

**REPUBLIQUE ALGERIENNE DEMOCRATIQUE ET POPULAIRE**  
**MINISTRE DE L'ENSEIGNEMENT SUPERIEUR ET DE**  
**LA RECHERCHE SCIENTIFIQUE**

**UNIVERSITE ABDERRAHMANE MIRA BEJAIA**



**FACULTE DES SCIENCES ECONOMIQUES COMMERCIALES ET DES**  
**SCIENCES DE GESTION.**

**Département des Sciences de gestion.**

**Mémoire de fin d'études**

**En vue de l'obtention du diplôme de Master en Sciences de gestion.**

**Option: Management Economique des territoires et entrepreneuriat.**

**Thème:**

**Les déterminants de création d'entreprises dans le domaine TIC**

**Cas de la Wilaya de Bejaia**

**Réalisé par :**

GUERMOUCHE Seghir

KESSALI Hanane

**Dirigé par :**

Mr. TAKABAÏT Djamel.

**Membres du Jury :**

Mme Makhmoukh

Mr Hadjout

Mr Takabait

**Session Septembre 2016**

## REMERCEMENTS

Nous remercions tout d'abord dieu qui nous a procuré courage,

Volonté et patience pour réaliser ce présent travail.

Nous souhaitons assurer l'expression de notre gratitude et nos sincères remerciements à notre promoteur Mr. TAKABAIT pour son encadrement, sa disponibilité et le suivi qu'il nous a accordé durant la conception de la rédaction de ce mémoire.

Nos vifs remerciements vont aussi aux membres du jury pour l'intérêt qu'ils ont porté à notre recherche, et l'honneur qu'ils ont fait en acceptant d'examiner notre travail.

Enfin on ne remerciera jamais assez nos parents, puisque ce travail n'est que le fruit de leur bonne éducation et leur soutien. Nous remercions aussi tous les membres de notre famille, nos amis et tous ceux qui ont participé à la réalisation de ce mémoire ainsi que l'ensemble des enseignants qui ont contribué à notre formation.

On aurait souhaité assurer chacun en particulier de notre reconnaissance, mais ces quelques lignes n'auraient pas suffi.

*Merci.*

## Dédicaces

**Toutes les lettres ne sauraient trouver les mots qu'il faut... Tous les mots ne sauraient exprimer la gratitude, L'amour, le respect, la reconnaissance. Aussi, c'est tout simplement que :**

### **Nous dédions ce mémoire**

A celles qui nous ont arrosées de tendresse, d'espoir et de leurs prières... nos mères.

Tout ce que nous pouvons vous offrir ne pourra exprimer l'amour et la reconnaissance que nous vous portons.

A l'épaule solide, l'œil attentif, compréhensif et les personnes les plus dignes de notre respect... nos pères.

Aucune dédicace ne saurait exprimer notre gratitude et notre affection.

A nos frères et sœurs, pour leur amour et leur soutien, qu'ils trouvent ici l'expression de notre haute gratitude.

A nos amis et à toute personne qui de loin ou de près a été là pour nous.

À tous ceux qui ont un jour partagé un bout du long chemin vers cet accomplissement, dont l'oubli du nom n'est pas celui du cœur.

*En guise de remerciement,*

*Je leur dédie ce modeste travail en témoignage de mon amour et de ma sincère reconnaissance.*

**Seghir & Hanane.**

### La liste des abréviations :

L'abréviation	Sens
ANDI	Agence Nationale de Développement des investissements
ANEM	Agence Nationale d'Emplois
ANGEM	Agence Nationale de Gestion des Micro Crédits
ANSEJ	Agence Nationale de soutien à l'Emploi des Jeunes
APSI	Agence de Promotion de Soutien et de Suivi des Investissements
ARPT	Autorité de Régulation de la Poste et des Télécommunications
CAS	Centre d'Analyse Stratégique
CGPME	Conférence Générale des Petites et Moyennes Entreprises
CNAC	Caisse Nationale d'Assurance de Chômage
DPAT	Direction de la Planification et l'Aménagement du Territoire
DPME	Direction de Petites et Moyennes Entreprises
EPC	Entreprise Public Economique
GE	Grande Entreprise
NTIC	Nouvelles Techniques d'Informations et de Communications
OCDE	Organisation de Coopération pour le Développement Economique
PE	Petite Entreprise
PME	Petite et Moyenne Entreprise
PMI	Petite et Moyenne Industrie
TIC	Technologies d'Informations et de Communication

### La liste des figures :

N° de figure	Titre	page
Figure N°1	Relations entre la quantité d'information recherchée enrichie par le milieu territorial et la présence d'entreprises innovantes ou proactives	31
Figure N°2	Le rôle des TIC dans l'économie	59

### Liste des graphiques :

N° de graphique	titre	page
Graphique N°1	La Structure économique de la wilaya de Béjaia	65
Graphique N°2	Répartition de PME par Daira	67
Graphique N°3	Répartition des emplois créés par Daira	68
Graphique N°4	Emplois par secteur d'activité en pourcentage	69
Graphique N°5	Besoin de réalisation	78
Graphique N°6	Le contrôle	79
Graphique N°7	La propension de prise de risque	80
Graphique N°8	La confiance en soi	81
Graphique N°9	Capacité à innover	82
Graphique N°10	Le capital social : obtention des ressources	83
Graphique N°11	Le capital social : obtention des compétences	84
Graphique N°12	Le capital social : support et encouragement	85
Graphique N°13	Les variables biographiques : âge	86
Graphique N°14	Les variables biographiques : genre	87
Graphique N°15	Les variables biographiques : situation familiale	88
Graphique N°16	Le capital humain : la formation	89
Graphique N°17	Le capital humain : le facteur expérience	90
Graphique N°18	Le niveau d'instruction	90
Graphique N°19	Les déterminants environnementaux de la création d'entreprise TIC	91

***Liste des tableaux :***

N° de tableau	Titre	Page
Tableau N°1	Lien entre l'activité antérieure de créateur et l'activité de l'entreprise créée	52
Tableau N°2	Délimitation du secteur TIC	59
Tableau N°3	Nombre des questionnaires envoyés, nombre et taux de réponse, en fonction du mode d'approche	74
Tableau N°4	Poids de l'échantillon par secteurs d'activité regroupés	75
Tableau N°5	Poids de l'échantillon selon la taille de l'entreprise	76

### **Introduction générale**

L'entrepreneuriat dans le domaine des TIC constitue un thème auquel les chercheurs s'intéressent de plus près, notamment les économistes et les gestionnaires. Ces derniers fondent leurs idées sur le fait que ces technologies accélèrent la croissance économique et modernisent les économies des nations.

L'entrepreneuriat occupe une place de plus en plus importante dans les économies nationales. Dès lors, beaucoup d'auteurs considèrent que la création d'entreprises est un enjeu majeur pour le développement de toute nation dans la mesure où elle est la principale source de richesse et de lutte contre le chômage. De ce fait, les similitudes et les écarts entre les pays sont fonction, essentiellement, des différences au niveau des taux d'emploi et de création de nouvelles entreprises. Avec l'évolution rapide des technologies de plus en plus complexes et la mondialisation de l'économie, un intérêt particulier a été accordé à la création et au développement des entreprises innovantes à fort contenu de savoir. Ainsi, et comme le mentionne Schumpeter, quand de nouveaux développements technologiques et scientifiques génèrent des opportunités économiques qui sont saisies par de nouveaux entrepreneurs, émergent des entreprises dynamiques qui vont promouvoir l'innovation.

L'étude des déterminants de création des entreprises TIC est un pari difficile, d'autant que, l'Algérie semble accorder peu de place aux TIC; leur importance et leur caractère révolutionnaire ne sont pas encore suffisamment perçus et intégrés dans l'économie algérienne. Nous pouvons prévoir que cette intégration des TIC risque d'être très modeste, notamment si les Algériens persistent dans leurs réticences à s'approprier ces technologies. Il prendra alors la forme d'une marginalisation de l'Algérie dans l'économie mondiale, car, de plus en plus, le fonctionnement de l'économie repose sur l'utilisation des TIC.

Malgré l'importante croissance du secteur des TIC dans les économies contemporaines, aucune recherche n'a été spécifiquement centrée sur les déterminants de la création d'entreprises dans ce secteur. L'objectif de cette étude est de combler ce vide, en se concentrant sur les déterminants particuliers tels que l'infrastructure en R&D, la présence d'incubateurs, le capital humain disponible, le réseau social de l'entrepreneur et ces caractéristiques, la demande...etc.

Notre choix pour ce thème est motivé d'une part, par la complexité et la richesse de cette thématique encore relativement peu explorée en Algérie, d'autre part, le rôle joué par les TIC dans l'économie, qui sont présentées comme des outils capables de stimuler la croissance et la productivité des entreprises, elles améliorent leur performance et elles accélèrent le développement économique et social. L'utilisation des TIC dans les administrations publiques est censée améliorer leur fonctionnement interne et la relation avec le citoyen.

Le présent travail a pour objet d'identifier les facteurs de création d'entreprises dans le domaine des TIC dans la wilaya de Bejaia.

Il s'agit, donc, de répondre à la problématique suivante :

### **Quels sont les facteurs qui déterminent la création d'entreprises dans le domaine TIC dans la wilaya de Bejaia ?**

Cette question constitue le fil conducteur de notre travail. De cette problématique découle la série d'interrogations suivantes :

- Quelle est le profit des créateurs d'entreprises TIC ?
- Le capital humain est- il déterminant dans la création d'entreprises TIC?
- Le capital social est- il déterminant dans la création d'entreprises TIC
- Quels sont les facteurs environnementaux qui influencent la création d'entreprise dans le domaine TIC ?

Par ce travail, notre ambition est d'essayer de traiter toutes les questions préalablement posées de la manière la plus exhaustive possible, et ce, notamment dans le but de contribuer à la réflexion sur la problématique essentielle du sujet en se basant sur l'hypothèse ci-après :

La création d'entreprises dans le domaine des TIC nécessite la disponibilité certains facteurs spécifiques par rapport aux autres secteurs.

Le choix de la wilaya de Bejaia est d'abord un choix de proximité. Il est motivé par l'émergence d'une dynamique économique et entrepreneuriale dans cette wilaya, compte tenu qu'elle semble s'imposer comme un espace économique très actif pour un certain nombre d'acteurs économiques nationaux et internationaux.

### **Démarche méthodologique :**

Notre démarche méthodologique est à la fois théorique et statistique, elle consiste à un examen de la littérature théorique existante dans ce domaine, tout en effectuant une enquête auprès des entreprises créées dans le domaine des TIC.

Cette étude sera menée à partir d'un questionnaire, afin de recueillir des données qui permettront d'identifier les facteurs qui influencent la création d'entreprises dans le domaine TIC dans la wilaya de Bejaia.

#### **Introduction :**

Indéniablement, nous assistons au fil du temps, à une reconnaissance de plus en plus forte et affirmée, du rôle de l'entrepreneuriat privé dans le développement des activités industrielles et tertiaires et de ses effets positifs sur la création d'emplois et de richesses. En effet, depuis quelques années, de nombreux pays ont redécouvert les attributs de l'entrepreneur et ont reconnu le rôle déterminant qu'il peut jouer dans l'évolution de leurs économies. Dans ce chapitre nous allons présenter les genèses fondamentales de l'entrepreneuriat, et découvrir l'entrepreneuriat dans le secteur formel et dans le secteur informel. On a aussi consacré une partie sur les concepts de base de la théorie de l'entrepreneur.

#### **SECTION1 : Genèse et fondements de l'entrepreneuriat**

L'entrepreneuriat est un moteur majeur du développement économique et social.

Cette partie donne un bref aperçu sur l'entrepreneuriat, et ses caractéristiques, on va entamer aussi l'entrepreneuriat dans les deux secteurs formels et informels.

##### **1.1 Définition de l'entrepreneuriat :**

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

L'entrepreneuriat repose sur les postulats suivants :

- Il requière l'existence d'opportunités ;
- des différences existent entre les personnes ;
- le rapport au risque ;
- c'est un processus qui tresse des rapports avec des activités d'innovation et d'organisation.

L'entrepreneuriat ne nécessite pas forcément la création d'une nouvelle structure ; il n'est pas non plus forcément le fait d'une seule personne, et il n'est pas fatalement couronné de succès. Les entrepreneurs sont considérés comme des individus capables de construire une activité au

regard des changements de la société en trouvant des manières d'exploiter économiquement les opportunités. Ils constituent à ce titre une des figures instituant en sciences des organisations.

#### **1.1.1 Les caractéristiques individuelles favorables à l'entrepreneuriat:**

De nombreux travaux ont cherché à mettre à jour les caractéristiques individuelles favorables à l'entrepreneuriat. Nous avons identifié à partir de la littérature 9 caractéristiques. Nous Écarterons ici des facteurs tels que la chance ou la santé pourtant déterminants dans certains Projets<sup>2</sup>.

##### ➤ **La tolérance à l'ambiguïté, la confiance et l'optimisme :**

L'ambiguïté est inhérente au phénomène entrepreneurial. Rien n'est écrit par avance et les surprises sont inévitables. L'avenir est par essence, incertain et indéterminables ou inconnu. La confiance, d'abord en soi et l'optimisme permettent de tolérer l'ambiguïté, mais il subsiste toujours des espaces incontrôlables ou inconnus.

Donald Kuratko et Richard Hodgett évoquent également la tolérance pour les erreurs, c'est à dire la capacité à apprendre des erreurs commises, lesquelles constituent des véritables expériences sur laquelle on peut capitaliser par la suite.

##### ➤ **La perception et l'estimation des risques :**

Pratiquement il est général reconnu qu'un entrepreneur sait s'engager personnellement là où d'autres ne s'y risqueraient pas.

Le projet de création d'entreprise s'insère dans un environnement organisationnel, social, culturel, économique, plus ou moins favorable. Une des caractéristiques clés de la situation considérée est l'existence de la perception d'un degré d'incertitude plus ou moins élevé (liée à l'intensité du changement pour l'individu et pour l'environnement).

##### ➤ **Une forte capacité de travail et la résistance au stress :**

Il suffit de discuter avec des créateurs pour comprendre à quel point le phénomène entrepreneurial dont-ils ont l'initiative a consommé d'énergie. L'observation du terrain confirme ainsi la proposition théorique selon laquelle le processus entrepreneurial démarre par une

accumulation d'énergie, qui sera ensuite dépensée pour Attirer les différentes ressources dont les créateurs ont besoin pour faire décoller leur entreprise.

**La créativité:** La créativité se révèle et s'apprend par des méthodes aujourd'hui éprouvées. Elle est à la base de tout le processus d'innovation.

➤ **La capacité de convaincre et communiquer :**

L'exercice de conviction est permanent. Il faut convaincre les possesseurs de ressources D'adhérer au projet d'entreprendre en apportant leurs concours. L'échange de valeur place L'entrepreneur en perpétuelle position de négociation et ses qualités en termes de Communication s'avèrent importante.

➤ **la capacité à conduire l'organisation et l'équipe vers le futur souhaité :**

L'entrepreneur doit présenter des qualités de leadership. Le leader est celui sachant justement guider les autres, qu'il aura acquis à sa cause, vers l'atteinte des buts et objectifs.

**Une focalisation sur les opportunités d'affaires :** Avant de se préoccuper des ressources, de la stratégie et de la configuration organisationnelle Nécessaire à la réalisation de celle-ci, tout entrepreneur a détecté ou construit une opportunité D'affaires, et ses actions, ses buts et ses objectifs sont orientés vers l'exploitation de cette Opportunité.

➤ **Le sens de l'initiative, la responsabilité et l'intégrité :**

Prendre l'initiative de créer une entreprise responsabilise personnellement l'entrepreneur. Sa Responsabilité est engagée vis-à-vis de toutes les parties prenantes qu'il aura convaincues, au premier chef desquels sa famille, puis les salariés, les actionnaires, les prêteurs de capitaux, etc. Une affaire en démarrage pose toujours une question d'éthique et adopter le comportement afférant constitue une ligne de conduite pour les salariés. Il en résulte un gage d'intégrités appréciées par les partenaires. L'entité créée n'ayant pas toujours une histoire accessible, ces partenaires parient sur un entrepreneur en qui ils peuvent avoir confiance.

**L'ouverture d'esprit et les capacités d'apprentissage :** Il n'est pas difficile d'imaginer qu'un créateur entreprenant pour la première fois doit Apprendre beaucoup durant les premières années de son entreprise. Outre ses capacités Intrinsèques à l'apprentissage, son ouverture d'esprit, sa curiosité et sa capacité d'écoute le serviront.

#### **1.1.2 Les diverses formes d'entrepreneuriat :**

##### ➤ **La création ex-nihilo :**

Ex nihilo est une expression latine signifiant « à partir de rien ». Créer une entreprise quand rien n'existe n'est pas une situation facile. Il faudra du temps pour arriver à implanter son produit dans un marché, pour convaincre les utilisateurs et les chercheurs et ce, d'autant plus que le degré d'innovation sera élevé. Par voie de conséquence, il faudra soigneusement dimensionner les besoins financiers et obtenir les ressources suffisantes. La création ex-nihilo exige beaucoup de travail, de rigueur et de ténacité. Par ailleurs les risques doivent être particulièrement bien évalués.

##### ➤ **La création par essaimage :**

Créer une entreprise quand on est encore salarié et avec l'aide de son entreprise est certainement une démarche plus facile. Les grandes entreprises proposent des mesures et des dispositifs destinés à inciter et à accompagner leurs salariés dans des créations d'entreprise. Les projets peuvent être variés et concerner la création d'un commerce ou d'une entreprise industrielle, mais l'accompagnement (matériel, intellectuel, commercial et financier) d'une entreprise peut être de nature de réduire le niveau de risque de l'entrepreneur.

##### ➤ **La création par franchise :**

Elle met en relation un franchiseur, entreprise qui souhaite se développer en utilisant cette modalité, et un franchisé, individu qui veut créer une entreprise en appliquant une formule. Ce Type de création consiste à imiter un fonctionnement qui existe dans un contexte géographique donné. La création en franchise bénéficie également d'un accompagnement important, mais Payant, de la part du franchiseur. Elle peut permettre à celui qui n'a pas d'idées propres ou qui N'a pas une capacité à innover de réaliser son objectif de création d'entreprise.

##### ➤ **La reprise d'entreprise:**

La reprise d'entreprise ou d'activité présente une différence de taille avec la création d'entreprise. L'organisation existe, elle n'a pas à être créée. Si elle existe, il est alors possible de s'appuyer sur des données qui la décrivent dans son présent, son histoire, sa structure et son fonctionnement dans ces conditions, l'incertitude est généralement moindre et les niveaux de risque beaucoup plus faibles. Comme pour la création d'entreprise, la reprise peut être réalisée par un individu pour son propre compte ou par une entreprise existante.

Au moins deux cas de reprise d'entreprise peuvent être examinés :

- **La reprise d'entreprise ou activité en bonne santé :**

La principale difficulté est vraisemblablement d'avoir suffisamment tôt l'information qu'une entreprise de ce type est en vente. Ensuite il faut pouvoir disposer de ressources financières importantes, car le prix de marché de ces entreprises peut être élevé. Il est indispensable d'avoir, par ailleurs, de bonnes compétences générales et une expérience de management réussie. Il convient, en effet, de ne pas perdre trop de temps dans l'apprentissage du métier de Chef d'entreprise.

- **La reprise d'entreprise ou activité en difficulté :**

Si les difficultés sont déclarées (entreprises en redressement judiciaire), il est indispensable de connaître le cadre légal de reprise d'entreprise en difficulté. Avoir des relations avec des acteurs clés dans ce milieu, apparaît comme une condition importante. Si le prix d'acquisition de ces entreprises est sans aucune mesure avec celui des entreprises en bonne santé, il ne faut jamais perdre de vue que ces structures nécessitent généralement une très forte recapitalisation financière.

Reprendre une entreprise en difficulté nécessite également une Bonne connaissance des situations de crise. Il convient en effet, de restaurer rapidement la Confiance à tous les niveaux: personnel, clients, fournisseurs, partenaires..

### **1.2 Entrepreneuriat et développement économique et social :**

Le rôle de l'entrepreneuriat et de la culture entrepreneuriale dans le développement économique et social sont souvent sous estimés. Cependant, au fil des ans, il devient de plus en plus évident que l'entrepreneuriat participe réellement au développement économique et social des pays.

#### **1.2.1 Entrepreneuriat et conséquences économiques :**

La création d'entreprises nouvelles et la diminution du nombre ou la sortie des entreprises moins productives sont fondamentales pour le dynamisme des économies modernes.' Les entreprises nouvelles attirent des ressources vers de nouvelles activités et génèrent de nombreux emplois nouveaux lorsqu'elles connaissent la prospérité et une croissance rapide.

Ce qui nous amène à examiner le poids de l'entrepreneuriat dans ce que nous avons coutume de désigner par les secteurs formel et informel.

#### **1.2.2 L'entrepreneuriat dans le secteur formel et dans le secteur informel :**

Le dynamisme de l'économie d'un pays d'un point de vue macroéconomique peut se mesurer entre autres à l'aune de la participation des entreprises dans la formation des richesses nationales et de la densité de son économie informelle.

#### **1.2.3 La place des entreprises formelles dans le dynamisme entrepreneurial :**

La création d'emplois par les entreprises est un point central de la politique de l'État et la croissance des entreprises contribue de manière importante à l'expansion économique d'un pays donnée. Dans des pays comme la Chine par exemple, des auteurs ont découvert que la croissance exceptionnelle est expliquée en grande partie par le développement spectaculaire des entreprises privées.

Source, l'ensemble du texte sur ce sous-titre est tiré des travaux de KAMAVUAKO-DIWAVOVA Justin, Problématique de l'entrepreneuriat immigré en république démocratique du Congo : essai de validation d'un modèle.

Dès lors, il devient patinent de savoir ou d'identifier les facteurs déterminants de la croissance de ces entreprises en vue de mieux identifier les leviers sur lesquels agir en matière de politiques entrepreneuriales publiques et de favoriser un développement économique sain et durable.

La littérature économique sur les facteurs de la croissance des entreprises peut être classée en deux courants d'idées. Le premier adopte un point de vue lié au cycle de vie organisationnel qui considère la croissance comme un phénomène naturel de l'évolution de l'entreprise. Le second estime que la croissance résulte de choix stratégiques. Dans les deux cas, les caractéristiques des entreprises (taille, âge, emplacement, statut juridique, capacité novatrice, etc.), les ressources organisationnelles ainsi que les débouchés sont des facteurs cruciaux de la

croissance de l'entreprise ou de sa capacité à surmonter les obstacles qui jalonnent les diverses étapes de son évolution.

De manière plus générale, les facteurs de croissance des entreprises peuvent être internes et/ou externes (environnement des affaires, concurrence, externalités positives, etc.). Selon certains auteurs, la croissance est l'essence même de l'entrepreneuriat. Pourquoi, dans certains secteurs, les grandes entreprises ont-elles une stabilité et un rendement supérieurs à ceux des petites entreprises? Pourquoi celles-ci présentent-elles des fluctuations de taux de croissance supérieures à celles des grandes entreprises? Pourquoi, sur une période donnée, les petites et les jeunes entreprises sont-elles plus susceptibles de disparaître?" Ces théories font la lumière sur certains aspects intéressants du comportement des affaires et expliquent la formation, la croissance et l'évolution des entreprises.

Par ailleurs, l'entreprise est définie comme étant une organisation qui met en œuvre les moyens matériels, financiers et humains dont elle dispose en vue de faire circuler, d'échanger et de produire des biens ou services.

Au vue de ceci, trois critères, au moins, peuvent être utilisés pour distinguer les entreprises : la taille, l'activité et la forme juridique. Chacun de ces critères influence plus ou moins fortement le rôle de l'entreprise dans le dynamisme entrepreneurial. La dimension formelle énoncée dans cette analyse peut légitimement considérer le critère juridique de cette définition eu égard à la loi et les réglementations préconisées.

#### **1.2.4 Entrepreneuriat et développement social :**

Classiquement l'entrepreneur s'engage dans des activités lucratives et devient chef d'entreprise. Depuis quelques décennies une nouvelle catégorie d'entrepreneurs dispose d'une visibilité grandissante, les entrepreneurs sociaux. Les entreprises qu'ils créent n'ont pas une finalité lucrative seulement, mais aussi sociale il s'agit de répondre à des besoins sociaux peu ou pas couverts par le marché. Citons à titre d'exemple Muhammad Yunus, fondateur du système du microcrédit et de la banque Grameen, Florence Nightingale, pionnière des soins infirmiers modernes, Maria Montessori qui a créé une école fondée sur une nouvelle approche des besoins pédagogiques.

L'impact d'un modèle de développement basé sur l'entrepreneuriat dans la vie sociale peut s'apprécier en terme de réduction du chômage des jeunes, de réduction de la pauvreté, d'actions dirigées à l'endroit de la communauté ou simplement de changement de comportement des citoyens vis-à-vis de l'emploi. Ce sont les aspects qualitatifs liés au développement dont il est ici question, surtout ceux engendrés par les initiatives entrepreneuriales'

#### **1.2.5 Les risques de l'entrepreneuriat.**

La décision de lancer une entreprise est un véritable risque que l'entrepreneur mesure et accepte de prendre. Ce risque se manifeste à trois niveaux.

##### ➤ **Le risque personnel**

Le risque doit correspondre à un nouveau profil exigé par le métier. La personnalité de l'entrepreneur devra se façonner de sorte que ce dernier soit en mesure de jouer le rôle attendu. Dans le cas contraire l'entrepreneur développera une résistance qui engendrera en lui une tension fatale pour les affaires et pour lui-même.

##### ➤ **Le risque social**

En créant une entreprise, l'entrepreneur rend service à la communauté. Il crée en même temps une dépendance de la communauté à ce service. Entre l'entrepreneur et la communauté naît ainsi un contrat. La communauté a besoin des biens et services produits par l'entrepreneur, les personnes dans l'entreprise ont-elles besoin de la garantie de l'emploi. Par conséquent, la faillite de l'entreprise briserait et créerait un déséquilibre socio-économique.

##### ➤ **Le Risque financier**

L'investissement peut conduire à un résultat et, par conséquent, à la prospérité de l'entreprise et de l'entrepreneur. Mais il peut aussi aboutir à un échec engloutissant le capital initial et laissant des dettes à l'entrepreneur.

## Section 2 : Concepts de base de la théorie de l'entrepreneur

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

### 1.3 Définition de l'entrepreneur :

Aujourd'hui, le Petit Robert donne trois définitions du mot « entrepreneur»:

- La première définition fait référence à l'acte d'entreprendre': «est entrepreneur » celui qui entreprend quelque chose.
- La seconde voit dans l'entrepreneur «une personne qui se charge de l'exécution d'un travail ».
- La troisième, dans une perspective économique, est entrepreneur «toute personne qui dirige une entreprise pour son propre compte, et qui met en œuvre les divers facteurs de production (agents naturels, capital travail), en vue de vendre des produits ou des services ».

#### 1.3.1 L'entrepreneur à travers l'histoire économique.

Dans une thèse de doctorat des Sciences de gestion, Kamavuako-Diwavova Justin illustre les différentes formes d'entrepreneuriat à travers les théories économiques. Au XVII<sup>ème</sup> et XVIII<sup>ème</sup> siècle, l'activité économique est essentiellement dominée par les marchands et les commerçants. Ce sont les grandes compagnies de commerce qui se développent avec les colonies et les comptoirs coloniaux. L'entrepreneur est un parfait négociant qui tient les marchés et l'entrepreneuriat se réduit au seul comportement qui consiste à faire naître le profit de l'échange des produits et de la circulation de la monnaie: c'est le « capitalisme marchand ». Dans cette phase du développement économique, l'entrepreneur (donc le commerçant) est un preneur de risque car il engage ses capitaux dans un métier où les achats se font à des prix certains mais les ventes, les recettes, donc le profit sont par contre aléatoires. L'évaluation de l'état de marché (savoir fixer les prix convenables pour ses marchandises et acceptés par les

acheteurs) constitue dans ce contexte un acte essentiel de l'entrepreneur (Cantillon, 1755 cité par Tounes, 2004).

A côté des marchands, Jean-Baptiste Say théorise au début du XIX<sup>ème</sup> siècle l'entrepreneur industriel. Celui-ci réunit et harmonise les facteurs de production pour créer pour son compte, à son profit et à ses risques un produit quelconque : « c'est le capitalisme industriel ». Dans la pensée de Say (1803), diriger et organiser d'une part.

Prendre des risques, d'autre part, sont les deux traits (l'activité de l'ingénieur-entrepreneur) est avant tout création des richesses, donc d'utilité et soutient que le bien-être d'un pays repose sur sa population active et sur le dynamisme de ses entrepreneurs. les plus caractéristiques de l'activité de l'entrepreneur. En distinguant marchandises et richesses, il souligne que la production.

Avec l'industrialisation et avant la crise des années 1970, on observe une diminution progressive et relative, du degré de maîtrise de l'entrepreneur sur son outil de production et son système de distribution, lesquels dépendent, dans une large mesure, des données techniques et de l'évolution rapide des marchés. « Le développement du capitalisme s'appuie sur le mythe de la grande entreprise, hiérarchisée, bénéficiant des avantages liés à la grande dimension (les économies d'échelle) et à la diversification des activités (les économies d'envergure) » (Julien et Marchesnay, 1996, p. 9). Dans un tel contexte, il vaut mieux que les entreprises existantes croissent, plutôt que de créer de nouvelles entreprises. Le centre d'intérêt et d'étude se déplace, en conséquence, de l'entrepreneur vers l'entreprise. S'ouvre alors, l'ère des managers qui supplantent progressivement les entrepreneurs individuels : «c'est le capitalisme managérial ». La petite entreprise subsiste, mais elle est présentée très souvent comme un sous-traitant ou un partenaire de la grande entreprise industrielle et financière.

