

Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche Scientifique
Université Abderrahmane Mira de Béjaïa
Faculté des Sciences Economiques, Commerciales
et des Sciences de Gestion

MÉMOIRE

En vue de l'obtention du diplôme de Magister
En Sciences de Gestion

Option : Management Economique des Territoires et Entrepreneuriat

Thème

***Dynamique entrepreneuriale et déterminants de la
création des PME dans la wilaya de Béjaïa***

Présenté par NASROUN Nacéra.

Sous la direction de : Pr BELATTAF M, Université de A/Mira Béjaïa

Devant le jury composé de :

Président : Pr KHERBACHI Hamid, Université de A/Mira de Béjaïa.

Rapporteur : Pr BELATTAF Matouk, Université de A/Mira Béjaïa

Examineurs : Pr MELIANI Hakim, UAFA Sétif

Dr BOUKRIF Moussa, MCA, Université de A/Mira Béjaïa.

Remerciements

Je tiens à exprimer ma sincère gratitude à mon directeur de mémoire, Monsieur le Pr. BELATTAF M, d'avoir accepté d'assurer la direction du présent mémoire. Je le remercie infiniment pour sa grande contribution à l'aboutissement de ce travail, sa disponibilité, ses judicieuses remarques et sa rigueur scientifique. Pour tout cela, je tiens à lui exprimé ma vive reconnaissance.

Mes remerciements s'adressent aussi aux membres du jury qui ont accepté de juger ce travail.

Je voudrai également remercier les entrepreneurs privés que nous avons enquêtés, pour avoir accepté de collaborer à ce travail en répondant soigneusement à nos questions.

Je tiens également à exprimer mes chaleureux remerciements à tous ceux qui ont contribué à l'élaboration de ce modeste travail.

Dédicaces

- *A la mémoire de ma très chère sœur HOURIA*
- *A mes très chers parents,*
- *A mon cher époux et mon très cher fils AYLANE,*
- *A ma famille et belle famille,*
- *A tous mes amis (es),*
- *A tous ceux et toutes celles qui me sont cher.*

Sommaire

Introduction générale.....	06
Chapitre I. Cadre théorique de l'entrepreneuriat	10
Introduction.....	10
1. Concepts de base de la théorie de l'entrepreneur.....	11
1.1. l'entrepreneur : principal acteur de l'entrepreneuriat.....	11
1.2. Nature et genèse de l'entrepreneuriat	18
1.3. les caractéristiques de l'entrepreneur	28
1.4. typologies des entrepreneurs	29
2. L'acte fondamental de l'entrepreneuriat : la création d'entreprise.....	33
Introduction	33
2.1. Généralités sur la création d'entreprise et la PME	34
2.2. La diversité des créations	39
2.3. Le processus de la création d'entreprise	40
2.4. Les difficultés rencontrées lors de la création d'entreprises	42
Conclusion	44
Chapitre II : Les déterminants de la création des PME.....	45
Introduction	45
1. La motivation dans le domaine de l'entrepreneuriat.....	46
1.1. Définition de la motivation.....	46
1.2. Comprendre l'acte entrepreneurial.....	46
2. Les motivations des entrepreneurs	53
2.1. Facteurs psychologiques.....	54
2.2. Facteurs sociologiques et culturels.....	57
2.3. Facteurs économiques	60
2.4. Facteurs contextuels	61
3. La place des PME dans le tissu économique	61
3.1. Rôle des PME dans la création d'emplois	64
3.2. Part des PME dans la croissance économique	65
3.3. PME source majeure de recettes à l'exportation.....	67
3.4. Les PME source d'innovation	69
Conclusion	71

Chapitre III : La dynamique entrepreneuriale en Algérie.....	72
Introduction.....	72
1. Les PME en Algérie :.....	73
1.1 Définition de la PME en Algérie.....	73
1.2 Cadre institutionnel des PME.....	74
1.3 Principales composantes de la PME et son évolution.....	77
1.4. La place des PME dans le tissu économique.....	82
1.5. Les contraintes face auxquelles se trouvent confrontées les PME algériennes.....	87
2. la PME privée dans la wilaya de Béjaia	88
2.1. Présentation de la wilaya.....	89
2.2.Présentation de la population des PME dans la wilaya de Béjaia.....	93
2.3.Répartition des PME privées.....	95
2.4.La place des PME privées dans le tissu économique.....	99
Conclusion.....	103
Chapitre IV : Analyse les résultats de l'enquête portant sur les déterminants de la création des PME au niveau de la wilaya de Béjaia...	104
Introduction.....	104
1. Méthodologie et organisation de la recherche	104
1.1. Objectif de l'enquête	104
1.2. La taille de l'échantillon.....	105
1.3. Elaboration du questionnaire	106
1.4. Déroulement de l'enquête.....	107
1.5. Le traitement et dépouillement des questionnaires	108
2. Analyse des résultats de l'enquête.....	108
2.1. Présentation des entrepreneurs et de leurs entreprises.....	108
2.2.Origines et antécédents des entrepreneurs	118
2.3. Les motivations à l'égard de la création d'entreprise	125
2.4. Les difficultés entravant la création d'entreprises et propositions.....	131
Conclusion	132
Conclusion Générale.....	134
Bibliographie.....	137
Annexes.....	147
Résumé.....	155

Liste des abréviations

ANAT : Agence Nationale de l'Aménagement Territorial

ANDI : Agence Nationale de Développement des Investissements

ANSEJ : Agence Nationale de Soutien à l'Emploi des Jeunes.

APSI : Agence de Promotion de soutien et de Suivi des Investissements

BTP : Bâtiments et Travaux Publics

CALPI : Comités d'Assistance, de Localisation et de Promotion des Investissements

CAM : Chambres de l'Artisanat et des Métiers

CAP : Croissance, Autonomie, Pérennité

CGPME : La Conférence Générale des PME

CNAS : Caisse Nationale d'Assurance Sociale

DPAT : Direction de la Planification et l'Aménagement du Territoire

EPE : Entreprise Publique Economique

EPIC : Etablissement Public à caractère Industriel et Commercial

EURL : Entreprise Unipersonnelle à Responsabilité Limitée

FGAR : Fonds de Garantie des prêts bancaires accordés aux PME

INAPI : Institut National Algérien de la Propriété Industrielle

OCDE : Organisation de Coopération pour le Développement économique

OMC : Organisation Mondiale du Commerce

ONS : Office National des Statistiques

PIB : Produit Intérieur Brut

PIC : Pérennité, Indépendance, Croissance

PME : Petite et Moyenne Entreprise

SARL : Sociétés à Responsabilité Limitée

SNC : Sociétés en Nom Collectif

SPA : Sociétés Par Actions

TPE : Très Petite Entreprise

UE : Union Européenne

Introduction générale

L'entrepreneuriat est un phénomène complexe qui au cours du temps et selon les pays a toujours signifié diverses choses. Plusieurs auteurs ont contribué à la définition de ce concept. Parmi ces auteurs, nous citons : Thierry Vestraete et Stevenson. Thierry Vestraete a défini l'entrepreneuriat comme étant un phénomène combinant un individu et une organisation. Selon lui, l'un se définit par rapport à l'autre et vice versa. Ainsi, le terme entrepreneuriat décrit une relation symbiotique entre un entrepreneur et une organisation. L'entrepreneur agit, structure et engage son environnement à des fins socio-économiques. Son action induit du changement et conduit à une modification partielle d'un ordre existant. L'entrepreneuriat selon Stevenson est le processus qui amène des personnes à envisager la propriété d'une entreprise comme une option ou solution de carrière viable, à arriver avec des projets d'entreprise, à apprendre à devenir des entrepreneurs, à lancer et à développer une entreprise.

Une des définitions les plus courantes de l'entrepreneuriat consiste à l'associer, parfois de façon synonymique, à la création d'entreprise. Celle-ci est devenue aujourd'hui le mot d'ordre en matière de développement. Face aux défis de la mondialisation, l'entrepreneuriat devient un moyen pour les milieux d'assurer leurs capacités d'innovation et leur compétitivité. La capacité des nouvelles entreprises à générer de la croissance économique, des emplois et de l'innovation justifie d'ailleurs amplement l'intérêt qu'elles suscitent. Elles sont considérées comme sources de richesses et de prospérité. Elles sont, aussi, considérées comme la solution à tous les maux auxquels la société et l'économie sont confrontées et c'est ce qui explique l'intérêt des Etats et des collectivités territoriales à prendre des mesures qui sont destinées à stimuler l'esprit d'entreprise.

L'acte entrepreneurial est une démarche de création visant la satisfaction de besoins spécifiques du porteur dans une recherche de la meilleure adéquation avec les besoins de l'environnement.

L'intérêt de l'Algérie pour la PME a été tardif, ce n'est que vers la fin des années 80, en conséquence de choc pétrolier de 1986 que l'initiative privée a été enfin libérée. L'Etat a commencé à se désengager progressivement de la sphère économique, notamment en matière d'investissement, laissant le champ à l'initiative privée. Ce qui a été concrétisé par la création du ministère de la PME en 1992, la promulgation du code des investissements en 1993 et la

mise en place de différents dispositifs de création d'entreprises (ANDI 'ex APSI', ANSEJ...). Plusieurs mesures ont été prises et des institutions sont créées afin de soutenir l'initiative individuelle. Comme conséquence, il y a eu une éclosion de petites et moyennes entreprises dans plusieurs wilayas et régions.

