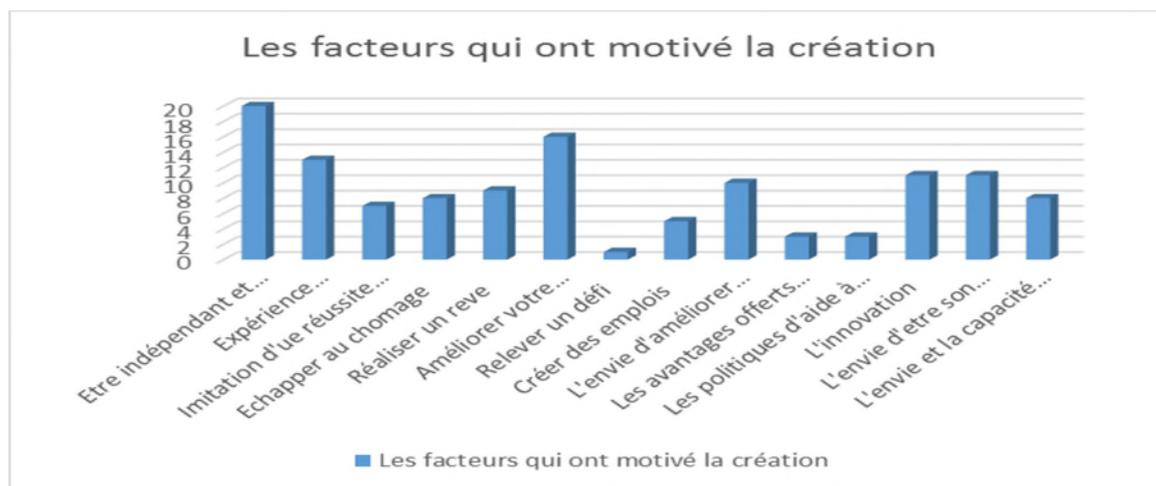
Source : établie par auteur à partir des données enquête.

Du point de vue environnemental, notre enquête se concentre autour des opportunités offertes. Cinq choix ont été proposés. Les répondants évaluent le secteur d'activité vierge comme le facteur le plus dominant dans la création des entreprises enquêtés avec un taux de 46% (soit 12 entrepreneurs). Quant aux « infrastructures développées » et « proximité d'autres activités » elles représentent 19% chacune (soit 5 entrepreneurs). Le choix qui revient le plus souvent est celui du secteur vierge et ce dernier est expliqué par le fait qu'un secteur vierge offre l'opportunité de ne pas avoir de concurrent d'une part. Mais d'autre part, un marché vierge peut signifie également que c'est un marché à risque, qui demande une réglementation et une habilitation bien particulière ou encore une innovation. Ces derniers ne sont pas à la portée de tous les porteur de projet, d'où leur orientation vers les autres choix (les infrastructures développées et la proximité d'autres activités) qui offrent non seulement de nouvelles opportunités de marché malgré la force concurrentielle qui existe mais permet également un développement plus certain de l'entreprise.

« Les avantages fiscaux » et « l'agglomérations urbaine importante » représentent respectivement un taux de 15,5% et 11,5%.

3.2.3.5. Les facteurs de motivation

Figure n°27 : représentation graphique des facteurs de motivation des entrepreneurs



Source : établie par auteur à partir des données enquête.

Selon Collins et Moore, le besoin d'indépendance et d'autonomie est considéré comme étant le facteur de base dans la création d'une nouvelle entreprise (cité dans la page 18). Chose qui se confirme auprès de notre échantillon au vu des résultats obtenus avec un taux de réponse de 77%. 61,5% soit 16 entrepreneurs ont affirmé avoir créé leur entreprise pour améliorer leur situation financière. L'expérience professionnelle est citée en troisième lieu par 13 entrepreneurs soit 50%. Talonné par « l'envie d'être son propre patron » et « l'innovation » qui représentent 42% pour chacune. Celle de « l'amélioration de l'environnement » a un taux de réponse de 38,5% suivie par « la réalisation d'un rêve » avec 34,5%. « Echapper au chômage » et « l'envie et la capacité de diriger » était le choix de 8 entrepreneurs soit 30,5%. Les motivations entrepreneuriales « imitation d'une réussite familiale » ; « créer des emplois » ; « les avantages offerts par le statut d'entrepreneurs » ; « les politiques d'aides à la création des entreprises » et « relever un défi » représentent respectivement 30% ; 19% ; 11,5% ; 11,5% ; 4%

3.2.3.6. Répartition des entrepreneurs selon le classement des caractéristiques

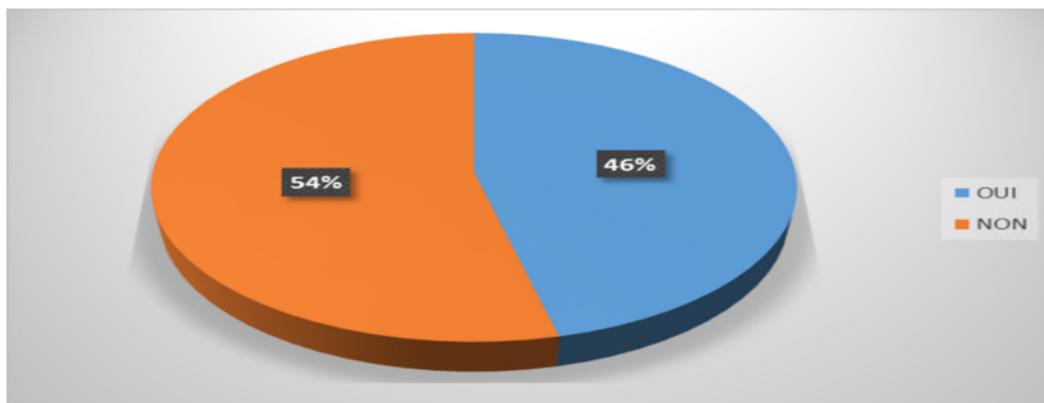
Dans le classement des caractéristiques qu'un entrepreneur doit avoir pour réussir par ordre d'importance et sur un effectif de 8 proposition, la caractéristique la plus importante pour avoir le succès en affaire est « être rationnel » avec une moyenne de 6,65, suivi par « avoir de l'intuition » avec 6,27 et « le leadership » avec 5,38.

Chapitre02 : présentation et analyse de l'enquête porté sur les motivations de création d'entreprise à Bejaia

Nous remarquons que ce sont les qualités intrinsèques relevant de la personnalité du porteur et qui sont nécessaires à l'exercice du métier d'entrepreneur qui viennent en tête de liste du classement. Tandis que les connaissances en gestion et en communication, pourtant premières compétences requises pour un futur gestionnaire et chef d'entreprise, n'obtiennent que 3,42 et 2,92 de moyenne. La prise de risque ainsi que la créativité ne sont non plus deux facteurs jugés très importants pour notre échantillon et obtiennent la moyenne de 4,58 et 4,27 respectivement. Nous pouvons expliquer ces résultats en les mettant en liaison avec le taux de réponses obtenues quant à l'apprentissage du métier de chef d'entreprise. Les variables ayant obtenues les plus faibles moyennes sont les variables qui peuvent s'apprendre. Tandis que notre échantillon estime qu'il faut tout de même des caractéristiques innées qui composent la personnalité du porteur pour assurer leur succès. (En annexe les détails des statistiques obtenues pour chacune des variables).

3.2.3.7. La reconnaissance sociale

Figure n°28: Représentation graphique de la reconnaissance sociale



Source : établir par auteur a partie des données de l'enquête

D'après les informations recueillies auprès des entreprises enquêtées, nous observons que 54% soit 14 entrepreneurs déclarent que la reconnaissance sociale n'est pas importante pour eux, contrairement aux 46% (soit 12 entrepreneurs) qui restent.

Si l'on se réfère à la pyramide des besoins d'Abraham Maslow, le besoin de reconnaissance arrive au sommet. Et selon sa théorie, les besoins sont hiérarchisés tels qu'ils sont présentés dans la pyramide, partant du besoin le plus élémentaire celui de se nourrir et se vêtir à celui de l'accomplissement. L'auteur estime, de ce fait, qu'un besoin de niveau supérieur ne peut être exprimé ou tenu en compte par la personne que si le besoin du dessous

Chapitre02 : présentation et analyse de l'enquête porté sur les motivations de création d'entreprise à Bejaia

est assouvi²⁶. Prenant l'exemple d'une personne qui n'arrive pas à manger à sa faim. Elle ne pensera jamais à son appartenance sociale ou encore à avoir de l'estime. Nous pouvons expliquer les résultats de l'enquête par le fait que le besoin de reconnaissance sociale appartenant à la catégorie de besoins d'estime et arrivant à la quatrième échelle comme nous le montre la figure ci-dessous, n'est pas ressenti comme important car les besoins d'appartenance n'ont pas été assouvis. En effet, l'entrepreneuriat en Algérie reste un champ méconnu de beaucoup et les entrepreneurs sont souvent confrontés au manque de compréhension des personnes qui l'entourent, ou carrément au fait que l'entourage ne prend pas au sérieux leur projet. D'ailleurs, beaucoup d'entrepreneurs créent leurs entreprises en secret et en total isolation du tissu relationnel direct.

Figure n°29 : Pyramide des besoins d'Abraham Maslow.