La crise des années 1970 a conduit à renverser petit à petit la proportion pour mettre au premier plan l'importance de la création d'entreprise. Cette position correspond à la nécessité de trouver de nouveaux emplois, essentiellement dans les services, pour remplacer les emplois disparus (dans l'agriculture et dans l'industrie), mais aussi pour répondre à des technologies nouvelles et des besoins nouveaux. « On a donc vu apparaître des politiques industrielles, pratiquement dans tous les pays du monde, axées sur la promotion d'entreprises nouvelles ou de petites tailles, à l'aide d'incitations financières et fiscales, de soutiens matériels et technologiques, pour l'essentiel ». L'entrepreneur devient donc le personnage-clé de la

dynamique capitaliste dans la mesure où il assume les risques inhérents au fonctionnement du marché : « c'est le capitalisme entrepreneurial ». « De nos jours, l'entrepreneuriat dépasse le simple phénomène de mode. Au-delà de la seule observation des pratiques de gestion individuelle d'unités de petite taille, force est de constater l'émergence d'une société et d'une économie entrepreneuriales, suscitant l'attention des politiques, en ternies notamment de dispositions législatives destinées à accompagner, puis à encourager la création d'entreprises ».

#### **1.3.2 Les caractéristiques de l'entrepreneur**

La personnalité de l'entrepreneur a suscité un grand intérêt et a donné lieu à de multiples recherches, les caractéristiques psychologiques personnelles de l'entrepreneur sont principalement : L'autonomie ou l'indépendance, dans la mesure où il préfère recevoir ou gagner moins, tout en étant son « propre maître » ; la confiance ou l'optimisme, car par définition, il est optimiste ; enfin, la persévérance, car l'entrepreneur sait mettre beaucoup d'énergie pour arriver à ses fins. Nous allons présenter quelques caractéristiques de l'entrepreneur, en se référant à une synthèse réalisée par André Belley :

##### ➤ **Le besoin d'accomplissement (Achievement motivation-need for Achievement)**

Les travaux de Mc Clelland (1961, 1965, 1969), ont mis en avant le rôle de la notion de besoin d'accomplissement dans la construction de la personnalité de l'entrepreneur, car d'après cet auteur, les entrepreneurs, se caractérisent par un besoin élevé d'accomplissement. Ils préfèrent être responsables de la solution des problèmes, établir leurs propres objectifs et les atteindre par leur seul effort. Ils ont également tendance à prendre des risques modérés en fonction de leurs habilités et recherchent une mesure immédiate de leur performance qu'ils trouvent dans le projet.

Cependant, en dépit du fait que ce critère est certes considéré comme l'un des attributs de l'entrepreneur, il n'en demeure pas moins que seul, il ne peut être utilisé comme étant un indicateur.

##### ➤ **L'interna lité du lieu de contrôle (Locus of control)**

Il s'agit de la perception qu'a ou non, un individu de pouvoir contrôler ce qui lui arrive. Ainsi, on parlera de lieu de contrôle interne, si l'individu a le sentiment que par son comportement, il peut influencer ce qui lui arrive et de lieu de contrôle externe dans le cas inverse. Dans cette visée, de nombreuses études ont montré que les entrepreneurs ont un lieu de contrôle interne, les incitant à agir plus que ceux ayant un lieu de contrôle externe.

#### ➤ **La propension à la prise de risques (Risk - taking propensity )**

En s'engageant dans un projet d'entreprise, l'entrepreneur accepte de prendre des risques de différentes natures. Le premier risque est financier, car créer une entreprise, c'est souvent engager tout son avoir et en cas d'échec, devoir rembourser des dettes pendant des années. Le second risque, est d'ordre professionnel, car quitter un emploi pour créer; c'est renoncer à certaines certitudes, sans avoir de quoi exactement demain sera fait. Le troisième risque, est d'ordre familial, car créer, c'est accepter de se consacrer plus à son travail et moins à sa famille. Enfin, le quatrième risque est d'ordre psychique, car souvent, l'engagement personnel du créateur vis-à-vis de son entreprise, est tel qu'il s'y identifie totalement et un échec est souvent très mal vécu et il laisse parfois des traces indélébiles et insurmontables.

Face à tous ces risques potentiels, l'entrepreneur n'apparaît pas comme un « risque- tout », mais au contraire, comme quelqu'un qui cherche à minimiser le risque, ayant une proportion à la prise de risques modérés.

Cependant, cette caractéristique toute seule, ne peut pas distinguer les entrepreneurs des autres individus. Dans ce cadre, d'autres traits ont été étudiés : tolérance de l'ambiguïté, comportement de type A, valeurs personnelles, idéologie d'affaires, autonomie, Leadership, créativité optimisme, opportunisme, etc.

#### **1.3.3 Origines et typologies des entrepreneurs :**

L'identification des différents types d'entrepreneurs, passe indéniablement par l'exploration des aspects les plus importants, des origines et des antécédents personnels des entrepreneurs. Ainsi, nous essaierons de passer en revue, tout ce qui a trait aux origines des entrepreneurs, avant de présenter certaines typologies.

### 1.3.3.1 Origines des entrepreneurs:

#### ➤ **D'environnement familial de l'enfance :**

Les aspects de l'environnement familial de l'entrepreneur portent généralement sur son rang de naissance, la profession et le statut social de son père ou de sa mère et ses relations avec ses parents.

L'incidence du rang de naissance a fait l'objet dans de nombreuses études, notamment dans celle de Henning et Jardim, qui ont découvert par exemple, que les femmes cadres dirigeants, ont tendance à être des aînées. Ainsi, suppose-t-on, un aîné ou un enfant unique est entouré d'une attention particulière et acquiert plus de confiance en lui.

De même, la profession des parents est déterminante dans la vie des entrepreneurs, car il apparaît clairement que les entrepreneurs tendent à avoir pour père, un travailleur indépendant ou un entrepreneur. Autrement dit, le fait d'avoir pour père un travailleur indépendant marque fortement l'entrepreneur et il s'habitue dès le plus jeune âge à la nature indépendante et à la souplesse d'un statut, dont le père incarne l'exemple.

Enfin, la relation globale qui s'est établie entre l'entrepreneur et ses parents, est peut être l'aspect de l'environnement familial de l'enfance qui contribue le plus à instaurer l'impression du caractère désirable de l'activité entrepreneuriale, car les parents jouent le rôle de soutien et favorisent l'indépendance.

#### ➤ **L'éducation :**

De nombreuses études sur l'éducation des entrepreneurs ont montré que, celle-ci, joue un rôle important dans l'éveil des entrepreneurs. Cependant, le niveau de formation acquis n'est pas seul en cause, mais l'importance de l'éducation, tient aussi à ce qu'elle permet tout au long de sa vie de faire face, aux problèmes et de pallier ses propres insuffisances.

#### ➤ **Les valeurs personnelles :**

Les valeurs morales personnelles sont importantes pour les entrepreneurs. Celles-ci, ont trait généralement à tout ce qui concerne le leadership, l'entraide, l'agression, la générosité, le conformisme, la créativité, la véracité, la débrouillardise. Cependant, les études ont montré que l'entrepreneur adopte une série d'attitudes distinctives, quant à la nature du processus de management et de l'activité économique en général, ainsi, nous évoquons souvent l'opportunisme, l'intuition et l'individualisme de l'entrepreneur.

#### ➤ **L'âge**

La relation entre l'âge et la carrière de l'entrepreneur a également fait l'objet de recherches minutieuses. A ce titre, globalement, la carrière de l'entrepreneur commence dans la plupart des cas entre 22 et 55 ans. Sans doute, peut-elle débiter plus-tôt ou plus-tard, mais la chose est moins probable puisqu'il faut à l'entrepreneur de l'expérience, une assise financière et beaucoup d'énergie pour lancer et gérer avec succès une entreprise nouvelle.

#### ➤ **Les activités professionnelles antérieures :**

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

De ce point de vue, certains domaines d'expérience, ont une importance particulière, tels que, l'obtention de financements auprès des banques ou des sociétés de capital-risque, la mise au point de produits ou services bien adaptés au marché, l'implantation des établissements industriels, la création des réseaux de distribution et l'établissement des plans commerciaux d'attaque du marché.

#### **1.3.3.2 Typologies des entrepreneurs :**

De nombreux auteurs, se sont intéressés aux différents types d'entrepreneurs et ce, en relation directe avec leurs différents objectifs, motivations et caractéristiques. Globalement, la

division la plus fréquente sépare les entrepreneurs en deux catégories essentielles : les indépendants, qui recherchent avant tout leur autonomie et les organisateurs, qui veulent souvent bâtir une organisation.

Dans cette perspective, nous essaierons dans ce paragraphe de présenter une esquisse, sur les typologies les plus généralement admises.

#### **A. Typologie de Norman Smith :**

Norman Smith a établi une typologie, comportant deux types d'entrepreneurs, il a pris comme critère les conditions de création :

- **L'entrepreneur-artisan :**

C'est un entrepreneur qui a une éducation limitée, une formation et une expérience essentiellement techniques. Il travaille dur, mais il est peu habile pour composer avec son environnement. De plus, voulant conserver la maîtrise de son affaire, il se méfie des emprunts. Enfin, ce type d'entrepreneur a une attitude paternaliste avec son personnel et est avant tout désireux de travailler à son propre compte, plutôt que comme employé.

- **L'entrepreneur-opportuniste :**

Il est plus instruit, plus actif socialement, mieux intégré dans son environnement et meilleur communicateur. De plus, son expérience de travail, est variée. Il cherche avant tout, à développer l'affaire qu'il a créée.

#### **B. Typologie de Knight**

Knight, quant à lui, a défini trois types d'entrepreneurs :

- **L'artisan-inventeur**

C'est un technicien motivé par l'innovation et voulant développer un nouveau produit ou un nouveau procédé.

- **Le promoteur**

C'est un entrepreneur, dont la compétence relève essentiellement du domaine commercial, marketing et vente.

- **Le gérant général**

C'est un coordinateur, dont le talent consiste à réunir des éléments et des connaissances extérieures, pour réaliser sa création.

### **C. Typologies de Jacqueline Lanfer :**

Jacqueline Lanfer, a identifié quatre catégories d'entrepreneurs, et ce à partir des trois motivations principales observées par l'auteur chez les entrepreneurs : le désir d'indépendance et d'autonomie, le désir de réalisation individuelle et enfin la volonté de pouvoir.

- **Les managers et les innovateurs :**

Pour ces entrepreneurs, l'autonomie n'est pas une fin en soi, ce qui importe le plus, c'est la croissance. En ce sens, Gabriel Bissiriou, indique que le dirigeant innovateur se révèle comme un homme généralement expérimenté, de formation scientifique et technique; il n'a pas nécessairement pour objectif principal la constitution d'un patrimoine, mais surtout la croissance, la conquête de nouveaux marchés, le développement des exportations et la réaction contre la concurrence, pour assurer sa survie.

- **Les entrepreneurs-proprétaires :**

Ces entrepreneurs, recherchent une croissance maîtrisée, car d'une part, ils sont favorables à la croissance et d'autre part, ils désirent conserver leur autonomie financière.

- **Les entrepreneurs-techniciens :**

Ils optent avant tout, pour l'autonomie et refusent toute forme de croissance.

- **Les entrepreneurs-artisans :**

Ces entrepreneurs sont en fait, plus des professionnels indépendants, que des véritables entrepreneurs, car ils souhaitent avant tout être indépendants, survivre et refusent la croissance.

### **D. La typologie d'Ettinger :**

Ettinger (1983), distingue deux types d'entrepreneurs :

#### **➤ Un indépendant-entrepreneur :**

Il recherche avant tout, l'autonomie et l'indépendance. Il délègue peu et la taille limitée de son entreprise en limite la solidarité organisationnelle. Nous pouvons parler dans ce cas de pseudo-entrepreneur.

#### **➤ Un entrepreneur-créateur d'organisation :**

Il est plus ambitieux, car il cherche à développer son affaire et à accroître son pouvoir. Il n'hésite pas à déléguer et voit l'avenir de sa firme en terme expansionniste.

### **E. La typologie de Julien et Marchesnay**

Julien et Marchesnay, ont proposé une typologie des dirigeants de la petite entreprise, fondée sur trois grandes inspirations suivantes :

- ❖ La pérennité de l'entreprise : c'est à dire, le souci de durée, notamment dans l'espoir de la transmettre à un repreneur ou à un membre de la famille.
- ❖ L'indépendance : L'indépendance financière ou l'autonomie de décision (en termes de propriété du capital et/ou autonomie en termes de prises de décision)
- .
- ❖ La croissance : on peut l'assimiler à la volonté de puissance et au désir du pouvoir.

Ces auteurs mettent en évidence, deux grandes familles de dirigeants à partir de ces aspirations le dirigeant de type P.I.C. et le dirigeant de type C.A.P.

#### ➤ **L'entrepreneur P.I.C. (Pérennité - Indépendance Croissance) :**

Il veut avant tout assurer la pérennité de son affaire, pour la transmettre éventuellement à ses enfants ou la vendre. Il est, en outre très désireux de rester indépendant et par conséquent, préfère l'autofinancement à l'endettement. Enfin, la croissance ne constitue pas pour lui un objectif prioritaire.

#### ➤ **L'entrepreneur C.A.P. (Croissance - Autonomie - Pérennité) :**

Il est plus mobile et plus individualiste que le P.I.C., car la croissance et le développement de son affaire, constituent sa préoccupation principale. Il recherche aussi l'autonomie, mais ne fait de la pérennisation de son affaire, un objectif primordial.

#### ➤ **Entrepreneurs hommes, entrepreneurs femmes :**

Des auteurs ont établi une certaine dichotomie entre les entrepreneurs hommes et les entrepreneurs femmes, car malgré que les entrepreneurs des deux sexes ont beaucoup en commun, il n'en demeure pas moins qu'ils diffèrent sensiblement.

Les facteurs qui interviennent lors du lancement d'une entreprise, ne sont pas les mêmes pour les hommes et pour les femmes, surtout en ce qui concerne les systèmes de soutien, les sources de fonds et les problèmes rencontrés.

De même, les motivations diffèrent pour les deux sexes, dans la mesure où les hommes sont souvent motivés par le désir de maîtriser leur propre destinée, de réaliser quelque chose et les femmes tendent à être motivées davantage par un désir d'indépendance et d'épanouissement personnel.

Le financement de départ, est aussi un domaine dans lequel, les hommes et les femmes diffèrent car, si les hommes rangent souvent parmi leurs sources de financement, en sus de leurs capitaux personnels, les investisseurs, les prêts bancaires ou les prêts personnels ; les femmes, par contre, s'en tiennent d'ordinaire à leurs économies ou à leurs biens personnels.

Enfin, il y a lieu de dire que les femmes, ont tendance à créer des entreprises dans des domaines liés aux services, le commerce de détail, les relations publiques, les services éducatifs,

alors que les hommes, sont plutôt portés vers l'industrie, le bâtiment ou la haute technologie. Il s'ensuit que les entreprises appartenant à des femmes sont souvent plus petites et leurs bénéfices nets inférieurs.

Pour clore ce paragraphe, il convient de dire qu'en tenant compte des spécificités du milieu, nous pouvons définir une typologie entrepreneuriale appropriée à chaque territoire.'

#### ➤ **L'entrepreneur et l'appropriation de l'information :**

Les entrepreneurs n'existent que, parce que des individus ont des idées nouvelles et qu'ils réunissent et organisent diverses ressources, pour appliquer ces idées sur le marché. Cependant, comment font-ils, pour appliquer ces idées et pour organiser la production autour de ces idées ?

Selon Alfred Marshall, ces idées doivent se trouver « dans l'air » et être remarquées par quelqu'un de particulièrement observateur. Elles doivent être détachées de la masse d'informations disponibles et être ensuite décodées. Toutefois, elles doivent être associées à d'autres informations sur la manière de les appliquer et sur les ressources nécessaires à cette application.

Il faut savoir, qu'il y a toutes sortes d'informations disponibles, provenant des différents médias, de réseaux spécialisés, mais aussi d'anomalies remarquées dans l'économie ou de possibilités de besoins non remplis. Cependant, la plupart des informations ne sont pas intéressantes, car elles ne conduisent à rien de nouveau ou à rien de rentable, ces informations sont appelées « circulantes ». En effet, la société actuelle est sur-informée et la grande majorité de l'information est inutile.

Il faut cependant noter, qu'il en existe une petite partie, que l'on appelle « l'information structurelle » ou « l'information riche », qui ouvre des opportunités sur le marché, si elle est saisie à temps et qui offre des possibilités de changement importantes pour les entrepreneurs.

L'information est un bien intangible et non matériel, qui ne vaut que si elle passe du savoir (le message), au savoir-faire (la connaissance) ou encore de la communication à l'action. De plus, elle varie selon celui qui la transmet et en fonction de celui qui la reçoit. Elle ne peut le

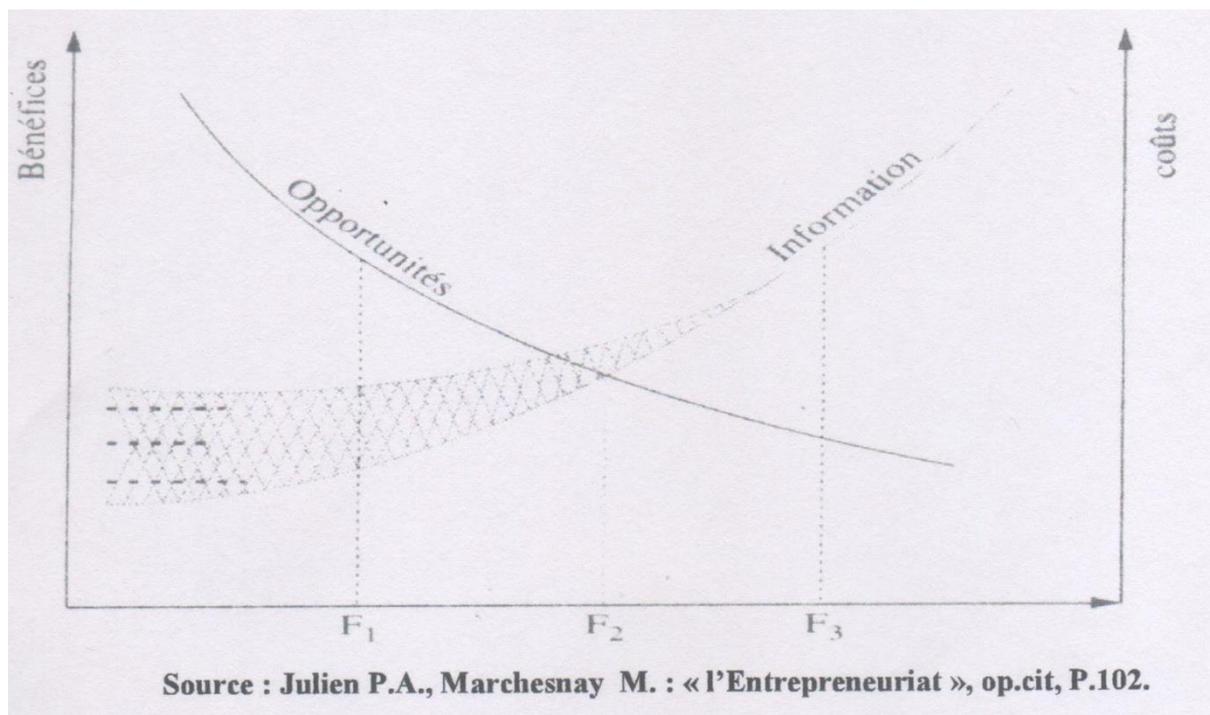
plus souvent être stockée et demande une transmission rapide et directe (cela explique la formation de réseaux, capables d'alimenter régulièrement les entrepreneurs). Aussi, une information est rarement suffisante seule, dans la mesure où elle doit être complétée par d'autres informations associées, pour qu'elle ait de la valeur. C'est souvent une suite de petites informations, qui permet de déclencher les réflexes de l'entrepreneur, pour qu'il puisse se dire que, c'est le moment d'agir.

La recherche d'information, relève en bonne partie du hasard, mais d'un hasard « orienté », dans la mesure où cette recherche est en partie « ciblée », en fonction du secteur, de la stratégie retenue et des ressources disponibles. Elle est aussi ouverte, pour saisir des opportunités hors cible. De plus, la recherche d'information est multifonctionnelle, elle requiert des éléments technologiques, commerciaux et concurrentiels, de l'information sur le financement de nouveaux actifs et sur les sources de formations. Une information seule sur une nouvelle possibilité ne vaut rien, si elle n'indique pas les canaux, pour obtenir l'information complémentaire.

L'information suppose du temps et des coûts. Les petites entreprises à elles seules ne peuvent pas facilement y avoir accès, notamment si elles sont dans des régions éloignées des grandes métropoles où l'on trouve le plus d'informations.

Pour comprendre l'attitude de l'entrepreneur vis-à-vis de l'appropriation de l'information, on peut utiliser un schéma en deux dimensions, présentant la courbe des opportunités et celle de l'information (CF. Figure n° 01).

**Figure n°01: Relations entre la quantité d'information recherchée enrichie par le milieu territorial et la présence d'entreprises innovantes ou proactives.**



On peut dire qu'à mesure que le temps avance, les opportunités sont de moins en moins rentables, puisqu'elles ont été saisies par d'autres (courbe descendante), il est donc important d'appréhender ces opportunités avant les autres entreprises, pour en tirer le maximum de bénéfice. Cependant, il faut avoir de l'information sur les qualités de ces opportunités (possibilités de développement, substituts possibles, cycle de vie...), sur les ressources nécessaires et sur l'organisation à mettre en place pour y répondre. Or, l'information demande du temps et coûte de plus en plus cher (courbe ascendante).

Dans ce contexte, les entrepreneurs font un choix entre assez d'information et une réaction à temps, pour saisir l'opportunité avant les concurrents. Face à cette situation, il existe en gros, trois cas de figure :

Les firmes ayant un comportement proactif (en F1, le prospecteur ou l'innovateur selon Miles et Snow ou le cap selon Julien et Marchesnay) prendront plus de risque pour saisir les opportunités avant les autres, grâce à une stratégie intuitive, en ayant toutefois peu d'information, leur calcul est d'espérer gagner ainsi, deux fois sur trois.

Au contraire, la firme qui a une stratégie réactive (en F3, le suiveur et surtout le réacteur ou le PIC) attendra d'avoir toute l'information, pour se lancer dans cette production, quitte à ce que les rendements soient faibles, pour lui, les pertes, mais également les gains importants seront rares.

Enfin, les firmes (en F2) ont une stratégie plutôt active, prenant suffisamment de risques, mais avec assez de prudence.

#### **1.3.4 Les Rôles de l'entrepreneur**

Le but principal de l'entreprise est de réaliser le profit. Dans cette quête de gain, l'entrepreneur assume plusieurs rôles spécifiques : il est décideur, fournisseur du capital, preneur de risque, créateur, employeur, manager, coordonnateur d'hommes, communicateur.

Il doit gérer et organiser l'entreprise de telle sorte que son développement ne soit entravé, ni par les besoins sociaux, ni par des contraintes liées au milieu de l'implantation'.

##### ➤ **L'entrepreneur décideur**

L'entrepreneur est avant tout un décideur. Sa fonction consiste principalement à prendre des décisions en rapport avec la vie et dans l'intérêt de l'entreprise. Il veillera à l'exécution de ces décisions.

##### ➤ **L'entrepreneur fournisseur du capital**

Avec son capital initial, l'entrepreneur fonde l'entreprise et en assume le fonctionnement. Cependant, la création d'une entreprise n'implique pas forcément l'existence d'un capital personnel à investir. D'autres personnes peuvent la financer totalement ou partiellement. Le plus important n'est donc pas que l'entrepreneur ait des fonds propres, mais ce qu'il fait de l'argent mis à sa disposition.

##### ➤ **L'entrepreneur preneur de risque**

L'entrepreneur vit et opère dans des conditions d'incertitude politique et économique. La réussite ne lui est pas, d'avance assurée. L'entrepreneur court le risque des effets négatifs du capital investi et s'expose à la suivre. Le risque calculé devient ainsi du courage d'entreprendre.

##### ➤ **L'entrepreneur créateur de richesse et de bien-être**

En combinant les facteurs de la production, l'entrepreneur procède à des innovations d'ordre technique, commercial ou organisationnel visant le développement de l'entreprise.

➤ **L'entrepreneur employeur**

L'entrepreneur procure de l'emploi à ceux dont les compétences sont nécessaires pour la bonne marche de l'entreprise.

➤ **L'entrepreneur manager**

L'entrepreneur manager n'est pas à confondre avec l'entrepreneur propriétaire. Dans le cas d'une coopérative d'épargne et de crédit par exemple, le manager est mandaté par le propriétaire pour gérer l'entreprise.

➤ **L'entrepreneur coordonnateur d'hommes**

L'entreprise est un bien social. La gérer, c'est d'abord et avant tout gérer les hommes et les femmes qui y travaillent. Sa principale richesse est par conséquent, ces hommes et ces femmes. L'entrepreneur veillera à les motiver, à développer leurs talents, à améliorer la qualité de leur vie afin qu'ils puissent assurer à l'entreprise sa rentabilité. Leur travail doit être pour eux, source d'épanouissements.

➤ **L'entrepreneur communicateur**

Communiquer avec les collaborateurs et veiller à la circulation rapide et à l'exactitude de l'information sont une autre qualité qui doit caractériser l'entrepreneur. Pour la bonne marche de l'entreprise, toute information n'est évidemment pas bonne à donner. L'entrepreneur sélectionnera selon les circonstances, l'information qu'il estime nécessaire de livrer et vérifiera si elle a atteint effectivement ses destinataires.

### **Conclusion :**

Aujourd'hui, face aux mutations organisationnelles et technologiques survenues dans les systèmes productifs et aux stratégies d'externalisation et de déconcentration des grandes entreprises, nous sommes en train d'assister à la résurgence des activités entrepreneuriales sous toutes ses formes.

Globalement, les nombreux auteurs qui se sont intéressés à l'entrepreneur et qui ont proposé des définitions, reprennent presque tous les trois axes suivants : la notion de prise de risque, celle de coordination-organisation et celle d'innovation. Autrement dit, l'entrepreneur est celui qui assume le risque de l'incertain, du non probabilisable, il s'engage de façon ferme vis-à-vis d'un tiers, sans garantie de ce qu'il peut en attendre. L'entrepreneur est celui qui introduit et conduit l'innovation, bouleverse et désorganise, celui qui, pour reprendre une formule schumpétérienne, opère une «destruction créatrice ».

#### **Introduction :**

La création d'une entreprise est un projet qui nécessite beaucoup d'investissements personnels (il en faut d'ailleurs tout au long de la vie de l'entreprise) et des prises de décisions importantes. Le créateur d'entreprise a parfois un peu de mal à savoir par où commencer et surtout comment s'y prendre.

De nos jours, la responsabilité des dirigeants d'entreprise n'est plus limitée à la recherche du profit. L'attitude vis à vis de l'environnement naturel, humain, et social est à prendre en compte. La réputation des entreprises dans ces domaines est même devenue un atout de compétition. On parle alors d'entreprise TIC.

Dans ce chapitre nous présenterons les facteurs et les éléments liés à la création d'une entreprise et des notions générale sur les TIC.

#### **Section1 : Identifier les parcours et les logiques qui conduisent à l'acte d'entreprendre**

##### **1.4 Les facteurs qui déterminent l'entrepreneur :**

###### **1.4.1 Les facteurs psychologiques :**

Ces facteurs, régulièrement étudiés par les chercheurs et mis en avant par les professionnels de la création d'entreprise, peuvent être regroupés au sein de quatre familles principales. Nous allons maintenant, nous intéresser à chacune de ces familles, et tout d'abord à celle des facteurs psychologiques. Il y a au moins deux façons d'aborder ces facteurs qui jouent un rôle important dans l'acte d'entreprendre. La première vise à cerner les motivations de l'entrepreneur. C'est la force et la congruence des motivations qui vont constituer le moteur de l'engagement entrepreneurial. La seconde concerne les caractéristiques individuelles et les qualités liées à la personnalité de l'entrepreneur.

L'approche du phénomène entrepreneurial par la personnalité des entrepreneurs a inspiré de nombreuses études qui avaient toutes, plus ou moins, comme premier objectif d'établir une série de caractéristiques associées au comportement entrepreneurial. C'est ainsi que J.A. Hornaday propose une liste assez complète de qualités parmi « lesquelles on peut citer la confiance en soi, la détermination, l'énergie, la « débrouillardise », la capacité à prendre des

### Les facteurs de création d'entreprises

risques calculés, la créativité, l'esprit d'initiative, l'adaptabilité, le dynamisme ou encore la facilité à percevoir les situations et à s'entendre.

Avec les autres, A. Gibb souligne de nouveau, quelques années après Hornaday, l'existence de certaines de ces qualités : esprit d'initiative, adaptabilité, créativité et propension au leadership. Il en ajoute d'autres, qu'il estime également importantes, comme le pouvoir de persuasion, la capacité à prendre des risques modérés, la capacité à résoudre des problèmes, l'imagination, une forte croyance dans le contrôle de sa destinée et une évidente capacité de travail.

#### **1.4.2 Les facteurs sociologiques et culturels :**

Nous entendons par facteurs sociologiques et culturels des éléments directement liés aux différents milieux connus et fréquentés par les individus, et qui peuvent jouer un rôle sur leur propension à entreprendre. Ces milieux (famille, écoles, universités, société, entreprises, professions, territoires), exercent sur l'individu des influences nombreuses qui peuvent s'avérer positives ou négatives le jour où apparaîtra dans sa vie l'événement entrepreneurial. Là encore, de multiples études se sont efforcées d'éclairer le rôle et l'importance de ces facteurs relativement à la décision et à l'acte d'entreprendre.