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

En 2009, elle occupe la quatrième place au niveau national avec 15 517 PME privées¹ soit 4,48% du nombre total des PME privées enregistrées en Algérie (soit une évolution de 10,76% par rapport à l'année précédente). La majorité des entreprises de la wilaya sont créées à partir de 1995 grâce à la mise en place d'un certain nombre de dispositifs en faveur de la création d'entreprises. Elles sont pour la quasi-totalité des PME. Ces entreprises se répartissent de manière très inégale, avec une concentration sur un nombre restreint de communes.

Objectif de la recherche

La capacité de création d'entreprises est pour chaque pays, la résultante de nombreux facteurs liés aux opportunités et aux potentialités individuelles, à l'environnement économique, aux interventions de l'Etat et aux aspects culturels de la création d'entreprise (la culture, les valeurs et les institutions de base). Le but de notre réflexion consiste à étudier un certain nombre de questions, ayant une grande portée pour la compréhension de la problématique de l'activité entrepreneuriale dans la wilaya de Béjaïa et ceci, en portant une attention particulière sur les différents aspects entourant ce phénomène. Plus précisément, l'objectif de notre recherche est double : elle veut étudier d'une part, les caractéristiques particulières, les comportements et les attitudes de l'entrepreneur privé de la wilaya de Béjaïa et de l'autre, évaluer l'impact des PME sur le développement économique dans la wilaya. Notre travail de recherche vise à répondre à plusieurs interrogations :

Quelles sont les motivations des entrepreneurs qui sont à l'origine de la création de leur entreprise ? Quels sont ses profils ? Quelles sont ses origines sociales et professionnelles ? Quels sont les déterminants essentiels de son action ? Quels sont ses objectifs ? Quelles sont les caractéristiques de son entreprise ? Quelles sont les trajectoires sociales et économiques

¹ : Bulletin d'information des statistiques du ministère de la PME et de l'Artisanat 2009.

des entrepreneurs ? Quel est l'impact de la création des PME sur le développement économique de la région ?

Hypothèses de travail

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

H1 : La disponibilité des moyens de financement qui permet aux entrepreneurs de se lancer en affaire, soit par leur propre moyen ou à l'aide de certains organismes.

H2 : L'entrepreneur privé, cherche à investir essentiellement dans les secteurs à faible intensité capitalistique et offrant des taux de rentabilité élevés (l'agro-alimentaire, les matériaux de construction...).

H3 : La plupart des entrepreneurs privés de la wilaya de Béjaia, proviennent de famille; les parents (un des parents entrepreneur ou les deux) ou autres personnes proches sont des entrepreneurs. Autrement dit, Le background entrepreneurial familial favorise le développement de la motivation entrepreneurial chez les entrepreneurs.

H4 : la formation professionnelle et la recherche universitaire en général et celle en entrepreneuriat affectent positivement la décision des entrepreneurs à créer leur propre entreprise.

H5 : Le dynamisme entrepreneurial peut être expliqué par l'existence des infrastructures (port, aéroport, axe routier et université), des actions d'encouragement à l'activité qui émanerait des collectivités locales (wilaya, commune) pour pouvoir développer des politiques attractives pour l'investissement.

L'intérêt du thème

L'intérêt de notre étude est double ; le premier : est de cerner le phénomène de la création des entreprises en Algérie en essayant de comprendre les caractéristiques, les facteurs, les motivations et les différentes attitudes des entrepreneurs privés qui sont à l'origine de la création de leur entreprise ; le second : consiste à fournir au large public (chercheur et praticien) quelques éléments de réponse, qui traite la problématique de l'entrepreneuriat privé dans la wilaya de Béjaia.

Afin de répondre à ces questions et pouvoir, à la fois, identifier les facteurs influençant les entrepreneurs à créer leur entreprise et l'impact de ces créations sur le développement économique, nous adoptons une approche essentiellement exploratoire. Notre étude est réalisée à l'aide d'une enquête par un questionnaire administré auprès d'un échantillon

représentatif, qui est composé de 100 PME privées, qui se localisent au niveau de la wilaya de Béjaia.

Structure du travail

Cette thèse tente de décrire et d'expliquer la dynamique entrepreneuriale dans la wilaya de Béjaia. L'idée centrale de notre recherche est de comprendre les déterminants qui contribuent à la création des petites et moyennes entreprises privées et quel est l'impact de ces PME sur le développement régional. Pour cela, nous avons divisé notre travail en quatre chapitres essayant, ainsi, de répondre à nos questions de départ.

Le premier chapitre sera consacré à présenter : premièrement, quelques approches et théories principales de la notion d'entrepreneur car ce dernier a été considéré, par plusieurs auteurs, comme l'acteur fondamental de l'entrepreneuriat. Deuxièmement, l'acte fondamental de l'entrepreneuriat qui est la création d'entreprise.

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

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

L'objet du dernier chapitre s'articule autour de l'enquête que nous mènerons auprès d'un échantillon de PME dans la wilaya de Bejaia. Les résultats nous permettront de répondre aux préoccupations de notre problématique. Les éléments essentiels de ce chapitre concerneront la présentation de la méthodologie à suivre dans l'accomplissement de l'enquête et l'analyse des résultats obtenus de cette enquête.

Chapitre I. Cadre théorique de l'entrepreneuriat

Introduction

L'entrepreneuriat est devenu aujourd'hui un enjeu majeur pour la quasi-totalité des pays. Les divers avantages qu'il génère justifient amplement l'intérêt grandissant qu'il suscite. Par ailleurs, à côté de son contribution dans la création d'emploi et du renouvellement du tissu économique, l'entrepreneuriat peut apporter de l'intérêt aux individus qui peuvent trouver dans des situations entrepreneuriales (et plus particulièrement la création d'entreprise) des sources de satisfaction.

Le mot entrepreneur constitue la racine du terme qui définit la discipline de l'entrepreneuriat, l'intérêt porté à ce domaine est lié au renouveau d'attention pour la petite entreprise dont l'entrepreneur est le personnage emblématique.

L'entrepreneur est en premier lieu, celui qui entreprend, qui organise. Le verbe « entreprendre » désignant lui-même le fait de mettre à l'exécution un projet nécessitant de longs efforts, la réunion de moyens, une coordination. A titre d'exemple, entreprendre des études, des recherches. Engager une opération commerciale ou industrielle, entreprendre la construction des ponts, l'ouverture des routes et des canaux. En second lieu, et au sens économique du terme, l'entrepreneur est une personne qui engage des capitaux et utilise une main-d'œuvre salariée en vue d'une production déterminée.

L'entrepreneuriat est un phénomène qui existe depuis longtemps mais il reste très difficile d'en donner une définition qui fera l'unanimité. Nombre d'auteurs abordent cependant l'entrepreneuriat à partir de l'acte d'entreprendre initié par un auteur / acteur principal (Bruyat 2000), qui est l'entrepreneur.

Nous porterons donc notre attention sur quelques approches et théories principales de la notion d'entrepreneur dans la première section, la deuxième sera consacrée à l'acte fondamental de l'entrepreneuriat qui est la création d'entreprise.

1. 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 économistes classiques et contemporains en entrepreneuriat à élaborer plusieurs théories.

1.1. L'entrepreneur : principal acteur de l'entrepreneuriat

La compréhension du phénomène de l'entrepreneuriat ne peut se réaliser avec une simple synthèse des définitions élaborées par plusieurs concepteurs. Chaque auteur explique avec une manière différente le concept et la façon dont il approche ce phénomène. C'est pour cette raison qu'il est intéressant d'exposer dans ce qui suit l'évolution de la théorie de l'entrepreneur. Le concept d'entrepreneur a beaucoup évolué dans le temps et dans l'espace ceci, en relation directe avec la complexification de l'activité économique.

1.1.1. Evolution de la théorie de l'entrepreneur

La première manifestation pratique de l'activité entrepreneuriale remonte jusqu'à la période du capitalisme marchand qui se développe à partir de XII siècle. MARCO POLO est un exemple précoce d'intermédiaire qui a tenté d'instaurer des liaisons commerciales avec l'Extrême-Orient. En concluant un contrat avec un bailleur de fonds pour la vente de ses marchandises. Ce contrat a pris la forme d'un prêt consenti à l'aventurier marchand, au taux de 22,5% assurance comprise. Dans ce cadre, le capitaliste était un preneur de risque passif, alors que l'aventurier marchand assumait tous les risques physiques et émotionnels c'est-à-dire que celui-ci jouait un rôle actif dans le négoce. Notons enfin, que si le voyage se terminait bien, le capitaliste prenait l'essentiel des profits (jusqu'à 75 %) alors que le marchand entrepreneur se contentait des 25% restants.

Au Moyen Age, le terme entrepreneur servait à décrire à la fois un acteur et une personne qui gérait de vastes chantiers de production sans prendre de risque. Autrement dit, cette personne se contentait de gérer le chantier en utilisant les ressources qui lui étaient fournies. A titre d'exemple, la personne chargée de grands travaux d'architecture était un entrepreneur typique du Moyen Age.

C'est au XVII siècle qu'il y avait l'apparition du concept de risque qui est lié à la notion d'entrepreneur. Dans cette époque, l'entrepreneur étant considéré comme une personne qui se liait par contrat avec les pouvoirs publics. Le prix du contrat étant fixe, c'est cette personne qui supportait des risques de profit ou de perte car celle-ci se livre souvent à des activités

spéculatives, autrement dit, « l'entrepreneur était une personne qui entretenait une relation contractuelle avec le gouvernement, pour un service ou la fourniture de marchandises »².