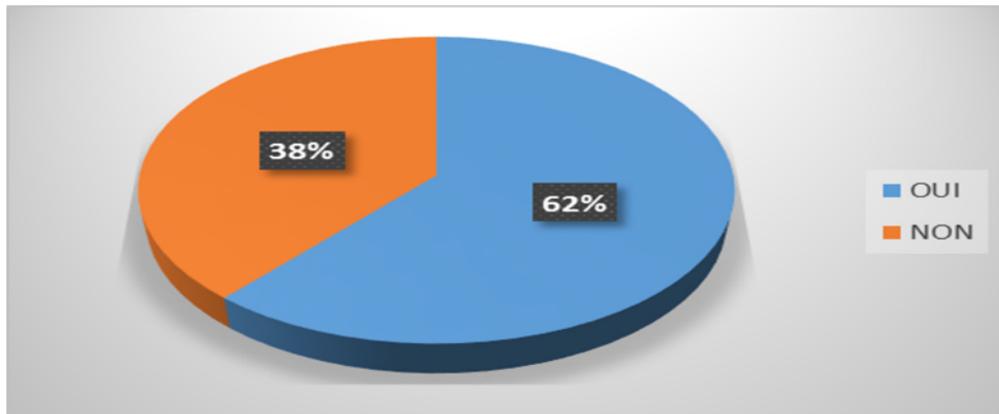
Source : <http://alain.battandier.free.fr>²⁷

²⁶ « Motivation - La pyramide des besoins selon Maslow », in <http://alain.battandier.free.fr/spip.php?article6>, consulté le 03/06/2018

²⁷ Op. Cit

- **Entreprendre et la reconnaissance sociale**

Figure n°30 : représentation graphique de l'impact de l'entrepreneur sur la reconnaissance social

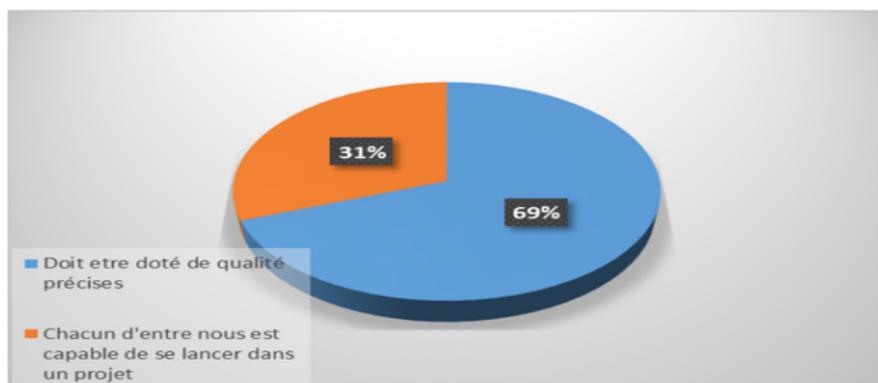


Source : établie par auteur a partir des données de l'enquête.

Notre enquête nous a permis de constater que 62% soit (16 entrepreneurs dont 9 sont ceux qui cherchent la reconnaissance sociale) affirment qu'entreprendre est une façon efficace d'obtenir la reconnaissance sociale, surtout si l'entreprise connaît un succès. Par contre les 10 entrepreneurs qui restent soit 38% assurent que l'entrepreneuriat n'est pas une façon pour atteindre la reconnaissance sociale.

3.2.3.8. Les caractéristiques des entrepreneurs enquêtées

Figure n°31 : représentation graphique des caractéristiques des entrepreneurs

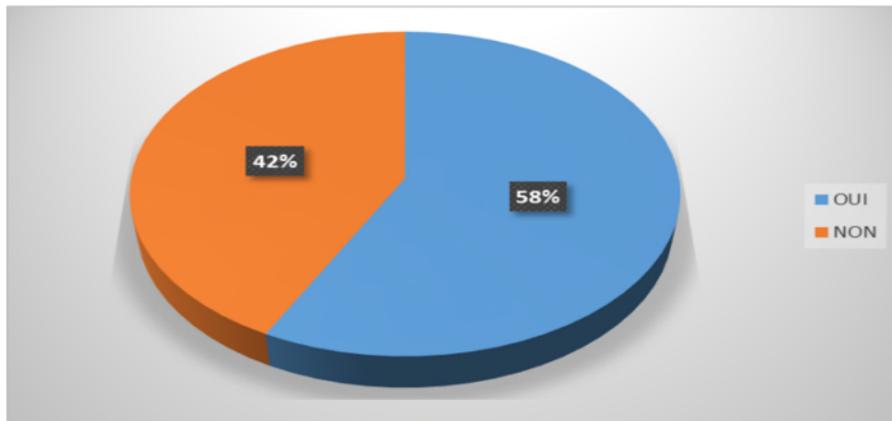


Source : établie par auteur a partir des données de l'enquête.

D'après les résultats dans la figure n°31, la majorité des entrepreneurs soit 69% (18 entrepreneurs) pensent qu'un entrepreneur doit être doté de qualités précises pour pouvoir entreprendre. C'est ce qui est soulevé par les définitions de l'entrepreneur par les différents auteurs, tel que nous l'avons vu au chapitre 1. Néanmoins, 31% (8 entrepreneurs) des enquêtés estiment que chacun d'entre nous est capable de se lancer dans un projet de création d'entreprise.

3.2.3.9. Les entrepreneurs de la famille

Figure n°32 : représentation graphique des entrepreneurs de la famille



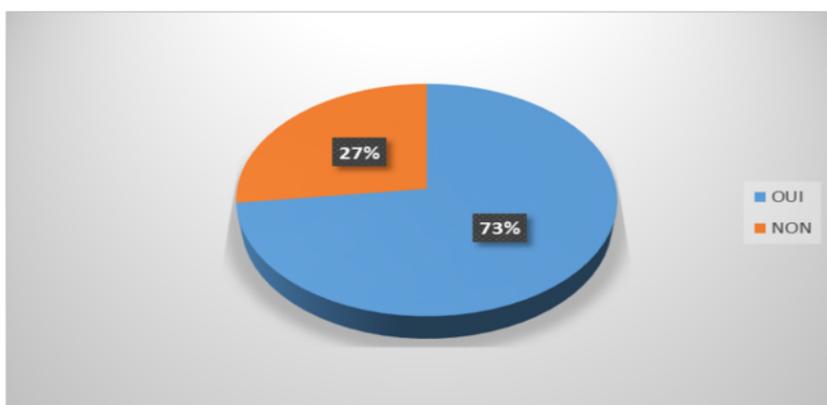
Source : établie par auteur a partir des données de l'enquête.

Les résultats de notre enquête présentés dans la figure n°32 montrent que la majorité des entrepreneurs (15 entrepreneurs) soit 58% déclarent être le seul membre de leur famille à être dans le domaine entrepreneurial, alors que 11 entrepreneurs soit 42% ont déjà eu un membre de leur famille qui est entrepreneur.

Ce taux reste tout de même élevé et la reprise de l'affaire familiale est un facteur majeure dans la décision d'entreprendre car cela assure l'avenir de l'entreprise qui devient familiale mais également, d'une certaine manière, l'entreprise familiale représente l'avenir de tous les membres de la fratrie soit par la reprise de l'affaire en devenant dirigeant, soit en devenant employé.

- **L'importance de la situation familiale au moment du lancement**

Figure n°33: représentation graphique de l'importance de la situation familiale au moment du lancement



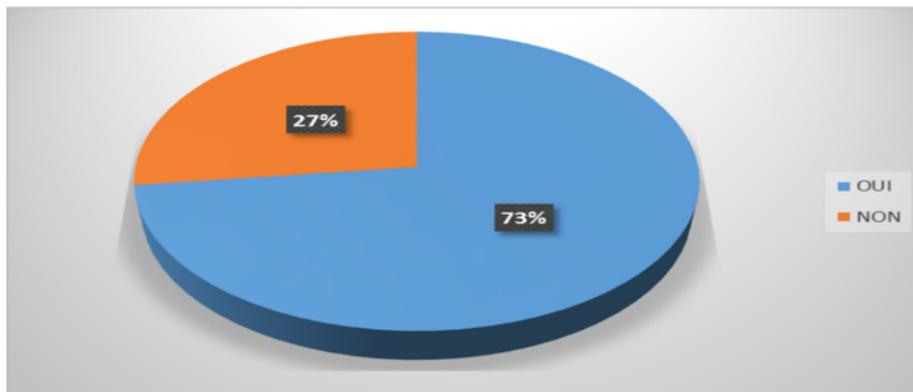
Source : établie par auteur a partir des données de l'enquête.

Chapitre02 : présentation et analyse de l'enquête porté sur les motivations de création d'entreprise à Bejaia

D'après la figure n°33, 73% soit 19 entrepreneurs défendent que la situation familiale joue un rôle important au moment du lancement de leurs projets, alors que 27% soit 7 entrepreneurs qui restent assurent que la situation familiale ne joue aucun rôle au moment du lancement de leurs projets. Sachant que 42% des entrepreneurs ont bénéficié de l'expérience d'un parent entrepreneur, de ce fait le réseau qui constitue les relations professionnelles de ces derniers peuvent être un facteur déterminant dans la création.