Un des milieux parmi les plus étudiés est vraisemblablement celui de la famille ; les influences qu'il peut exercer sont souvent déterminantes. Les entrepreneurs appartiennent fréquemment à des familles d'entrepreneurs. La reproduction sociale semble bien fonctionner dans le domaine de la création d'entreprise. Les recherches qui concernent l'origine sociale des entrepreneurs montrent que leurs parents proches sont propriétaires d'entreprises, artisans indépendants, ou exercent des professions libérales. Le taux de reproduction sociale est assez souvent supérieur à 50 % dans les milieux entrepreneuriaux. Les parents, à l'évidence, jouent vis à vis des enfants un rôle de modèle (ou de contremodèle) ; grandir dans de telles familles permet à de jeunes enfants de se familiariser avec le monde des affaires et celui de l'entreprise. Au sein des familles d'entrepreneurs, certains besoins (d'indépendance, de réalisation...) peuvent être valorisés, certaines valeurs (sens de la liberté et des responsabilités) peuvent être mises en actes, créant par là même les conditions d'une accoutumance fertile aux risques et aux composantes de la vie d'entrepreneur.

### Les facteurs de création d'entreprises

Après les recherches sur la famille, ce sont celles qui concernent l'école, l'université, l'éducation et la formation qui apparaissent comme des sources importantes de renseignements pertinents. Une étude portant sur des enquêtes conduites dans quatre régions françaises souligne le rôle joué par les différentes formations initiales ou complémentaires.

Ces démarches permettent de doter l'entrepreneur de compétences et de connaissances qu'il estime très utiles, voire même décisives pour la concrétisation de son projet. D'autres auteurs montrent l'importance de l'enseignement dans le développement de la propension entrepreneuriale des étudiants» L'enseignement, à travers les stages et la valorisation de l'image dynamique et responsable des entrepreneurs, peut susciter des vocations et sensibiliser un large public.

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

En complément de la famille et de l'école, d'autres facteurs sociologiques et culturels peuvent exercer des influences sur la propension des individus à entreprendre. Le territoire dans lequel l'entrepreneur (ou celui qui se destine à l'entrepreneuriat) passe sa vie personnelle et/ou professionnelle joue un rôle non négligeable. Un territoire peut en effet constituer un pôle d'attraction entrepreneuriale. De plus, c'est très souvent dans son espace de vie que l'entrepreneur potentiel trouve le terreau indispensable au développement de réseaux de soutien très utiles au moment de la création de l'entreprise.

Enfin, plus personne ne semble aujourd'hui contester l'importance de l'expérience professionnelle dans le cheminement qui conduit un individu à l'entrepreneuriat. Des centaines d'études, en France et à l'étranger, ont été réalisées pour examiner les différentes dimensions de cette expérience dans le parcours entrepreneurial. Plusieurs professions peuvent, à un moment donné, amener certaines des personnes qui les exercent à s'interroger sur l'opportunité d'entreprendre, tant les exemples de création d'entreprises se multiplient dans leur secteur. Ce

### Les facteurs de création d'entreprises

fut le cas, notamment, de l'informatique dans les années quatre-vingt (et plus récemment pour les NTIC -Nouvelles Technologies d'Informations et des Communications-). Les dimensions principales du parcours professionnel qui semblent devoir jouer un rôle sont la diversité de la pratique, le nombre d'emplois différents, l'expérience dans un domaine d'activité donné, la connaissance du produit et/ou du marché, l'expérience du management et du travail en équipe. L'activité exercée antérieurement entraîne la connaissance précise d'une gamme de produits, des technologies utilisées et des marchés de référence. Tous ces éléments constituent des acquis, parfois des atouts qui vont s'avérer très utiles lors de la création d'une entreprise dont l'activité est semblable ou proche de celle de l'entreprise précédente. L'expérience professionnelle apporte, par ailleurs, une bonne connaissance de la vie en entreprise et des relations entre les différents acteurs internes et externes.

#### **1.4.3 Les facteurs économiques :**

Les facteurs économiques sont les ressources informationnelles, humaines, cognitives, technologiques, financières et matérielles sans lesquelles rien n'est possible et rien n'est faisable. Ces éléments, même s'ils interviennent en bout de course, n'en demeurent pas moins des facteurs clés de la démarche entrepreneuriale. Qui peut, en effet, envisager d'entreprendre, de créer une entreprise, sans moyens ou ressources disponibles et sans une capacité à les rechercher, à les obtenir et à les mobiliser, au mieux de l'intérêt du projet et de l'entreprise elle-même ?

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

L'accès aux ressources peut parfois être problématique et difficile, aussi l'intégration dans des réseaux peut constituer un facteur essentiel, voire décisif, dans les processus d'acquisition de ces ressources. Les personnes formées dans les meilleures écoles et universités peuvent utiliser de nombreux réseaux qui leur sont propres et qui viennent compléter les réseaux spécifiques à la création d'entreprise.

### Les facteurs de création d'entreprises

Certaines ressources appartiennent en propre à l'individu (ses compétences, ses connaissances, ses disponibilités financières...). 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.

#### 1.4.4 Les facteurs contextuels

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

A. Shapero a observé que la plupart des créateurs d'entreprises ont, au départ, subi un déplacement, c'est-à-dire un accident dans leur vie personnelle ou professionnelle. Cet auteur qui, le premier, a introduit le concept de déplacement parle d'ailleurs de facteurs «push » et « pull » qu'il qualifie également de facteurs positifs et négatifs. Il peut s'agir, par exemple, pour des facteurs négatifs, d'un licenciement, d'un revers professionnel ou encore d'un accident dans la vie Familiale, comme un divorce ou la disparition d'un être cher. Les facteurs positifs le plus souvent cités sont les rencontres avec de futurs associés ou partenaires et le repérage d'opportunités.

« Déplacement » selon A. Shapero<sup>1</sup> ou « discontinuité » selon d'autres auteurs : il est clair qu'un événement important affectant la vie d'un entrepreneur potentiel peut servir de catalyseur au déclenchement de l'action d'entreprendre. Les changements « subis », la frustration ou l'insatisfaction dans le travail, favorisent les remises en cause et peuvent amener les personnes déplacées à prendre une décision concernant leur carrière. Elles peuvent, alors, s'orienter vers la création ou la reprise d'entreprise. Ce mécanisme de déclenchement peut constituer un début d'explication à un phénomène souvent constaté: un même individu est plus enclin à prendre la

---

<sup>1</sup> Shapero A., « The displaced, uncomfortable entrepreneur », *Psychology today*, 1975, vol. 7, n° 11, pp. 83-89.

### Les facteurs de création d'entreprises

décision de créer une entreprise lorsqu'il est demandeur d'emploi, plutôt que lorsqu'il a un emploi de salarié. Depuis plus d'une décennie.

Les demandeurs d'emploi créateurs d'entreprises représentent une nouvelle population d'entrepreneurs. Avec plus d'une nouvelle entreprise créée sur quatre, leur poids est loin d'être négligeable au niveau démographique. Leur importance et les évolutions récentes montrent bien que la création ou la reprise d'une entreprise est très souvent perçue par les individus en rupture d'emploi comme une solution de retour à l'emploi.

### **1.5 Création et reprise d'entreprise des processus :**

La création et la reprise d'entreprises constituent, à n'en pas douter, des phénomènes complexes. L'acte d'entreprendre est le fait de femmes et d'hommes aux cultures, aux motivations, aux projets différents, qui généreront des types d'entreprises ayant des caractéristiques et des modes de fonctionnement variés. L'approche de l'entrepreneuriat par les facteurs « déterminants » est intéressante, en ce sens qu'elle permet d'isoler des éléments qui peuvent jouer un rôle important à un moment ou à un autre. Mais elle présente un inconvénient majeur : elle ne rend pas compte des aspects dynamiques de l'entrepreneuriat. Pour remédier à ce problème, nous allons adopter une perspective complémentaire qui va nous permettre de considérer la création et la reprise d'entreprises comme des processus.

On peut tout d'abord définir un processus comme un système dynamique qui évolue dans le temps et qui est soumis à des échanges avec son environnement, lesquels échanges ont une influence sur son évolution. Le processus entrepreneurial, dans ces conditions, tient au cheminement d'un individu qui, à un moment de son existence, s'interroge sur l'acte d'entreprendre, le prépare et s'apprête à donner une orientation entrepreneuriale à sa vie professionnelle. S'intéresser à ce processus revient donc à analyser les mécanismes par lesquels on devient entrepreneur, et à mieux préciser le rôle et l'importance des facteurs «déterminants », ainsi qu'à identifier les liens qui les unissent.

Pour approfondir la notion de processus entrepreneurial, nous allons exposer, dans un premier temps quelques modèles issus de la littérature entrepreneuriale ; puis nous développerons plusieurs dimensions des processus conduisant à la décision d'entreprendre qui nous semblent particulièrement importantes.

#### **1.6 Les modalisations du processus de création d'entreprise :**

Au cours des vingt dernières années, de nombreux modèles théoriques ont été proposés pour décrire et expliquer le phénomène de création d'entreprise. Notre objectif n'est pas de tous les présenter dans cette section, mais d'extraire de l'ensemble ceux qui nous semblent plus aboutis. Dans la plupart de ces modèles, le concept d'intentionnalité occupe une place centrale. Un ensemble de facteurs agissent, chez un individu, pour contribuer à la formation d'une intention d'entreprendre. L'intention conduit ensuite à l'action.

##### **1.6.1 Le modèle de SHAPERO :**

Les travaux de A. Shapero sont les plus anciens et certainement ceux qui ont eu le plus grand retentissement dans la communauté scientifique. Ils débouchent sur un modèle général qui permet de mieux comprendre la formation de l'événement entrepreneuriale. Quatre forces principales, en interaction les unes avec les autres, expliquent selon lui la création d'une entreprise.

D'après l'auteur, beaucoup de créations d'entreprises sont liées à des déplacements. « Nous avons établi que la plupart des créations étaient liées à des déplacements de personnes, à l'éviction de conditions d'existence confortables ou tout au moins acceptables, et débutaient à un moment où le fondateur hésitait entre divers projets, n'était pas encore installé dans une situation qui lui convenait. Les déplacements qui déclenchent le processus de formation de l'événement entrepreneurial peuvent tout à la fois présenter des aspects positifs et négatifs, imposés de l'extérieur ou perçus de l'intérieur, et c'est souvent une combinaison d'assauts négatifs et d'efforts positifs qui accélère les actions menant à la création d'une entreprise ».

Mais si le déplacement est moteur pour la création d'entreprise, il n'en est évidemment pas une condition suffisante.

S'appuyant sur les travaux réalisés par les psychologues de la création d'entreprise, A. Shapero insiste sur le fait que les entrepreneurs ont un grand désir d'indépendance et de contrôle de leur environnement. Des motivations et certaines qualités particulières confèrent donc aux individus qui les possèdent une disposition plus ou moins marquée à l'action (entrepreneuriale). La crédibilité de l'acte d'entreprendre, pour celui-là même qui entreprend ou

### Les facteurs de création d'entreprises

s'apprête à le faire, est, d'après A. Shapero, la plus puissante variable que l'on puisse trouver associée à l'acte de création d'une entreprise.

Imaginer ce que sera pratiquement son rôle d'entrepreneur et de dirigeant est un bon moyen de rendre crédible à ses propres yeux l'action qu'il engage. L'individu doit être capable de s'imaginer lui-même faisant démarrer et dirigeant une entreprise. La crédibilité de l'acte est avant tout d'ordre social. Elle est liée à des milieux et/ou des groupes de référence qui vont, d'une certaine façon, renvoyer à l'individu concerné une image valorisée ou dévalorisée de l'entrepreneuriat. C'est ce qui expliquerait le fait que les créateurs d'entreprises sont très souvent issus de familles où un parent était (est) entrepreneur. C'est à ce niveau également que se situe un des rôles du système éducatif qui, dans des actions de sensibilisation, pourrait se donner comme objectif de donner une image plus valorisante des situations entrepreneuriales. Cependant, bien évidemment, même si un individu présente une disposition à l'action, s'il a subi un déplacement et s'il a dans sa famille ou dans d'autres milieux de référence des exemples crédibles, il faut encore, pour qu'il passe à l'acte, qu'il puisse disposer ou réunir les ressources nécessaires (moyens matériels, humains et financiers) pour entreprendre.

Dans le modèle de Shapero, les concepts clé sont donc:

- désir de l'acte. C'est là une variable psychologique liée à l'existence de motivations et de qualités spécifiques de l'entrepreneur ;
- Crédibilité de l'acte pour celui qui l'engage il s'agit d'ici d'une variable sociologie qui indique l'importance de l'image de l'événement entrepreneurial ;
- Faisabilité de l'acte. C'est la variable économique qui donne au projet son caractère réaliste, l'entrepreneur devant être une capacité de réunir toute les ressources nécessaires ;
- Déclencheur de l'acte. C'est le déplacement non prévu qui précipite le cours des choses et positionne l'individu sur les rails de la création d'entreprise.

La pensée de A.Shapero peut être schématisée de la façon qui suit. À partir de ses expériences personnelles et professionnelles, de son éducation et de sa formation, un individu peut développer des motivations qui, en lien avec ses qualités personnelles, vont lui donner une disposition à l'action entrepreneuriale d'un niveau plus ou moins élevé. Toujours à partir de ce bagage de vie, l'individu peut arriver rapidement ou progressivement à la conclusion que l'acte d'entreprendre est intéressant pour lui et crédible à ses yeux comme à ceux de son entourage

### Les facteurs de création d'entreprises

social. Des interactions entre désirabilité et crédibilité de l'acte vont émerger et se développer une propension à agir et à entreprendre qui va entraîner l'apparition d'une intention d'entreprendre. Ce qui va provoquer le passage de l'intention à l'acte d'entreprendre, c'est l'irruption dans ce processus de facteurs déclencheurs positifs et/ ou négatifs, qui vont générer un déplacement. Cela peut être la découverte d'une opportunité d'affaires, la rencontre avec un futur associé ou encore la menace d'un licenciement.

#### **1.6.2 Le modèle PLEITNER<sup>2</sup> :**

Dans ce modèle, plusieurs étapes sont identifiées. La première est celle de la préférence d'un individu pour une carrière d'entrepreneur. Le parcours qui peut conduire une personne ordinaire à affirmer une préférence pour une carrière d'entrepreneur est complexe et la durée en est variable. Il dépend fortement de la situation personnelle, des objectifs professionnels de l'individu, du degré de satisfaction ou d'insatisfaction qui est le sien relativement à l'emploi qu'il occupe, et de sa volonté de changement. Une telle préférence est la résultante, à un moment donné, d'une opposition opérée par l'individu lui-même entre l'éventuelle attractivité d'une carrière d'employé et l'attrait plus grand d'une carrière entrepreneuriale.

La deuxième étape concerne le niveau de motivation de l'individu pour créer une entreprise. Elle s'appuie, bien entendu, sur la préférence marquée pour une carrière d'entrepreneur, mais aussi sur l'existence d'une opportunité d'affaires et sur l'évaluation des probabilités de sa concrétisation liées à l'individu et à son environnement.

La troisième et dernière étape est celle de l'entrée dans un marché, et donc la création effective de l'entreprise. Cette étape consiste, après avoir apprécié, sous tous ses aspects, la faisabilité du projet, à lancer les activités.

Ce schéma du processus de création d'une entreprise constitue un modèle dynamique où des effets de rétroaction apparaissent et soulignent la complexité d'un phénomène dont les éléments s'assemblent d'une certaine manière à un moment donné. C'est à partir de ces combinaisons « situées » que seront prises les différentes décisions.

---

<sup>2</sup>Ce modèle est extrait de la thèse de Christian Bruyat.

#### 1.6.3 Le modèle de LE MAROIS<sup>3</sup> :

Ce modèle, d'inspiration sociologique, propose un schéma représentant le processus de formation d'une entreprise viable. On y retrouve les notions de déplacement, de disposition à l'action, de crédibilité de l'acte chères à A. Shapero, et de nombreux concepts empruntés au sociologue M. Crozier<sup>4</sup>, notamment ceux d'acteur et de système<sup>2</sup>. Les moments privilégiés du processus de création d'une entreprise (déclenchement, acquisition et développement de ressources internes et externes, puis création) apparaissent et se structurent autour de trois pôles indissociables et en interaction permanente. Il s'agit des pôles relationnel, personnel et professionnel. Ces derniers déterminent une structure complexe et spécifique à chaque cas d'espèce, qui fonctionne comme un véritable système d'actions de déclenchement et de réalisation de l'idée de créer. En définitive, l'approche de H. Le Marois développe une autre version du modèle de A. Shapero, enrichie des apports de l'analyse stratégique conceptualisée par M. Crozier.

#### 1.6.4 Le modèle de BRUYAT<sup>5</sup>:

Christian Bruyat propose une forme générique du processus de création d'entreprise. Son idée est, avant tout, d'identifier des temps forts, des changements de rythme dans l'activité ou dans l'effort fourni, et d'indiquer l'importance de certaines décisions intermédiaires ou irréversibles. Même si tout découpage est fondamentalement virtuel, celui qui est développé dans la thèse de cet auteur, et qui s'inspire, lui aussi, de travaux antérieurs, permet aisément de mieux appréhender et comprendre un processus complexe.

Dans ce modèle, six positions sont distinguées. Elles représentent chacune un type d'action :

- La position 0 signifie que la possibilité de créer une entreprise n'est pas perçue. Cette situation peut s'expliquer par une insuffisance d'informations liée à l'éducation, à la personnalité ou à l'environnement de l'individu.

---

<sup>3</sup> Le Marois H., « Contribution à la mise en place de dispositifs de soutien aux entrepreneurs », thèse de doctorat d'État en sciences de gestion, Lille, 1985.

<sup>4</sup> Crozier M., Friedberg E., L'acteur et le système, éditions du Seuil, Points, Politique, 1977.

<sup>5</sup> Voir la thèse de BRUYAT.

### Les facteurs de création d'entreprises

- La position 1 indique que la possibilité de créer sa propre entreprise est perçue. Dans cette deuxième situation, l'individu dispose d'une information suffisante pour savoir et comprendre ce qu'est la création d'une entreprise.
- La position 2 veut dire que l'action de créer est envisagée. Dans ce cas, elle est prise en compte par l'individu comme étant une alternative possible à sa situation. L'acteur tente d'identifier quel type d'entreprise il pourrait créer, sans consacrer beaucoup de temps et d'énergie à cette question.
- La position 3 signifie que l'action est recherchée. Dans ces conditions, l'individu cherche activement une idée et essaie de l'évaluer tout en continuant, le cas échéant, d'exercer une activité professionnelle. S'il est demandeur d'emploi, il continue généralement à rechercher un emploi tout en testant son idée de création. Il agit, recherche des informations, réalise des études, développe son projet et y investit du temps et de l'argent. Cette étape peut déboucher sur un abandon de l'idée et du projet ou sur la création d'une entreprise et le passage à l'étape suivante.
- La position 4 indique que l'action est lancée. L'entreprise est créée ; elle commence à produire et à vendre. À ce stade, tout retour en arrière est difficile, voir impossible, le coût financier et psychologique étant trop élevé. L'entreprise est cependant dans une phase très délicate de son existence. Elle reste très fragile et les causes d'échec sont nombreuses.
- La position 5 signifie que l'action est réalisée. L'entreprise assure son équilibre d'exploitation. Elle est devenue une entité économique reconnue par ses partenaires extérieurs. Le créateur a réussi son premier examen de passage. Il a apporté la preuve que son projet était viable et il se trouve désormais dans une situation de dirigeant d'une très petite, d'une petite ou d'une moyenne entreprise.

Dans ce parcours, le passage d'une position à une autre n'est en rien automatique. L'acteur peut refuser une action, l'abandonner, retourner à une étape précédente ou tirer des enseignements négatifs de son expérience et renoncer à l'idée de créer à nouveau.

Tout individu qui s'engage dans le processus de création d'entreprise tel que le décrit C. Bruyat aura à accomplir un grand nombre d'actions et devra prendre de nombreuses décisions. Cette vision de la création d'entreprise donne à l'acteur une position centrale et fait dépendre les décisions et la dynamique du processus d'un système d'action propre à chaque situation ; ce système est construit autour des perceptions temporelles de l'acteur.

#### **1.7 Les systèmes d'action :**

Nous venons de passer en revue quelques modèles qui décrivent le phénomène de création d'entreprise. Ils suggèrent, tous, d'utiliser la notion de processus pour mieux comprendre la diversité et la richesse des situations et des comportements entrepreneuriaux. Le concept de processus implique l'idée de mouvement, de dynamique et de temps. Nous allons partir de cette dimension temporelle pour essayer de montrer son importance dans les processus de création et de reprise d'entreprises. Nous évoquerons ensuite une deuxième dimension, celle de système d'action, en nous inscrivant, nous aussi, dans une perspective sociologique. Puis nous terminerons par la présentation d'une dernière dimension qui prolonge et complète la précédente : celle de la logique d'action. Ce travail est à la fois une synthèse et un approfondissement des éléments clés extraits des modèles que nous avons exposés.

#### **1.8 Le temps du processus contraint ou nécessite :**

La question du temps, nous en sommes convaincus, est particulièrement importante dans les processus de création et de reprise d'entreprises, ainsi que, d'ailleurs, dans les processus de développement et de diffusion des innovations. Le temps n'est pas perçu de la même façon par tous les individus et les parties prenantes d'un projet. Les rythmes temporels différents également selon les personnes, les technologies, les secteurs d'activité et bien d'autres choses encore. L'étude d'une idée ou d'un projet donné de création peut durer des années. À l'inverse, dans certains cas, une création d'entreprise peut ne prendre que quelques semaines, surtout si l'acteur reproduit une situation et applique des recettes qu'il connaît très bien.

Selon les cas, la pression du temps sera plus ou moins marquée. Elle va dépendre essentiellement de la situation personnelle de l'acteur, de la manière dont il perçoit ce qui se produit, et des exigences spécifiques du projet ou de son environnement. S'agissant de l'individu, la pression du temps peut venir d'une insuffisance de revenus, de menaces qui pèsent sur sa situation professionnelle, de fortes insatisfactions liées à son emploi, ou d'une prise de conscience que le moment est venu de choisir entre une situation de salarié et un statut d'entrepreneur. Du point de vue du projet, certaines caractéristiques du marché peuvent

### Les facteurs de création d'entreprises

conduire l'entrepreneur à envisager de se saisir rapidement de l'opportunité qu'il a perçue, sous peine de la perdre ou d'en diminuer considérablement la valeur potentielle.

Des événements non prévus peuvent venir également remettre en cause le projet initial et amener l'individu, par voie de conséquence, à accélérer le mouvement ou à le stopper momentanément. La pression du temps est donc à la fois subie et décidée. Elle est la résultante d'éléments que l'acteur ne peut pas toujours contrôler (les caractéristiques de l'environnement d'un projet, un licenciement), mais aussi une conséquence des décisions, des actions passées ou des lacunes de l'entrepreneur en termes d'informations et de formation.

Notons que le temps, qui permet de bien préparer un projet, permet également au futur dirigeant d'entreprise de bien se préparer lui-même. La maturation d'un projet et celle d'un homme constituent des éléments essentiels à la réussite finale de l'opération. Rappelons-nous l'expression pleine de bon sens : « Il faut laisser du temps au temps. » Mais le temps est aussi une contrainte, quand l'analyse lucide et froide de la situation commande d'agir vite et parfois dans l'urgence, sous peine de perdre une opportunité ou de prendre un retard conséquent vis-à-vis des principaux concurrents.

#### **1.8.1 L'acteur et le système : composant clé de processus**

De l'intention à l'idée, de l'idée à l'action de créer, puis de cette action aux premiers pas de l'entreprise, les cheminements des entrepreneurs sont divers et complexes. Pourtant, il est possible de dégager de ces parcours singuliers des invariants, des éléments communs autour desquels les décisions se prennent et les actions se structurent. Quelques auteurs voient le processus de création d'entreprise à travers le filtre d'un système d'action.

Ceci permet de mettre l'entrepreneur (l'acteur) au cœur d'un système (d'action) structuré et spécifique qui se constitue, évolue et se transforme au cours du temps.

### Les facteurs de création d'entreprises

Les états et les configurations de ce système sont particuliers à chaque créateur. Pour bien comprendre l'intérêt d'une approche basée sur le concept de système d'action, nous allons approfondir le modèle de H. Le Marois<sup>6</sup>.

Le système d'action exposé dans ce modèle est constitué par trois pôles qui rassemblent les éléments de l'histoire individuelle et sociale des entrepreneurs. Ces trois pôles sont le pôle personnel (expérience de l'acteur et ses ressources), le pôle relationnel (ses réseaux de relations) et le pôle professionnel (ses connaissances de l'entreprise et son vécu professionnel). Ce système d'action va provoquer l'apparition ou la disparition du projet de création d'entreprise. Décrivons un peu plus le contenu et le fonctionnement de ce système.

- Le pôle personnel comprend l'histoire personnelle de l'entrepreneur, ses racines, sa région d'origine et les différents territoires et lieux qui l'ont marqué. S'y rattachent également les formations initiales et complémentaires qu'il a suivies. Ce pôle est aussi celui des expériences personnelles et professionnelles, des comportements, des aptitudes et des motivations.
- Le pôle relationnel est celui de l'environnement immédiat l'entrepreneur, ses réseaux de relations personnels et professionnels. Le rôle de la famille, du conjoint, des enfants, des parents est très souvent de la plus haute importance. La famille interfère dans le processus de création ; elle incite, aiguillonne, tempère le créateur de l'entreprise ou bloque le projet. Les réseaux professionnels (collègues de travail, fournisseurs, clients) sont souvent utiles pour développer l'idée de départ et pour lancer les activités. Au niveau social, les entrepreneurs ont tissé des réseaux de connaissances qui peuvent leur permettre de gagner du temps, d'être mieux informés et plus crédibles. Les réseaux d'amis et d'anciens élèves font partie, également, de ceux qui sont mobilisables à certains moments du processus de création.
- Le pôle professionnel prend en compte la connaissance de la vie et du fonctionnement de l'entreprise, les expériences et les acquis professionnels accumulés. Ce pôle est celui des compétences professionnelles, de la connaissance approfondie d'un métier et, le cas échéant, de la maîtrise d'une technologie particulière. Ces savoirs et savoir-faire donnent

---

<sup>6</sup> Ce modèle a été présenté dans une section précédente. Outre les emprunts à M. Crozier, les travaux de H. Le Marois s'inspirent beaucoup de ceux de Arocena et al. Voir Arocena J, Bernoux P., Minguet G., Paul-Cavallier M., Richard P., « La création d'entreprise, un enjeu local », notes et études documentaires. La Documentation Française, 1983, n° 4709 et 4710)

### Les facteurs de création d'entreprises

à l'entrepreneur des atouts qu'il va utiliser dans son parcours entrepreneurial. Dans ces éléments liés à la vie professionnelle, la maîtrise de la gestion est perçue par les entrepreneurs comme une condition nécessaire et presque indispensable au lancement des activités d'une nouvelle entreprise.

Ces trois pôles sont indissociables et en interaction permanente. S'ils ont leur propre dynamique, on constate aussi l'existence d'une dynamique d'ensemble ; en conséquence, lorsque des changements affectent l'un des pôles, ils vont nécessairement entraîner des évolutions au niveau des deux autres, donnant ainsi au système d'action une configuration nouvelle. Le système de déclenchement d'une création d'entreprise se constitue donc à partir d'une combinaison particulière des éléments de ces trois pôles. Le caractère spécifique de chaque configuration indique que des éléments semblables (trajectoire professionnelle, réseau familiale, niveau de ressources) ne se combineront pas toujours de la même façon, sans doute parce que la même situation ne se reproduit jamais tout à fait à l'identique, mais surtout parce que sont multiples les possibilités de structuration réalisable par les entrepreneurs à partir des mêmes éléments.

Les trois pôles du système d'action remplissent plusieurs fonctions :

- ils rassemblent des éléments d'une réalité caractérisant chaque situation et son contexte local et socioprofessionnel ;
- ils permettent de repérer des atouts et des contraintes identifiés par l'acteur ;
- ils permettent enfin de mieux saisir la nature et les relations des éléments déclencheurs de l'idée d'entreprendre.

L'entrepreneur agit sur la structuration de son système d'action par l'évaluation qu'il fait des éléments qui sont à sa disposition, par l'action qu'il met en œuvre pour en acquérir d'autres et par les choix qu'il opère pour concrétiser son projet.

Dans ce système d'action qui vit et se transforme, le poids et l'importance des pôles sont variables et donnent des caractéristiques spécifiques à chaque processus entrepreneurial. L'importance donnée à l'un des pôles « va être l'indice non seulement de l'accumulation d'éléments porteurs et supports dans la constitution de l'idée de création, mais aussi de l'analyse

qu'en fait le créateur comme possibilités réalistes et favorisant l'idée de créer ». Ce système n'est pas fermé. Il s'insère dans un environnement socio-économique qui l'influence et peut l'amener à évoluer. Ces influences, liées à des contextes économique et local, ainsi que la structuration du système d'action autour d'un pôle dominant amènent les acteurs à s'engager dans des « logiques d'action » particulières qui vont les conduire à la création ou à la reprise d'une entreprise. Mais il ne s'agit pas de n'importe quelle entreprise : ces logiques portent en elles le type et la nature des situations entrepreneuriales dans lesquelles les acteurs vont s'engager.

#### **1.9 Les logiques d'action des entrepreneurs :**

Les modèles d'analyse stratégique s'intéressant à la petite entreprise la représentent, généralement, comme un système ouvert sur son environnement. Dans ces conditions, la recherche d'une certaine cohérence entre les éléments du système stratégique guide l'approche et les comportements décisionnels des dirigeants. Les points de vue développés empruntent des voies théoriques très différentes et parfois opposées.

Certains modèles s'inscrivent dans des perspectives positivistes dans lesquelles l'analyse logique des situations existantes conduit à identifier les « bonnes » décisions stratégiques. D'autres visions sont basées sur une conception plus aboutie de la cohérence qui devient à la fois globale et comportementale'. Globale, car la recherche de cohérence prend en compte toutes les variables pertinentes et la complexité de leurs interactions. Comportementale, parce que le système de gestion stratégique du dirigeant est finalisé par sa logique d'action.