Au XVIII^e siècle, l'entrepreneur fait son entrée dans la théorie économique avec Richard Cantillon, en distinguant trois catégories d'acteurs, les propriétaires, ensuite les fermiers, et enfin les entrepreneurs qui appartiennent à un dernier groupe très hétérogène, dans lequel se trouvent aussi bien les marchands, les bouchers, les boulangers, les manufacturiers... Cantillon décrit cet acteur comme un agent de direction de la production et du commerce qui supporte seul les risques liés aux contraintes du marché et aux fluctuations des prix. L'entrepreneur de Cantillon effectue des achats à prix certains pour se procurer toutes les ressources nécessaires à sa production. Ses ventes et ses recettes sont, par contre, aléatoires, ce qui rend incertaine l'espérance de profit. C'est donc quelqu'un qui sait saisir une opportunité en vue de réaliser un profit, mais qui doit en assurer les risques.

Notons aussi que, l'entrepreneur décrit par Cantillon, est dans une situation inverse de celle de l'entrepreneur des travaux publics, car ce dernier vend à un prix certain, c'est son coût qui est incertain alors que l'entrepreneur de Cantillon achète à un prix certain, c'est le montant de sa recette totale et donc son résultat d'exploitation qui est incertain.

Aux cours de XVIII^e siècle, le détenteur de capital se différencie de celui qui avait besoin d'un capital. Autrement dit, les économistes ont distingué entre le rôle de l'entrepreneur et celui du fournisseur de capitaux. Ce dernier rôle est la raison d'être des professionnels du capital-risque. A titre d'exemple, nous citons Thomas EDISON qui était un utilisateur de capitaux car il trouva auprès de sources privées les capitaux nécessaires pour faire ses expériences et mettre au point ses inventions dans les domaines plus complexes de l'électricité et de la chimie.

A la fin de XIX^e siècle et au début du XX^e siècle, les économistes confondaient souvent entre les entrepreneurs et les managers. La définition suivante nous permet de voir cette confusion : « l'entrepreneur organise et fait fonctionner une entreprise en vue de réaliser un gain personnel. Il paie au prix en vigueur les matériaux consommés par l'entreprise, le terrain qu'elle utilise, les services des gens qu'il emploie et les capitaux dont il a besoin. Il apporte sa propre initiative, son talent et son habilité, en planifiant, en organisant et en administrant l'entreprise. Il assume aussi la possibilité de perte ou de gain provenant de circonstances imprévues et incontrôlables. Le reliquat net des recettes annuelles de l'entreprise après

² : Boutillier S, Uzunidis D : « l'entrepreneur : une analyse socio-économique », Economica, Paris, 1995, P.8.

paiement de tous les coûts lui reste acquis. »³ A titre d'exemple, Andrew Carnegie qui n'a rien inventé mais il a en revanche adapté et arrangé de nouvelles technologies et de nouveaux produits pour en faire des résultats économiques.

Au milieu de XX siècle, apparaît la notion selon laquelle l'entrepreneur est un innovateur. « La fonction des entrepreneurs consiste à réformer ou à révolutionner le mode de production en exploitant une invention ou, plus généralement, une possibilité technologique inédite afin de produire un nouveau bien ou d'en produire un ancien d'une façon nouvelle, en inaugurant une nouvelle source de fourniture de matières premières ou un nouveau site de production, en réorganisant un nouveau secteur d'activité. »⁴

1.1.2. Les principales théories de l'entrepreneur

Il existe plusieurs théories qui sont liées à l'entrepreneur, chaque une d'elles s'appuyant sur un aspect particulier de l'entrepreneur. Nous essayerons d'en exposer les plus significatives :

1.1.2.1. L'entrepreneur dans la pensée classique

Les économistes classiques ne parlent ni de l'entreprise, ni de l'entrepreneur en tant que tel. Leur analyse est macroéconomique. Ils cherchent à expliquer le mouvement d'ensemble de l'économie, comment la richesse est produite et comment elle circule. Avant les économistes classiques, selon le physiocrate F. Quesnay, l'entrepreneur fait partie de la classe stérile, et ne crée pas de richesses mais il la fait juste circuler.

❖ Jean Baptiste Say

J-B. Say (1767-1823) est avec Cantillon et Schumpeter, l'un des trois pères fondateurs de la théorie économique de l'entrepreneur. Il définit l'entrepreneur comme l'intermédiaire entre le savant qui produit la connaissance et l'ouvrier qui l'applique à l'industrie. Il définit avec précision les qualités qui doivent être celles d'un entrepreneur. L'ensemble de ces qualités forme le métier de l'entrepreneur :

1/ L'entrepreneur est l'agent principal de la production. Son travail est productif au même titre que celui de l'ouvrier et du savant;

2/ l'entrepreneur doit être doté d'une capacité de jugement, c'est-à-dire qu'il doit juger des besoins et surtout des moyens de les satisfaire. Ce genre de travail exige des qualités morales dont la réunion n'est pas commune;

³ : Robert D. Hisrich, Michael p. Peters : « entrepreneurship : lancer, élaborer et gérer une entreprise », *Economica*, 1991, P.9

⁴ : *Idem*, P.9

3/ L'entrepreneur ne doit pas s'en remettre à la routine. Il doit sans cesse innover. Mais avant tout, comme le soulignera aussi plus tard J. Schumpeter, l'entrepreneur doit vaincre le conservatisme et la méfiance des banquiers.

Dans la pensée de Say⁵, diriger et organiser d'une part, prendre des risques, d'autre part, sont les deux traits les plus caractéristiques de l'activité de l'entrepreneur.

❖ *L'entrepreneur, le manager et l'actionnaire : A. Marshall (1842-1924)*

L'entrepreneur chez Alfred Marshall s'applique à résoudre des problèmes complexes de production par « essai et erreur ». Selon A. Marshall, l'entrepreneur doit posséder de multiples qualités :

1/ *prospective* : estimer les chances de succès et bien poser les risques lorsqu'il décide d'investir ;

2/ *gestion des ressources humaines* : Il faut savoir trier les hommes en sélectionnant ceux qui sont faits pour le travail physique dur ; et ceux appelés à exercer leur jugement, leur sagacité. L'entrepreneur doit aussi avoir les qualités d'un psychologue : savoir deviner le caractère de ses subordonnés tout en les traitant avec fermeté, tact, confiance et sympathie ;

3/ *Innovation et veille technologique* : L'entrepreneur doit être en état de « veille technologique », et pour ce faire, il doit avoir une connaissance intelligente de la technologie de l'affaire qu'il entreprend et une certaine aptitude à favoriser ses progrès ;

4/ *organisation et coordination* : c'est une tâche que l'entrepreneur ne peut déléguer, celle qui consiste à surveiller l'évolution de l'industrie et du commerce. Ce qui exige une attention continue et diligente sur les relations réciproques entre les différents services de l'entreprise. L'entrepreneur doit coordonner l'exécution de plusieurs tâches simultanément.

Les petites entreprises sont pour Marshall les meilleures éducatrices de l'initiative et de la souplesse d'adaptation, nécessaires au progrès industriel. Ainsi, petites et grandes entreprises se partagent le marché. Les premières s'en remettent au dynamisme de l'entrepreneur pour ne pas faire faillite. Les secondes sont à même de mener une action de long terme grâce aux capitaux qu'elle mobilise.

Marshall (1971) assimile l'entrepreneur au manager. Selon lui, « la nouvelle organisation industrielle a permis un transfert et reconfiguration de la responsabilité et de la fonction de direction qui étaient alors la propriété d'un seul individu. Cette forme est en train d'être

⁵ : Azzedine TOUNES, « l'entrepreneur : l'odyssée d'un concept », n° 03-73, P.6

supplantée par d'autres où l'autorité suprême est répartie entre plusieurs associés ou même entre un grand nombre d'actionnaires. »⁶

1.1.2.2. L'entrepreneur dans la pensée contemporaine

Les économistes contemporains, qui placent l'entrepreneur au centre de l'économie, ont beaucoup de difficultés pour définir avec précision l'entrepreneur en tant qu'agent économique. Ils ne cherchent pas à le définir en expliquant son parcours professionnel, son origine sociale, ce qu'il fait, mais à mettre en avant son apport particulier dans le fonctionnement de l'économie.

❖ La théorie de l'inefficience X de LEIBENSTEIN

La théorie d'inefficience X s'intéresse au degré d'inefficience dans l'utilisation des ressources au sein de la firme. Elle représente la mesure dans laquelle la firme ne parvient pas à atteindre son potentiel productif, soit parce que les ressources sont employées de manière inappropriée, soit parce qu'elles sont gaspillées.

Pour LEIBENSTEIN, c'est la vigilance de l'entrepreneur à l'égard du déséquilibre qui le distingue des autres agents. Il considère les fonctions de l'entrepreneur comme une réponse créative à l'inefficience X ("gap-filler") et une transformation des facteurs de production ("input-transformer"). En insistant sur le fait qu'il n'y a pas de théorie universelle de développement, il note que l'entrepreneur est le moteur de la croissance.