3.2.3.10. L'entourage

Figure n°34: représentation graphique de l'entourage

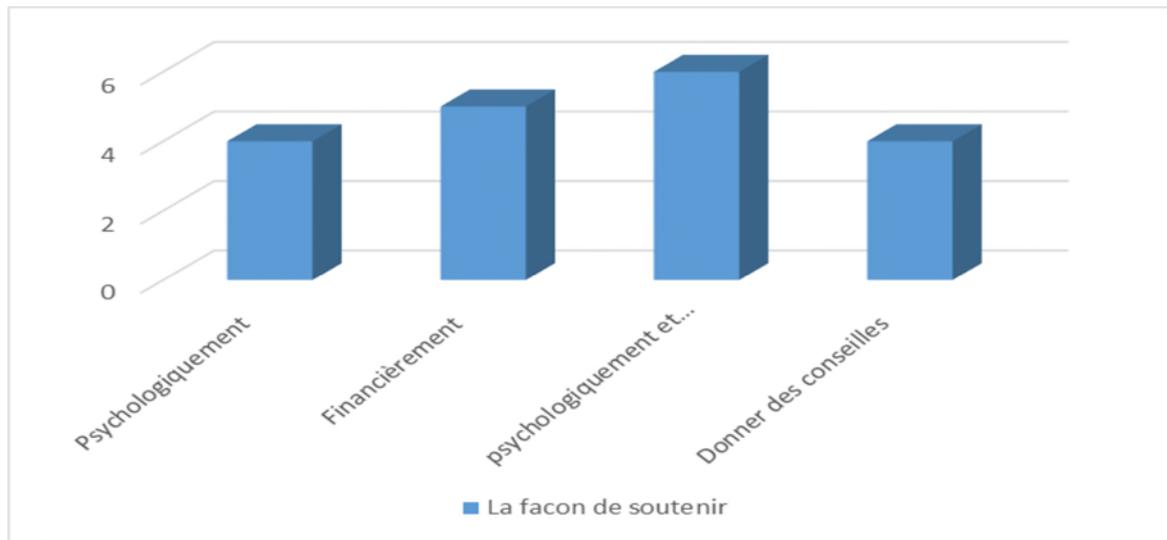


Source : établie par auteur a partir des données de l'enquête.

A la réponse de la question « avez-vous un réseau (ami, anciens collègues, ...) qui vous soutiennent ? », nous avons eu 73% soit 19 entrepreneurs qui ont eu le soutien de leurs entourages. Contre 27% soit 7 entrepreneurs qui n'ont pas eu le soutien de leurs familles. A travers ces réponses nous pouvons conclure que le soutien est un facteur déterminant dans la création de leur entreprise ainsi que dans leur vie d'entrepreneur.

- **La nature du soutien de l'entourage**

Figure n°35 : représentation graphique de soutien de l'entourage

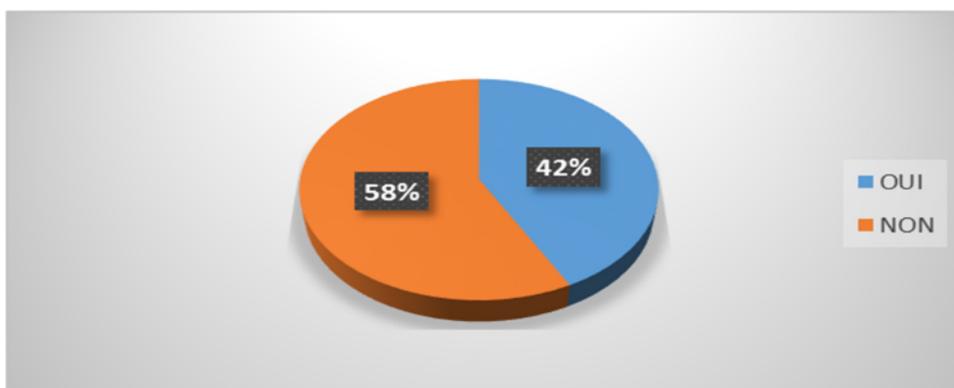


Source : établie par auteur a partir des données de l'enquête.

78,95% des enquêtés ayant été soutenu par leur entourage, déclarent que le soutien était d'ordre psychologique et financier. Plus particulièrement, 31% des entrepreneurs enquêtés ont eu un soutien psychologique et financier au même temps. D'autre on eu seulement le soutien financier soit 26%. D'un autre coté, très peu de créateurs ont bénéficié du soutien psychologique et aussi ceux soutenu par des conseils soit 21% pour chacun des deux.

- **L'influence des études sur l'envie d'entreprendre**

Figure n°36 : représentation graphique de l'influence des études sur l'envie d'entreprendre



Source : établie par auteur a partir des données de l'enquête.

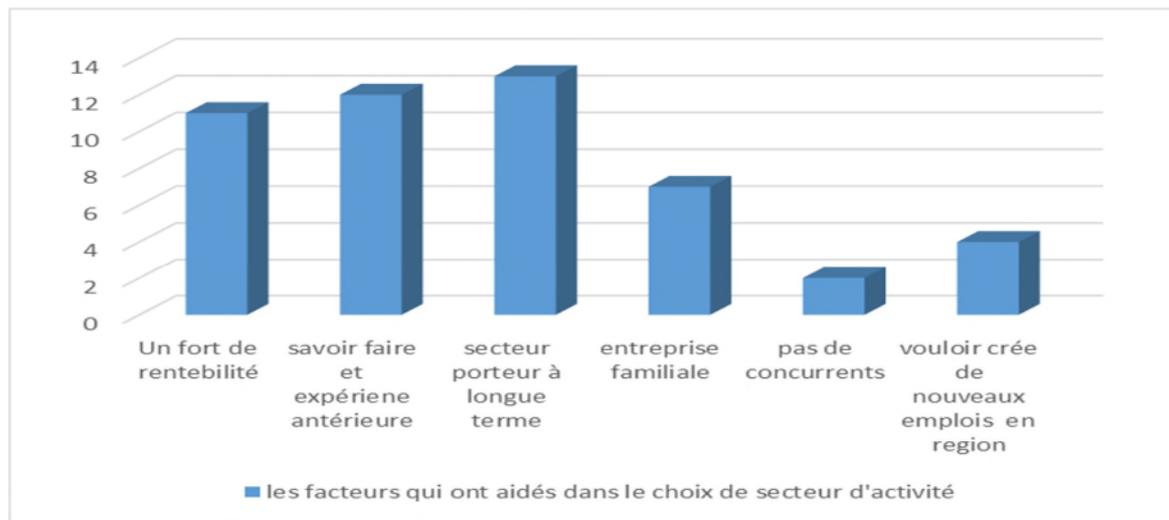
A partir des résultats présentés dans la figure n°36, nous constatons que 11 entrepreneurs soit 42% de notre échantillon ont été influencée par leurs études sur l'envie

Chapitre02 : présentation et analyse de l'enquête porté sur les motivations de création d'entreprise à Bejaia

d'entreprendre. Cela renvoie aux connaissances et aux compétences acquises par le système éducatif qui valorisent l'image de l'entrepreneuriat. Néanmoins, 58% soit 15 entrepreneurs ont déclaré qu'ils n'ont pas subi une influence. Sachant que 40% de ces entrepreneurs qui n'ont pas été influencés par leur études sont ceux ayant un niveau d'instruction collégial ce qui explique leurs réponses.

3.2.3.11. Les déterminants du choix du secteur d'activité

Figure n°37 : représentation graphique des déterminants du choix de secteur d'activité

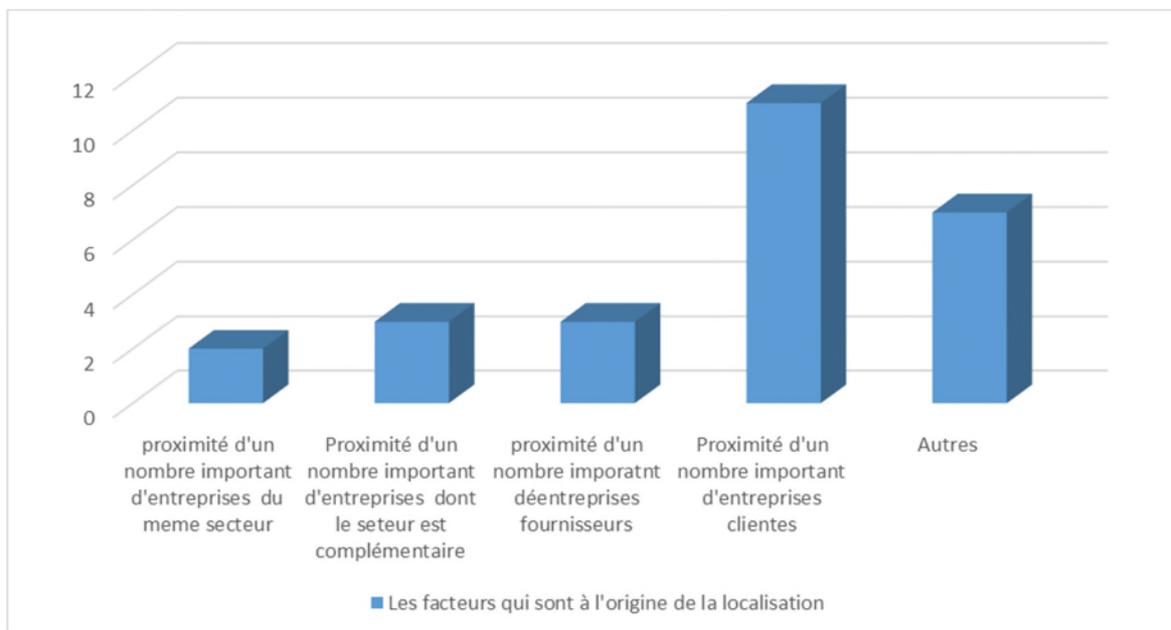


Source : établie par auteur a partir des données de l'enquête.