Dans le processus de création ou de reprise d'une entreprise, les décisions à prendre vont privilégier la recherche de cohérence entre les différents éléments qui appartiennent au système d'action. Elles peuvent s'appuyer sur un pôle dominant qui va alors jouer un rôle important et structurer les comportements dans une logique d'action. Mobiliser la notion de logique d'action, forgée dans le champ de la sociologie, présuppose que l'accent est mis sur les aspects dynamiques du phénomène : « L'acteur n'existe pas en soi, mais il est construit et défini comme tel par son action. » Il s'agit donc de retrouver et de comprendre la logique (ou les logiques) à l'œuvre, de retrouver les traces des choix effectués par l'acteur, et de s'efforcer de mieux décoder ce qui les fonde.

### Les facteurs de création d'entreprises

L'Agence pour la création d'entreprise évoque assez régulièrement dans ses publications, un clivage qui lui apparaît fondamental et qui concerne les comportements des créateurs. Deux logiques sont identifiées, une logique entrepreneuriale et une logique d'insertion sociale. La première passe, très souvent, par la formulation d'un projet construit autour d'une bonne adéquation produit/marché et la mise en place des moyens nécessaires pour concrétiser le projet. La seconde logique privilégie le retour à l'emploi et/ou l'indépendance à partir d'un savoir-faire précis. Dans cette logique d'insertion sociale, la création d'une entreprise peut être faite dans la contrainte ; c'est par exemple le cas du chômeur-créateur qui se met en affaires un an ou plus après le début du chômage, en conservant la nostalgie du salariat. Elle peut être aussi de l'ordre du volontarisme, quand une personne cherche à satisfaire, dans la création de son entreprise, un besoin d'indépendance très prononcé.

A côté de ces deux premières logiques d'action, l'APCE en a repéré deux autres : les logiques de reproduction et d'innovation. La première est celle d'entrepreneurs qui reproduisent, dans le processus entrepreneurial, ce qu'ils connaissent par expérience et par formation. Il peut s'agir de l'exercice d'un métier technique : un contremaître de la métallurgie créant une entreprise de chaudronnerie, un mécanicien automobile reprenant un garage, ou encore un directeur de marketing devenant consultant dans ce domaine. La reproduction peut se fonder également sur des savoir-faire managériaux développés dans des fonctions commerciales et des fonctions de direction d'entreprise. La logique d'innovation, bien moins fréquente que la reproduction, permet d'introduire de nouvelles pratiques, en rupture avec les habitudes et les pratiques communément rencontrées. Ces innovations peuvent concerner tout à la fois les domaines technologiques, sociaux, ou ce qui est lié à la gestion et à l'organisation des entreprises.

Dans une approche assez voisine, J. Arocena et al. Distinguent quatre logiques construites à partir de deux dimensions : le lien entre les activités (antérieure et projetée) et le lien entre les clients (antérieurs et visés), en comparant ainsi la situation ante-crédation avec la situation espérée après la création. Le tableau suivant résume les résultats de ce croisement.

Lien entre l'activité antérieure du créateur et l'activité de l'entreprise créée

<b>Activités identiques ou semblables</b>	<b>Activités différentes</b>
<b>REPRODUCTION</b> Les clients antérieurs sont les mêmes que ceux des activités projetées	<b>CONVERSION</b>
<b>ADAPTATION</b> Les clients antérieurs sont différents des clients des activités projetées	<b>MUTATION</b>

Source : J.Arocena et al, op. cit

Comme nous pouvons le voir, les logiques de conversion et de mutation sont des logiques d'innovation La logique d'adaptation est une logique de reproduction des savoir-faire et des compétences professionnelles, appliqués à des cibles de clientèle différentes.

Nous retrouvons, dans les logiques d'action proposées par C. Bruyat, de fortes proximités avec celles qui sont présentées dans les approches précédentes. La typologie développée par l'auteur retient deux éléments structurants : l'intensité du changement pour le créateur et l'intensité de la nouveauté pour l'environnement. Les logiques résultantes sont données dans la représentation suivante.

**Tableau N° 1** : Lien entre l'activité antérieure de créateur et l'activité de l'entreprise créée

**Intensité du changement Pour le créateur**

<b>Initiation</b>	<b>Innovation</b>
	<b>Aventure</b>

**Reproduction**

**Innovation**

**Valorisation**

**Intensité de la nouveauté pour l'environnement**

Dans la logique de reproduction, le créateur va chercher à faire « pour son propre compte » ce qu'il faisait déjà, à peu de choses près, dans son emploi précédent. Dans la logique d'imitation, le créateur tente de monter une entreprise selon une formule déjà bien établie, mais il ne dispose pas encore des compétences et des ressources nécessaires. Il lui faudra faire évoluer ces éléments, d'une façon plus ou moins importante, pour qu'ils deviennent cohérents avec les caractéristiques du projet et du métier.

La logique d'innovation/valorisation concerne des individus qui veulent créer leur entreprise à partir d'un procédé ou d'un produit, dont ils possèdent déjà les, savoir-faire. L'incertitude réside alors dans l'adoption ou non et la valorisation ou non de la nouveauté par l'environnement, et dans les aléas de la mise au point technique et industrielle du projet. La dernière logique d'action présentée dans cette approche, celle de l'innovation/ aventure, cumule les incertitudes liées à l'apprentissage et à l'innovation. L'entrepreneur doit alors faire évoluer ses savoir-faire et ses compétences, constitué de nouveaux réseaux relationnels et faire accepter les changements induits par l'innovation dans l'environnement auquel elle se destine.

## Section 2 : les éléments liés à la création d'entreprise

### 1.10 L'intention issue de la psychologie sociale dans la création d'entreprise

Fishbein et Ajzen en psychologie sociale, ont développé un modèle théorique qui retrace la nature du processus sous-jacent aux comportements intentionnels, la théorie de l'action raisonnée. Par la suite, Ajzen a approfondi ce modèle à travers la théorie du comportement planifié. Le but ultime de ces deux théories est de prédire et de comprendre les comportements individuels.

Le comportement est, tout d'abord, déterminé par l'intention. La théorie postule, en effet, que l'intention de quelqu'un de se comporter d'une certaine façon est un déterminant immédiat de l'action. C'est le fondement même des modèles d'intention. Cependant, en raison des problèmes de contrôlabilité de l'action, la théorie propose que le comportement soit non seulement prédit à partir des intentions mais aussi de l'aptitude à contrôler le processus menant à sa réalisation effective (i.e. le contrôle perçu). La théorie du comportement planifié d'Ajzen est une extension de la théorie de l'action raisonnée dans laquelle une variable complémentaire a été ajoutée : le contrôle perçu.

L'intention est, ensuite, supposée déterminée par l'attitude personnelle envers ce comportement, la norme sociale perçue et le contrôle que l'on pense pouvoir exercer sur la réalisation de l'acte (i.e. contrôle perçu). L'attitude représente le degré d'évaluation (favorable ou défavorable) qu'une personne a du comportement en question. La norme sociale perçue correspond à notre perception de ce que les gens importants pour nous pensent de la réalisation du comportement cible. Le contrôle perçu fait référence à la perception de l'individu quant à la facilité ou difficulté à réaliser un comportement spécifique.

Ces trois variables sont, quant à elles, finalement, expliquées en termes de croyances. Ces croyances représentent l'information (vraie ou fausse) que l'on a sur le monde. Les variables externes au modèle, comme les traits de la personnalité ou les éléments démographiques, ne sont supposées influencer les intentions que dans la mesure où ils affectent ces croyances. Elles jouent indirectement sur les intentions et le comportement au travers des attitudes.

#### **1.11 Capital humain et performance de l'entreprise :**

Cette conviction s'appuie, tout d'abord, sur l'analyse de l'évolution des théories en sciences de gestion qui découvrent ou redécouvrent l'importance du fait humain dans l'organisation : la stratégie, tout d'abord, qui a connu un basculement progressif au cours des deux dernières décennies d'une représentation externe de l'avantage concurrentiel vers une analyse interne des compétences, capacités et plus généralement des ressources difficilement construites et imitables. Le marketing, ensuite, qui lie de plus en plus la satisfaction des clients aux compétences et à l'engagement des collaborateurs. La comptabilité, enfin, qui cherche à expliquer les écarts observés depuis le début des années 2000 entre les valeurs comptables et les valeurs de marché des entreprises par l'existence d'un "goodwill" dont l'essentiel est constitué par le capital intellectuel et immatériel, c'est-à-dire par la qualité du capital humain.

Mais cette conviction se fonde également sur l'observation concrète d'entreprises, dans des industries et des pays très différents, qui ont construit leur réussite exemplaire à long terme sur la qualité de leur capital humain en misant sur leur capacité à attirer, développer et retenir des personnes compétentes et engagées sans se focaliser uniquement sur les seuls «talents ». C'est ainsi que l'on peut comprendre la performance exceptionnelle d'une entreprise comme Southwest Airlines depuis plus de 40 ans qui a inventé aux USA le modèle de la compagnie aérienne à bas coûts si souvent imité aujourd'hui partout dans le monde sur le plan business mais pratiquement jamais sur le plan humain. Dans la même perspective, le fait qu'Air Liquide ait reçu en juin dernier le Trophée du Capital Humain est la reconnaissance d'une entreprise qui a accordé depuis sa création en 1902 une place prépondérante aux femmes et aux hommes qui y travaillent lui permettant d'être dans une situation enviée qui la place aujourd'hui comme leader mondial dans son activité.

Enfin, la force du n°1 du secteur cosmétique au Brésil, la société Natural, peut largement s'expliquer par l'attention peu commune portée par cette entreprise aux personnes qui la rejoignent comme collaborateurs permanents et ceci dans le cadre d'une orientation stratégique très marquée par le développement durable. Mais ces quelques exemples ne doivent cependant pas faire oublier les cas des milliers d'entreprises, petites et grandes, qui pourraient être rapportés ici pour, renforcer cette conviction comme le montre l'exemple du chef Thierry Marx, récemment reconnu aux Espoirs du Management qui fondent le succès de ses restaurants primés sur la qualité et la motivation des équipes par des pratiques originales comme celle du Tai-chi.

#### **1.12 L'effet différencié des déterminants de la création d'entreprises tous secteurs sur la création des entreprises TIC :**

Les déterminants environnementaux de la création d'entreprises tous secteurs ne tiennent pas compte, par nature, des spécificités sectorielles. Certains d'entre eux devraient donc avoir un impact différent dans le secteur TIC. Par exemple, l'impact du taux de chômage devrait s'inverser et devenir négatif pour la création dans le secteur TIC. En effet, comparés à la moyenne des créateurs, les créateurs d'une entreprise innovatrice sont plus qualifiés. Ils appartiennent donc à des catégories socioprofessionnelles moins touchées par le chômage. En conséquence, le potentiel régional en « matière grise » devrait avoir une influence plus forte pour la création dans le secteur TIC.

L'impact de la densité de population, qui implique une infrastructure de haut niveau et des externalités positives dont bénéficient les entreprises, pourrait également s'inverser lorsque la concurrence et les barrières à l'entrée du marché deviennent un obstacle, ou quand les frais de fonctionnement deviennent trop élevés pour des nouvelles entreprises TIC.

L'analyse des recherches antérieures met en évidence l'impact de l'environnement économique sur la taille des entreprises locales' (notamment la part de petites et de grandes entreprises). Toutefois, les résultats des différentes études varient. Certains auteurs sont d'accord sur le fait qu'un nombre élevé de grandes entreprises dans le tissu économique local génère la création d'entreprises de services, contrairement aux créations industrielles qui augmentent avec le nombre de petites entreprises.

Pour les entreprises innovantes, notamment, la présence de grands établissements dans le tissu économique local est un déterminant essentiel, non seulement parce que ces établissements sont des donneurs d'ordre, mais également du fait de leurs pratiques d'outsourcing et d'incubation. L'effet seedbed émanant des petites entreprises, par contre, est plus faible pour la création d'entreprises innovantes. Pour la création dans le secteur TIC, qui est composé à 96,7 % d'entreprises de services nous attendons donc une très forte incidence de la présence de grandes entreprises sur le taux de création.

La qualité de vie, un environnement naturel de haut niveau, un climat agréable sont également considérés comme des facteurs importants du choix de la localisation. Cette tendance devrait être plus forte pour les entreprises dans le secteur des nouvelles technologies, qui sont relativement flexibles et qui dépendent dans une moindre mesure de facteurs de localisation «

traditionnels ». En revanche, des variables comme l'attractivité touristique ou la taxe professionnelle ne devraient pas faire partie des facteurs clés de la création dans les TIC.

Enfin, l'impact positif du degré de diversité sectorielle sur la création est admis pour la création tous secteurs, puisque le potentiel en créateurs, mais aussi le potentiel en clients et donneurs d'ordre, se ré- partissent sur un plus grand nombre de secteurs. Pour le secteur TIC, ces économies d'urbanisation, soit la forte diversification sectorielle des activités, devraient s'avérer secondaires.

### Section 3 : Notions générales sur les TIC

Nous présentons, dans ce qui suit, la définition des TIC et leur caractère novateur.

#### 1.13 Définition des TIC

Nombreux sont ceux qui tendent à nier aux TIC leur caractère novateur en s'appuyant sur l'ancienneté des réseaux d'information. Certainement, le téléphone, les réseaux d'information, les systèmes d'information... chacun à son stade de développement selon la période considérée, existent bien avant que les TIC atteignent les niveaux de performance exceptionnels.

Selon Canard et Barlatier<sup>7</sup>, « Les technologies de l'information et de la communication elles-mêmes n'ont rien de nouveau, leur socle technique est constitué d'éléments qui existent depuis longtemps, à savoir le téléphone, l'ordinateur, le satellite, la fibre optique, la numérisation, les techniques audiovisuelles ».

D'autres auteurs insistent sur le caractère novateur des TIC. D'après BRUNET et FERRAS<sup>8</sup>, « L'ensemble désigné par l'expression TIC est issu de la convergence de l'informatique, de l'audiovisuel et des télécommunications : il résulte donc de l'intégration rassemblement d'éléments dans une unité nouvelle ».

Les TIC sont donc une construction entièrement nouvelle, mais faite à partir d'éléments anciens. Deux autres arguments peuvent être avancés pour expliquer ce label de nouveauté :

- **Le premier argument est technique** : il insiste sur la vitesse d'évolution de fonctionnalités de ces technologies. Chaque gamme ou génération de TIC propose des

---

<sup>7</sup> Canard, F et Barlatier (2004) « L'apport des TIC et de la qualité à la dynamique des connaissances », in Nouvelle Économie, Organisations et Modes de Coordination.

<sup>8</sup> BRUNET R, FERRAS R, THERY H. (1992), « les mots de la géographie », Montpellier-Paris, RECLUS-La Documentation française.

### Les facteurs de création d'entreprises

produits et des services techniques innovants par rapport aux fonctionnalités disponibles précédemment.

- **Le second argument** : de nature socio-économique, invite à porter un regard plus critique sur la nouveauté permanente des TIC et invite à remarquer que l'offre (les entreprises de TIC) utilise l'argument de la nouveauté comme un outil commercial.

Selon l'OCDE, le secteur TIC est la somme de trois secteurs : le secteur informatique, le secteur électronique et el secteur des télécommunications (voir tableau n°2).

**Tableau n°2 : Délimitation du secteur TIC**

La filière informatique	La filière télécommunication	La filière électronique
Machine de bureau	Equipements professionnels	Composantes électroniques
Ordinateurs personnels	de transmission	Semi-conducteurs
Serveurs	Commutateurs	Circuits imprimés
Matériaux de réseaux	Terminaux destinés aux	Equipement de
Périphériques	usagers	l'électronique grand public.
Cartes	Câbles, fibres optiques	etc

Source: OCDE (1999) « Measuring the ICT [www.ocde.org/desti/sti/prod/stiwp.htm.sector](http://www.ocde.org/desti/sti/prod/stiwp.htm.sector) »

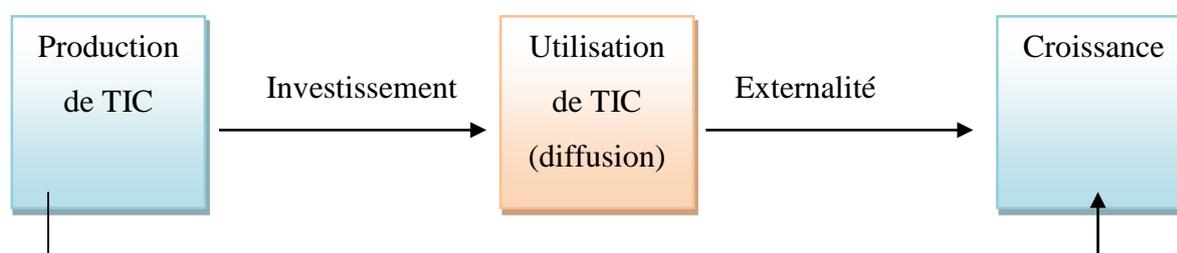
Notre définition des TIC ne se limite pas aux technologies qui mettent en œuvre le protocole Internet (IP - Internet Protocol), nous nous intéresserons aussi à d'autres technologies d'information et de communication telles que les logiciels (le software), le matériel informatique (le hardware), etc.

#### 1.14 Rôle des TIC dans l'économie :

Les effets des TIC sur la croissance se produisent par deux canaux qui sont la production et la diffusion des TIC. Cela est dû à une des caractéristiques principales du secteur des TIC qui sont la double nature de ses biens, car ils sont, en même temps, des biens d'investissement et des biens de consommation finale. Le premier canal est celui qui va de la production de TIC directement à la croissance et qui met en évidence l'avantage du progrès technologique qui se produit dans ce secteur.

En même temps, les biens produits par le secteur des TIC constituent une forme d'investissement pour les autres secteurs d'une économie. De cette façon, les TIC se répandent dans toute l'économie. L'investissement en TIC comme un input pour la production d'autres biens détermine une plus grande dotation de capitale à la disposition des travailleurs employés dans le secteur utilisant les TIC. Cela est indiqué dans le graphique suivant par le canal « externalité ».

**Figure n° 2 : le rôle des TIC dans l'Économie**



Source : Del monte-A. Acconcia, « TIC et développement économique local ».

Les partisans des TIC comme un nouveau paradigme jugent qu'à un deuxième stade, « la révolution technologique intéressera aussi les secteurs de la old economy qui représente encore la partie majoritaire de l'économie constituée de PME, ces secteurs devraient enregistrer une augmentation rapide de la productivité comme effet d'une série d'innovations qui vont changer la manière de produire, de travailler de coordonner et la manière d'organiser les échanges ».

La révolution technologique n'est pas seulement liée à la réduction des coûts, mais aussi à un développement d'une économie de l'interaction dans la supply chain<sup>9</sup> bien organisée, au lieu des relations hiérarchiques. Dans cette optique et dans le but de passer à l'étape de net economy et de l'économie de la connaissance (knowledge economy), il est indispensable de renforcer les réseaux des infrastructures de télécommunication et de mettre en place des politiques de diffusion des TIC qui apparaissent absolument nécessaires.

On peut résumer les effets des TIC sur la croissance d'une économie dans les points suivants :

- L'effet multiplicateur d'investissement en TIC ;
- L'effet déflateur qui traduit la baisse des prix dans le secteur TIC ;
- L'effet de substitution du capital au travail suite aux investissements en TIC ;
- L'effet productivité globale des facteurs ;
- L'effet qualité qui traduit l'amélioration de la qualité et la variété des produits.

#### **1.15 L'évolution de rôle des TIC**

Pour décrire l'évolution du rôle des TIC dans l'entreprise, nous allons d'abord présenter de façon descriptive comment une entreprise fonctionne, puis montrer comment les TIC ont progressivement investi les divers types de fonctions.

Selon MICHEL VOLLE (2006); toute entreprise, en effet, consomme des inputs, utilise des techniques et des ressources et produit des outputs. Il apparaît alors que ces activités élémentaires s'enchaînent pour s'organiser en processus de production.

---

<sup>9</sup> Chaîne logistique désigne l'ensemble des flux physiques ou d'informations et les processus de mise à disposition des produits de la conception au client final. (Achats, gestion des stocks, stockage, etc.).

### Les facteurs de création d'entreprises

Tout processus débute par des événements externes à la production : commandes des clients, livraisons des fournisseurs, réclamations, etc. Par exemple, lorsqu'il est initialisé par une commande d'un client, le cycle du processus se boucle par une livraison accompagnée d'une facturation qui sera suivie d'un paiement.

#### **1.15.1 Description de l'évolution du rôle des TIC dans l'entreprise :**

Dans ce qui suit, nous présentons l'évolution du rôle des TIC dans les entreprises, nous distinguons deux périodes, la première renvoie à celle où les TIC ne sont pas bien développées dans les entreprises, la deuxième renvoie à la période où l'utilisation des TIC est bien affirmée en s'appuyant sur les travaux et les analyses de MICHEL VOLLE.

#### **1.15.2 Avant l'arrivée des TIC**

Selon MICHEL VOLLE (2006), dans une entreprise quelconque, un agent reçoit des commandes, des matières premières ou des produits intermédiaires ; son travail consiste à élaborer d'autres produits intermédiaires qu'il oriente vers l'étape suivante du processus. Par exemple, pour les agents qui traitaient l'information dans les banques ou compagnies d'assurance, le travail se faisait sur un bureau dans une salle où se trouvaient de nombreux employés; à gauche de l'agent se trouvait la barquette arrivée, à droite la barquette départ, les dossiers étant apportés et emportés par des personnes équipées de caddies.

Selon toujours cet auteur, le travail que l'agent effectue sur un dossier consiste en calculs, vérifications et transcriptions, et aussi en expertises, classements, évaluations et décisions (ou formulation d'avis pour préparer les décisions). En même temps qu'il fait progresser le processus de traitement des affaires, ce travail alimente des fichiers manuels qui constituent la mémoire de l'entreprise. Les éventuelles interrogations donnent occasion à des échanges de notes ou de fiches que l'agent place dans la barquette départ en mentionnant le nom du destinataire, les réponses parvenant dans la barquette arrivée avec les dossiers à traiter.

Dans les entreprises industrielles, le travail de bureau traitait les commandes, les factures et la comptabilité ; il émettait les ordres qui déclenchaient les opérations physiques de production, approvisionnement, stockage, transport et livraison. Les décisions concernant les opérations physiques étaient prises dans les bureaux, les décisions laissées aux agents de terrain étant celles qui accompagnent l'exécution.

Selon MICHEL VOLLE (2006), « Cette organisation comporte des articulations fragiles, les documents posés en pile risquent d'être traités avec des délais aléatoires ; la succession des

transferts entre agents peut se rompre en cas d'erreur de pilotage ; si on a besoin de retrouver un dossier en cours de traitement, il n'est pas facile de le suivre à la trace le long de son parcours ».

#### 1.15.3 L'arrivée des TIC :

Le développement des TIC a bouleversé le travail et l'organisation des entreprises, elles économisent le temps que les agents opérationnels passent à des opérations répétitives de vérification, calcul et transcription, et aussi pour obtenir plus rapidement des informations de gestion d'une meilleure qualité. Elles utilisent donc la machine pour faire des traitements (Puissance) ainsi que pour classer et trier les données (mémoire). « Les TIC réservent à l'être humain les fonctions où il est supérieur : comprendre, expliquer, décider, concevoir ».

Selon MICHEL VOLLE (2006), « les premières entreprises de service à s'informatiser furent les banques et les assurances ; dans les autres secteurs, les premières utilisations ont concerné la comptabilité, la paie et la gestion des stocks. Cela a modifié les conditions physiques du travail, les employés passaient dans les années 1960 une partie de leur temps à perforer des cartes et dépouiller des listings ; puis dans les années 1970 et 1980, on installa des terminaux qui seront dans les années 1990 remplacés par des micro-ordinateurs en réseau. A chaque étape, l'ergonomie s'est modifiée ainsi que les possibilités offertes à l'utilisateur ».

Dans le même ordre d'idées, les TIC remplissent ainsi deux fonctions :

- D'une part, elles aident à traiter des dossiers individuels dont elles facilitent aussi le tri et la recherche ;
- D'autre part, elles permettent de produire des indicateurs.

Selon MICHEL VOLLE (2006), « L'être humain pour sa part se spécialise dans les tâches qu'il fait mieux : il analyse l'information pour faire le tour d'un problème, l'interprète pour comprendre, la synthétise pour résumer et communiquer ce qu'il a compris ; enfin, il décide ou même il conçoit. Ayant été soulagé des travaux qui exigeaient une utilisation répétitive de son cerveau, il est invité à se consacrer à ceux auxquels cet organe est le mieux adapté ».

Le développement des TIC a permis un resserrement des relations entre l'informatique communicante et le traitement des données structurées qui ont amené à construire un système d'information sur mesure, dont l'évolution dépend de la pratique professionnelle. Ce dernier permet d'associer aux données leur commentaire, ce qui les rend compréhensibles.

### Les facteurs de création d'entreprises

Le système d'information assiste alors les diverses personnes de l'entreprise: agents opérationnels, managers locaux, concepteurs et stratèges de la direction générale, en fournissant à chacun sur l'entreprise la vue qui lui convient :

- ici, les données pour le traitement opérationnel d'un dossier ;
- là, les indicateurs utiles au pilotage opérationnel quotidien ;
- ailleurs, les statistiques qui alimentent les études marketing ou l'analyse stratégique.

#### 1.16 Les grands usages des TIC :

##### ➤ **L'informatique de gestion au sens large**

- La gestion courante : comptabilité administration finances.etc ;
- La gestion commerciale : clients, fournisseurs.etc ;
- La gestion spécifique au métier : qualité, stocks. Etc.

##### ➤ **Les technologies collaboratives d'échanges et de veille**

- Usage en matière d'information : recherche et diffusion de l'information, veille ;
- Usage en matière de communication : messagerie, extranet, intranet ;
- Usage en matière de collaboration : processus partagés, EDI ;
- Usage en matière d'offre de services (fonctionnalités) : outils du web, vente en ligne ;
- Usage en matière de gestion globale de l'information dans l'entreprise.

## **Introduction :**

L'industrialisation de la wilaya de Bejaia est nouvelle, elle remonte aux années 70, le nombre d'entreprise à l'époque est quasi nul pour des raisons de choix économique du pays. Aujourd'hui, la tendance est inversée, car, de plus en plus des entreprises se créent et le tissu économique se diversifie, avec un poids relatif en terme de taille dans l'industrie agroalimentaire où des entreprises d'envergure nationale sont implantées.

Comme nous l'avons déjà annoncé, l'étude de phénomène de création d'entreprises est important dans une économie ou la croissance de cette dernière dépend du nombre d'entrepreneurs et le rythme de création d'entreprises. La création des entreprises dans le domaine des TIC améliore la qualité de développement d'une économie. Ce chapitre nous permet d'identifier les déterminants de création d'entreprises dans la wilaya de Bejaia, et ce, en effectuant une enquête auprès de ces dernières.

Le présent chapitre est composé de trois sections. Dans la première section, nous essayons d'avoir un aperçu global sur les entreprises de la wilaya de Bejaia. Dans la deuxième section, nous présentons l'enquête intitulée : les déterminants de création d'entreprise et TIC.

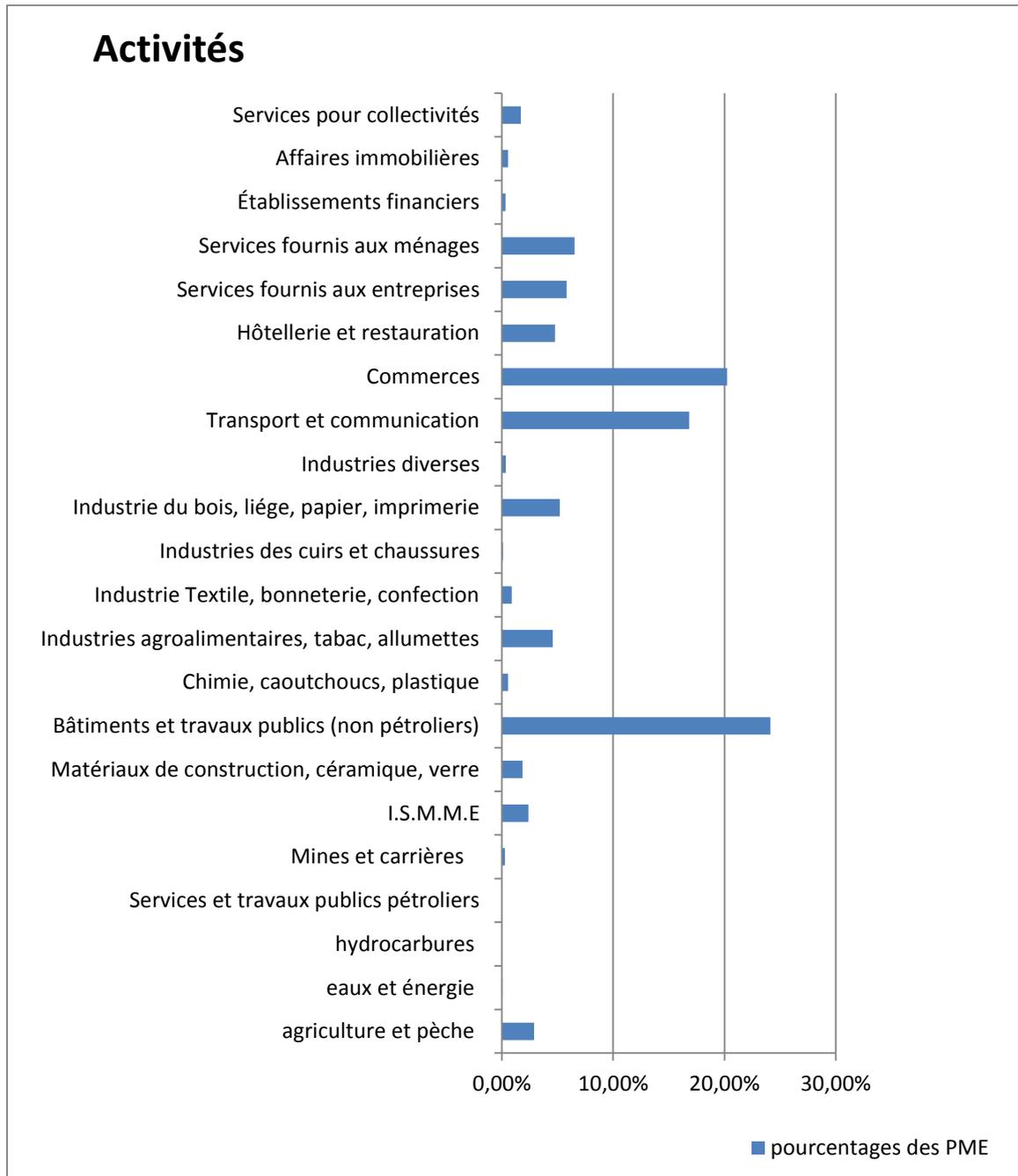
Dans la troisième section, nous présentons les résultats de l'enquête avec une analyse détaillée.