❖ La vigilance de l'entrepreneur : I. KIRZNER

Pour KIRZNER, les opportunités de profit naissent de déséquilibre. L'entrepreneur doit être vigilant pour détecter puis exploiter ces opportunités qui peuvent se présenter. L'entrepreneur se présente donc comme l'agent économique qui exploite l'ignorance et révèle l'information. Il met en évidence la vigilance entrepreneuriale, qui se définit « comme une sorte de capacité particulière des entrepreneurs à acquérir l'information de façon spontanée. Cette capacité se manifeste par la faculté de percevoir les opportunités offertes par le marché »⁷. Grâce à cette qualité, l'entrepreneur sait comment combiner les facteurs de production et dans quelles proportions, et également comment trouver les personnes disposant des informations dont il a besoin pour trouver des sources de profit.

⁶ : Idem, P.8

⁷ : Sophie BOUTILLIER, « l'économie de l'entrepreneur ou l'entrepreneur deus ex machina du capitalisme », mars 2007, n° 146, P.16.

❖ *Le risque et l'incertitude : F. KNIGHT*

KNIGHT relie la fonction entrepreneuriale et la prise de risque, en insistant sur le fait que l'entrepreneur prend des décisions dans un contexte de grande incertitude, et d'incertitude non probabilisable. Cette dernière signifie, dans la terminologie de KNIGHT, qu'un agent économique ne peut, à partir de l'expérience passée, effectuer des probabilités des événements futurs. Il est alors impossible d'appliquer les méthodes probabilistes pour orienter la prise de décision. Dans ce contexte, la prise de décision ne peut relever de méthodes routinières du calcul économique. F. KNIGHT attribue le profit à celui qui supporte l'incertitude, mais le risque ne suscite aucun profit.

Selon KNIGHT, les entrepreneurs sont d'une part, des individus ayant le plus haut niveau de prévisions, leur permettant de prendre des décisions de production et ont, d'autre part, une confiance en leurs propres jugements et une bonne perception sur les autres. Le profit que reçoit les entrepreneurs une rémunération juste car elle est le produit de l'incertitude et du risque pris.

❖ *SCHUMPETER et l'entrepreneur innovateur*

Joseph Schumpeter introduisait dans son livre de 1942 « capitalisme, socialisme et démocratie » une nouvelle conception de l'entrepreneur, en lui reconnaissant une activité spécifique qu'est l'innovation. Selon J. Schumpeter, l'entrepreneur est un agent économique à part entière, sa fonction consiste à innover et mettre en place de nouvelles combinaisons de facteurs de la production. D'après lui, l'entrepreneur est le moteur du progrès technique.

Tous les cas concrets désignés par là se rangent sous cinq catégories :

1/ la fabrication d'un bien nouveau, c'est-à-dire qui n'est, pas encore familier au cercle de consommateurs, à la clientèle considérée.

2/ l'introduction d'une méthode de production nouvelle, c'est-à-dire qui est encore pratiquement inconnue dans la branche d'industrie ou de commerce considérée ;

3/ la conquête d'un nouveau débouché c'est-à-dire la recherche d'un nouveau marché où l'industrie intéressée n'avait pas encore pénétré.

4/ la conquête d'une source nouvelle de matières premières.

5/ la réalisation d'une nouvelle organisation de la production.

Pour Schumpeter, seuls les individus capables d'innover méritent l'appellation d'« entrepreneurs », ils sont doués d'imagination et font preuve d'initiative et de volonté. Ils assurent le passage entre le monde scientifique de la découverte et des inventions, et le monde économique des innovations. Selon lui, « sans évolution, pas de profit. Sans profit, pas

d'évolution »⁸, la liaison profit-innovation apparaît duale, d'une part, l'innovation est la seule façon active de s'attribuer un profit, d'autre part, le profit est la rémunération de l'innovation qui est la récompense accordée à l'entrepreneur dynamique.

Enfin, pour achever ce paragraphe, le tableau n°1 présente d'une façon plus détaillée l'évolution de la théorie de l'entrepreneuriat et du mot entrepreneur :

Tableau n°1 : Evolution de la théorie de l'entrepreneuriat et du mot entrepreneur :

Moyen Age : acteur et personne responsable de grands chantiers de production.
XVII ^e siècle : personne qui supporte les risques de profit ou de perte dans un contrat à prix fixe avec les pouvoirs publics.
1725 : Richard Cantillon— distinction de la personne qui prend les risques et de celle qui fournit les capitaux.
1797 : Beaudeau— la personne qui supporte les risques, qui prévoit, supervise, organise et possède.
1803 : Jean Baptiste Say— les profits de l'entrepreneur sont distincts des profits du capital.
1876 : Francis Walker— distinction entre les bailleurs de fonds qui reçoivent un intérêt et ceux dont le profit est dû à leurs compétences de gestionnaire.
1934 : Joseph Schumpeter— l'entrepreneur est un innovateur, il met en œuvre une technologie inédite.
1961 : David McClelland— l'entrepreneur est une personne dynamique, qui prend des risques calculés.
1964 : Peter Drucker— l'entrepreneur maximise les opportunités.
1975 : Albert Shapero — l'entrepreneur prend une initiative, organise des mécanismes socio-économiques et accepte le risque de l'échec.
1980 : Karl Vesper— les économistes, les psychologues, les praticiens de l'entreprise et les hommes politiques ne voient pas l'entrepreneur de la même façon.
1983 : Gifford Pinchot — l'intrapreneur est un entrepreneur au sein d'une organisation préexistante.
1985 : Robert Hisrich — l'entrepreneuriat est le processus qui consiste à créer quelque chose de différent et possédant une valeur, en lui consacrant le temps et le travail nécessaires, en assumant les risques financiers, psychologiques et sociaux correspondants et à en recevoir les fruits sous forme de satisfaction pécuniaire et personnelle.

Source : Robert D. Hisrich, Michael p. Peters : « entrepreneurship : lancer, élaborer et gérer une entreprise », *Economica*, 1991, P.7

⁸ : Azzedine TOUNES, « l'entrepreneur : l'odyssée d'un concept », n° 03-73, P.10

1.2. Nature et genèse de l'entrepreneuriat

La plupart des définitions de l'entrepreneuriat⁹ s'accordent pour dire qu'il s'agit d'un type de comportement englobant : une prise d'initiative, l'organisation et la réorganisation des mécanismes économiques et sociaux dans le but d'exploiter des ressources et des situations, et enfin l'acceptation du risque ou de l'échec.

Avant de définir l'entrepreneuriat, nous allons commencer d'abord par présenter les différentes écoles de pensée qui structurent les conceptions de l'entrepreneur, car celui-ci est considéré comme étant la pierre angulaire de toute recherche en entrepreneuriat. Il est vu comme un innovateur, un coordinateur de ressources ou un chercheur d'opportunités.

1.2.1. Définition de l'entrepreneur

L'entrepreneur représente l'essence ou le cœur même de l'entrepreneuriat. Il innove en fonction des opportunités qui se présentent, mais aussi organise les ressources pour produire et commercialiser, tout en cherchant son intérêt. Au sens économique, l'entrepreneur est celui qui combine des ressources, de la main-d'œuvre, des matières premières et d'autres actifs pour leur donner une valeur plus grande qu'auparavant, ou encore celui qui introduit des changements, des innovations et un ordre nouveau. Cette définition prend en considération les éléments valorisés par les différentes théories de l'entrepreneur, à savoir : la coordination et l'affectation des ressources, l'innovation et la prise de risque.

Pour présenter les principales écoles de pensée en entrepreneuriat, nous avons basé sur les travaux de J. B. Cunningham et J. Lischeron (1991) qui nous semblent couvrir d'une façon assez complète le champ ;

L'école des « grands hommes », voit les grands entrepreneurs comme des êtres exceptionnels, intuitifs, à l'instinct inné. Ils sont aussi de grands leaders et ont besoin des qualités de leadership pour réussir (capacité de présenter ses idées, ses visions, d'inspirer les autres, de motiver, habiletés intuitives pour détecter les problèmes, instinct, etc.). L'entrepreneur a une capacité instinctive, un sixième sens, des traits de caractère et une intuition innés.

L'école des caractéristiques psychologiques met l'accent sur les facteurs personnels et les valeurs uniques des entrepreneurs. A. Fayolle résume cette école de pensée en indiquant que l'entrepreneur a des caractéristiques psychologiques uniques (valeurs, attitudes, besoins) qui le guident dans le processus entrepreneurial. Parmi celle-ci, nous notons principalement le

⁹ : Robert D. Hisrich, Michael p. Peters : « entrepreneurship : lancer, élaborer et gérer une entreprise », Economica, 1991, P.11

besoin de réalisation, d'indépendance, le contrôle interne, la prise de risques, la tolérance de l'ambiguïté en même temps que des valeurs d'honnêteté, de sens du devoir, de responsabilité et d'éthique. T. Verstraete ajoute l'imagination, la confiance en soi, l'enthousiasme, la ténacité, le goût par la direction et la résolution de problèmes.

L'école classique s'intéresse particulièrement à la création d'une nouvelle organisation, à l'innovation et à l'identification des opportunités. Elle stipule que la fonction essentielle de l'entrepreneur est l'innovation et l'introduction de nouvelles combinaisons des moyens de production. De ce fait, l'entrepreneur génère des opportunités grâce aux fruits de ses recherches. Cette école note aussi que la créativité est souvent associée à des comportements antisociaux et que le créateur, motivé par des besoins très personnels et ne s'intéresse pas aux réactions des autres.