L'analyse des facteurs déterminants dans le choix du secteur d'activité dont les résultats indiquent que la majorité des entrepreneurs estiment qu'un secteur porteur à long terme est le facteur le plus déterminant dans le choix de ce dernier, soit 13 entrepreneurs, ce qui donne 50%, dont la plupart soit 30,7% ont investis dans le secteur de l'industrie agroalimentaire. La dynamique de ce secteur d'activité peut expliquer le choix de cette réponse. Nous retrouvons aussi ceux qui pensent que le facteur principal est l'existence du savoir-faire et d'expériences antérieures soit 46% (12 entrepreneurs) ce qui confirme notre troisième hypothèse sur le fait que l'expérience professionnelle joue un rôle important dans la sélection du secteur d'activité dans lequel le porteur investit. 11 entrepreneurs soit 42% ont déclaré avoir choisi leur secteur d'activité parce qu'il est caractérisé par un fort taux de rentabilité. 07 entrepreneurs soit 27% ont répondu qu'ils n'ont pas fait un choix car ils ont repris une entreprise familiale. 15% c'est-à-dire 4 entrepreneurs ont choisi leur secteur pour créer de nouveaux emplois en région. Finalement, une minorité d'entrepreneurs soit 8% (2 entrepreneurs) ont choisi le secteur d'activité ayant le moins de concurrents.

3.2.3.12. Les facteurs à l'origine de la localisation des entreprises

Figure n°38 : représentation graphique des facteurs à l'origine de la localisation des entreprises

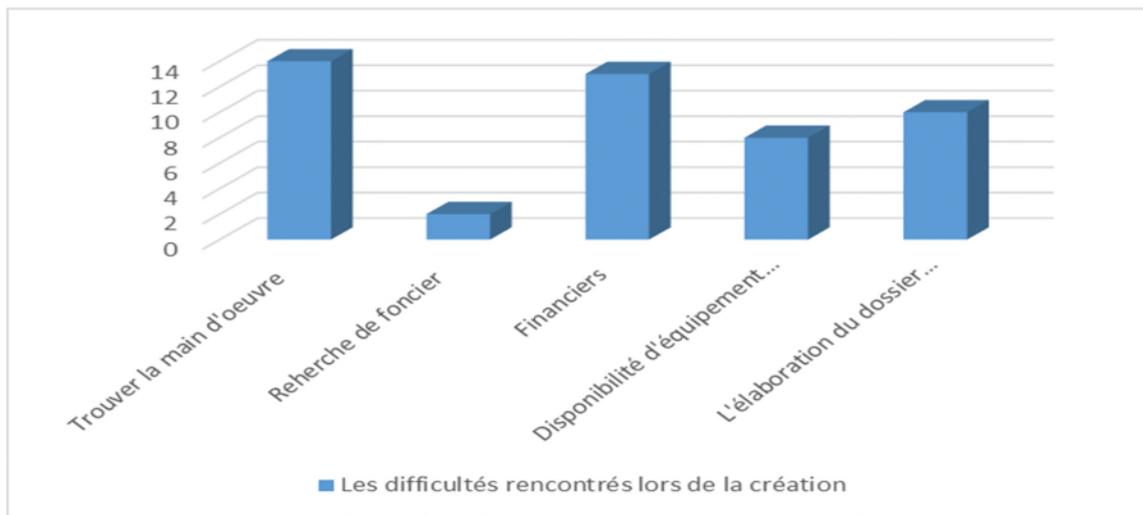


Source : établie par auteur a partir des données de l'enquête.

La figure n°38 nous permet de présenter les résultats de notre enquête concernant le choix de la localisation. Nous avons remarqué que 42% des entrepreneurs de notre échantillon (11 entrepreneur) ont localisé leurs entreprises là où il existe un nombre important de clients. Cela peut être dû à la réduction tendancielle des couts de transport, l'augmentation de leurs vitesses, ainsi que la tendance à la rédaction de leur cout marginale à la distance. En deuxième position, on trouve avec un taux de 27% (7 entrepreneurs) pour la proximité du domicile familial et la disponibilité foncière, suivi par les facteurs relatifs à la proximité des entreprises dont le secteur est complémentaire à celui de l'entreprise en question et la proximité d'un nombre important d'entreprises fournisseurs avec une même proportion de 12% (3 entrepreneurs). Finalement, uniquement 8% des enquêtés (2 entrepreneurs) ont préféré s'installer à proximité d'un nombre important d'entreprises du même secteur.

3.2.3.13. Les principales difficultés rencontrées lors de la création

Figure n°39 : représentation graphique des difficultés rencontrées lors de la création



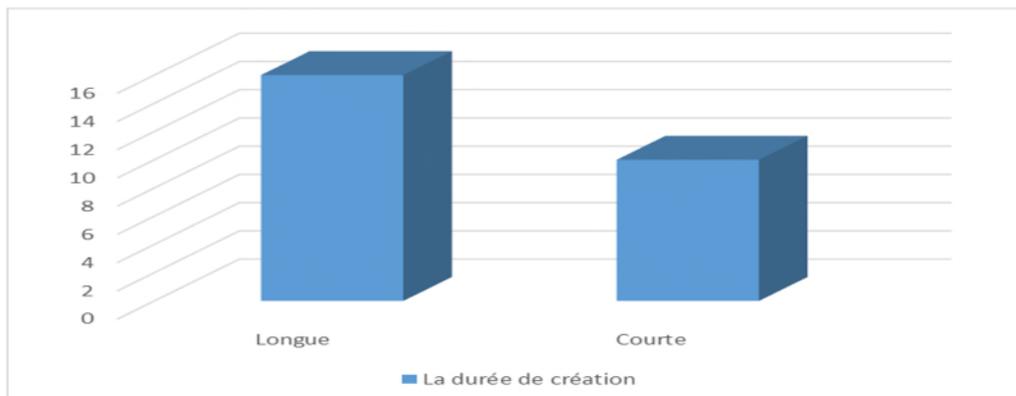
Source : établie par auteur a partir des données de l'enquête.

Les résultats que nous avons obtenu sur les difficultés rencontrées par les entrepreneurs illustrent que 14 entrepreneurs soit 54% estiment que le manque de main d'œuvre est l'une des difficultés majeures à laquelle l'entreprise fait face. 13 entrepreneurs soit 50% ont rencontrés des difficultés d'ordre financières. D'autres contraintes ont été avancées par nos entrepreneurs comme : l'élaboration du dossier administratif (10 entrepreneurs soit 38%), disponibilité d'équipement et matériels (8 entrepreneurs soit 31%) ainsi que la recherche de foncier avec une proportion de 8% soit 2 entrepreneurs.

Nous constatons que la main d'œuvre et les contraintes financières désavantagent la volonté des entrepreneurs débutants et cela peut être dû aux taux d'intérêts élevés ainsi qu'au manque de collaboration avec les systèmes bancaires.

3.2.3.14. La durée de création des entreprises

Figure n°40 : représentation graphique de la durée de création



Source : établie par auteur a partir des données de l'enquête.

Les résultats de notre enquête, présentés dans la figure n°40 montrent que plus de la moitié des entrepreneurs enquêtés, soit 62% (16 entrepreneurs) affirment que la durée de création de leurs entreprises était longue, dont 9 sont ceux ayant rencontrés des difficultés dans l'élaboration du dossier administratif qui est causé par une lourdeur de traitement des dossiers. Alors que 38% (10 entrepreneurs) estiment que la durée de la création était courte.

3.2.3.15. L'avis des interrogés sur la vie entrepreneuriale et leurs propositions pour épargner certains problèmes

Les entrepreneurs enquêtés trouvent que la vie entrepreneuriale est comme ils l'avaient imaginé avec un taux de réponse de 57,7% contre 42,3% qui assurent que la vie d'entrepreneur est totalement différente de ce qu'ils ont imaginé, elle est plus compliquée et nécessite des sacrifices spécifiques.

On à poser la question «que feriez-vous pour vous épargner certains problèmes que vous avez connus ? » afin d'avoir leurs recommandations pour les future entrepreneurs. L'amélioration des compétences et connaissances qui aident à la création » est la recommandation la plus fréquente (soit 30,77%). Le même taux de réponses (30,77%) s'applique à ceux qui désirent ne rien changer. Tandis que 19,23% des enquêtés estiment avoir plus d'expérience dans le même secteur d'activité de leur entreprise. Etre active dans leur démarche représente 11,53%. Quant aux 7,7% qui restent il aurait aimé avoir fait une étude de marché.

Conclusion

Après avoir présenté la région de notre étude, nous sommes rendu compte que la wilaya de Bejaia dispose d'un tissu industriel important où toutes les branches d'activités sont présentes. En effet, les données statistiques indiquent que le secteur de la PME au niveau de la wilaya du Bejaia a fait, ces dernières années, une avancée considérable par rapport aux années précédentes.