## **Section 1 : Aperçu global sur les entreprises de la Wilaya Bejaia**

### **1.17 Les caractéristiques des entreprises de la wilaya de Bejaia :**

Les entreprises de Bejaia reposent de plus en plus sur le produit que sur la sous-traitance ; certaines entreprises industrielles évoluent dans un marché national important et moyennement actif, elles disposent d'un potentiel important et elles dégagent une valeur ajoutée importante, d'autres en développant des produits et des services pour le marché local, leurs valeurs ajoutées progressent. Le graphique suivant nous présente la structure économique de la wilaya de Bejaia.

**Grphe N°1 : La structure économique de la wilaya de Bejaia (Répartition des PME par secteur)**



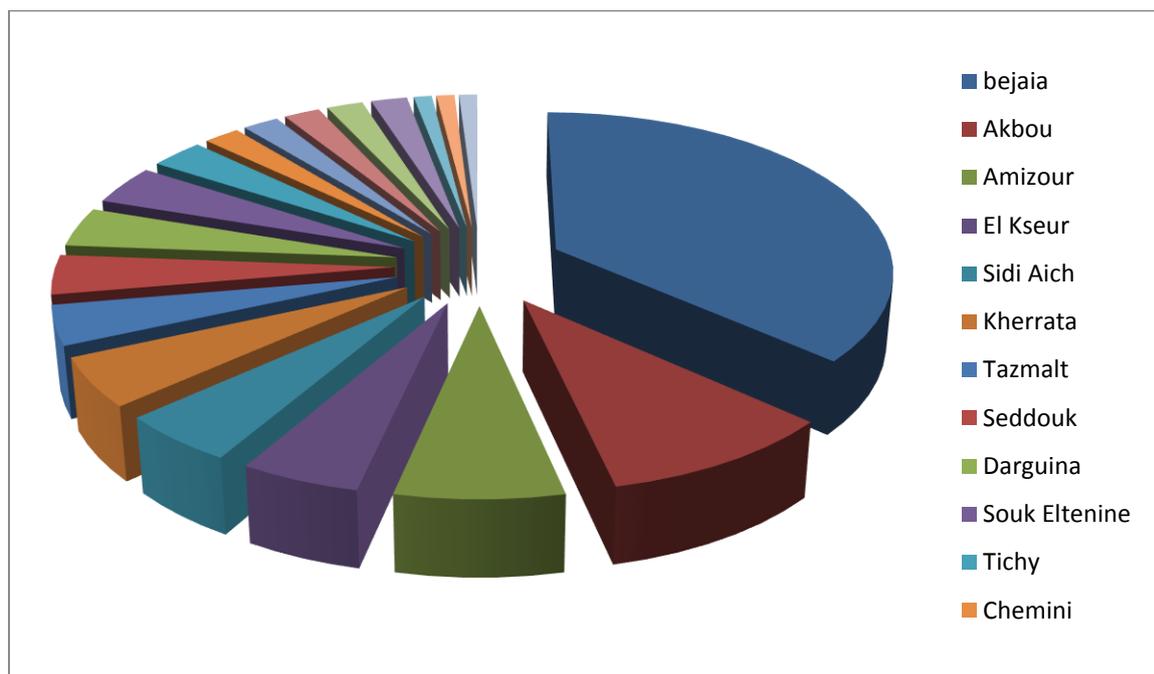
**Source : Annuaire des statistiques de la DPAT de la wilaya de Bejaia 2016, (établi par nous même).**

Les secteurs dominants dans lesquels agissent les PME de Bejaia sont principalement le bâtiment et les travaux publics (ce secteur a connu une énorme croissance liée aux nombreux projets lancés dans la dernière décennie), le commerce (c'est une activité ancienne qui a de volume) et le transport (le transport est un investissement rentable, sans risque et facilement récupérable).

Les secteurs que nous venons de citer ne demandent pas vraiment l'utilisation de technologies et des procédés complexes. Ils représentent respectivement 24,14 % ; 20,24 % et 16,83 % de l'ensemble des PME de la wilaya. (Graphique N°1)

Les PME de Bejaia trouvent des difficultés pour financer leurs projets, sauf peut-être au moment de la création où des dispositifs d'aide pour la création sont prévus tels que ANSEJ, ANDI, CNAG, etc. Elles ont un taux d'exportation trop faible, lié notamment aux logiques rentiers de l'économie nationale et la place des hydrocarbures dans les exportations algérienne.

Les petites et moyennes entreprises sont nombreuses et constituent l'essentiel du tissu économique, dynamique grâce à un capitalisme plutôt familial. Par comparaison des régions, nous avons constaté que le tissu économique est structuré autour de très grands centres urbains, notamment en se regroupant au sein d'espaces communs appelés zones industrielles ou d'activités disposant de moyens logistiques, d'équipements, etc. La densité des entreprises est un peu forte notamment à la commune de Bejaia (37 % des PME créées) et dans la vallée de la Soummam (Akbou détient 10 % de PME créées).

**Graphique N°2: Répartition de PME par DAIRA**

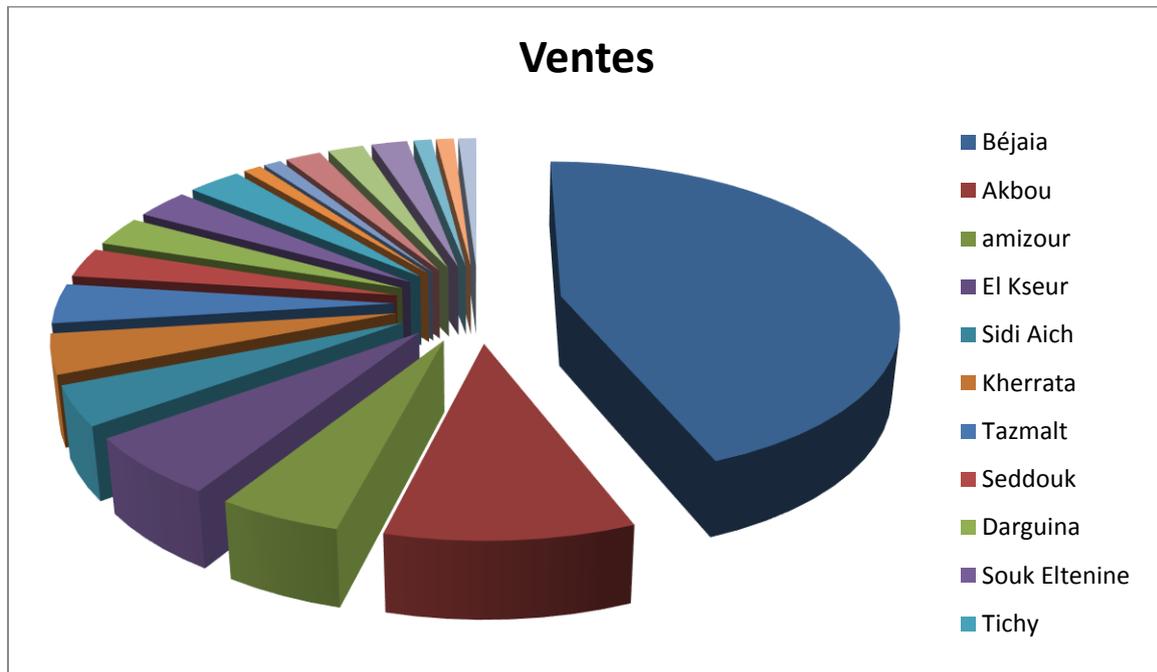
**Source : Annuaire des statistiques de la DPAT de la wilaya de Bejaia de 2016, (établi par nous même).**

Ce qui laisse à dire que dans un tel contexte, nous attendons à ce que la diffusion des TIC s'effectue de manière forte dans le chef lieu de Bejaia et la Vallée de la Soummam, et nous pouvons présager un contexte peu favorable à l'appropriation des TIC dans les milieux ruraux où se trouvent des zones d'emploi peu denses en entreprises.

**1.18 Répartition des emplois créés par Daïra :**

Le poids des emplois dans les grands centres urbains est important par comparaison aux aires non urbaines de la région où la progression est nettement plus lente qu'ailleurs. Le graphique suivant nous indique la répartition des emplois créés par les PME dans les daïras de la wilaya de Bejaia.

**Graphique N°3: Répartition des emplois créés par Daïra**



**Source : Annuaire des statistiques de la DPAT de la wilaya de Bejaia de 2016, (établi par nous même).**

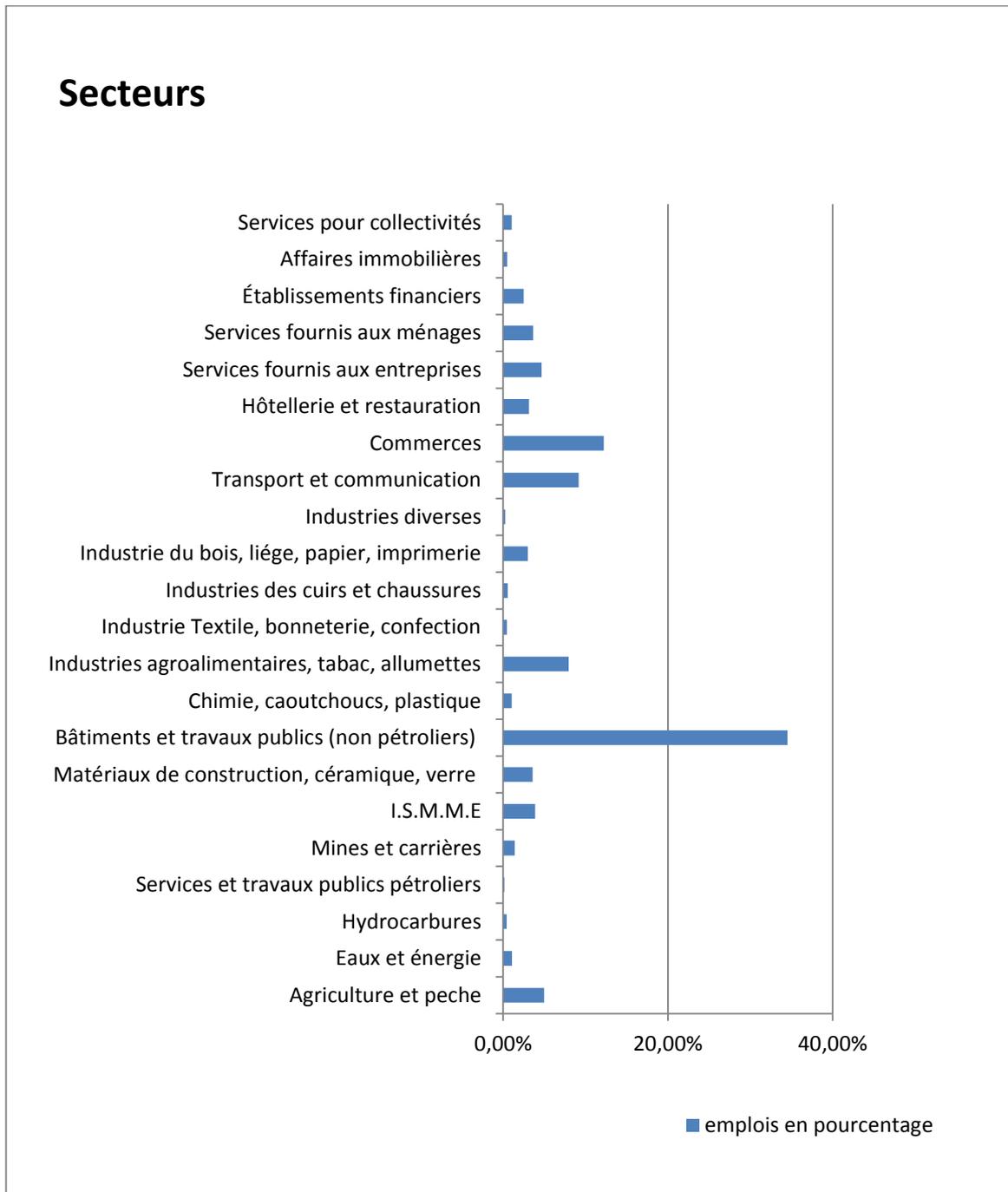
Nous constatons que les PME implantées dans la daïra de Bejaia ont créé 44 % d'emplois, cela est dû à l'importance de ce centre urbain où la démographie est importante.

Les PME des daïras telles que Beni Maouche, Barbacha, Ighil Ali, Timezrit n'ont créé pour chacune que 1 % d'emplois, cela est dû à la taille de leurs centres urbains qui ne contiennent pas beaucoup de populations et la nature de la géographie de ces régions qui sont essentiellement rurales.

Il apparait évident que les profils économiques des différentes régions de la wilaya sont dissemblables, pour des raisons essentiellement géographiques et à des inégalités dans les dotations budgétaires allouées par l'Etat.

L'exclusion de certaines régions de développement s'inscrit dans la logique de mouvement d'industrialisation qui est apparue dans les années 70 avec la création des industries lourdes en Algérie. Ce qui a accentué les différenciations spatiales au détriment des zones rurales, dont la marginalisation ne cesse de s'accroître.

**Graphique N°4 : Emplois par secteur d'activité**



**Source : Annuaire des statistiques de la DPAT de la wilaya de Bejaïa de 2016 (2tabli par nous même).**

La progression des emplois dans certains secteurs est forte, elle est liée à la forte croissance des activités du bâtiment et des travaux publics (34,52 %), du commerce (12,20 %) et du transport (9,15 %).

Néanmoins, le secteur le plus structuré et le plus innovant dans la wilaya de Bejaia est bien celui de l'agroalimentaire où des PME dynamiques ont réussi à détenir des parts importantes du marché national. Les innovations dans ce secteur se situent beaucoup plus dans le produit final (qualité, variétés, emballage, étiquette...) et dans les technologies utilisées par les processus de production.

Les PME doivent faire l'objet d'un degré d'attention très particulier de la part des responsables politiques et économiques. A Bejaia, elles ne sont pas au centre de toutes les attentions, alors que c'est sur elles que repose finalement le destin économique de la région, aujourd'hui et demain.

## **Section 2 : Présentation de l'enquête**

### **1.19 Les déterminants de création d'entreprises TIC**

Les entreprises de la wilaya de Bejaia qui se caractérisent par un environnement favorable au création d'entreprises, une multiplication des centres urbains avec une urbanisation un peu forte dans certaines villes et une ouverture sur l'extérieur par son port et son aéroport, se conjuguent a priori comme autant d'atouts pour une entrée réussie dans la société de l'information et de l'innovation, elles devraient présenter un positionnement plus enviable que les PME qui évoluent dans un environnement défavorable.

Cette wilaya doit engager une part importante de son énergie dans une démarche volontariste de création d'entreprises notamment dans le domaine des TIC, persuadé que le développement économique aujourd'hui repose sur la création des entreprises innovantes notamment les TIC qui sont des vecteurs de la mondialisation. D'où l'importance de faire une recherche sur les facteurs qui encourage la création des entreprises dans le domaine des TIC et de les consolider.

Nous avons donc essayé d'approcher certaines entreprises dans le domaine des TIC pour leur remettre le questionnaire. Elles ne sont pas, d'une manière générale, faciles à approcher,

absorbées dans un travail quotidien, elles ne sont pas prédisposées à répondre à des questionnaires qui pour certaines ne leur sont apparemment d'aucuns intérêt.

Cette enquête doit apporter des réponses à la problématique que nous avons posée, elle présente certainement des insuffisances et des limites qui, pour partie, sont celles auxquelles se heurte tout chercheur à savoir le manque de moyens, les difficultés d'accès à l'information, etc.

Nous essayons dans ce questionnaire d'identifier les facteurs qui influencent la création d'entreprises dans le domaine des TIC et de déceler les spécificités de l'entrepreneuriat dans ce domaine. Nous essayons de mettre en évidence la relation qui peut exister entre l'entrepreneuriat innovant et certains facteurs tels que le capital humain, le capital social, les caractéristiques de l'entrepreneur. etc..

#### **1.19.1 Présentation du questionnaire**

Lorsque nous cherchons à étudier la réalité des entreprises sur le terrain, deux options s'offrent à nous : les entretiens semi-directifs et le questionnaire de type QCM (Questionnaire à Choix Multiple).

Le questionnaire de type QCM me semble mieux correspondre à mes objectifs. D'une part, il peut être diffusé d'une manière plus large, véritablement à l'échelle de la wilaya. D'autre part, il permet de recueillir des renseignements précis, quantifiables, facilement soumettre à une analyse statistique. Une fois ce choix effectué, il faut bien sûr élaborer ce questionnaire que nous trouverons en annexe 1.

Nous avons pu d'ailleurs, parfois, lors des conversations téléphoniques avec des entreprises contactées, de remplir quelques questionnaires. Bien qu'il y'en a des entreprises qui refusent de répondre par téléphone.

Nous avons essayé au maximum de respecter la représentativité notamment, sachant que l'espace étudié comprend plusieurs communes et il est donc relativement vaste

#### **1.19.2 Les caractéristiques du questionnaire**

Le questionnaire est organisé autour de quatre grands thèmes :

- les caractéristiques de l'entreprise et de son environnement au sens large :
  - Le secteur d'appartenance, la date de création, etc. permettent de caractériser l'entreprise de manière assez classique, mais nécessaire,

- Son statut, son implantation géographique, l'échelle de sa clientèle et de ses fournisseurs.
- Le contexte générale de création d'entreprises TIC, nous l'avons appréhendé à travers :
  - L'idée de démarrer une entreprise et le contexte familial;
  - Démarrage de l'entreprise et le contexte professionnel;
  - Les organismes d'aide à la création d'entreprises dans le domaine des TIC.
  - Autres etc.
- Sensibilité générale et désirabilité de créer une 'entreprises dans le domaine TIC, nous l'avons appréhendé à travers :
  - Les caractéristiques de l'entrepreneur.
  - Les motivations de l'entrepreneur.
- Le rôle de l'environnement économique et institutionnel et autres dans la création d'entreprises dans le domaine des TIC.. Il est abordé dans l'analyse des acteurs participants à la création d'entreprises dans le domaine des TIC (entreprises, clients, fournisseurs, groupe d'appartenance, prestataires de services) et institutionnel (Organismes publics, services déconcentrés de 'Etat...).

Les entrepreneurs des TIC remplissent le questionnaire, il compte trente deux (32) questions Le nombre renseignés est de vingt trois (23), ce chiffre nous paraît satisfaisant.

#### **1.19.3 Présentation du choix des critères de notre échantillon**

Dans le choix des critères de notre échantillon, nous avons opté pour la simplicité dans la définition des entreprises cibles, en choisissant entreprises dans le domaine des TIC.

Ces critères sont les suivants :

##### ➤ **le nombre d'entreprises choisies de l'échantillon :**

Nous avons limité le nombre d'entreprise de l'échantillon à 32, ce choix revient essentiellement aux limites des moyens dont nous disposons (moyens financiers et autres) et le nombre d'entreprises limitées dans ce domaine.

##### ➤ **la taille des d'entreprises de l'échantillon :**

Nous avons choisi les entreprises qui comprennent entre 01 à 250 salariés, tout en ne privilégiant aucune taille.

➤ **l'appartenance sectorielle des entreprises de l'échantillon :**

Tous les secteurs d'activités sont représentés. l'échantillon appartient aux secteurs suivants : Commerce des TIC, les services marchands. Ce choix nous permet de faire des comparaisons entre les PME des différents secteurs.

➤ **la représentation géographique des entreprises de l'échantillon :**

Concernant la représentation géographique, nous avons essayé d'avoir un échantillon qui couvre toutes les communes de la wilaya. Ce choix nous permet de faire une analyse de phénomène de création d'entreprises à l'échelle de la wilaya.

#### **1.19.4 La diffusion du questionnaire**

Certains organismes de la wilaya de Bejaia nous ont été d'une aide précieuse, en mettant à notre disposition le fichier des entreprises de la région, ce qui nous a permis d'entrer en contact téléphonique avec certaines d'entre elles, pour leur demander leur accord de l'envoi du questionnaire, Il contient également l'adresse E-mail de certaines entreprises auxquelles nous avons adressé notre questionnaire par courrier électronique.

La diffusion du questionnaire s'est étendue sur une période de trois (3) mois, en effet, l'envoi du questionnaire a été effectué en mai 2016, chaque envoi a fait l'objet d'une relance téléphonique. Au terme de ce processus, nous avons recueilli 23 questionnaires.

#### **1.20 Les entreprises interrogées**

Il est difficile de disposer d'un échantillon parfaitement représentatif. Cette représentativité est limitée d'une part par le nombre d'entreprises interrogées et d'autre part, par des entreprises qui vont effectivement nous répondre.

##### **1.20.1 Taux de réponse**

Etant donné l'ampleur du questionnaire, mais aussi la période à laquelle celui-ci a été envoyé, notre grande crainte était bien sûr de ne recueillir qu'un faible nombre de réponses.

Or, tel n'a pas été le cas, comme nous pourrions en juger à l'aide du tableau suivant.

**Tableau n° 3: Nombre des questionnaires envoyés, nombre et taux de réponse, en fonction du mode d'approche.**

Mode d'approche de l'entreprise	Nombre de questionnaires envoyés	Nombre de réponses	Taux de réponses en %
Déposition de questionnaires dans l'entreprise (contacte direct de l'entreprise)	20	14	70%
Envoi de courriers électronique	12	7	58%
Contacte par téléphone	3	2	66%
<b>Total</b>	<b>35</b>	<b>23</b>	<b>65%</b>

**Source : Elaboré par nos soins à partir de notre enquête à Bejaia, 2016.**

En effet, le taux de réponse est acceptable avec un taux de 65 % des entreprises touchées.

### 1.20.2 Représentativité géographique de l'échantillon

La répartition spatiale des entreprises étudiées est un aspect important de la représentativité de l'échantillon, car les différences peuvent apparaître en fonction de la localisation, que ce soit en milieu rural, périurbain ou urbain.

La majorité des zones sont représentées, beaucoup de PME sont situées dans la vallée de la Soummam et le chef-lieu de la wilaya. Les communes rurales de la wilaya sont représentées par un nombre d'entreprises relativement faible, mais significatif. Une analyse plus détaillée permettra d'approfondir cette question.

Les principales villes de la région sont représentées dans l'échantillon, nous distinguons à la fois les principales villes agglomérées et les petites villes secondaires.

Bejaia, chef-lieu de la wilaya semble surreprésentée, puisque l'échantillon ne compte pas moins de huit (8) entreprises dans cette ville, ce qui n'est pas le cas des autres villes par exemple : Aokas, Ouzellaguen, Barbacha, Kendira, Tazmalt, Timezrit.

Certaines villes par exemple : Ainizour, Akbou, El Kseur, Sidi Aich, où des aires urbaines présentant des concentrations d'entreprises sont aussi bien représentées. Il nous semble que la

hiérarchie urbaine est bien respectée et la représentativité géographique de l'échantillon apparaît comme globalement convenable.

### 1.20.3 Représentativité par secteur et selon la taille des entreprises de l'échantillon

L'appartenance sectorielle et la taille de l'entreprise sont deux facteurs importants dans la différenciation du comportement des entreprises en matière d'appropriation des TIC.

Le tableau suivant nous montre la représentativité de l'échantillon par secteur d'activité.

**Tableau n° 4 : Poids de l'échantillon par secteurs d'activité regroupés**

Secteur d'activité	Nombre d'entreprises contactées (1)	Nombre d'entreprises de l'échantillon (2)	Nombre de réponses en % (3) <sup>10</sup>	Poids de l'échantillon en % (4) <sup>11</sup>
Services TIC	21	14	67%	60%
Industries TIC	6	3	50%	13%
Commerces TIC	8	6	75%	27%
<b>Total</b>	<b>35</b>	<b>23</b>	<b>61%</b>	<b>100%</b>

**Source : Elaboré par nos soins à partir de notre enquête à Bejaia, 2016.**

Notre échantillon est légèrement surreprésenté par les entreprises qui relèvent de secteur service. Nous savons par ailleurs qu'en matière de création d'entreprises dans le domaine des TIC, le secteur service a plus de souplesse que les autres secteurs.

La même analyse de l'échantillon peut être menée selon la taille des PME. Le tableau suivant met en évidence la représentativité de l'échantillon selon la taille des entreprises interrogées.

<sup>10</sup>La colonne (3) est obtenue, en faisant le rapport des valeurs de la colonne (2) sur les valeurs de la colonne (1)

<sup>11</sup>La colonne (4) est obtenue, en faisant le rapport des valeurs de la colonne (2) sur le nombre d'entreprises (46).

**Tableau n° 5 : Poids de l'échantillon selon la taille de l'entreprise.**

<b>Tailles des entreprises</b>	<b>Nombre d'entreprises contactées (1)</b>	<b>Nombre d'entreprises de l'échantillon (2)</b>	<b>Nombre de réponses en % (3)</b>	<b>Poids de l'échantillon en % (4)</b>
<b>01-05 salariés</b>	<b>24</b>	<b>16</b>	<b>67%</b>	<b>70%</b>
<b>06-10 salariés</b>	<b>7</b>	<b>4</b>	<b>57%</b>	<b>17%</b>
<b>11-49 salariés</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>67%</b>	<b>9%</b>
<b>50-250 salariés</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>100%</b>	<b>4%</b>
<b>Total</b>	<b>35</b>	<b>23</b>	<b>61%</b>	<b>100%</b>

**Source : Elaboré par nos soins à partir de notre enquête à Bejaia, 2016.**

Selon la taille des entreprises enquêtées, les petites entreprises de 1 à 5 salariés sont surreprésentées. Maintenant, il ne reste qu'à interpréter les résultats de l'enquête dans la troisième section.

### **Section 3 : Analyse des résultats**

Après avoir collecté les copies du questionnaire diffusé, nous avons procédé au traitement des données avec des méthodes statistiques diverses.

L'analyse des résultats sera organisée en cinq grands volets qui sont résumés dans les différents points suivants.

- Un premier volet sera consacré à l'analyse des caractéristiques des entrepreneurs.
- Le second sera focalisé sur le capital social (les réseaux de relation).
- Nous analyserons ensuite le capital humaine (les compétences..etc).
- L'appréciation de la qualité de l'environnement.

#### **1.21 Les traits de personnalité (les caractéristiques des individus) :**

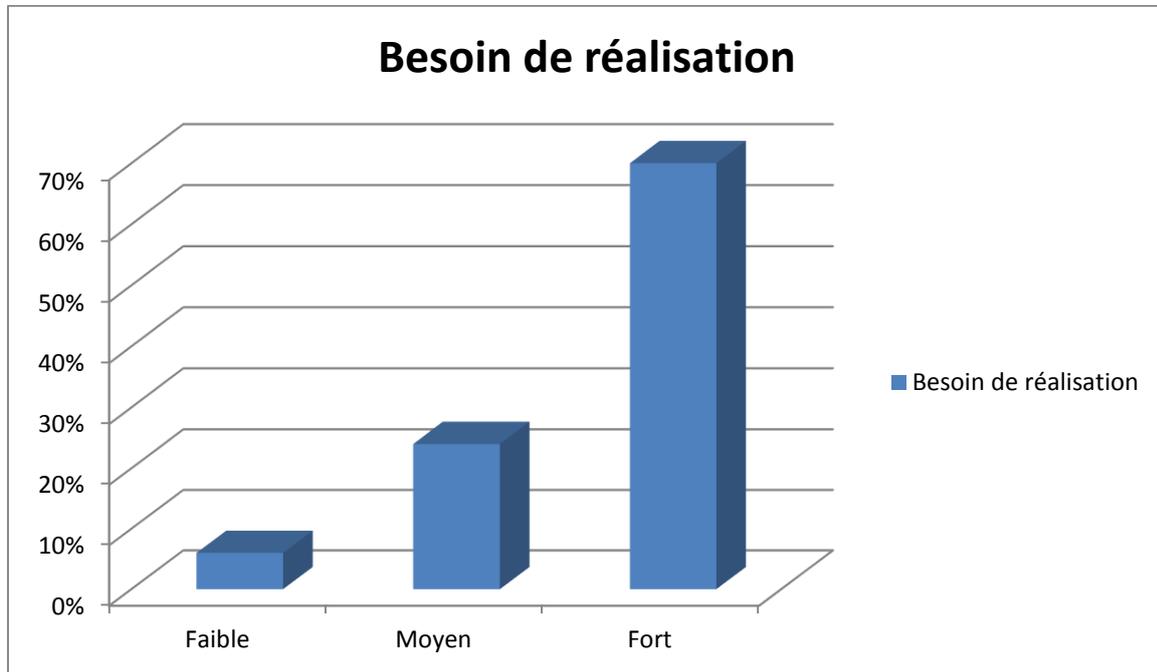
Les individus ayant un comportement entrepreneurial se distinguent par des caractéristiques propres. Les traits de personnalité étudiés dans cette enquête sont aux nombres de cinq :

- Le besoin de réalisation
- Le contrôle
- La tolérance au risque
- La confiance en soi
- La capacité à innover.