L'école du management : Les entrepreneurs sont des organisateurs de processus de création de richesses économiques. Ce sont des personnes qui organisent, qui gèrent et qui assument le risque. Bygrave (1994) écrit que l'entrepreneur est quelqu'un qui perçoit des opportunités et qui crée une organisation pour l'exploiter.

L'école du leadership : L'entrepreneur est un leader qui sait animer des équipes et conduit les hommes vers l'atteinte des buts et objectifs assignés. Il a une capacité à adapter son style aux besoins des gens. L'entrepreneur joue un rôle dans la motivation, la direction et la conduite de son personnel.

Enfin, *l'école de l'intrapreneurship* a évolué en réponse au manque d'innovation et d'une insuffisante capacité de réaction dans un monde où tout s'accélère. L'intrapreneuriat est vu comme une réponse à ces difficultés. Des comportements entrepreneuriaux, individuels ou collectifs, comme l'orientation vers les opportunités, peuvent permettre à des entreprises d'innover, de se développer et de diversifier leurs activités dans d'autres domaines.

Les résultats de la recherche de Fayolle (1999) montrent que l'entrepreneur apparaît, en effet, à certains, comme un individu peu ordinaire, doté de caractéristiques psychologiques uniques, voire même une capacité intuitive à entreprendre. Il apparaît à d'autres plutôt comme un manager capable d'innover, d'organiser et d'agir et disposant d'une capacité de leadership. A d'autres encore, il apparaît comme un détecteur d'opportunités, capable d'évoluer dans des situations et des contextes très différents liés à des entreprises existantes ou en voie de création.

Le tableau n°2 illustre d'autres définitions de la notion d'entrepreneur en fonction des écoles de pensée :

Tableau n° 2: Les définitions de l'entrepreneur en fonction des écoles de pensée

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

Source : Cécile Fonrouge, « Entrepreneur / manager : deux acteurs d'une même pièce », P.7

1.2.2. Définition de l'entrepreneuriat

La littérature relative au concept d'entrepreneuriat propose une grande variété de définitions, puisque celui-ci expose plusieurs manifestations. Selon Verstraete (2000) «L'entrepreneuriat est un phénomène trop complexe pour être réduit à une simple définition, son intelligibilité nécessitant une modélisation. Cette complexité exclut la possibilité d'une délimitation stricte et univoque de ses frontières sémantiques»¹⁰. Il a défini l'entrepreneuriat comme « un phénomène conduisant à la création d'une organisation impulsée par un ou plusieurs individus s'étant associés pour l'occasion »¹¹. Verstraete T. (1999)¹² considère l'entrepreneuriat comme un phénomène complexe qui peut être un type particulier d'organisation lancé par un entrepreneur qui agit pour atteindre ses objectifs. Ce terme d'entrepreneuriat contient le mot entrepreneur, donc la démarche entrepreneuriale est impulsée par l'individu. Pour cet auteur, ce concept est défini comme un champ d'étude scientifique qui présente un modèle construit, lequel est composé de trois dimensions : la

¹⁰ : Verstraete T., Histoire d'entreprendre : les réalités de l'entrepreneuriat, Editions EMS, 2000, p11

¹¹ : Thierry VESTRAETE, Alain FAYOLLE, « paradigmes et entrepreneuriat », revue de l'entrepreneuriat, vol 4, n° 1, 2005, P 37.

¹² : VESTRAETE T., Entrepreneuriat : connaître l'entrepreneur, comprendre ses actes, L'Harmattan 'économie et innovation, 1999, p24-46

dimension cognitive (dite la pensée stratégique, la réflexivité¹³, connaissances et expériences de l'entrepreneur), la dimension structurelle (la structure) et la dimension praxéologique (les positionnements et la mise en place d'une configuration organisationnelle).

Selon JULIEN et MARCHESNAY¹⁴, le mot entrepreneuriat a été choisi au Québec par le conseil de la langue française, au détriment du terme franglais « entrepreneurship ». Ce mot désigne « l'état (la qualité) de celui ou de ceux qui sont entrepreneurs. Cet état résulte de plusieurs facteurs plus ou moins complémentaires, l'esprit d'entreprise, la création d'entreprise et l'action d'entreprendre ou de conduire une entreprise en étant entrepreneur. »¹⁵

L'esprit d'entreprise peut être défini « comme l'aptitude d'un individu, d'un groupe social, d'une communauté à : prendre des risques pour engager des capitaux (pour investir) dans une sorte d'aventure (une entreprise), consistant à apporter quelque chose de neuf (l'innovation), de créatif, ceci en employant et en combinant de la façon la plus performante possible des ressources diverses. »¹⁶

L'entrepreneur est en ce sens un joueur qui mise sur le futur, le plus souvent à partir d'un projet innovant, car il engage des ressources dans ce projet risqué, avec l'espoir de réaliser des gains substantiels.

L'entrepreneuriat est un processus de création de valeur par de « nouvelles combinaisons productives » qui constituent un formidable levier de croissance et d'innovation (Schumpeter, 1912). Par ailleurs, l'entrepreneuriat¹⁷ est aussi une dynamique de changement pour l'individu, ce dernier, en s'investissant dans la création de son entreprise, est susceptible de changer de savoir-faire, d'attitude, de valeurs, de statut social, etc. En ce sens, l'entrepreneuriat gagne à être compris comme une dialogique individu/création de valeur, c'est-à-dire une boucle où deux logiques sont à l'œuvre, celle de l'individu qui agit et impulse la création de valeur (le projet, l'entreprise...) et celle de l'objet qui occupe une part prépondérante dans sa vie (son activité, ses buts, ses moyens...), qui contraint et façonne celui qui le construit.

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

¹³ : La réflexivité correspond à la capacité de l'individu à interpréter l'action dans son cours, à sa capacité de comprendre ce qu'il fait pendant qu'il le fait, donc aussi à apprendre dans l'action.

¹⁴ : JULIEN P A, MARCHESNAY M, « L'entrepreneuriat », Economica, Paris, 1996, P 8.

¹⁵ : Boislandelle H. M, « Dictionnaire de gestion : vocabulaire, concept et outils, Economica, Paris, 1998, P.146

¹⁶ : JULIEN P A, MARCHESNAY M, Op, Cit, P 8.

¹⁷ : BRUYAT C, « Création d'entreprise : contributions épistémologiques et modélisation », 1993, P 58.

assumant les risques financiers, psychologiques et sociaux correspondants et à en recevoir les fruits sous forme de satisfaction pécuniaire et personnelle. »¹⁸

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

1.2.3. Les conceptions dominantes de l'entrepreneuriat

Alain Fayolle et Vestraete (2005) identifient quatre paradigmes, qui permettent de cerner le domaine de la recherche en entrepreneuriat : la détection-construction-exploitation d'une occasion d'affaire (opportunité), la création d'une organisation, la création de valeur et l'innovation. Ces modèles sont complémentaires et peuvent se combiner, plutôt que s'opposer.

✓ **Paradigme de l'opportunité d'affaires** : Il repose sur l'idée que l'entrepreneuriat est un processus de découverte, d'évaluation et d'exploitation des opportunités représentant des objets d'étude et de recherche essentiels (Venkataraman, 1997). La construction de ce paradigme s'inspire largement des travaux issus de l'école autrichienne, et en particulier les contributions de Schumpeter (1935,1979) et de Kirzner (1973,1997). Cette école a fourni un éclairage intéressant du processus entrepreneurial. Dans le même ordre d'idée, Schumpeter souligne notamment l'importance de l'innovation qui constitue l'essence de l'entrepreneuriat, alors que Kirzner met en évidence l'importance de la découverte d'opportunité dans la dynamique des marchés. L'ensemble de ces travaux ont en commun la mise en évidence de l'entrepreneur comme étant un acteur à la recherche d'opportunité et de profit.

Le concept d'opportunité est associé à d'autres aspects de l'entrepreneuriat. Timmons a associé le contrôle des ressources nécessaires à l'exploitation de l'opportunité, alors que Bygrave et Hofer ont concilié le paradigme d'opportunité à celui de la création d'une entité. Pour Shane et Venkataraman, le processus découverte-évaluation et exploitation de l'opportunité est associé à des individus (découvreurs, évaluateurs et exploiters).

Cette perspective porte sur l'émergence d'une nouvelle activité économique sans qu'elle soit nécessairement liée à l'émergence d'une nouvelle organisation. Une activité peut être

¹⁸ : Robert D. Hisrich, Michael p. Peters : « entrepreneurship : lancer, élaborer et gérer une entreprise », *Economica*, 1991, P.11

considérée nouvelle parce qu'elle présente une combinaison nouvelle d'idées existantes ou parce qu'elle crée une nouvelle idée qu'elle combine avec les idées préexistantes.

Shane et Venkataraman présupposent que les opportunités existent dans la nature, en tant que telles, et qu'il suffit d'avoir une capacité à les reconnaître pour les exploiter et les transformer en réalités économiques. Par contre pour Alain Fayolle, l'opportunité entrepreneuriale se construit au cours du processus de création de l'activité et non pas qu'elle est le point de départ qu'il faut découvrir de ce processus.