A travers notre enquête, nous avons constaté que la plus part des entrepreneurs investissent essentiellement dans les secteurs porteurs à long terme et offrant des taux de rentabilité élevés, sont généralement de sexe masculin, célibataire et d'âge mûr entre 20 ans et 30 ans. Leur niveau d'étude est élevé pour la majorité malgré qu'il y ait une proportion importante qui n'a qu'un niveau collégial. Les entreprises enquêtées se caractérisent globalement par leur petite taille, Leurs forme juridique dominante est l'entreprise individuelle et elles sont nouvellement créés.

Il ressort de cette enquête, que la majorité des entrepreneurs ont un fort sentiment d'indépendance et d'autonomie et la volonté d'être son propre patron, il est à noter que les caractéristiques les plus importante sont être rationnel, avoir de l'intuition et le leadership.

En ce qui concerne les contraintes auxquelles les entrepreneurs interrogés sont confronté lors de leur création, le manque de la main d'œuvre, le manque de financement et l'élaboration de dossier administrative sont les principales contraintes.

Conclusion
générale

Conclusion générale

L'étude du phénomène entrepreneurial suppose d'intégrer deux niveaux d'analyse, à savoir l'entrepreneur et l'organisation impulsée par celui-ci. C'est pour cela que nous avons estimé qu'il était préférable de nous intéresser à l'entrepreneur, plus particulièrement à la vision sur laquelle cet acteur s'appuie pour agir, ainsi que les facteurs de motivations d'un entrepreneur à démarrer une entreprise.

Cette recherche vise les facteurs de motivation qui poussent les individus à la création de l'entreprise dans la wilaya de Bejaia. D'abord, nous avons élaboré un éclairage théorique sur le concept de l'entrepreneur et ces caractéristiques en premier lieu, en second lieu les modèles conceptuels qui expliquent le processus entrepreneurial et les raisons qui sont à l'origine de la création. Par la suite, nous avons abordé le phénomène de la création des entreprises qui est le résultat de leurs activités. Enfin une présentation socio-économique de la wilaya de Bejaia a été faite afin de nous servir dans notre étude en ayant recouru aux données recueillies auprès de la direction de la PME.

A ce niveau, il faut signaler que ce modeste travail qui est loin d'être parfait est soutenu par une enquête que nous avons réalisée auprès de 26 entrepreneurs privés de la commune de Bejaia où nous avons interrogé un à un les profils des entrepreneurs enquêtés sur leurs origines sociales, leurs trajectoires professionnelles, les motivations et les déterminants de leurs actions ainsi que les contraintes rencontrées lors de la création.

A la lumière des résultats de notre enquête, il semble que c'est à partir des années 2000 que la majorité des entreprises de notre échantillon ont été créées. Les entreprises individuelles et la EURL sont les formes juridiques les plus fréquentes. De plus, il apparaît que la majorité de ces entreprises ont été financées grâce à leur épargne personnelle.

Il ressort également de notre étude que l'entourage et le cadre relationnel de l'entrepreneur constitue un facteur de base dans l'émergence de l'idée d'entreprendre. En effet, les résultats de notre enquête démontrent que l'entourage a eu une influence positive dans la décision de se lancer en affaires par plusieurs manières à savoir psychologiquement, financièrement ou les deux au même temps, ces entrepreneurs sont généralement motivés par la recherche de l'autonomie et le désir d'indépendance ainsi que la volonté d'être son patron ce qui confirme notre première hypothèse « **l'entrepreneur privé cherche à être indépendant et autonome** ». Ces données et résultats trouvés sont difficilement

Conclusion générale

généralisables étant donné le contexte socioéconomique qui différencie les régions centrales et les périphéries. Aussi l'échantillon de cette recherche visait des propriétaires dirigeants de TPE, de par cette discrimination, il est possible d'avoir des motivations entrepreneuriales différentes.

Bibliographie

Bibliographie

- ✓ « Motivation - La pyramide des besoins selon Maslow », *in* <http://alain.battandier.free.fr/spip.php?article6>, consulté le 03/06/2018
- ✓ AJZEN, cite paryvonGasse, « stratégie création et gestion d'une nouvelle entreprise le projet d'entreprise », éd e-thèque, 2002.
- ✓ ALAIN Fayolle « le métier de créateur d'entreprise » Editions d'Organisation, 2003
- ✓ ALAIN FAYOLLE, « entrepreneuriat : apprendre à entreprendre », édition DUNOD, 2004, Paris
- ✓ ALAIN Fayolle, « Entrepreneuriat : apprendre à entreprendre », 2^e édition DUNOD, 2012 paris.
- ✓ BERBER Nawal, « l'entrepreneuriat en Algérie. Cas de la wilaya d'Oran » mémoire de magister en management, Oran, 2013.
- ✓ BERBER.N, Mémoire de magister en Management, « L'entrepreneuriat en Algérie », 2014
- ✓ BERRAH.K, BOUKRIF.M « la problématique de la création des entreprises : une application sur les PME algériennes » présenté à la conférence internationale sur l'économie et gestion des réseaux <http://emnet.univie.ac.at/>(consulté le 10 avril 2018)
- ✓ BERREZIGA Amina & MEZIANE Amina, colloque national sur la culture entrepreneuriale chez les entrepreneurs algériens, université kasdi Merbah Ouargla, 1993, p 5-7.
- ✓ CACHON Jean-Charles « Entrepreneurs : Pourquoi ? Comment ? Quoi »
- ✓ CHRISTOPHE Estay, « motivations entrepreneuriale » p46.
- ✓ EMIN Sandrine, « l'intention de créer une entreprise des chercheurs publics : le cas français », p120.
- ✓ FENOUILLET, Fabien, « la motivation », Edition Dunod, éd 2eme, 2012, p19.
- ✓ HERNANDEZ EMILE Michel, le processus entrepreneurial, l'harmattan, 1999

- ✓ LOUIS Jacques Fillion, « le champ de l'entrepreneuriat : historique, évolution, tendances », 1997, vol 10, numéro 2.
- ✓ M. Mohamed « Les nouvelles figures de l'entrepreneuriat en Algérie : un essai de typologie » cahier du CREAD, 2008, n°85-86
- ✓ MAUGERI, Salvatore « Théories de la motivation au travail » Edition Dunod, 2013, p12.
- ✓ MESSEGHEM, Karim, « entrepreneuriat » ,2011
- ✓ GASSE Yvon, « l'influence de milieu dans la création d'entreprise ».

Liste des figures

Figure 1 : l'évolution de la population des PME privées (2013-2017).....	36
Figure 2 : la population des PME publiques (2013-2017)	37
Figure 3 : l'évolution de mouvements des PME (2013-2017)	38
Figure 4 : l'évolution de mouvements des PME par tranche d'effectif (2014-2017)	39
Figure 5 : l'évolution des PME par secteurs d'activités durant 2013-2016	40
Figure 6 : l'évolution de l'implantation territoriale des PME de Bejaia	41
Figure 7 : Répartition de l'échantillon par sexe	46
Figure 8 : représentation graphique de la répartition de l'échantillon en fonction de l'âge des entrepreneurs à la création de leur entreprise	46
Figure 9 : Représentation graphique de la situation familiale.....	47
Figure 10 : représentation graphique par niveau d'instruction	48
Figure 11 : représentation graphique de la répartition des entrepreneurs en fonction de l'expérience professionnelle comme employé	49
Figure 12 : Représentation graphique du rôle de l'expérience professionnelle dans la décision de création	50
Figure 13 : représentation graphique de l'influence de l'expérience professionnelle sur la décision d'entreprendre	51
Figure 14 : Représentation graphique de l'expérience professionnelle antérieure dans le même secteur d'activité	52
Figure 15 : Représentation graphique de la durée de l'expérience professionnelle.....	53
Figure 16 : représentation graphique de l'influence des parents	53
Figure 17 : représentation graphique de la caractéristique de l'entrepreneur	54
Figure 18 : Représentation graphique de la fonction chef d'entreprise	54

Figure 19 : Représentation graphique des dates de création des entreprises	55
Figure 20 : Représentation graphique de la forme juridique.....	56
Figure 21 : Représentation graphique de la répartition des entreprises selon le type du projet entrepreneurial	57
Figure 22 : Représentation graphique de la répartition des entreprises selon la structure de financement initiale	58
Figure 23 : Représentation graphique de la répartition des entrepreneurs selon l'origine de l'idée de création	59
Figure 24 : représentation graphique de la naissance de projet de création	60
Figure 25 : représentation graphique des situations qui ont déclenché le processus de création	60
Figure 26 : Représentation graphique des opportunités environnementales favorisant la création	61
Figure 27: représentation graphique des facteurs de motivation des entrepreneurs	62
Figure 28 : Représentation graphique de la reconnaissance sociale	63
Figure 29 : Pyramide des besoins d'Abraham Maslow	64
Figure 30 : représentation graphique de l'impact de l'entrepreneur sur la reconnaissance social.....	65
Figure 31: représentation graphique des caractéristiques des entrepreneurs	65
Figure 32: représentation graphique des de l'expérience d'un parent entrepreneur	66
Figure 33: représentation graphique de l'importation de la situation familiale au moment du lancement	67
Figure 34 : représentation graphique de l'entourage.....	67
Figure 35 : représentation graphique de soutien de l'entourage	68
Figure 36 : représentation graphique de l'influence des études sur envie d'entreprendre.....	68

Figure 37 : représentation graphique des déterminants du choix de secteur d'activité	69
Figure 38 : représentation graphique des facteurs à l'origine de la localisation des entreprises.....	70
Figure 39 : représentation graphique des difficultés rencontrées lors de la création	71
Figure 40 : représentation graphique de la durée de création	72

Liste des tableaux

Tableau 1 : caractéristiques attribuées aux entrepreneurs par les spécialistes de comportement	12
Tableau 2 : Zones industriels dans la wilaya de Bejaia	32
Tableau 3 : Zones d'activités dans la wilaya de Bejaia	33
Tableau 4 : la répartition spatiale des PME au niveau national	34
Tableau 5 : la population des PME privées durant (2013-2017)	35
Tableau 6 : la population des PME publiques (2013-2017)	36
Tableau 7 : mouvements des PME privées (2013-2017)	37
Tableau 8 : Répartition des PME par tranche d'effectif (2014-2017)	38
Tableau 9 : la PME privée selon le secteur d'activité	39
Tableau 10 : Implantation territoriale des PME privées dans la wilaya de Bejaia	40

Annexes

Annexe 01 : Guide d'entretien

La présente étude portera sur les facteurs qui poussent un individu à devenir entrepreneur dans la wilaya de Bejaia et ce dans le cadre de réalisation d'un mémoire de master en Entrepreneuriat.