##### **1.21.1 Le besoin de réalisation**

L'une des principales caractéristiques associées à l'entrepreneuriat dans la littérature est le besoin de réalisation Les individus ayant une forte Besoin de se réaliser ont un fort désir de réussir et de créer une entreprise.

Le graphique suivant met en relation le degré de besoin de réalisation des entrepreneurs enquêtés :

**Graphique N°5 : la corrélation significative entre le besoin de se réaliser et l'acte de créer une entreprise.**

**Source : Elaboré par nos soins à partir de notre enquête à Bejaia, 2016**

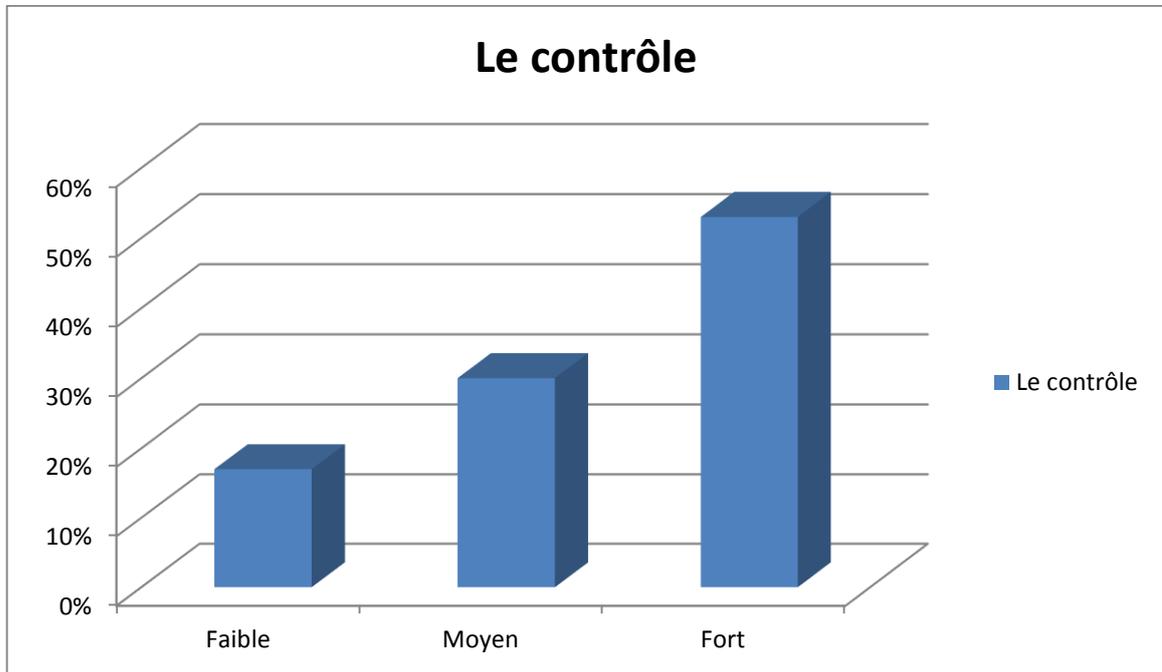
Ce graphique indique qu'il y a une corrélation significative entre le besoin de se réaliser et l'acte de créer une entreprise. 70% des entrepreneurs enquêtés ont exprimé un besoin de réalisation très fort.

### 1.21.2 Le contrôle

Cette caractéristique est associée aux individus qui croient qu'ils sont capables de contrôler aux événements de la vie. Les individus ayant un fort besoin de contrôle ont un fort désir de réussir et de créer une entreprise.

Le graphe suivant met en relation le degré de contrôle exprimé par les entrepreneurs enquêtés :

**Graphique N°6 : la corrélation significative entre Besoin de contrôler et l'acte de créer une entreprise.**



**Source : Elaboré par nos soins à partir de notre enquête à Bejaia, 2016**

Ce graphique indique qu'il y a une corrélation significative entre Besoin de contrôler et l'acte de créer une entreprise. 53 % des entrepreneurs enquêtés ont exprimé un besoin de contrôle très fort.

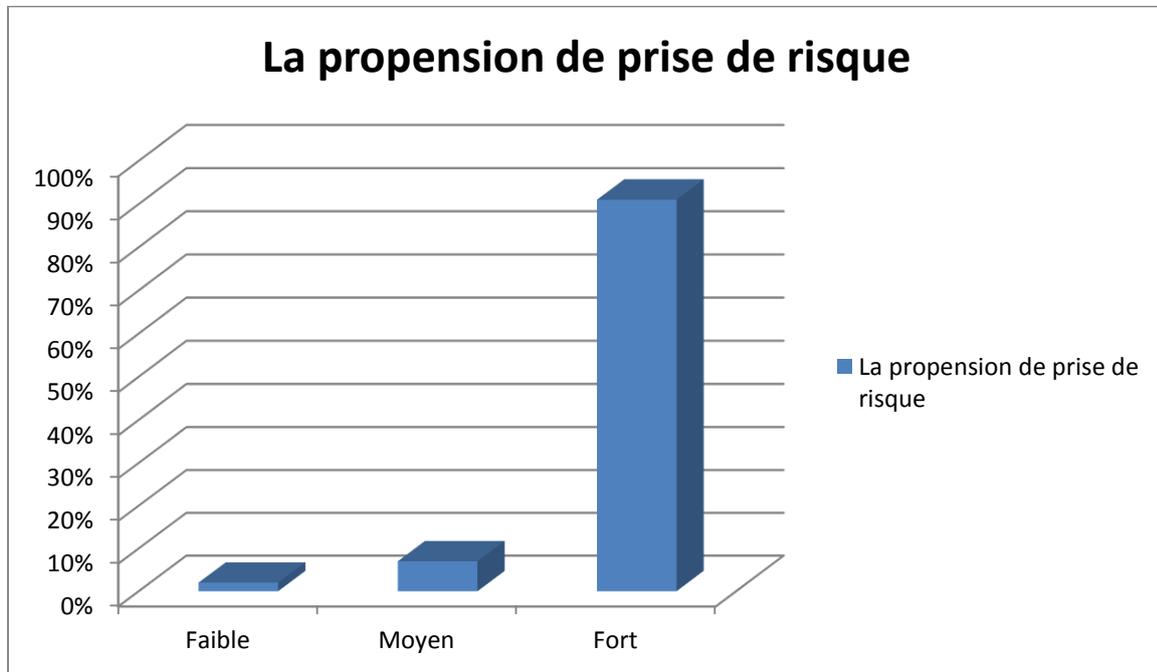
Le contrôle pourrait distinguer les entrepreneurs qui réussissent de ceux qui échouent. En général, on croit que les entrepreneurs préfèrent prendre et tenir les commandes au lieu de laisser les choses aux facteurs externes.

### 1.21.3 La tolérance au risque

La fonction entrepreneuriale implique principalement une mesure de prise de risque.

Le graphique suivant met en relation le degré ou la propension de prise de risque des entrepreneurs enquêtés et l'acte entrepreneurial:

**Graphique N°7 : la corrélation significative entre la propension de prise de risque et l'acte de créer une entreprise.**



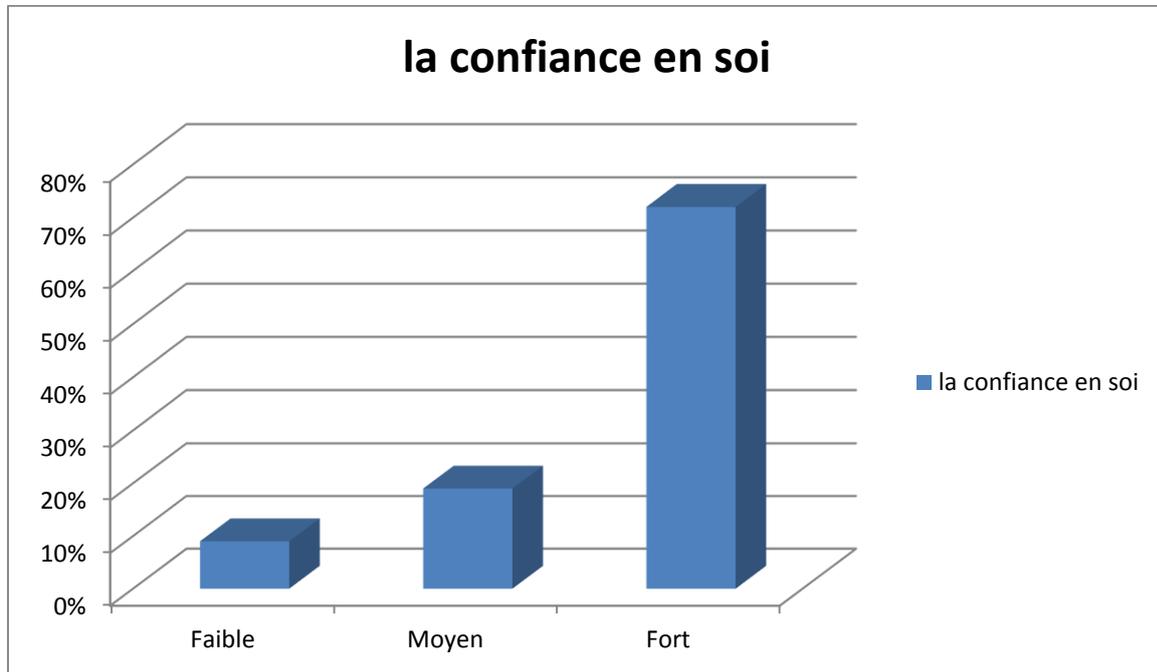
**Source : Elaboré par nos soins à partir de notre enquête à Bejaia, 2016**

Une grande partie de l'esprit d'entreprise dans la littérature indique que la prise de risque est une caractéristique majeure dans l'orientation entrepreneuriale. La propension de prise de risque exprimé par les entrepreneurs enquêtés est de 91%.

#### **1.21.4 La confiance en soi**

La confiance en soi est une caractéristique entrepreneuriale nécessaire pour démarrer une entreprise. Le graphe suivant met en relation le degré de confiance en soi des entrepreneurs enquêtés l'ordre de la création de leurs entreprises:

**Graphique N°8 : la corrélation significative entre la confiance en soi et l'acte de créer une entreprise.**



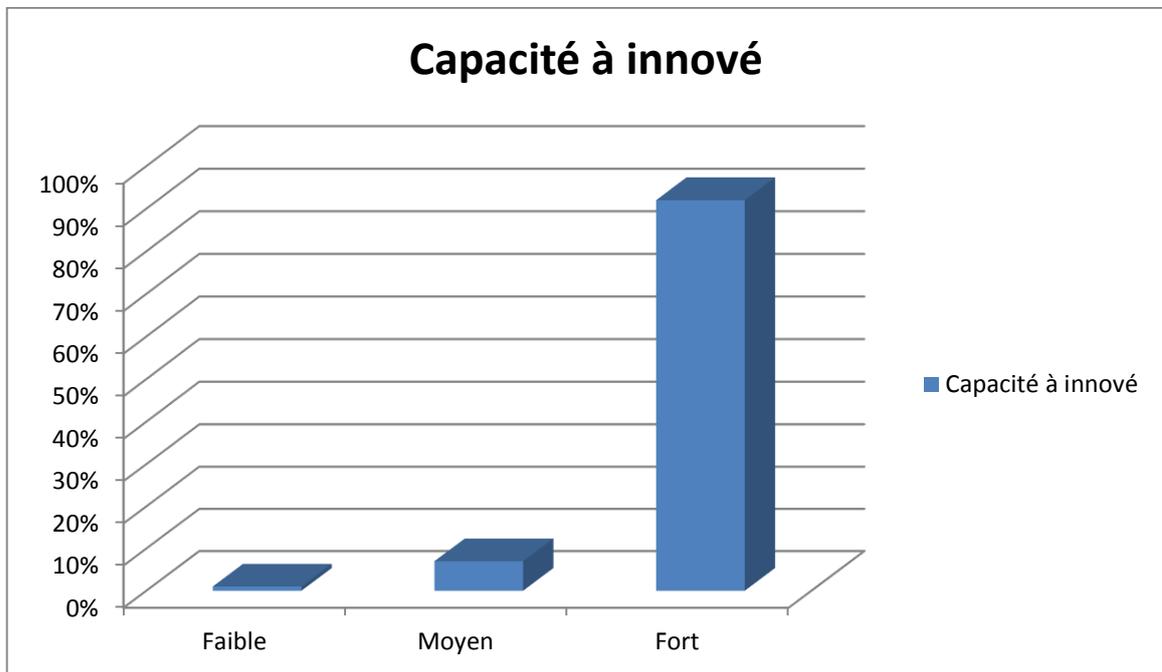
**Source : Elaboré par nos soins à partir de notre enquête à Bejaia, 2016**

Le degré de confiance exprimé par les entrepreneurs enquêtés lors de la création de leurs entreprises est de 72%.

### 1.21.5 La capacité a innové

L'innovation est le point central de l'esprit d'entreprise et un élément essentiel des caractéristiques entrepreneuriales Le graphe suivant met en relation la capacité d'innovation des entrepreneurs TIC enquêtés l'or de la création de leurs entreprises:

**Graphique N°9 : la corrélation significative entre la capacité à innover et l'acte de créer une entreprise.**



**Source : Elaboré par nos soins à partir de notre enquête à Bejaia, 2016**

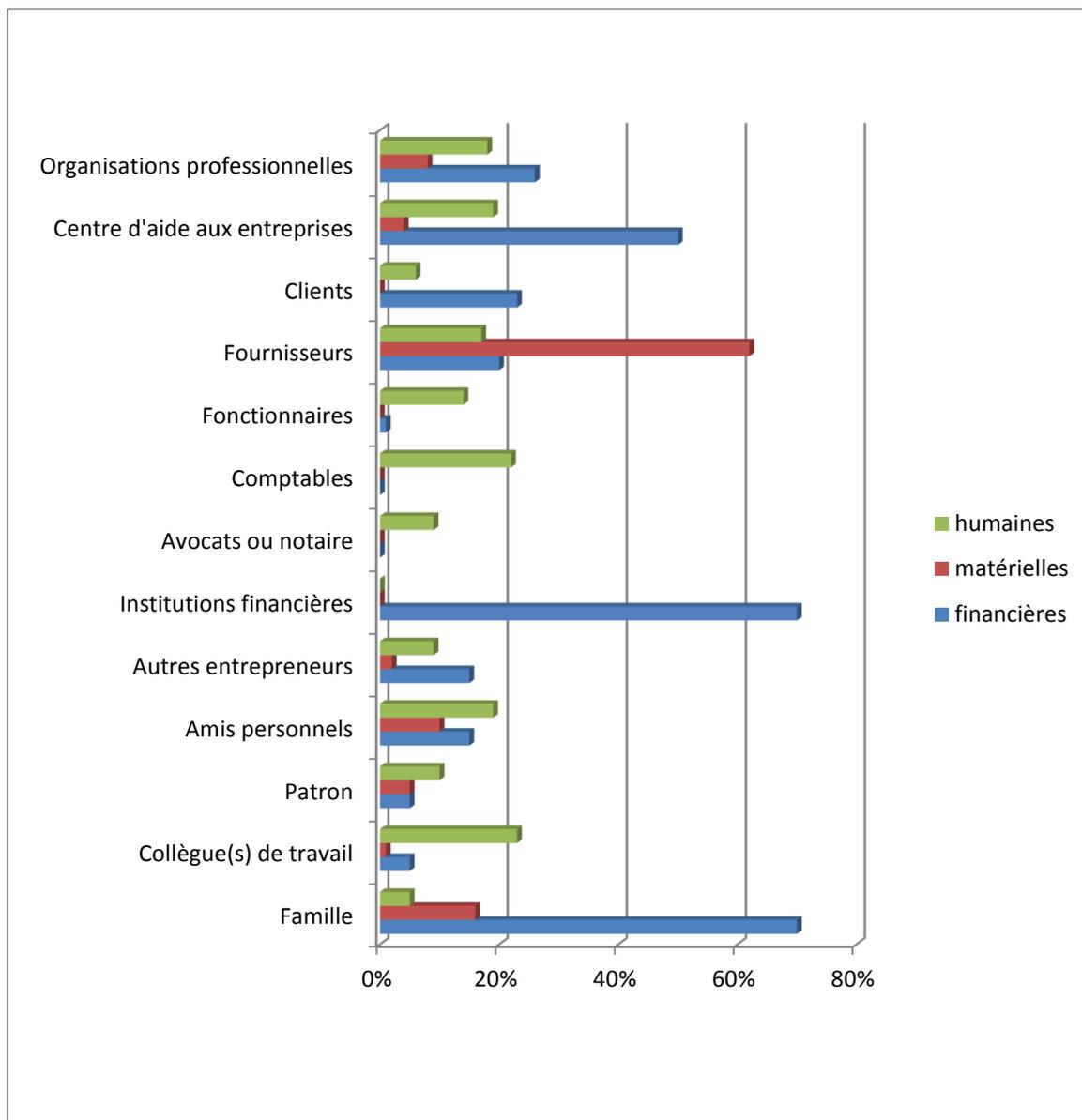
La capacité à innover exprimé par les entrepreneurs enquêtés l'or de la création de leurs entreprises est de 92%. Cela montre que les entrepreneurs TIC sont beaucoup plus innovateurs.

## 1.22 Le capital social

La notion du capital social est vaste, selon Pierre Bourdieu, le capital social se définit comme l'ensemble des ressources potentielles qui sont liées à un réseau de relations pour posséder un bien durable - Ou en d'autres termes, c'est l'appartenance à un groupe. Le capital social implique un actif immatériel appartenant à des les réseaux sociaux. Il est généré par obligation mutuelle, des attentes et des normes entre les membres des réseaux sociaux.

### 1.22.1 Rôle de capital social dans l'obtention des ressources entrepreneuriales dans le domaine des TIC.

**Graphique N°10 :l'obtention des ressources selon le type de réseau.**

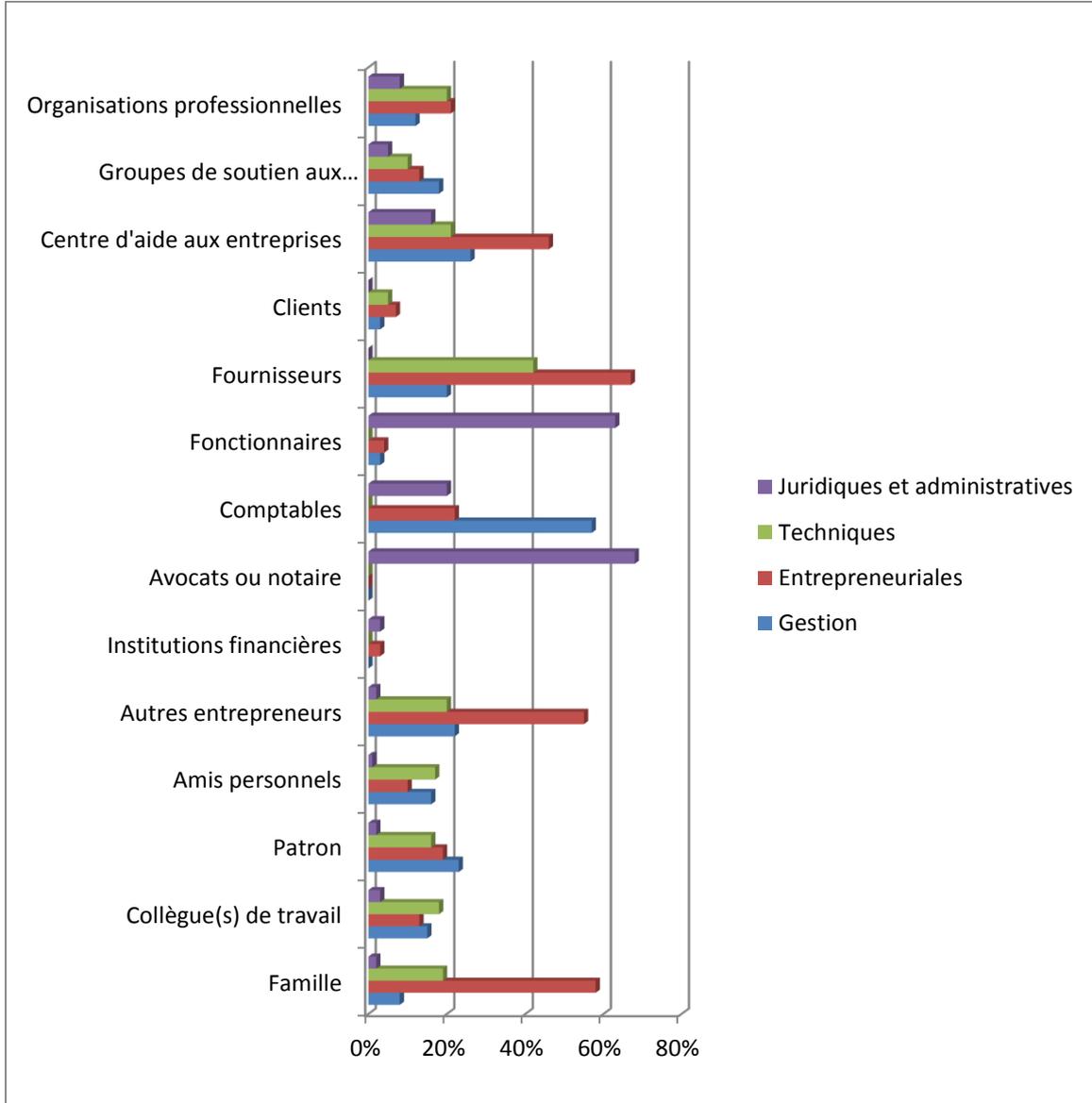


**Source : Elaboré par nos soins à partir de notre enquête à Bejaia, 2016**

Le capital social joue un rôle important dans l'obtention des ressources entrepreneuriales lors du démarrage, il varie en fonction de divers facteurs tels que l'expérience, l'amitié, les antécédents familiaux. Il a également joué un rôle actif en facilitant à l'entrepreneur d'identifier l'opportunité de créer un entreprise dans le domaine des TIC.

**1.22.2 Rôle de capital social dans l'obtention des ressources entrepreneuriales dans le domaine des TIC**

**Graphique N°11 : Obtention de compétences selon le type de réseau.**

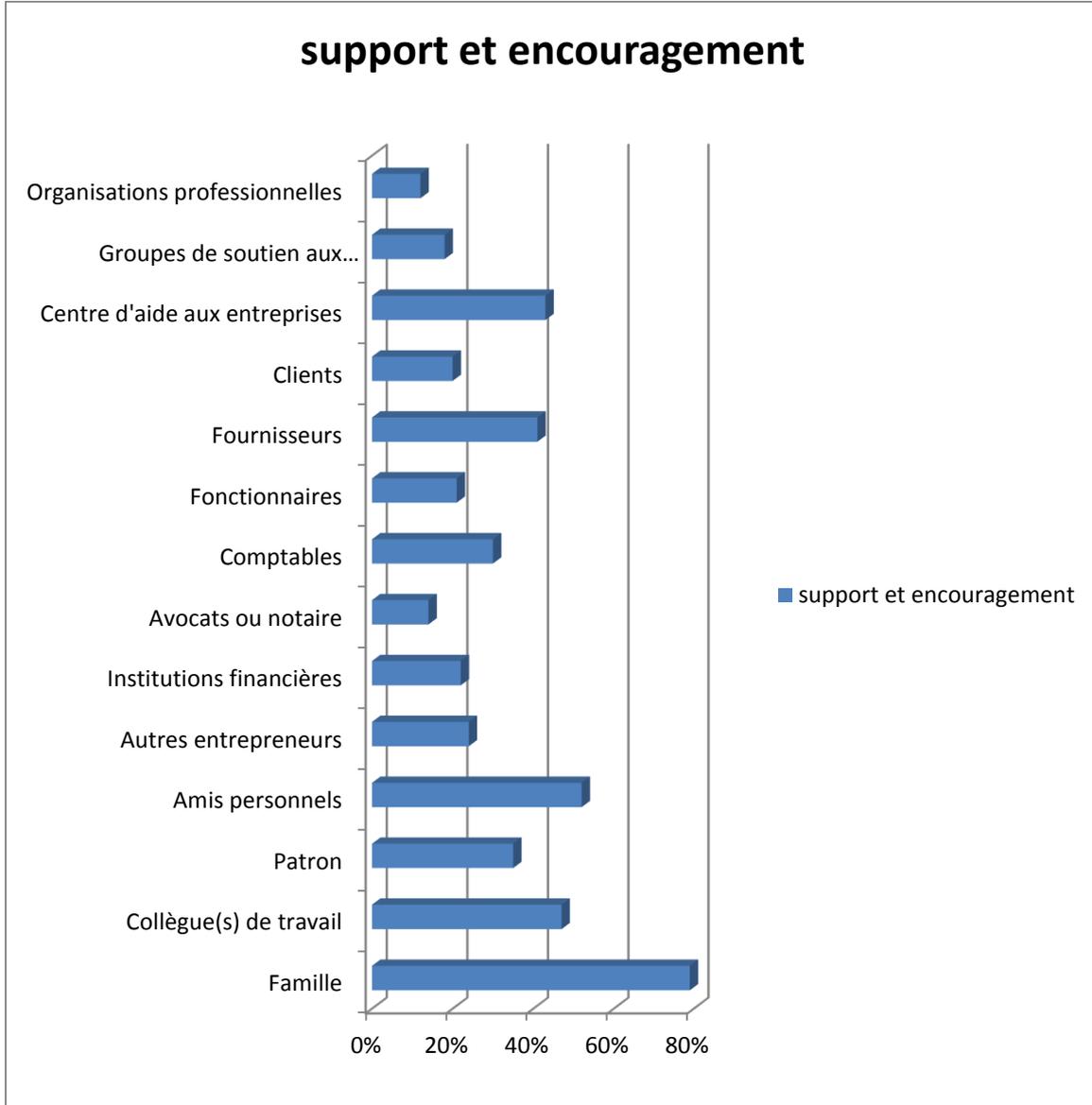


**Source : Elaboré par nos soins à partir de notre enquête à Bejaia, 2016**

Le capital social joue un rôle important dans l'obtention des compétences entrepreneuriales notamment dans le domaine des TIC l'or de démarrage. Chaque relation dont dispose un entrepreneur l'or de démarrage peut être un déterminant crucial pour la concrétisation et la réussite de chaque projet entrepreneurial.

**1.22.3 le capital social comme support et encouragement pour créer une entreprise dans le domaine des TIC**

**Graphique N°12 : supports et encouragement selon le type de réseau**



**Source : Elaboré par nos soins à partir de notre enquête à Bejaia, 2016**

L'étude a révélé qu'un grand nombre d'entrepreneurs TIC ont un encouragement de chaque relation dont ils disposaient.

Le capital social réside dans la structure des relations entre les acteurs Le capital social est détenu conjointement par les parties prenantes. H est déterminant dans chaque création d'entreprises TIC.

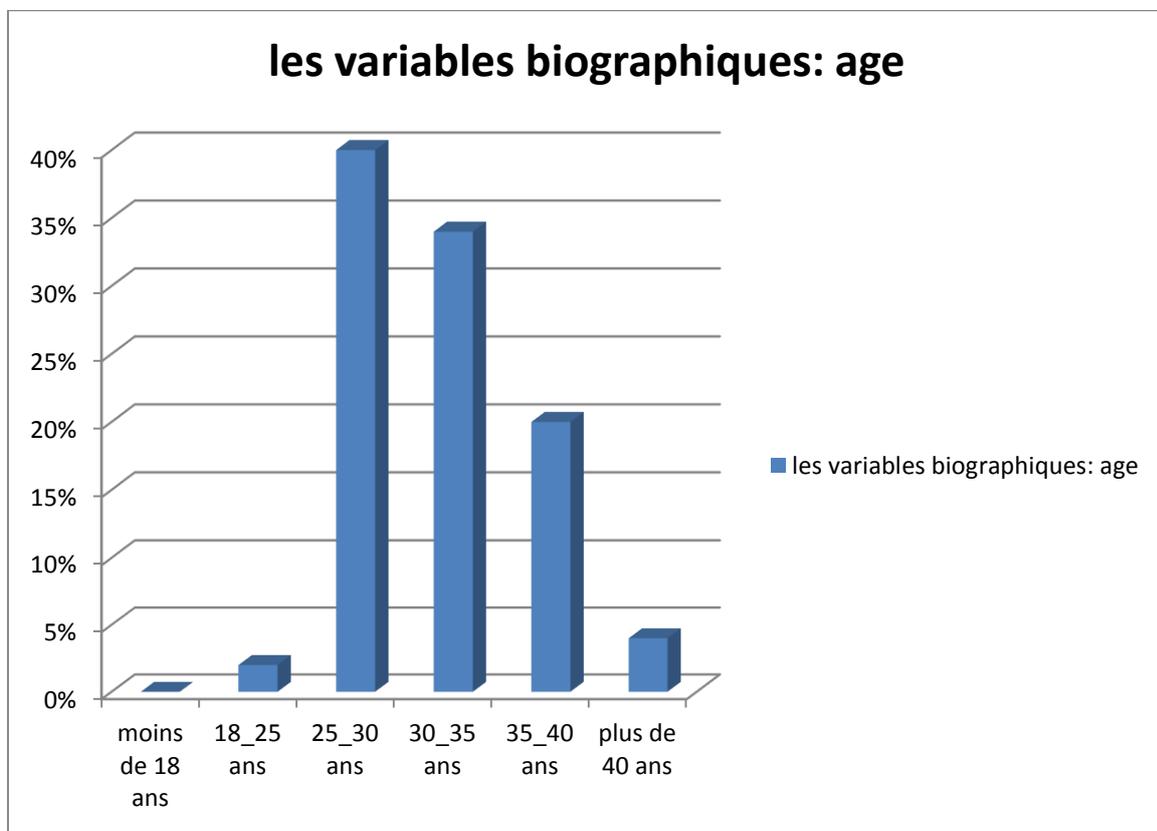
### 1.23 Les variables biographiques

Les variables biographiques sont des prédicateurs possibles du développement de l'attitude entrepreneuriale.