✓ **Paradigme de la création d'une organisation** : la conception de Gartner repose sur l'idée que l'entrepreneuriat est un phénomène consistant à créer une nouvelle organisation. Il porte principalement sa réflexion sur le concept d'émergence organisationnelle. Dans son texte de 1995, il a distingué le phénomène de création d'une organisation des autres phénomènes organisationnels, parce que la création appelle l'intervention d'un créateur présent intentionnellement dans le phénomène. Il a illustré l'acte de création par une citation de Collins et Moore (1964), où ces derniers reconnaissent aux entrepreneurs la capacité de transformer leurs rêves en action par la création d'une affaire. Dans cette vision, l'étude de l'entrepreneuriat revient à étudier la naissance de nouvelles organisations, c'est-à-dire les activités par lesquelles le créateur mobilise et combine des ressources pour concrétiser l'opportunité en un projet structuré. Pour Vestraete (1999), l'entrepreneuriat est vu comme un système complexe et un type spécifique d'organisation qui est impulsé par un entrepreneur. Cet entrepreneur agit pour tenter de concrétiser, au sein de la structure, la vision qu'il se fait de cette organisation. Il est donc indispensable pour lui d'étudier les activités permettant à un individu de créer une nouvelle entité.

La majorité des travaux qui ont succédé ceux de Gartner sont consacrés au phénomène d'émergence organisationnelle, son point de vue étant partagé par Brush et al (2003) qui affirment que la notion de création est la caractéristique fondamentale de l'entrepreneuriat, et le processus d'émergence est le centre de gravité du domaine de la recherche en entrepreneuriat.

✓ **Paradigme de la création de valeur** : la création de valeur a été identifiée comme un thème situé au cœur de l'entrepreneuriat par Gartner (1990). BRUYAT s'est inspiré des travaux de Gartner (1993). Pour Bruyat, L'objet scientifique étudié dans le champ de l'entrepreneuriat est la dialogique individu/création de valeur. L'entrepreneur est une condition nécessaire pour l'apparition du résultat. De même, le résultat est une condition nécessaire pour que l'entrepreneur existe ou soit reconnu comme tel. Autrement dit, La valeur induite par un projet ne sera créée qu'avec l'intervention de l'individu et ce dernier ne sera pas qualifié

d'entrepreneur tant que la création de valeur n'a pas eu lieu. Cette dialogique s'inscrit dans une dynamique de changement et peut être définie comme suit : « *l'individu est une condition nécessaire pour la création de valeur, il en détermine les modalités de production, l'ampleur... Il en est l'acteur principal. Le support de la création de valeur, une entreprise par exemple, est la "chose" de l'individu, nous avons : Individu → création de valeur.*

La création de valeur, par l'intermédiaire de son support, investit l'individu qui se définit, pour une large part, par rapport à lui. Elle occupe une part prépondérante dans sa vie (son activité, ses buts, ses moyens, son statut social...), elle est susceptible de modifier ses caractéristiques (savoir-faire, valeurs, attitudes...), nous avons :

Création de valeur → individu »¹⁹

Le système entrepreneurial (création de valeur/individu, individu/création de valeur) est un système ouvert. Il interagit avec son environnement. Il le subit et en tire des ressources et des opportunités. Il peut le choisir et l'aménager (Julien et Marchesnay), il peut aussi être stimulé par lui ou par les réseaux et les milieux avec lesquelles il interagit (Johansson, Calsson et Westin 1994).

✓ **Paradigme de l'innovation :** La théorie économique s'est intéressée tardivement à l'innovation. Parmi les précurseurs qui ont travaillé sur le concept, Joseph Schumpeter, qui considère que la firme innovatrice crée une rupture dans les conditions de la concurrence car elle dispose d'un avantage compétitif. « *L'entrepreneuriat et l'innovation sont associés depuis que l'économiste autrichien Joseph Schumpeter à évoqué la force du processus de **destruction créatrice** qui caractérise l'innovation »²⁰.*

Drucker, est l'un des principaux partisans de cette perspective. L'innovation est clairement, selon lui, la fonction spécifique de l'entrepreneuriat et le moyen d'utiliser le changement comme une opportunité ouverte sur une affaire ou un service différent²¹. Il considère l'innovation comme une condition de création de valeur.

P. André Julien et Michel Marchesnay ont affirmé que le moteur de l'entrepreneuriat est l'innovation. Elle constitue le fondement de l'entrepreneuriat, puisque celle-ci suppose des idées nouvelles pour offrir ou produire de nouveaux biens ou services, ou, encore, pour réorganiser l'entreprise. L'innovation, c'est créer une entreprise différente de ce qu'on connaissait auparavant, c'est découvrir ou transformer un produit, c'est proposer une nouvelle façon de faire, de distribuer ou de vendre.

¹⁹ : BRUYAT C, « Création d'entreprise : contributions épistémologiques et modélisation », 1993, P 58

²⁰ :Alain Fayolle, « Entrepreneuriat : Apprendre à entreprendre », 2004, p10.

²¹ :DRUCKER P, « les entrepreneurs », 1985, P 43.

La fonction d'innovation est donc importante et fait de l'entrepreneur un vecteur du développement économique. Les entrepreneurs doivent chercher les sources d'innovation, les changements et les informations pertinentes sur les opportunités créatrices. Ils doivent connaître, appliquer et maîtriser les principes qui permettent de mettre en œuvre les innovations, avec les meilleures chances de réussite. Le changement constitue donc une norme habituelle pour l'entrepreneur qui sait aller le chercher, agir sur lui et l'exploiter comme une opportunité.

1.2.4. Diversité des situations entrepreneuriales

Dans ce point, nous aborderons les principales formes de l'entrepreneuriat qui représentent les variables permettant de mesurer quantitativement la dynamique entrepreneuriale.

- **La création d'entreprise** : « est l'acte fondateur de l'entrepreneuriat, encourager par les pouvoirs publics, pour développer la création d'emploi, elle est freinée par de nombreux obstacles tant administratifs, qu'économiques, que sociaux, que psychologiques ou que culturels »²². Pour Bruyat (1994), la création d'entreprise correspond surtout à des créations d'activités économiques nouvelles par des personnes n'étant pas déjà chefs d'entreprise.

La création d'entreprise est un phénomène qui se présente sous plusieurs formes. Cela vient de la variété de types d'entreprises créées et du profil de l'entrepreneur. Il est possible de distinguer quelques situations typiques de création en soulignant les implications principales sur l'entrepreneur :

➤ *La création ex-nihilo* : La création ex-nihilo est la forme la plus pure d'entrepreneuriat. Un individu, seul ou avec quelques associés, crée une entreprise indépendante ne reposant sur aucune structure préexistante. Ce type de création repose sur une idée innovante où l'entrepreneur sera chargé de convaincre les utilisateurs et les acheteurs de ce nouveau produit. Les risques doivent être bien évalués par l'entrepreneur, il doit aussi gérer des disponibilités qu'il a dans son milieu, qui lui permettent de mieux saisir l'opportunité.

➤ *La création par essaimage* : L'essaimage consiste à aider un salarié à se lancer dans une activité indépendante. Au démarrage, l'essaimé travaille souvent en sous-traitance pour son ancien employeur (l'essaimeur), puis petit à petit diversifie sa clientèle et conquiert son indépendance véritable.

²² : Boislandelle H. M, « Dictionnaire de gestion : vocabulaire, concept et outils, Economica, Paris, 1998, P.146

DAVAL propose la définition suivante : « L'essaimage est un processus qui se manifeste lorsqu'un employé entreprend de créer sa propre structure ou de reprendre une entité existante, indépendante de l'entreprise essaimante, en bénéficiant de la part de cette dernière qu'il quitte, de diverses formes d'appui et d'accompagnement, afin de limiter les risques d'échec»²³. Cette définition met l'accent sur deux caractéristiques particulières de l'essaimage: le statut salarial du créateur et le soutien dont il bénéficie de la part de son employeur. La nouvelle entreprise est créée par un salarié à partir d'une entreprise établie qui constitue une structure d'appui et d'accompagnement. A priori, ce soutien permet à la nouvelle entité d'accroître ses chances de succès. L'essaimage est une pratique d'accompagnement entrepreneurial d'une nouvelle entité créée par un salarié. L'enjeu se situe à la fois à un niveau individuel et à un niveau organisationnel.

- A un niveau organisationnel, l'essaimage peut être, d'une part, une modalité d'innovation ou de croissance pour explorer de nouveaux segments. D'autre part, l'essaimage peut être un moyen d'externaliser pour mieux exploiter des activités déjà existantes.

- A un niveau individuel, l'essaimage peut être, d'une part, une pratique de développement personnel en favorisant la prise d'initiative chez les salariés, et d'autre part, il est une pratique de reclassement du personnel. Il s'inscrit dans une dualité similaire à la précédente consistant à concilier développement et réduction du personnel. En résumé, l'essaimage est une pratique de gestion flexible des ressources humaines.

➤ *La création en 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, autour d'un concept, qui a déjà été utilisée ailleurs. Ce type de création consiste, d'une certaine façon, 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 création de filiale* : l'entrepreneur agit, dans ce cas, pour le compte d'une entreprise existante qui lui confie un projet de nature entrepreneuriale. Les risques personnels sont très limités et les conditions matérielles proposées sont celles d'un cadre ou d'un dirigeant. Cette situation peut convenir à celui qui va entreprendre mais qui ne le fait pas par peur des risques et pour ne pas remettre en cause sa situation personnelle ou familiale.

²³ : DAVAL H. « Le processus entrepreneurial d'essaimage », (2000b), P 92.