Nous tenons à vous informer que la présente étude revêt un caractère purement scientifique. Elle est tout à fait anonyme et confidentielle.

Merci à l'avance pour votre collaboration dont dépend la réussite de cette étude.

Partie 1 : l'entrepreneur

I.1. Identification de l'entrepreneur :

1. Sexe :

Masculin

Féminin

2. Age à la création de votre entreprise

Moins de 20 ans

De 20 a 30 ans

De 30 a 40 ans

De 40 a 50 ans

50 ans et plus

3. Situation matrimoniale à la création de votre entreprise

Marié(e)

Célibataire

Divorcé

Veuf (Ve)

4. Quel est le plus haut niveau de scolarité que vous avez atteint (diplôme obtenu) ?

Universitaire

Collégial

Secondaire

Autres, précisez

I.2.Origines et antécédents de l'entrepreneur :

Annexes

5. Avez-vous auparavant occupé un poste de salarié dans une entreprise ?
 - Oui
 - Non
6. Si oui, cette expérience a-t-elle joué un rôle important dans votre volonté de créer votre propre entreprise ?
 - Oui
 - Non
7. De quelle manière votre expérience professionnelle a influencé votre décision de lancer votre propre entreprise ?

.....

.....
8. Avez-vous déjà travaillé dans le même secteur d'activité avant de lancer votre entreprise ?
 - Oui
 - Non
9. Si oui pour combien de temps ?
10. Pensez-vous que vous avez été influencé par vos parents ?
 - Oui
 - Non
11. Pensez-vous être né pour devenir chef d'entreprise ?
12. Pour vous la fonction chef d'entreprise est quelque chose qui peut s'apprendre ou un talent avec lequel on naît ?

Partie 02: les motivations entrepreneuriale
--

1. Comment est venue l'idée de créer votre entreprise ?
 - Relations professionnelles
 - Connaissance d'un projet semblable
 - Relation personnelle et familiale
 - Reprise de l'affaire familiale
 - Expérience professionnelle dans le domaine
 - Innovation d'un nouveau procédé ou produit
 - Autres, précisez.....

Annexes

2. Ce projet est-il le fruit d'une réflexion sur plusieurs années ou quelque chose de spontané ?
3. Selon vous, l'une ou l'autre des situations suivantes a déclenché le processus de création de votre entreprise ?
 - Les politiques d'aide à la création d'entreprise
 - Argent à investir
 - Travail insatisfaisant
 - Opportunité d'affaire à saisir
 - Perte d'emploi
 - Disponibilité de la main d'œuvre
 - Temps libre
 - Vouloir être son propre patron
 - Autre, précisez.....
4. Les opportunités environnementales favorisant la création ?
 - Agglomération urbaine importante
 - Infrastructures développées
 - Proximité d'autres activités
 - Secteur d'activité vierge
 - Avantages fiscaux
 - Autres, précisez.....
5. Quels sont les facteurs qui ont motivé la création de votre entreprise ?
 - Etre indépendant et autonome
 - Expérience professionnelle
 - Imitation d'une réussite familiale
 - Echapper au chômage
 - Réaliser un rêve
 - Améliorer votre situation financière
 - Relever un défi
 - Créer des emplois
 - L'envie d'améliorer votre environnement
 - Les avantages offerts par le statut d'entrepreneur
 - Les politiques d'aide à la création d'entreprise
 - L'innovation
 - L'envie d'être son propre patron

Annexes

- L'envie et la capacité de gérer et diriger
 - Autres, précisez
6. Classez les caractéristiques suivantes par ordre d'importance
- La créativité
 - La prise de risque
 - Le leadership
 - La forte personnalité
 - Savoir communiquer
 - Avoir de l'intuition
 - Savoir gérer
 - Etre rationnel
 - Autre,
7. La reconnaissance sociale est-elle importante à vos yeux ?
8. Entreprendre est-il une façon efficace de l'obtenir ?
9. Pensez-vous qu'un entrepreneur doit être doté de qualités précises pour pouvoir entreprendre ? (pensez-vous que chacun d'entre nous est capable de se lancer dans un projet de création ?)
10. Des membres de votre famille sont ils eux même entrepreneur ?
- Oui
 - Non
11. Votre situation familiale (marié(e), célibataire, enfants,.....etc.) a-t-elle joué un rôle important au moment du lancement de votre projet ?
12. Avez-vous un réseau (ami, anciens collègues, connaissances, experts) qui vous soutien?
13. Si oui, de quelle façon
14. Les études que vous avez suivies ont-elles eu une influence sur votre envie d'entreprendre ?
15. Quels sont les facteurs qui vous ont aidés dans le choix de votre secteur d'activité ?
- Un fort taux de rentabilité
 - Savoir faire et expériences antérieure
 - Secteur porteur à long terme
 - Entreprise familiale

Annexes

- Pas de concurrents
- Vouloir créer de nouveaux emplois en région
- Autres, précisez.....

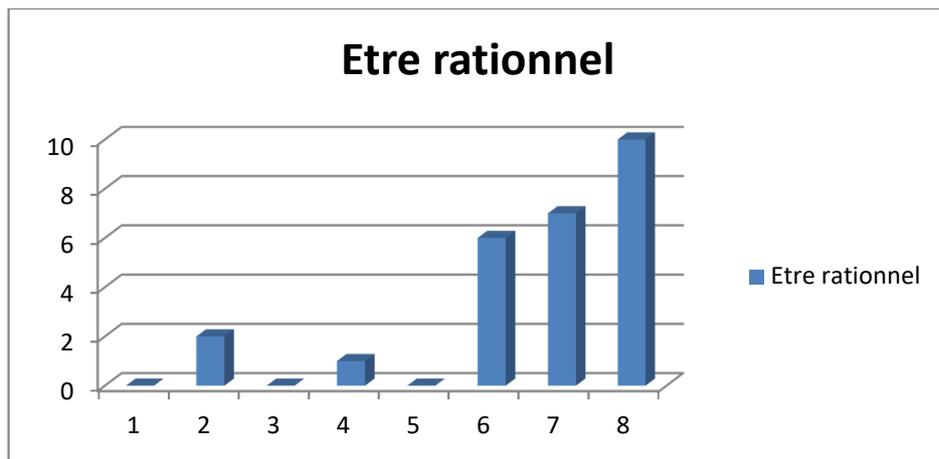
Partie 03: l'entreprise

1. Lieu de localisation de votre entreprise ?
2. L'année de création ?.....
3. Secteur d'activité de votre entreprise ?
4. Quelle est la nature de création de votre entreprise ?
 - Nouvelle création
 - Extension d'une ancienne activité
 - Reprise d'une entreprise familiale
 - Reprise d'une entreprise publique/privée
5. Forme juridique
 - Personne physique
 - SARL
 - SNC
 - EURL
 - SPA
 - Autres, précisez.....
6. Quelle est la structure de financement initiale de votre entreprise ? (réponse multiple)
 - Epargne personnel (autofinancement)
 - Emprunt bancaire
 - Emprunt familiaux
 - Emprunt chez les amis
 - Dispositifs publics (CNAC, ANSEJ,)
7. Indiquer quel est le(s) facteur(s) qui sont à l'origine de la localisation de votre entreprise ?
 - Proximité d'un nombre important d'entreprises du même secteur

Annexes

- Proximité d'un nombre important d'entreprises dont le secteur est complémentaire
 - Proximité d'un nombre important d'entreprises fournisseurs
 - Proximité d'un nombre important d'entreprises clientes
 - Autres, précisez.....
8. Avez-vous rencontré des difficultés lors de la création de votre entreprise ?
- Trouver de la main d'œuvre
 - Recherche de foncier
 - financiers
 - Disponibilité d'équipement et matériels
 - L'élaboration du dossier administratif
 - Autres, précisez.....
9. Est-ce que la durée de création était ?
- Longue
 - Courte
10. La vie d'entrepreneur que vous connaissez aujourd'hui correspond-t-elle à ce que vous imaginiez ? Et si c'était à refaire, que feriez-vous pour vous épargner certains problèmes que vous avez connus ?