#### 1.23.1 Âge:

L'âge auquel les entrepreneurs prennent la décision de créer leur propre entreprise semble être entre 25 et 40 ans dans notre enquête. Le graphe suivant met en relation l'âge des entrepreneurs au moment de création de leurs entreprises :

**Graphique N°13 : nombre d'entreprises TIC créés selon l'âge.**



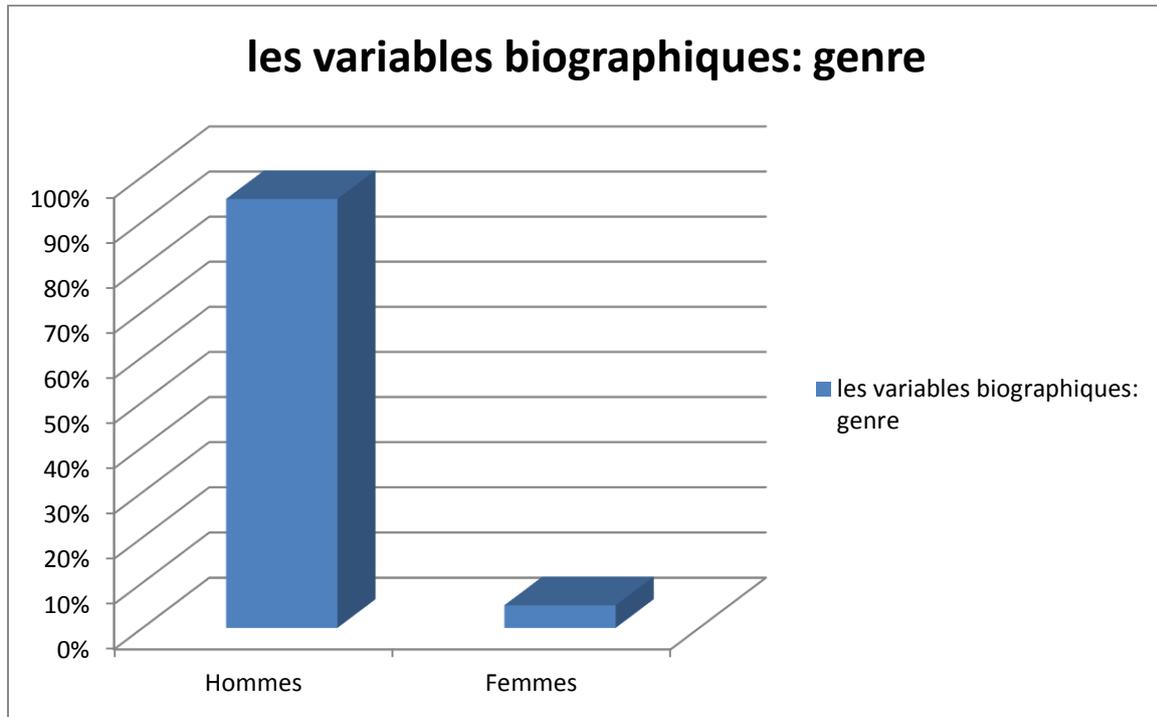
**Source : Elaboré par nos soins à partir de notre enquête à Bejaia, 2016**

Les entrepreneurs qui ont l'âge entre 25 et 40 ans ont créé plus d'entreprise. Cette période est considérée comme une «période de libre choix», les individus peuvent acquérir dans cette période des expériences, des compétences et la confiance en soi...etc.

**1.23.2 Le genre :**

Les hommes généralement sont plus entreprenants que les femmes Le graphe suivant met en relation le genre des entrepreneurs.

**Graphique N°14 : nombre d'entreprises TIC créés selon le genre.**



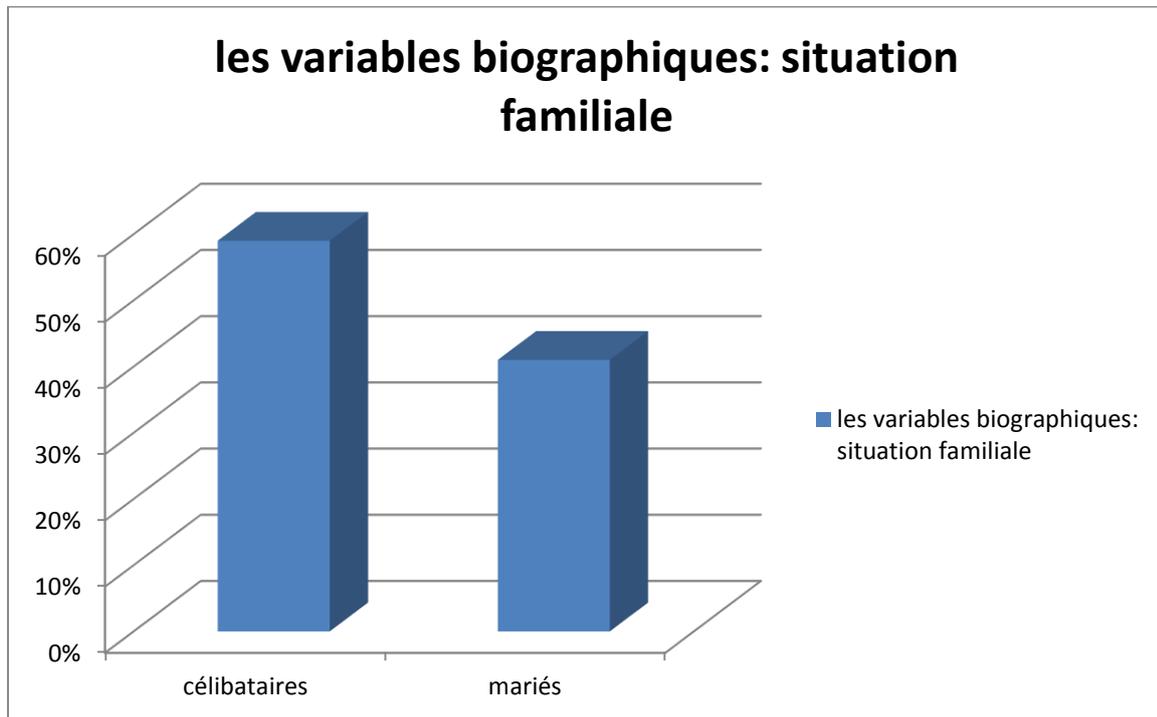
**Source : Elaboré par nos soins à partir de notre enquête à Bejaia, 2016**

Selon le graphe N° 14, il y a une différence significative entre les hommes et les femmes en matière d'entrepreneuriat TIC Les hommes ont tendance à créer plus d'entreprises.

**1.23.3 La situation familiale (marié ou célibataire):**

La situation familiale peut influencer l'entrepreneuriat surtout au stade démarrage de l'entreprise.

Le graphe N°15 indique la situation familiale des entrepreneurs au moment de création de leurs entreprises.

**Graphique N°15 : nombre d'entreprises TIC créés selon la situation familiale.**

**Source: Elaboré par nos soins à partir de notre enquête à Bejaia, 2016**

Il n'y a pas de différence significative entre les célibataires et les mariés en matière d'entrepreneuriat TIC. Même si les célibataires ont créé plus d'entreprises (59%).

### 1.24 le capital humain

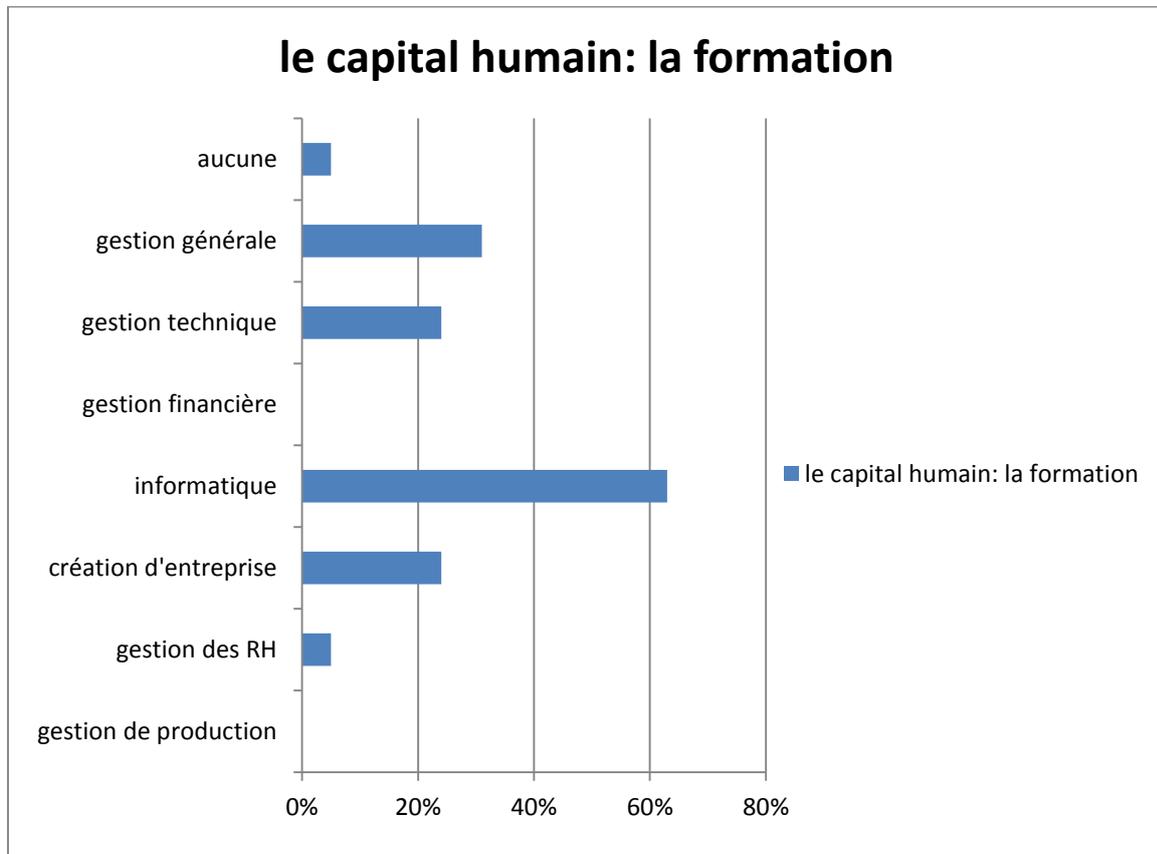
Nous explorons le rôle du capital humain dans la création d'une nouvelle entreprise dans le domaine des TIC. Il s'agit de voir notamment si

- cet entrepreneur a bénéficié d'une formation ou il s'agit d'un diplômé dans le domaine des TIC (la connaissance)
- s'il a acquis une expérience professionnelle.

Nous essayons dans ce point de mettre en relation la contribution de ce facteur dans la création des entreprises dans le domaine des TIC.

#### 1.24.1 La formation

**Graphique N°16 : les ressources entrepreneuriales selon la formation**



**Source : Elaboré par nos soins à partir de notre enquête à Bejaia, 2016**

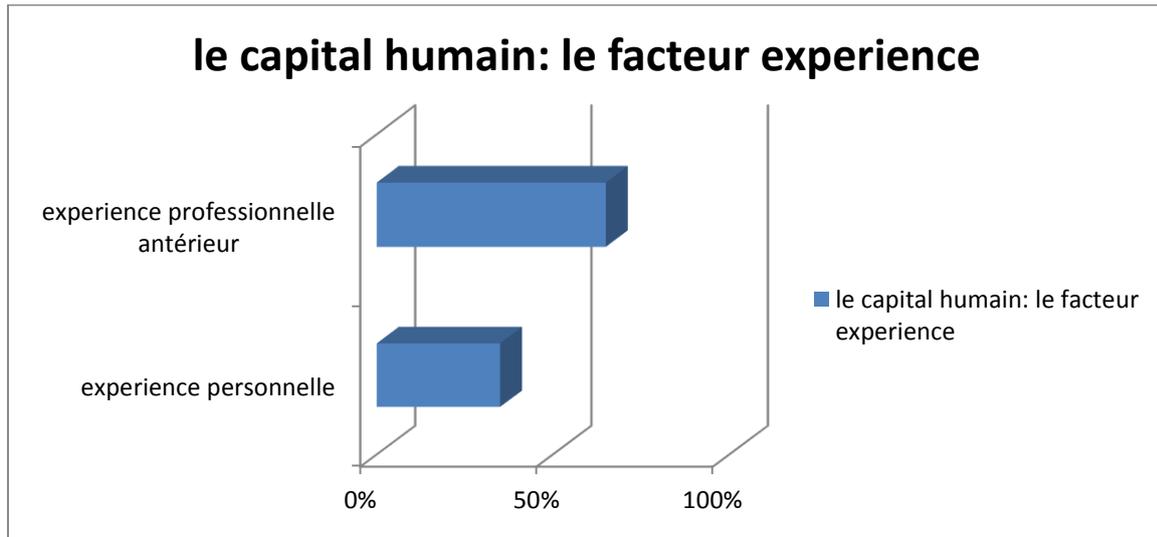
La formation joue un rôle important dans l'obtention des ressources entrepreneuriales l'or de démarrage. Avoir une formation en informatique a été un déterminant dans la création des entreprises dans le domaine des TIC, ces individus possèdent ce qu'on appelle un capital humain spécifique qui contribue directement à la création des entreprises dans le domaine des TIC.

Selon les données de l'enquête, 65% des entrepreneurs en TIC ont une formation en informatique.

### 1.24.2 L'expérience

L'expérience est peut-être un facteur déterminant dans la création d'entreprise dans le domaine de TIC car il peut fournir des informations importantes sur la clientèle, les fournisseurs, les concurrents.etc.

**Graphique N°17 : la création d'entreprises TIC selon l'expérience.**



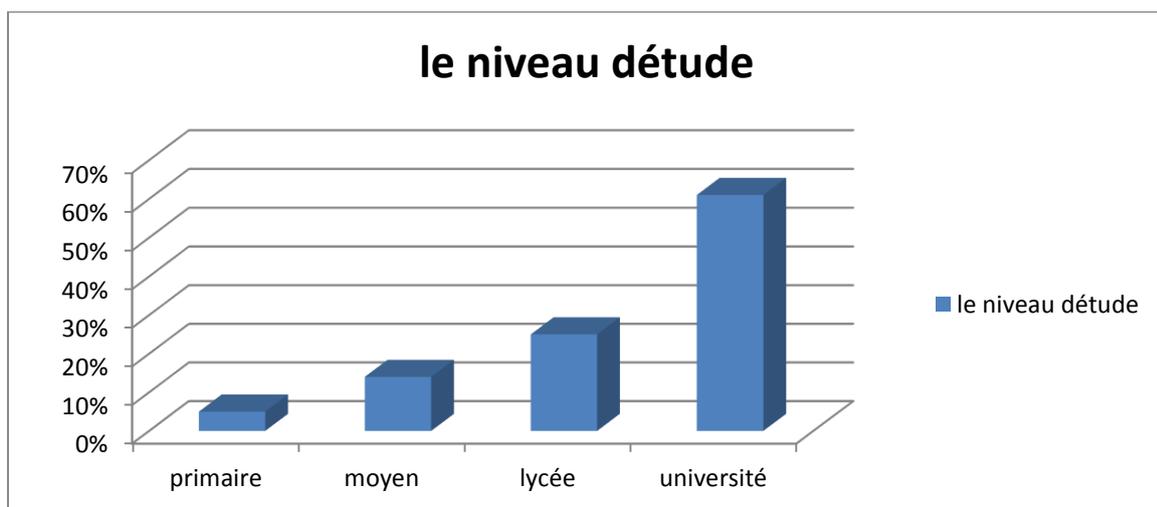
Source : Elaboré par nos soins à partir de notre enquête à Bejaia, 2016

Selon l'enquête, la probabilité de créer une entreprise dans le domaine des TIC est supérieure lorsqu'on a une expérience dans le domaine. Une expérience professionnelle est souhaitable parce que 65% des entrepreneurs en TIC ont une expérience professionnelle.

#### 1.24.3 Le niveau d'éducation :

Le capital humain est l'ensemble des connaissances, des compétences et d'expérience que les individus ont acquis au cours de leur vie, par l'éducation ou par l'expérience travail.

Graphique N°18 :la création d'entreprises TIC selon le niveau d'étude



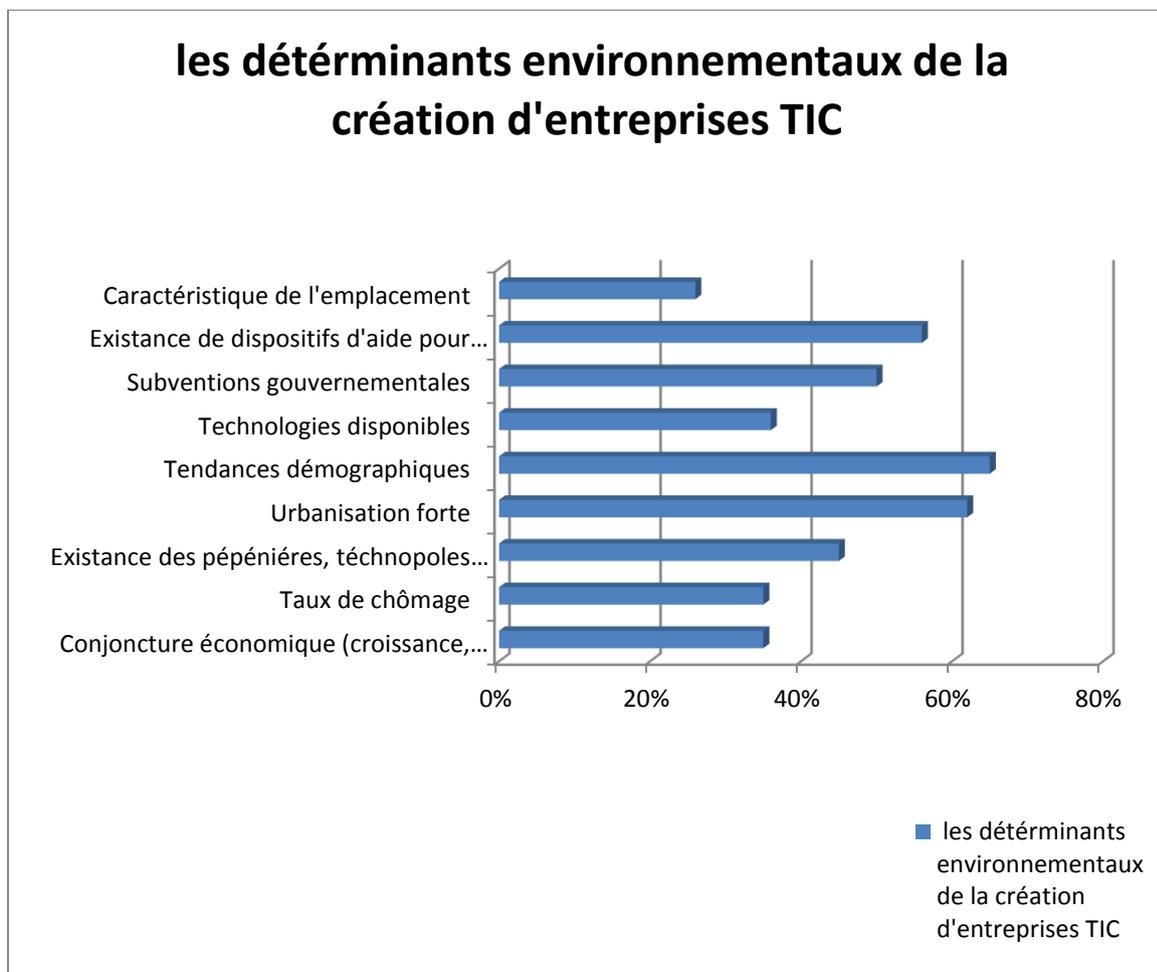
Source : Elaboré par nos soins à partir de notre enquête à Bejaia, 2016

Les personnes qui ont un niveau d'éducation plus élevé peuvent être mieux disposées pour démarrer une entreprise dans le domaine de TIC. La plupart des études rapportent qu'il y a un effet significatif de l'éducation sur la création d'entreprise dans le domaine de TIC.

### 1.25 Les déterminants environnementaux de la création d'entreprises TIC

Un certain nombre de facteurs environnementaux ont une influence sur les taux de création d'entreprises dans le domaine des TIC. Les variations du taux de création dépendent de facteurs tels que la conjoncture, Le taux de chômage, l'existence des 'dispositifs qui encouragent la création d'entreprises, l'existence des pépinières d'entreprises, les revenus des ménages, la consommation, la politique économique de l'État et des collectivités territoriales, la demande, ainsi que les changements technologiques... etc.

**Graphique N°19 : la création d'entreprises TIC selon les déterminants environnementaux**



Source : Elaboré par nos soins à partir de notre enquête à Bejaia, 2016

Cette étude montre que la création des entreprises dans le domaine des TIC est influencée fortement par l'augmentation de la demande (mesurée par la croissance démographique (65%), l'existence des dispositifs d'aide à la création d'entreprises (56%) et le degré d'urbanisation élevé (62%).

#### **Conclusion :**

Dans la majorité des études, les déterminants de la création d'entreprises ne tiennent pas compte la nature et les spécificités sectorielles. Certains facteurs peuvent avoir un impact différent dans le secteur TIC. En effet le capital humain, et le capital social devraient avoir une influence plus forte dans la création des entreprises dans le domaine des TIC.

Les déterminants environnementaux et les caractéristiques des individus, pourrait également contribuer à la création de nouvelles entreprises TIC.

### **Conclusion générale :**

Tout au long de ce travail, nous avons essayé d'apporter des réponses pour notre question principale à savoir : « Quels sont les facteurs qui influencent la création d'entreprises dans le domaine TIC dans la wilaya de Bejaia ».

Tout d'abord, nous avons présenté la dynamique des PME privées en Algérie et dans la wilaya de Bejaia, dans quel cadre elle a évolué, ainsi que les secteurs d'activités et le rôle de la PME dans la création d'emplois et la contribution à la valeur ajoutée, puis nous avons identifié et caractérisé l'entrepreneur privé de la wilaya de Bejaïa à partir des résultats d'une enquête que nous avons réalisé auprès d'un échantillon de 23 entrepreneurs privés de la région. Plus précisément, nous avons interrogé sur le profil personnel de l'entrepreneur, ses origines sociales, ses trajectoires professionnelles, les aspects cognitifs et affectifs susceptibles de conditionner son cheminement et sa prise de décision, ses motivations et les déterminants de son action et enfin les principales contraintes entravant son acte de création.

Le processus de cette recherche exige au préalable une compréhension de l'entrepreneuriat et un positionnement dans le champ. Le contenu de ce concept ne fait pas l'unanimité. Il n'y a pas de définition consensuelle de l'entrepreneuriat, mais des approches qui conviennent à des problématiques et des thématiques de recherche. Nous avons mis l'accent sur la dynamique et la complexité processuelle, l'entrepreneuriat est une conjonction de facteurs psychologiques, sociaux, culturels, politiques et économiques. Dans un contexte précis, il s'exprime à travers des attitudes, des aptitudes, des perceptions, des motivations et des comportements. Cependant, la création d'entreprise en constitue la manifestation la plus visible.

La conception de l'entrepreneur évolue avec le temps, selon la complexité de l'organisation et de l'activité économique. Les changements sociaux et économiques conditionnent les comportements et les activités de l'entrepreneur.

C'est en combinant « le risque » de SAY et « l'innovation » de SCHUMPETER que nous le saisissons.

Il est vrai que la promotion d'un entrepreneuriat national interpelle en premier lieu l'Etat. L'enthousiasme pour la promotion et le développement de l'esprit d'entreprise s'explique aisément par le fait que les régions disposant de niveau élevé en activités entrepreneuriales réalisent des taux sensiblement plus élevés de création d'emplois et sont plus productives.

Certes les pouvoirs publics ont depuis le début des réformes et même avant tenté d'encourager et de promouvoir l'investissement privé.

La dynamique entrepreneuriale est considérée comme un processus qui marque une évolution en termes de création et de développement d'entreprises. L'analyse de cette dynamique consiste dans le fait d'évaluer la dynamique des entreprises dans une économie donnée. Les données statistiques montrent que le secteur de la PME privée en Algérie a fait, ces dernières années, une avancée considérable par rapport aux années précédentes. Mais comparativement aux pays développés, cette dynamique reste relativement faible. De plus, la wilaya de Bejaïa occupe une place importante au niveau national en matière de dynamisme entrepreneurial. En effet, elle dispose d'un tissu industriel important où toutes les branches d'activités sont présentes. La capacité de création d'entreprises est pour chaque pays, la résultante de nombreux facteurs liés aux opportunités et les potentialités individuelles, à l'environnement économique, aux interventions de l'Etat et aux aspects culturels de la création d'entreprise.

Il ressort de notre enquête que les entrepreneurs sont en majorité écrasante des hommes, ayant un âge moyen entre 25 ans et 40 ans. Et le niveau d'étude des entrepreneurs est élevé pour la majorité. Ils ont effectué des études universitaires ou une formation en informatique, la plupart des entreprises ont été créées à partir des années 2000 leurs financements initiaux proviennent majoritairement de l'apport personnel et des capitaux familiaux (fonds propres).

Les enquêtés sont motivés, principalement, dans leur acte entrepreneurial par la recherche d'autonomie, du profit et la volonté de savoir communiquer, et de créer de l'emploi. Il est à noter que les caractéristiques les plus importantes pour réussir en affaires est savoir gérer et ayant un réseau relationnel. Des facteurs environnementaux ont une influence sur les taux de création d'entreprises TIC. Les variations du taux de création dépendent de facteurs tels que la conjoncture, Le taux de chômage, l'existence des dispositifs qui encouragent la création d'entreprises, l'existence des pépinières d'entreprises, les revenus des ménages, la consommation, la politique économique de l'État et des collectivités territoriales, la demande, ainsi que les changements technologiques... etc.

Ensuite, La création d'entreprise dans la wilaya de Bejaïa est la synthèse d'un engagement individuel et d'un environnement qui peut être favorable à l'entrepreneuriat. Elle

est la résultante d'un ensemble de facteurs liés à l'environnement immédiat de l'entrepreneur (relations familiales, amicales et professionnelles).

Par ailleurs, pour créer une entreprise, il ne suffit pas de faire preuve d'esprit d'entreprise et de remplir les conditions entrepreneuriales favorables. Pour passer à l'acte, la motivation individuelle demeure nécessaire. C'est dans ce cadre que se situe la contribution de Max Weber, qui fait du système de valeurs l'un des facteurs explicatifs de l'apparition et du développement des qualités et des motivations du comportement des entrepreneurs.

Enfin, les statistiques obtenues permettent de conclure que la création d'entreprises dans le domaine des TIC nécessite la disponibilité de certains facteurs spécifiques. Tel que la formation dans le domaine des TIC et puis les autres facteurs sont les mêmes que les autres facteurs.

**Ouvrages :**

- BERGER.B, « Esprit d'entreprise, cultures et sociétés », PUF, édition maxima, Paris, 1993.
- BOUTILLIER S, UZUNIDIS D, « La légende de l'entrepreneur Le capital social, ou comment vient l'esprit d'entreprise », Editions La Découverte et Syros, Paris, 1999.
- BOUYAKOUB A, MADOULM, « Entreprise, entrepreneur et gouvernance des PME\_PMI», Edition l'Harmattan, 2007.
- CASSON.M, « L'entrepreneur », édition Economica, Paris, 1991.
- CAPRON. H, « Entrepreneuriat et création d'entreprises, facteurs déterminants de l'esprit d'entreprise », Edition de Boeck, Paris, 2009.
- FAYOLLE A, « Introduction à entrepreneuriat », Edition Dunod, Paris, 2005.
- FAYOLLE A, « Entrepeneuriat : apprendre à entreprendre », Edition DUNOD, Paris, 2004.
- HERNANDEZ E-M, « le processus entrepreneurial, vers un modèle stratégique l'entrepreneuriat », Edition l'Harmattan, Paris, 1999
- HERNANDEZ E-M, « l'entrepreneuriat, approche théorique », Edition l'Harmattan, France, 2001.
- JANSSEN.F, « Entreprendre : une introduction à l'entrepreneuriat », Edition de Boeck, Paris, 2009.
- JARNIOU.C, BOUTILLER.S, FAYOLLE A, « Entrepreneuriat et accompagnement : outils, actions et paradigmes nouveaux », Edition Harmattan, Paris, 2008.
- JULIEN, P-A. : « Les PME Bilan et perspectives », Edition. Economica, Paris, 1996.
- JULIEN P A, MARCHESNAY M, « L'entrepreneuriat », Economica, Paris, 1996,
- MARCHESNAY, M. et FOURCADE, C : « Gestion de la PME/PMI », Edition. Nathan, Paris, 1997.
- Verstraete T., Histoire d'entreprendre : les réalités de l'entrepreneuriat, Editions EMS, Paris, 2000.
- VERSTRAETE.T, SAPORTA.B, «Création d'entreprise et entrepreneuriat », Edition l'ADREG, Paris2006.
- WTTERWULGHE Robert, «la P.M.E une entreprise humaine», Ed Boeck université, Paris- Bruxelles, 1998

- Gaudin T., «Qu'est ce qu'un entrepreneur», C.P E. Étude, 1963
- Hornaday J.A., « Research about living entrepreneurs », Encyclopedia of entrepreneurship, Englewood Cliffs : Prentice Hall

**Articles / communications et revues :**

- Azzedine TOUNES, « l'entrepreneur : l'odyssée d'un concept », cahier de recherche n° 03-73 du réseau de chercheurs « entre-preneuriat» 2003.
- BELATTAF.M, « Evaluation de la dynamique territoriale et de financement de la PME et son impact sur le développement local : cas de la wilaya de Bejaia», Recherches économiques et managériales, n°2, décembre 2007.
- DANJOU, «L'entrepreneuriat : un champ fertile à la recherche de son unité», Revue Française de gestion, n°138, 2002
- EMIN.S, « Les facteurs déterminants la création d'entreprise par les chercheurs public : application des modèles d'intention », Revue de l'entrepreneuriat, vol 3, n°1, 2004.
- Eric Michael Laviolette, « L'essaimage en PME : proposition d'un cadre d'analyse », Revue de l'entrepreneuriat, n° 3, pp .53-68.(AERES-C ;CNRS-4 ;FNEGE-4) juin 2005.
- FAYOLLE A, "Des propositions épistémologiques et méthodologiques pour repositionner les recherches en entrepreneuriat", Université Paris XII, Epistémologie et méthodes en Sciences de Gestion, 2000.
- FILION L -J, "Le champ de l'entrepreneuriat : historique, évolution, tendances", Revue Internationale P.M.E, vol 10, n° 2,1997.
- FOSSEN.F, CALI UNDO.M, « Pourquoi devient-on entrepreneur ? », problèmes économiques, n°3026, septembre 2011
- GHARBI Sarnia, « Les PME/PMI en Algérie: état des lieux », Cahiers du LAB.RII — Documents de travail- N°238, Mars 2011.
- HERNANDEZ E-M, MARCO.L, « l'entrepreneuriat et les théories de la firme » Revue française de gestion, N°138, 2002
- HERNANDEZ.E-M, « L'entrepreneuriat comme processus d'émergence Organisationnelle», Revue française de gestion, N°185, 2008
- Raouf JAZIRI, « Peut-on parler de l'entrepreneuriat dans une organisation complexe comme l'Université: L'acadépreneuriat? », Revue actes de la 1ère conférence internationale sur «culture entrepreneuriale et création d'entreprise a l'université, 2008.