- **La reprise d'entreprise** : c'est reprendre par un individu (entrepreneur) pour son propre compte ou pour une entreprise existante une activité dont l'organisation existe déjà. Dans ce sens l'incertitude est généralement moindre et les niveaux de risque sont beaucoup plus faibles. L'acte de reprendre impulsé par l'entrepreneur peut concerner une entreprise ou une activité en difficulté, sinon sur une entreprise qui est en bonne santé.

- **Intrapreneuriat** : Face à la mondialisation des marchés et la libéralisation des échanges, les entreprises doivent innover constamment pour améliorer leur flexibilité et leur compétitivité, l'intrapreneuriat est présenté comme une voie susceptible de supporter les entreprises dans cette recherche d'innovation.

« L'intrapreneur est défini comme une personne qui, au sein d'une grande entreprise, prend la responsabilité directe de transformer une idée en un produit fini en passant par une prise de risque et de l'innovation. »²⁴

Pinchot définit l'intrapreneuriat « comme un mode organisationnel permettant à des employés, en l'occurrence à des entrepreneurs en interne, d'exprimer leur potentiel créateur, en leur donnant la liberté, la marge de manœuvre et les ressources nécessaires pour le faire et ainsi satisfaire à la fois leurs besoins personnels et ceux de l'entreprise »²⁵. Une autre définition met en évidence l'existence d'un partenariat entre intrapreneur et organisation. Celle-ci est proposée par les chercheurs américains Sharma et Chrisman : « l'intrapreneuriat est un processus par lequel un individu (ou un groupe d'individus), en association avec une organisation existante, crée une nouvelle organisation ou provoque le renouvellement ou l'innovation au sein de cette organisation »²⁶. Cette définition ne restreint pas le champ de l'intrapreneuriat à la création d'une nouvelle activité mais inclut dans celui-ci toute innovation significative, que celle-ci concerne l'offre et les marchés, les processus internes, les systèmes et l'organisation elle-même.

- **Extraprenariat** : Extraprenariat veut dire « des actes d'entrepreneuriat par 'sortie' de l'entreprise. On a alors deux cas de figures : « l'extrapreneur » continue à travailler avec l'entreprise mère, et agit en sous-traitant spécialisé ou d'intelligence ; « l'extrapreneur » va exercer ses talents dans des domaines complètement différents, ce qui peut correspondre à une volonté de diversification. »²⁷

²⁴ : Raouf JAZIRI, « Peut-on parler de l'intrapreneuriat dans une organisation complexe comme l'Université: L'acadépreneuriat? », P 7.

²⁵ : Raouf JAZIRI, Op, Cit, P 9.

²⁶ : Michel COSTER, « entrepreneuriat », publié par pearson education , Paris, 2009, P 291.

²⁷ : JULIEN P A, MARCHESNAY M, « L'entrepreneuriat », Economica, Paris, 1996, P 83.

1.3. Les caractéristiques de l'entrepreneur

Il existe chez l'entrepreneur quelque chose qui le distingue du reste de la population. Nous allons essayer de présenter les principales caractéristiques d'un entrepreneur en se référant à la synthèse réalisée par André Belley²⁸. Puis celle de FILION en 1997.

➤ le besoin d'accomplissement et d'épanouissement

Le besoin d'accomplissement constitue l'une des caractéristiques personnelles supposée associée à la création d'entreprise, elle est la plus ancienne et la plus connue.

Les travaux de MC CLELLAND, comme le souligne E. M. Hernandez, ont mis en évidence certaines caractéristiques psychologiques de l'entrepreneur. D'après lui, trois éléments sont caractéristiques de ceux-ci :

- La responsabilité individuelle : Les entrepreneurs préfèrent être responsable dans la résolution des problèmes, la fixation des objectifs et la réalisation de ces objectifs par leur propre travail ;
- La prise de risque modérés, affaire de compétences et non de hasard ;
- La connaissance des résultats de l'exécution des décisions/ tâches.

➤ L'internalité du lieu de contrôle

Il s'agit de la capacité d'un individu de pouvoir contrôler ce qui lui arrive. Certains auteurs ont distingué entre le lieu de contrôle interne et externe. Le lieu de contrôle interne signifie que l'individu a le sentiment qu'il peut influencer ce qui lui arrive par son comportement, et dans le cas inverse, il s'agit de lieu de contrôle externe.

➤ la propension à la prise de risque

Créer une entreprise ou commercialiser une innovation présente un risque supérieur. Plusieurs études ont montré que, le plus souvent, le jeune entrepreneur connaît mal ses coûts et les potentialités du marché. Les spécialistes s'accordent pour considérer la prise de risques calculés comme étant une caractéristique qui différencie les entrepreneurs des autres individus²⁹.

Selon Belley, les risques sont de différentes natures. Le premier risque est financier : la création nécessite des moyens financiers très important, et en cas d'échec, l'entrepreneur devra rembourser ses dettes pendant des années. Le second est professionnel : quitter un emploi pour créer, c'est renoncer à certaines certitudes sans savoir de quoi exactement demain sera fait, autrement dit, c'est affronter l'inconnu, en cas d'échec, il est difficile de retrouver un

²⁸ : Emile-Michel HERNANDEZ, « le processus entrepreneurial : vers un modèle stratégique d'entrepreneuriat », P 31.

²⁹ : Jean-Charles CACHON, « entrepreneurs : Pourquoi ? Comment ? Quoi ? », P 22.

emploi salarié. Le troisième risque est d'ordre familial : créer une entreprise c'est consacrer plus de temps à son travail et moins à sa famille, au cas d'échec, apparition des difficultés familiales. Le dernier risque est d'ordre psychique, souvent l'engagement personnel du créateur vis-à-vis de son entreprise est tel qu'il s'y identifie totalement et en cas d'échec, souvent très mal vécu, il laisse des traces indélébiles.

Faces à toutes ces difficultés potentielles le créateur apparaît comme quelqu'un qui cherche à minimiser ces risques, ayant une propension à la prise de risques modérés.

Plusieurs d'autres chercheurs ont tenté d'identifier les caractéristiques distinguant les entrepreneurs des autres agents économiques. Comme le note Robert Wtterwulghe (1998)³⁰, durant les années 80, les chercheurs ont cherché à déterminer d'une manière exhaustive les caractéristiques du modèle type d'entrepreneur. FILION (1997) a synthétisé ces caractéristiques les plus souvent attribuées aux entrepreneurs par les spécialistes en comportement.

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

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

Source : Robert Wtterwulghe (1998), Op. Cit, p47. [In FILION, le champ de l'entrepreneuriat : historique, évolution et tendances, Revue internationale PME, vol. 10, n°10, 1997, p132]

1.4. Typologies des entrepreneurs

Plusieurs auteurs se sont efforcés de ranger les entrepreneurs dans des catégories, de construire des typologies. Nous essayerons de présenter les typologies les plus courantes dans la littérature en entrepreneuriat sur leur trait dominant.

◆ Selon les conditions de la création : La typologie de Norman SMITH (1967)

Norman SMITH a proposé une classification fameuse, en distinguant l'entrepreneur artisan de l'entrepreneur opportuniste.

³⁰ Robert Wtterwulghe (1998), Op. Cit, p47.

L'entrepreneur artisan : est défini comme ayant une éducation limitée, une formation et une expérience essentiellement techniques. Il se localise dans des activités faiblement innovantes. Il 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 âgé et plus expérimenté, particulièrement en matière de gestion. Il a mûri son projet, lié à une opportunité d'innovation, et part avec un capital personnel important, en bénéficiant d'appuis solides.

◆ *Selon le profil du dirigeant : La typologie de KNIGHT (1983)*

Cette classification prolonge la précédente, en mettant l'accent sur le style de direction de l'affaire. KNIGHT (1983) identifie trois types d'entrepreneurs :

L'artisan-inventeur motivé par l'innovation : est un technicien s'intéressant avant tout aux conditions de fabrication d'un nouveau produit ou un nouveau procédé. Il s'agit pour lui de mettre en valeur ses compétences professionnelles, son savoir faire et son métier. Il est assez proche de l'entrepreneur-artisan présenté par Norman SMITH.

Le promoteur : est un créateur dont la compétence essentielle relève du domaine commercial, marketing et vente.

Le gérant général : est un coordinateur dont le talent consiste à réunir des éléments et des connaissances extérieures pour réaliser sa création.

Le promoteur et le gérant-général sont essentiellement des organisateurs.

◆ *Selon les conditions de l'innovation : La typologie de MILES et SNOW (1978)*

MILES et SNOW, deux auteurs américains, ont étudié la relation entre l'entrepreneuriat et l'innovation, ils ont distingué quatre types d'entrepreneurs :

Le prospecteur : Cette personne cherche en permanence des innovations de produit ou de procédé. Elle peut être considérée comme l'innovateur pur. Le prospecteur ne s'intéresse pas à la phase suivante d'organisation et de mise en marché.

L'innovateur : Cette personne va beaucoup loin dans le processus entrepreneurial, il recherche systématiquement des innovations de produit ou de procédé qu'il exploite à fond lui-même. Cette personne possède une activité de veille technologique et concurrentielle très forte, et possède un budget de recherche-développement qui peut être élevé.

Le suiveur : va imiter, suivre systématiquement les innovations qui apparaissent sur le marché. Les suiveurs mettent l'accent sur l'amélioration de l'innovation, sur les problèmes de gestion, abaissant ainsi les coûts.