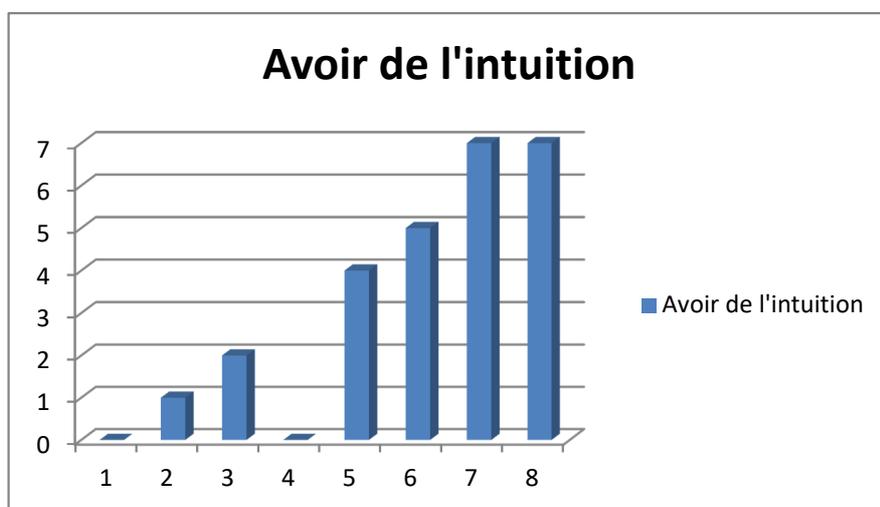
Annexe 02 : Les Graphes



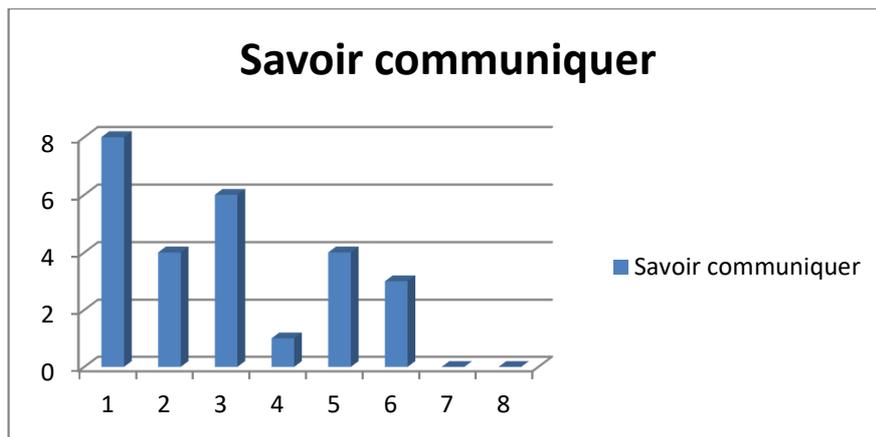
Source : établie par auteur à partir des données de l'enquête.



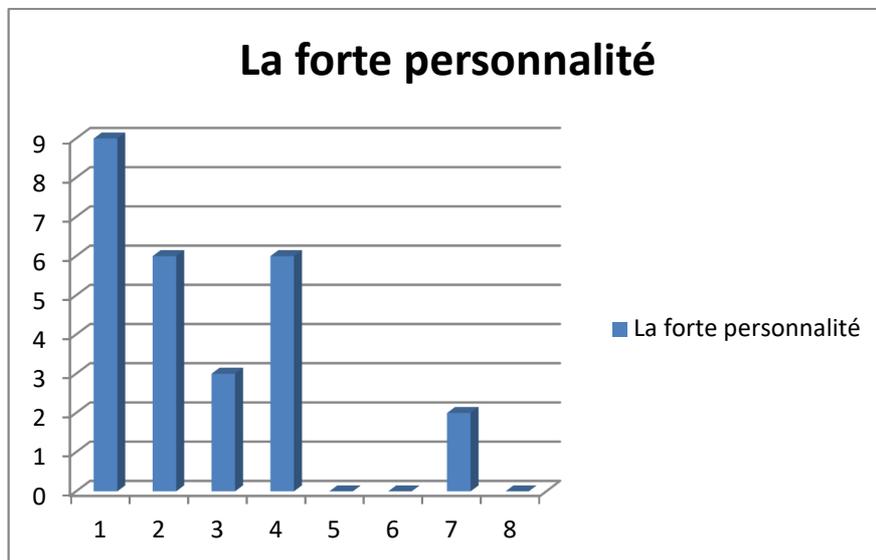
Source : établie par auteur à partir des données de l'enquête.



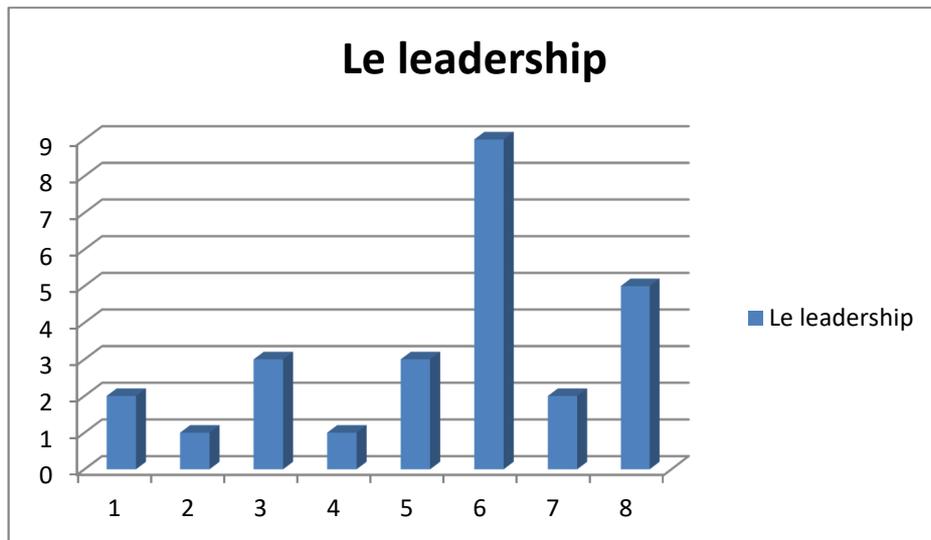
Source : établie par auteur à partir des données de l'enquête.



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



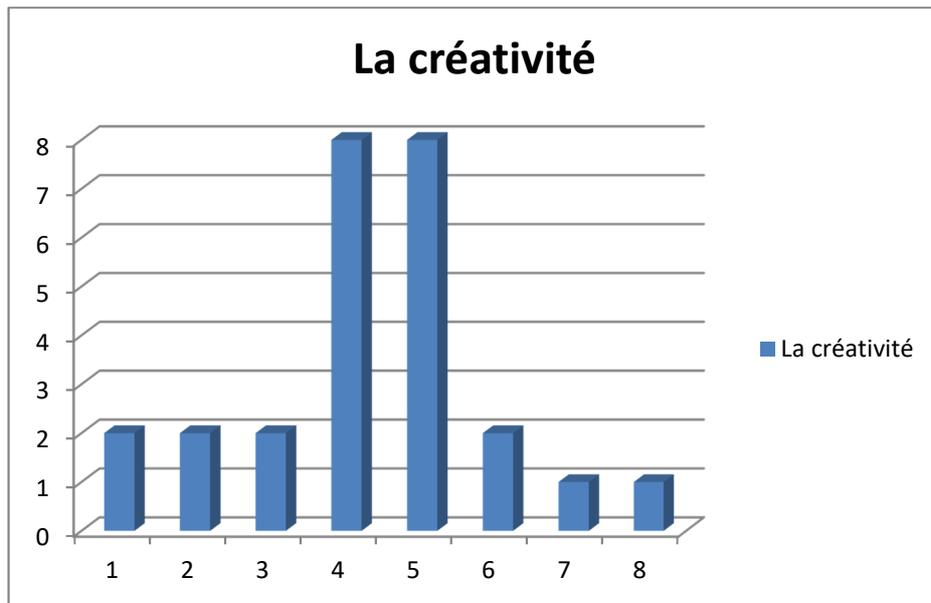
Source : établie par auteur à partir des données de l'enquête.



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



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



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

Table des matières

Remerciements

Dédicaces

Liste des abréviations

Sommaire

Introduction générale..... 1

Chapitre 01 : revue littérature sur l'entrepreneur et les motivations de création d'entreprise