- Thierry VESTRAETE, Alain FAYOLLE, « paradigmes et entrepreneuriat », revue de l'entrepreneuriat, vol 4, n° 1, Paris, 2005.
- Arocena J. et al., « La création d'entreprise, un enjeu local », notes et études documentaires, La Documentation Française, 1983, numéros spéciaux 4709 et 4710
- Aurifeille J.M., Hernandez E.M., « Détection du potentiel entrepreneurial d'une population étudiante », Économies et sociétés, série sciences de gestion, 1991
- Shapero A., « The displaced, un comfortable entrepreneur », Psychology today, 1975

### **Mémoires :**

- Mokrane ali dans «ENTREPRENEURS ET MILIEU ENTREPRENEURIAL ELEMENTS D'ANALYSE A PARTIR DE LA WILAYA DE TIZI-OUZOU», mémoire de magister en science économique option économique spatial, régional et urbain université de tizi ouzou 2012
- Le Marois H., « Contribution à la mise en place de dispositifs de soutien aux entrepreneurs», thèse de doctorat d'État en sciences de gestion, Lille, 1985.
- TAKABAÏT DJAMEL «Les TIC et les dynamiques territoriales de développements étude de l'utilisateur» mémoire de magister des TIC dans les PME de Béjaia.

### **Autres documents :**

- Commission des Communautés Européennes : « L'esprit d'entreprise en Europe », COM 2003,27 final, Bruxelles, 21/01/2003.
- OCDE e « Stimuler l'esprit d'entreprise », Ocde publishing, Paris, 1998.
- OCDE • « Les PME à forte croissance et l'emploi, 2002 », « Promouvoir les PME dans l'optique du développement Istanbul, 3-5 Juin 2004 » « Le financement des PME et des entrepreneurs, février 2007».

### **Références électroniques :**

- Agence National du Développement et de l'Investissement (ANDI). Secteur des Tic, Publié le 16/04/2015. URL: <http://www.andi.dz/index.php/fr/secteurs/tic-16042015>
- BELATTAF Matouk, MERADI Ouari, Revue TIC & Développement, IRD, NTIC, Territoire et Développement en Algérie-Analyse des interactions et impacts socioéconomiques. URL : <http://www.tic.ird.fr/spipc5fc.html?article22>

- Canalblog, Blog sur les TIC, les NTIC dans l'entreprise, [en ligne], URL: <http://tictpe.canalblog.com/archives/2010/02/20/17073977.html>
- Comment ça marche, Type de réseaux, mis en ligne mai 2015, URL: <http://www.commentcamarche.net/contents/initiation-aux-reseaux-3989286510#513>
- FIGER Jean-Paul, Informatique : les moteurs du changement et les standards du futur Vers l'intelligence collaborative. Techniques de l'ingénieur, publié le 18 aout 2008. L'expertise technique et scientifique de référence. URL : <http://www.techniques-ingenieur.filbasedocumentaire/technologies-de-1-informationeth9/technologies-descomposants-42308210/informatique-les-moteurs-du-changementmet-lesstandards-du-futur-h100/>
- MILLERAND Florence, Usages des NTIC : les approches de diffusion, de l'innovation et de l'appropriation, comrnposite [en ligne], 2008, v98.1, disponible sur : [http://commposite.org/v1/98.1/articles/ntic\\_1.html](http://commposite.org/v1/98.1/articles/ntic_1.html)

### Site web :

- [www.cnac.dz](http://www.cnac.dz)
- [www.ensej.dz](http://www.ensej.dz)
- <http://www.algeriacorporategovemance.org/pme-prive.php>

## **Annexe 1 : Le questionnaire**

**Université Abderrahmane-Mira de Bejaia**  
**Faculté des Sciences Economiques, des Sciences de**  
**Gestion et des Sciences Commerciales**  
**Option: management Economique des**  
**Territoires et Entrepreneuriat**

**Enquête sur les déterminants de création d'entreprises TIC**  
**Dans la wilaya de Bejaia**

La présente enquête intitulé « les déterminants de création d'entreprises TIC» fait partie de l'élaboration d'un mémoire de Master en Sciences de Gestion, option : management Economique des territoires et entreprenariat à la Faculté des sciences économiques, des sciences de gestion et des sciences commerciales de l'Université de Bejaia. Elle est destinée à un échantillon de d'entreprises de la wilaya de Bejaia. Les informations recueillies demeureront confidentielles et ne pourront en aucun cas faire l'objet que d'une utilisation à des fins purement pédagogiques et de recherche scientifique.

**Merci pour votre coopération**

**Aout 2016**

**Le questionnaire :**

*Les déterminants de création d'entreprises TIC .*

*Dans la wilaya de Bejaia*

**Partie 1 : Information générales**

**A.a Activité**

**1. Quel est le secteur d'activité principal de votre entreprise?**

1. Achat/Revente des produits TIC.     2. Services TIC     3. Production TIC

**2. Quelle est la date de création de votre entreprise ?**

**3. Quel est le nombre de salariés de votre entreprise ?**

**4. Quel est le CA annuel hors taxe ?**

**A.b Statut et implantation géographique**

**5. Votre entreprise est ...**

1. Une entreprise de droit privé     2. Une entreprise de droit public     3. Une entreprise mixte

**6. Votre entreprise ...**

1. Est une entreprise indépendante                       2. Appartient à un groupe national     
 3. Appartient à un groupe étranger

**7. Si votre établissement appartient à un groupe, celui-ci regroupe...**

1. Un seul site en Algérien, le nôtre                       2. Plusieurs sites en Algérie  
 3. Un ou plusieurs sites en Algérie à l'étranger                       4. Ne sait pas

**8. Votre entreprise a intégré une filiale**

1. Oui     2. Non

**9. Votre entreprise est située dans une zone...**

1. Urbaine                                       2. Périurbaine (Périphérique)                       3. Rurale

**10. Votre entreprise est située dans une zone...**

1. Industrielle                                       2. D'activité                                       3. Pépinière

**11. Votre clientèle est ...**

1. Locale (à l'échelle de la wilaya)                       2. A l'échelle des wilayas limitrophes  
 3. A l'échelle nationale                                       4. Etrangère

**12. Vos fournisseurs sont ...**

1. Locaux (à l'échelle de la wilaya)                       2. A l'échelle des wilayas limitrophes  
 3. A l'échelle nationale                                       4. Etrangers

**13. Vos concurrents sont...**

1. Locaux  2. Nationaux  
 3. Régionaux  4. Au niveau mondial  
 5. Aucune concurrence

...

**Partie 2 : Contexte général**

**14. Vous avez démarré votre entreprise :**

- Connaissances familiales et/ou amicales  
 Connaissance professionnelles (collègue du travail et autres).  
 Proposition d'un organisme d'aide aux entreprises (exemple : incubateur, etc).  
 Rencontres à l'origine de l'idée de création. Précisez comment vous vous êtes rencontrés :  
.....  
 Autre(s), précisez : .....

**15. Y a-t-il eu dans votre entourage professionnel et/ou personnel des exemples d'entrepreneurs (professions libérales, indépendants, chefs d'entreprise, créateurs d'entreprise ou des personnes ayant eu une expérience entrepreneuriale) ?**

- Oui  Non (Si, «Non», passez directement à la question 10)

**16. Si oui, qui sont-ils ? (Plusieurs réponses sont possibles)**

## Questionnaire

---

- 1. Parents
- 2. Frères et/ou soeurs
- 3. Autres membres de la famille
- 4. Amis
- 5. Collègues de travail
- 6. Autre(s),

Précisez : .....

### **17. A votre connaissance, globalement ces créations sont-elles des réussites ou des échecs**

- 1. Que des échecs
- 2. Une majorité d'échecs
- 3. Un peu des deux
- 4. Une majorité de réussite
- 5. Que des réussites

### **18. Dans quelle mesure, les personnes les plus importantes à vos yeux, vous ont-elles influencé dans le choix de votre carrière d'entrepreneur ?**

1.....2.....3.....4.....5

Peu influence                      D'influence modérée                      Beaucoup d'influence

**19. Les personnes qui vous servent de modèle dans votre travail sont des personnes qui :**

- 1. Travaillaient pendant plusieurs longues heures
- 2. Passaient plus de temps au travail qu'à la maison
- 3. Continuaient à travailler le soir à la maison
- 4. Discutaient du travail à la maison avec les membres de la famille
- 5. Vous encourageaient à vous intéresser à leurs carrières et leurs affaires
- 6. Vous payaient pour accomplir des tâches au travail quand vous étiez très jeune
- 7. Vous encourageaient à connaître leurs collègues de travail
- 8. Vous ramenaient avec elles aux réunions de travail
- 9. Avaient un mode de vie confortable comme résultat de leurs métiers d'entrepreneurs
- 10. Avaient des discussions significatives avec vous concernant le travail
- 11. Vous encourageaient à choisir un domaine d'étude compatible avec leurs carrières
- 12. Vous apprenaient les détails utiles pour le métier d'entrepreneur
- 13. Vous encourageaient vivement à rejoindre leurs entreprises

**20. A votre connaissance, globalement ces créations sont-elles des réussites ou des échecs**

- Oui  Non (Si, « Non », passez directement à la question 16)

**21. Juste avant le lancement de votre propre affaire, vous aviez un statut de :**

- Employé à temps plein  Sans emploi  dépendant ou profession libérales

**Si employé pendant combien de temps avez-vous été en poste ?**

(Sinon, passez directement à la question 22)

- 1. Moins d'un an, précisez combien de mois : .....
- 2. De un à cinq ans

- 3.Plus de cinq ans

**22. Juste avant le lancement de votre propre affaire, vous aviez un statut de**

- Primaire                       Lycée Autre.                       Merci de préciser .....
- Moyen                               Université.                               Merci de préciser :.....

**23. Si vous avez bénéficié de formation(s) spécifique(s) en vue de la création de votre entreprise, merci de préciser de quel type de formation il s'agit ?(Sinon passez directement à la question 24), (plusieurs réponses sont possibles)**

1. en gestion de production     5. gestion financière
2. en gestion des ressources humaines     6.gestion technique
3. en création d'entreprise     7. en gestion générale
- 4.en informatique     8. Autre. Merci de préciser

**24. Veuillez indiquer si vous appartenez (ou avez appartenu(e)) à une association et quel est votre degré d'implication dans les activités de celle-ci (Sinon, passez, directement à la question 25)**

1. Association à objectif humanitaire
2. Association d'hommes d'affaires
3. Association d'anciens étudiants
4. Association ou club sportif
5. Association ou partie politique

**25. Les compétences mobilisées pour la création de votre propre entreprise sont issues de**

- 1. Votre expérience professionnelle antérieure
- 2. Votre expérience personnelle
- 3. Votre formation initiale

**Partie 3 : Sensibilité générale et désirabilité**

**26. Quelles ont été vos motivations pour créer votre entreprise?**

- Je prendrai des responsabilités
- J'accéderai à la propriété
- Je désire gérer des hommes et décider
- Je vivrai une situation risquée (relever un défi)
- Je serai autonome (être mon propre chef)
- J'aurai saisi une opportunité
- Je réaliserai un idéal
- Je gagnerai plus d'argent
- J'aurai du pouvoir
- J'aspire à plus de liberté
- Je contrôlerai mon destin
- Je serai autonome financièrement
- J'aurai un emploi et une sécurité
- Je me réaliserai

**27. Quelles sont les caractéristiques qui vous décrivent le mieux comme entrepreneur**

- 1. Compétitif
- 2. Conservateur
- 3. Dynamique
- 4. Innovateur

**Partie 4 : Contexte environnemental et faisabilité**

**28. Lors de la phase de pré démarrage, quels sont les facteurs qui ont influencé votre décision de créer votre entreprise ?**

- 1. Conjuncture économique (croissances récession)
- 2. Taux de chômage
- 3. Demandes de marché
- 4. Existence des technopoles TIC et des pépinières d'entreprises.
- 5. Tendances démographiques
- 6. Technologies disponibles
- 7. Subventions gouvernementales (ex. argent)
- 8. Aides gouvernementales (ex. conseils professionnels)
- 9. Caractéristiques du territoire visé
- 10. Caractéristique de l'emplacement

**29. Avant de prendre la décision finale de partir en affaire, comment maîtrisiez-vous les facteurs suivants ?(Veillez attribuer une note à chaque possibilité)**

## Questionnaire

La tendance du marché	Très faible				Très élevé
	1	2	3	4	5
Le volume général de ventes de future entreprise	1	2	3	4	5
Les besoins en main d'œuvre afin d'opérer une telle entreprise	1	2	3	4	5
Le volume minimum de ventes nécessaires pour combler les dépenses	1	2	3	4	5
Le montant d'investissement requis afin de créer l'entreprise	1	2	3	4	5
Les clients intéressés par vos produits (clientèle potentielle)	1	2	3	4	5
La somme de travail que représente la création et la gestion de d'entreprise	1	2	3	4	5
L'importance du rôle de l'innovation dans ce secteur d'activité	1	2	3	4	5
Les principaux fournisseurs de ce secteur	1	2	3	4	5

**30. Parmi les propositions des questions n° 32 et n°33, classez les trois principaux facteurs de l'environnement qui ont favorisé la création/démarrage de votre nouvelle entreprise ?**

1<sup>er</sup> choix : .....

2<sup>ème</sup> choix : .....

3<sup>ème</sup> choix : .....

**31. Parmi les propositions des questions n° 32 et n°33, classez les trois principaux facteurs de l'environnement qui ont menacé création/démarrage de votre nouvelle entreprise ?**

1<sup>er</sup> choix : .....

2<sup>ème</sup> choix : .....

3<sup>ème</sup> choix : .....

**32. Avez-vous consacré du temps à la recherche d'informations pour mieux formaliser les aspects suivants de votre projet d'entreprise?**

(Veuillez attribuer une note A chaque possibilité)

Pas du tout				Beaucoup	
Disponibilité des ressources (humaines, équipements, produits, fournitures)	1	2	3	4	5
Le marché potentiel	1	2	3	4	5
Le produit ou service à offrir	1	2	3	4	5
Spécificités des fournisseurs	1	2	3	4	5
Le montage d'un plan d'affaire	1	2	3	4	5
Emplacement requis	1	2	3	4	5
Analyse de la concurrence	1	2	3	4	5

**33. Lors de la phase de pré démarrage, indiquez les raisons pour lesquelles vous avez contacté les organismes/personnes ressources suivants :** (Veuillez encerclez. la lettre correspondant à votre choix., plusieurs réponses sont possibles)

## Questionnaire

	Obtention des ressources : F(Financières) M(Matérielles) H(Humaines) <b>F M G</b>	Obtention des compétences G(de gestion) E(Entrepreneuriales) T(Techniques) J(Juridiques et administratives) <b>G E T J</b>	Support et Encouragement	Information s ou conseils affaires et/ou le secteur d'activités	Ne s'applique pas
Famille Collègue(s) de travail Patron Amis personnels Autres entrepreneurs Personnels d'institutions financières (ex : banques) Avocats ou notaire Comptables Fonctionnaires Fournisseurs Clients Centre d'aide aux entreprises Groupes de soutien aux initiatives jeunes Organisations professionnelles					
Autre(s) personne(s), précisez : .....					
Autre(s) organisme(s), Précisez : .....					

### 34. Ressources obtenues lors de la création de votre entreprise?

- 1. Disposer de compétences en matière de création d'entreprise
- 2. Disposer de compétences techniques (savoir-faire)
- 3. Disposer de capacité à créer et gérer un réseau d'affaires
- 4. Disposer de compétences en matière de gestion d'entreprise des hommes et des équipes
- 5. Disposer de compétences dans les domaines administratif et juridique
- 6. Disposer de formation en apprentissage
- 7. Trouver des personnes compétentes pour vous aider et vous conseiller
- 8. Obtenir une aide financière (subvention, prêt, etc.)
- 9. Bénéficier de démarches administratives allégées
- 10. Intégrer des structures publiques d'aide à la création et d'accompagnement des entrepreneurs
- 11. Avoir accès à une bourse d'idées proposant des projets à développer
- 12. Avoir accès à des réseaux locaux et aux supports d'élites sociopolitiques

**35. Lors de la création de votre entreprise, dans quelle mesure les affirmations suivantes vous correspondaient le mieux?**

- 1. Le cas échéant, réussir la création d'entreprise vous paraissait faisable
- 2. Vous étiez sûr de la réussite de votre entreprise
- 3. Vous aviez confiance en votre capacité à réussir un projet de création d'entreprise et d'assurer son aboutissement
- 4. Vous pensiez que réussir la création d'une entreprise dépend de votre volonté

**36. Quel était l'élément déclencheur qui vous a incité à créer votre entreprise ?**

- 1. Rétrogradation (dont : chômage, impossibilité de trouver un travail. licenciement)
- 2. Une mutation à l'extérieur (transfert)
- 3. L'insatisfaction au travail
- 4. Une remise en question
- 5. Saisir d'une opportunité
- 6. Une offre de support financier
- 7. Une offre d'un client potentiel
- 8. Un offre d'une partenaire (collègue, client; ami)
- 9. La fin des études
- 10. La fin de contrat(s) pro. et
- 11. Le retour au travail
- 12. Être disposé financièrement et professionnellement
- 13. Envie de changer de métier, d'environnement de travail
- 14. Envie d'essayer quelque chose de nouveau
- 15. Prendre de nouvelles responsabilités
- 16. L'occasion de s'enrichir financièrement

**37. D'où vient l'idée de votre projet ? (Plusieurs réponses sont possibles)**

- 1. De la PME où je travaillais
- 2. De la grande entreprise où je travaillais
- 3. Un passe-temps (loisirs)
- 4. Un deuxième emploi
- 5. Association avec un inventeur
- 6. Une innovation
- 7. Une recherche active d'opportunité
- 8. Existence d'un marché potentiel
- 9. Une demande spécifique d'un client
- 10. Suite à des rencontres avec des entrepreneurs et/ou des professionnels
- 11. Suite à un projet mené pendant une formation antérieure
- 12. Suite à un projet mené dans un cadre associatif
- 13. Suite à un emploi, à un stage
- 14. En lisant la presse spécialisée
- 15. Suite à un séjour à l'étranger
- 16. Suite de(s) formation(s) spécifiques à
- 17. l'entrepreneuriat et à la création d'entreprise
- 18. Autre(s), merci de préciser •

**Merci d'avoir bien voulu répondre à ce questionnaire.**

**Enfin, si vous désirez ajouter des remarques sur ce questionnaire, nous faire part de votre expérience dans la création de votre entreprise, ou encore de vos réflexions concernant ce domaine, vous pouvez utiliser la page ci-après.**

**Table des matières :**

<b>REMERCIEMENTS .....</b>	<b>2</b>
<b>DEDICACES :.....</b>	<b>3</b>
<b>LA LISTE DES ABREVIATIONS :.....</b>	<b>4</b>
<b>LA LISTE DES FIGURES :.....</b>	<b>5</b>
<b>LISTE DES GRAPHIQUES : .....</b>	<b>6</b>
<b>LISTE DES TABLEAUX :.....</b>	<b>7</b>
<b>INTRODUCTION GENERALE .....</b>	<b>9</b>
<b>DEMARCHE METHODOLOGIQUE :.....</b>	<b>10</b>
<b>INTRODUCTION :.....</b>	<b>11</b>
<b>SECTION1 : GENESE ET FONDEMENTS DE L'ENTREPRENARIAT.....</b>	<b>11</b>
1.1 <b>DEFINITION DE L'ENTREPRENARIAT : .....</b>	<b>11</b>
1.1.1 <b>Les caractéristiques individuelles favorables à l'entrepreneuriat: .....</b>	<b>12</b>
1.1.2 <b>Les diverses formes d'entrepreneuriat : .....</b>	<b>14</b>
1.2 <b>ENTREPRENARIAT ET DEVELOPPEMENT ECONOMIQUE ET SOCIAL :.....</b>	<b>15</b>
1.2.1 <b>Entrepreneuriat et conséquences économiques :.....</b>	<b>16</b>
1.2.2 <b>L'entrepreneuriat dans le secteur formel et dans le secteur informel :.....</b>	<b>16</b>
1.2.3 <b>La place des entreprises formelles dans le dynamise entrepreneurial :.....</b>	<b>16</b>
1.2.4 <b>Entrepreneuriat et développement social : .....</b>	<b>19</b>
1.2.5 <b>Les risques de l'entrepreneuriat. ....</b>	<b>18</b>
<b>SECTION 2 : CONCEPTS DE BASE DE LA THEORIE DE L'ENTREPRENEUR.....</b>	<b>19</b>
1.3 <b>DEFINITION DE L'ENTREPRENEUR : .....</b>	<b>19</b>
1.3.1 <b>L'entrepreneur à travers l'histoire économique. ....</b>	<b>19</b>
1.3.2 <b>Les caractéristiques de l'entrepreneur .....</b>	<b>21</b>
1.3.3 <b>Origines et typologies des entrepreneurs : .....</b>	<b>22</b>
1.3.3.1 <b>Origines des entrepreneurs:.....</b>	<b>23</b>
1.3.3.2 <b>Typologies des entrepreneurs :.....</b>	<b>24</b>
1.3.4 <b>Les Rôles de l'entrepreneur .....</b>	<b>32</b>

<b>CONCLUSION :</b> .....	<b>33</b>
<b>INTRODUCTION :</b> .....	<b>35</b>
<b>SECTION2 : IDENTIFIER LES PARCOURS ET LES LOGIQUES QUI CONDUISENT A L'ACTE D'ENTREPRENDRE.....</b>	<b>35</b>
1.4 LES FACTEURS QUI DETERMINENT L'ENTREPRENEUR : .....	35
1.4.1 Les facteurs psychologiques : .....	35
1.4.2 Les facteurs sociologiques et culturels :.....	36
1.4.3 Les facteurs économiques : .....	38
1.4.4 Les facteurs contextuels .....	39
1.5 CREATION ET REPRISE D'ENTREPRISE DES PROCESSUS :.....	40
1.6 LES MODALISATIONS DU PROCESSUS DE CREATION D'ENTREPRISE : .....	41
1.6.1 Le modèle de SHAPERO :.....	41
1.6.2 Le modèle PLEITNER : .....	43
1.6.3 Le modèle de LE MAROIS :.....	44
1.6.4 Le modèle de BRUYAT :.....	44
1.7 LES SYSTEMES D'ACTION : .....	46
1.8 LE TEMPS DU PROCESSUS CONTRAINT OU NECESSITE :.....	46
1.8.1 L'acteur et le système : composant clé de processus .....	47
1.9 LES LOGIQUES D'ACTION DES ENTREPRENEURS :.....	50
<b>SECTION 2 : LES ELEMENTS LIES A LA CREATION D'ENTREPRISE.....</b>	<b>54</b>
1.10 L'INTENTION ISSUE DE LA PSYCHOLOGIE SOCIALE DANS LA CREATION D'ENTREPRISE	54
1.11 CAPITAL HUMAIN ET PERFORMANCE DE L'ENTREPRISE : .....	55
1.12 L'EFFET DIFFERENCIE DES DETERMINANTS DE LA CREATION D'ENTREPRISES TOUS SECTEURS SUR LA CREATION DES ENTREPRISES TIC :.....	56
<b>SECTION 3 : NOTIONS GENERALES SUR LES TIC.....</b>	<b>57</b>
1.13 DEFINITION DES TIC .....	57
1.14 ROLE DES TIC DANS L'ECONOMIE :.....	59
1.15 L'EVOLUTION DE ROLE DES TIC .....	60
1.15.1 Description de l'évolution du rôle des TIC dans l'entreprise : .....	61
1.15.2 Avant l'arrivée des TIC .....	61
1.15.3 L'arrivée des TIC :.....	62

1.16	LES GRANDS USAGES DES TIC : .....	63
<b>INTRODUCTION :.....</b>		<b>64</b>
<b>SECTION 1 : APERÇU GLOBAL SUR LES ENTREPRISES DE LA WILAYA</b>		
<b>BEJAIA .....</b>		<b>64</b>
1.17	LES CARACTERISTIQUES DES ENTREPRISES DE LA WILAYA DE BEJAÏA :.....	64
1.18	REPARTITION DES EMPLOIS CREES PAR DAÏRA : .....	67
<b>SECTION 2 : PRESENTATION DE L'ENQUETE .....</b>		<b>70</b>
1.19	LES DETERMINANTS DE CREATION D'ENTREPRISES TIC .....	70
1.19.1	Présentation du questionnaire.....	71
1.19.2	Les caractéristiques du questionnaire.....	71
1.19.3	Présentation du choix des critères de notre échantillon .....	72
1.19.4	La diffusion du questionnaire.....	73
1.20	LES ENTREPRISES INTERROGEES .....	73
1.20.1	Taux de réponse .....	73
1.20.2	Représentativité géographique de l'échantillon.....	74
1.20.3	Représentativité par secteur et selon la taille des entreprises de l'échantillon .	75
<b>SECTION 3 : ANALYSE DES RESULTATS.....</b>		<b>77</b>
1.21	LES TRAITS DE PERSONNALITE (LES CARACTERISTIQUES DES INDIVIDUS) :.....	77
1.21.1	Le besoin de réalisation.....	77
1.21.2	Le contrôle.....	78
1.21.3	La tolérance au risque .....	79
1.21.4	La confiance en soi.....	80
1.21.5	La capacité a innové.....	81
1.22	LE CAPITAL SOCIAL .....	82
1.22.1	Rôle de capital social dans l'obtention des ressources entrepreneuriales dans le domaine des TIC. ....	82
1.22.2	Rôle de capital social dans l'obtention des ressources entrepreneuriales dans le domaine des TIC .....	84
1.22.3	le capital social comme support et encouragement pour créer une entreprise dans le domaine des TIC .....	85
1.23	LES VARIABLES BIOGRAPHIQUES .....	86

1.23.1	Âge: .....	86
1.23.2	Le genre :.....	87
1.23.3	La situation familiale (marié ou célibataire): .....	88
1.24	LE CAPITAL HUMAIN .....	88
1.24.1	La formation .....	89
1.24.2	L'expérience .....	89
1.24.3	Le niveau d'éducation :.....	90
1.25	LES DETERMINANTS ENVIRONNEMENTAUX DE LA CREATION D'ENTREPRISES TIC.....	91
<b>CONCLUSION :</b> .....		<b>92</b>
<b>CONCLUSION GENERALE :</b> .....		<b>93</b>
<b>OUVRAGES :</b> .....		<b>96</b>
<b>ANNEXE 1 : LE QUESTIONNAIRE</b> .....		<b>100</b>
<b>LE QUESTIONNAIRE :</b> .....		<b>101</b>

### **Le résumé**

La création d'une entreprise est un projet qui nécessite beaucoup d'investissements personnels et des prises de décisions importantes. Le créateur d'entreprise a parfois un peu de mal à savoir par où commencer et surtout comment s'y prendre.

De nos jours, la responsabilité des dirigeants d'entreprise n'est plus limitée à la recherche du profit. L'attitude vis à vis de l'environnement naturel, humain, et social est à prendre en compte. La réputation des entreprises dans ces domaines est même devenue un atout de compétition. On parle alors d'entreprise TIC.

La majorité des études, les déterminants de la création d'entreprises ne tiennent pas compte de la nature et les spécificités sectorielles. Certains facteurs peuvent avoir un impact différent dans le secteur TIC. En effet le capital humain, et le capital social devraient avoir une influence plus forte dans la création des entreprises dans le domaine des TIC.

Les déterminants environnementaux et les caractéristiques des individus, pourraient également contribuer à la création de nouvelles entreprises TIC.

### **Mots clés :**

Entrepreneuriat; Entrepreneur; Création D'entreprise; Dynamique Entrepreneuriale; PME, TIC; NTIC; Bejaia; développement local.