Introduction 4

Section 01 : l'entrepreneur, l'acteur de développement 4

1.1. Qu'est-ce qu'un entrepreneur 4

1.2. Typologie d'entrepreneur 6

1.2.1. Les figures typologiques proposées dans la littérature entrepreneuriale..... 6

1.2.1.1. L'entrepreneur-artisan 6

1.2.1.2. L'entrepreneur opportuniste 6

1.2.1.3. L'entrepreneur manager et innovateur 7

1.2.1.4. L'entrepreneur propriétaire 7

1.2.1.5. L'entrepreneur technicien 7

1.2.1.6. L'entrepreneur artisan 7

1.2.1.7. L'artisan-inventeur 7

1.2.1.8. Le promoteur 7

1.2.1.9. Le gérant-général 7

1.2.1.10. Les entrepreneurs indépendants 7

1.2.1.11. Les entrepreneurs créateurs d'organisations 8

1.2.1.12. Une logique d'action patrimoniale (PIC) 8

1.2.1.13. Une logique d'action entrepreneuriale (CAP) 8

1.2.2. Les typologies d'entrepreneurs en Algérie..... 8

1.2.2.1. Les entrepreneurs reconvertis	8
1.2.2.2. Les entrepreneurs contraints	9
1.2.2.3. Les entrepreneurs migrants	9
1.2.2.4. Les entrepreneurs héritiers	10
1.3. Les caractéristiques de l'entrepreneur	10
1.3.1. Le profil de l'entrepreneur	10
1.3.2. Les compétences de l'entrepreneur	11
1.3.2.1. Compétences managériales typiques	11
1.3.2.2. Compétences sociales	11
1.3.2.3. Aptitudes personnelles	11
1.3.2.4. Compétences entrepreneuriales typiques	11
1.3.3. Comment acquérir les compétences entrepreneuriales ?.....	11
Section 02 : les motivations de l'entrepreneur à l'égard de l'entrepreneuriat	12
2.1. Définition de la motivation :	12
2.2. Comprendre l'acte entrepreneurial	13
2.2.1. Les approches par les traits de personnalité	14
2.2.2. L'approche par les comportements	14
2.2.2.1. Le modèle de formation organisationnelle de Learned (1992)	14
2.2.2.1.1. La propension à créer	14
2.2.2.1.2. L'intention de créer :	14
2.2.2.1.3. La structuration des informations	14
2.2.2.2. Le modèle de l'évènement entrepreneurial de Shapero (1975).....	15
2.2.2.2.1. La crédibilité de l'acte, variable sociologique	15
2.2.2.2.2. La faisabilité de l'acte, variable économique	15
2.2.2.2.3. La disposition à l'action, variable psychologique	15

2.2.2.2.4. La discontinuité ou déplacement, variables de situation	15
2.2.2.3. Le modèle de l'action raisonnée	16
2.2.2.3.1. L'attitude	16
2.2.2.3.2. Les normes subjectives	16
2.2.2.3.3. Le contrôle sur le comportement	16
2.2.3. Les principales dimensions environnementales favorisant la création	16
2.2.3.1. Les dimensions économiques et démographiques	16
2.2.3.2. Les raisons socioculturelles.....	17
2.2.3.3. Les motifs politiques	17
2.3. Les facteurs motivationnels des entrepreneurs	17
2.3.1. Les facteurs psychologiques	17
2.3.1.1. Besoin d'indépendance	18
2.3.1.2. Besoin d'accomplissement	18
2.3.1.3. La prise de risque	18
2.3.1.4. L'internalité de contrôle	19
2.3.1.5. La créativité et l'innovation	19
2.3.2. Les facteurs sociologiques et culturels	19
2.3.2.1. L'âge	19
2.3.2.2. La famille et les proches	20
2.3.2.3. Le territoire	20
2.3.2.4. L'éducation	20
2.3.2.5. L'expérience professionnelle	20
2.3.3. Les facteurs économiques	21
Section 03 : La création d'entreprise	21
3.1. La création d'entreprise : définitions	21

3.2. La diversité des créations	22
3.2.1. La création reproduction	22
3.2.2. La création imitation :	23
3.2.3. Le créateur innovation-valorisation	23
3.2.4. La création innovation-aventure	23
3.3. Le processus de la création d'entreprise :	24
3.3.1. Evaluation de l'opportunité de création d'entreprise	24
3.3.2. Conception et formulation du projet de création	25
3.3.3. Montage juridique et financement du projet	25
3.3.4. Lancement des activités	25
3.4. Contraintes de création d'entreprise en Algérie	25
3.4.1. Les contraintes géographiques	26
3.4.1.1. Le relief	26
3.4.1.2. La problématique du foncier industriel	26
3.4.2. Les contraintes administratives	27
3.4.3. Les contraintes relatives au marché	27
3.4.4. Les contraintes technologiques	27
3.4.5. Les contraintes de financement :	27
Conclusion	27
Chapitre 02 : présentation et analyse des motivations des entrepreneurs de Bejaia.....	29
Introduction	29
Section 01 : la présentation socio-économique de la wilaya de Bejaia	29
1.1. La situation géographique	29
1.1.1. L'ensemble de montagnes	29
1.1.2. L'ensemble de piémonts	29
1.1.3. L'ensemble de plaine	29

1.2. L'aspect démographique :	30
1.3. Les potentialités économiques	30
1.3.1. Secteur de l'Agriculture	30
1.3.2. Secteur de pêche et de l'aquaculture	30
1.3.3. Secteur des mines	31
1.3.3.1. Les gisements	31
1.3.3.2. Les agrégats	31
1.3.3.3. L'Argile	31
1.3.3.4. Le gypse	31
1.3.4. Secteur de tourisme	31
1.3.5. Fonciers industriels	32
1.3.5.1. Principales industries	33
Section 02 : Indicateurs de l'entrepreneuriat à Bejaia	33
2.1. La PME de Bejaia au niveau national	34
2.2. Données globales sur la création d'entreprises de la wilaya de Bejaia	34
2.2.1. La population des PME privées	34
2.2.2. La population des PME publiques	36
2.2.3. Répartition des PME privées	37
2.2.3.1. Répartition par mouvement	37
2.2.3.2. Répartition par tranche d'effectifs	38
2.2.3.3. La répartition selon le secteur d'activité	39
2.2.3.4. La répartition selon l'implantation territoriale	40
Section 03 : l'étude sur les données empiriques	43
3.1. Méthodologie et organisation de la recherche	43
3.1.1. L'échantillon étudié	43
3.1.2. Objectifs de l'enquête	43

3.1.3. Questionnaire	43
3.1.4. Le déroulement de l'enquête	43
3.1.5. Traitements des questionnaires	44
3.2. Présentation et interprétation des résultats de l'enquête	44
3.2.1. Identification de l'entrepreneur	45
3.2.1.1. Répartition des entrepreneurs par sexe	45
3.2.1.2. L'âge des créateurs d'entreprises:	46
3.2.1.3. Situation familiale des entrepreneurs	46
3.2.1.4. Niveau d'instruction	46
3.2.1.5. La situation professionnelle avant la création d'entreprise	47
3.2.1.5.1. Rôle de l'expérience professionnelle dans la décision de création	48
3.2.1.5.2. La manière dont l'expérience professionnelle influence la décision d'entreprendre	48
3.2.1.5.3. L'expérience professionnelle antérieure dans le même secteur d'activité	50
3.2.1.5.4. La durée de l'expérience professionnelle	51
3.2.1.6. L'influence des parents	52
3.2.1.7. L'entrepreneur une caractéristique inné ou acquise	53
3.2.1.7.1. La fonction chef d'entreprise peut s'apprendre	54
3.2.2. Caractéristiques des entreprises créées	54
3.2.2.1. La date de création des entreprises enquêtées	55
3.2.2.2. La forme juridique des entreprises enquêtées :	55
3.2.2.3. La situation entrepreneuriale des entreprises enquêtées	56
3.2.2.4. La structure de financement initial des entreprises enquêtées	57
3.2.3. Présentation des motivations des entrepreneurs	58
3.2.3.1. L'origine de l'idée de création	59
3.2.3.2. La naissance de projet de création	59
3.2.3.3. Les situations qui ont déclenché le processus de création	60

3.2.3.4. Les opportunités environnementales favorisant la création	60
3.2.3.5. Les facteurs de motivation	61
3.2.3.6. Répartition des entrepreneurs selon le classement des caractéristiques	62
3.2.3.7. La reconnaissance sociale	63
3.2.3.7.1. Entreprendre et la reconnaissance social	63
3.2.3.8. Les caractéristiques des entrepreneurs enquêtées	63
3.2.3.9. Les entrepreneurs de la famille	65
3.2.3.9.1. L'importance de la situation familiale au moment du lancement	65
3.2.3.10. L'entourage	67
3.2.3.10.1. Le soutien de l'entourage	67
3.2.3.10.2. L'influence des études sur l'envie d'entreprendre	68
3.2.3.11. Les déterminants du choix du secteur d'activité	68
3.2.3.12. Les facteurs à l'origine de la localisation des entreprises	69
3.2.3.13. Les principales difficultés rencontrées lors de la création	70
3.2.3.14. La durée de création des entreprises	71
3.2.3.15. L'avis des interrogés sur la vie entrepreneuriale et leurs propositions pour épargner certains problèmes	72
Conclusion	73
Conclusion générale	74
Bibliographies	76
Liste des figures	80
La liste des tableaux	83
Annexes	84

Résumé

Notre travail porte sur l'entrepreneur et les motivations qui lui poussent à créer une entreprise soit par l'aide d'un organisme d'appui ou par leur fonds propres, dans la wilaya de Bejaia.

Sur la base de la partie théorique que nous avons retenue et l'enquête de terrain effectué, il ressort que le tissu relationnel des entrepreneurs constitue un élément essentiel dans leur décision d'entreprendre, la famille est le premier front de ce tissu. Ainsi que l'expérience professionnelle auparavant, plus particulièrement l'expérience dans le même secteur d'activité qui permet l'accumulation de savoir faire et des compétences nécessaire.

Mots clés : entrepreneur, entrepreneuriat, entreprise, création d'entreprise, motivations, caractéristiques des entrepreneurs.

Abstract

Our work focuses on the entrepreneur and the motivations that drive him to start a business either with the help of a support organization or with their own funds, in Bejaia. On the basis of the theoretical part that we have retained and the field survey carried out, it appears that the relational fabric of entrepreneurs is an essential element in their decision to undertake, the family is the first front of this fabric. As well as professional experience before, especially experience in the same sector of activity that allows the accumulation of know-how and skills required.

Key words: entrepreneur, entrepreneurship, business, business creation, motivations, characteristics of entrepreneurs.