Le réacteur : Il adopte une stratégie émergente et réactive. L'entrepreneur s'adapte après-coup et au coup par coup. Cette attitude opportuniste, passive.

◆ *La typologie de Jacqueline LAUFER (1975)*

Dans une étude qui a porté sur soixante créations d'entreprise entre 1955 et 1970, Jacqueline LAUFER (1975) distingue quatre types d'entrepreneur en fonction de leurs comportements économiques et de leurs motivations psychologiques : le désir d'indépendance et d'autonomie, le désir de réalisation individuelle, et enfin la volonté de pouvoir et la recherche d'un statut :

Le manager ou l'innovateur : orienté vers la croissance et ses exigences. Il n'est pas inquiet quant au partage du pouvoir et à la délégation des responsabilités, pour lui l'autonomie n'est pas une fin en soi. Comme l'indique Gabriel BISSIRIOU dans un article sur les PME innovatrices : « 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 »³¹. Il a été formé dans de grandes écoles et a acquis une solide expérience dans de grandes entreprises.

L'entrepreneur propriétaire : Il est très concerné par la croissance de son entreprise dans la mesure où cela ne menace pas son autonomie financière. La création de son entreprise est une insatisfaction liée à son ancien emploi où il évoluait dans une relation de subordination. Il a connu un échec scolaire ou des débuts professionnels perturbés.

L'entrepreneur technicien : refuse le développement de son entreprise de peur de perdre son pouvoir. Cependant, il recherche la productivité et l'efficacité et veut conserver son autonomie.

L'entrepreneur artisan : n'éprouve pas de joie dans l'exercice du pouvoir. Il ne se reconnaît pas comme un véritable entrepreneur. Il est animé par une volonté profonde d'autonomie car son indépendance est plus importante que la réussite économique. L'entreprise doit s'adapter aux besoins familiaux car il ne voit pas d'avenir en dehors du cercle familial.

◆ *La typologie d'ETTINGER (1983)*

Pour cet auteur, les créateurs sont motivés principalement soit par le désir d'autonomie, soit par la volonté de pouvoir. L'analyse des motivations entrepreneuriales a amené J.-C.

³¹ : Emile-Michel HERNANDEZ, « le processus entrepreneurial : vers un modèle stratégique d'entrepreneuriat », P 79.

Ettinger à proposer une vue simplifiée de la typologie de J. Laufer. Il a distingué entre un indépendant-entrepreneur et un entrepreneur-créateur d'organisation.

Un indépendant-entrepreneur : il vise avant tout l'autonomie, l'indépendance. Il délègue peu et la taille limitée de son entreprise en limite la solidité organisationnelle.

Un entrepreneur-créateur d'organisation : Il cherche à développer son affaire et accroître son pouvoir. Il est ambitieux, il n'hésite pas à déléguer et voit l'avenir de sa firme en terme expansionniste.

◆ *Selon la logique d'action : La typologie de Michel MARCHESNAY (1996)*

Michel MARCHESNAY a proposé une intéressante typologie basée sur les trois grands buts des créateurs et l'importance hiérarchique qu'ils leurs accordent :

La pérennité de son 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 ou de l'entreprise.

L'indépendance : chaque entrepreneur souhaite être indépendant en termes de propriété de capital, ou autonome en terme de prise de décision. Se sont les deux formes distinctes de la volonté d'indépendance.

La croissance : c'est la volonté de puissance et le désir de pouvoir.

A partir de ces trois grandes aspirations, Marchesnay a distingué deux grands types d'entrepreneurs :

L'entrepreneur PIC (Pérennité, Indépendance, Croissance) : Il est animé par une logique d'accumulation du patrimoine. Il accorde la priorité à la pérennité de son affaire. Il est très désireux de rester indépendant et par conséquent préfère l'autofinancement à l'endettement. Enfin, la croissance qui ne constitue pas pour lui un objectif prioritaire.

L'entrepreneur CAP (Croissance, Autonomie, Pérennité) : Il vise d'abord la croissance, le développement de son affaire. Il recherche aussi l'autonomie, mais ne fait pas de la pérennisation de son affaire un objectif primordial, il est donc plus individualiste que le PIC.

◆ *La typologie de E M HERNANDEZ (1999)*

Pour cet auteur, les créateurs sont motivés principalement soit par la volonté de croissance et celle d'autonomie. Il a distingué entre quatre catégories principales de créateurs :

Le Manager : a un comportement proche de celui d'un cadre de grande entreprise. Instruit, il crée son entreprise dans une nette volonté de pouvoir et de puissance. Il désire franchir rapidement les étapes successives de développement. Il sait diriger les hommes et les motiver.

L'Entrepreneur : recherche comme le précédent la croissance, mais celle-ci doit être maîtrisée financièrement. Il délègue moins que le Manager et est alors un travailleur infatigable. Il est souvent moins instruit. Il est plus autoritaire, plus charismatique.

L'Artisan-TPE : l'artisan et le Très Petit Entrepreneur ont moins de dix salariés. Ils maîtrisent parfaitement un métier, une technique ou une production. Déléguant peu dans un esprit paternaliste, leur structure est très informelle. Ils recherchent avant tout l'indépendance et veulent pas partager le peu de pouvoir dont ils disposent.

L'Exclu : Il s'agit d'un salarié rejeté du système productif, du salariat, ou n'ayant jamais réussi à s'y intégrer. Leur objectif principal est de créer son propre emploi en créant son entreprise. Cette dernière connaît une structure informelle. L'Exclu qui provient du monde ouvrier peut rejoindre l'Artisan-TPE. Celui qui occupait un emploi de cadre peut devenir Manager. Pour l'"Exclu" qui considère la création d'entreprise comme une véritable révélation, il rejoindra la catégorie des Entrepreneurs.

Pour conclure cette section, l'entrepreneur est considéré comme l'acteur principal de l'entrepreneuriat. Il peut bouleverser son milieu et son environnement par l'acte de création d'entreprise qui est considéré, par certains auteurs, l'acte fondamental de l'entrepreneuriat. MURRAY et MAC MILLAN (1988) proposent que l'entrepreneuriat soit défini comme « la création de nouvelles entreprises »³². Ils sont suivis par GARTNER (1989), à la suite de VESPER (1982), qui définit l'entrepreneuriat comme un ensemble de comportements menant à la création d'une entreprise. De plus, BOUABALLAH K. et ZOUACH A. ont défini l'entrepreneuriat comme « un processus qui dans une économie conduit un entrepreneur à la création d'une entreprise »³³. La deuxième section sera consacrée à la création d'entreprise.

2. L'acte fondamental de l'entrepreneuriat : la création d'entreprise

Introduction

La nouvelle forme de développement se tourne vers la création d'entreprises privées particulièrement les micros entreprises, P.M.E/P.M.I. La création d'entreprises demeure le domaine parfait afin de regrouper entre les forces et les potentialités des jeunes créateurs ainsi que l'expérience et la volonté des institutions économiques à rétablir la situation économique et sociale dans les pays en développement.

³² : Sandrine EMIN, « l'intention de créer une entreprise des chercheurs publics : le cas Français », Thèse de doctorat en sciences de gestion, Université Pierre Mendès France Novembre 2003, P 62.

³³ Khaled BOUABDALLAH et Abdallah ZOUACH : « Entrepreneuriat et développement économique », in : les cahiers du Cread n° 73/2005, p17.

Les PME semblent être les entités économiques les plus faciles à créer, les plus dynamiques et potentiellement les unités qui réussissent le mieux à promouvoir le tissu économique³⁴. De part leur petite taille, les emplois que seront capables de créer et les faibles moyens que demande leur création, elles resteront, en effet, un parmi les moyens efficaces de développement économique. Elles sont considérées comme un vecteur de croissance et un moteur de progrès socio-économique.

2.1. Généralités sur la PME et la création d'entreprise

La crise des grandes organisations à partir des années 70 a conduit petit à petit au renversement de la situation, pour mettre l'accent et remettre au premier plan l'importance de la création d'entreprises et l'industrie à petite échelle. Ainsi, plusieurs auteurs, à l'instar de Julien P-A (1997), témoignent que toutes les données convergent pour démontrer la montée autour de 1970 d'un nouveau dynamisme des PME dans les pays industrialisés.

En effet, le rôle déterminant de ces PME commence à prendre de l'ampleur dans l'économie, ceci du fait que plusieurs pays dans le monde ont créé des institutions et adopté des mesures destinées à encourager leur développement. (La mise en place d'organismes d'assistance aux PME date de 1948 au Japon, de 1953 au Etats-Unis, de 1954 en Inde, de 1966 en Tanzanie et de 1976 en Turquie).

2.1.1. Définition de la PME

Le phénomène PME suscite aujourd'hui beaucoup d'intérêt de la part des pays et gouvernements et ce quel que soit leur degré de développement (pays développés et en voie de développement) et montre bien cette nouvelle tendance en faveur de la petite structure, beaucoup plus maîtrisable et qui désormais, est au centre des politiques de restructuration et d'ouverture à l'économie de marché, au détriment des grandes entreprises dotées de structures centralisées et complexes, difficilement contrôlables.

La revue de la littérature montre que les auteurs proposent des définitions différentes de la PME, ce qui rend cette population très hétérogène. Selon WEBER (1988) « les entreprises diffèrent par la taille, le métier, la nature du capital (personnel, familial, étranger, ...), mais aussi par le degré d'autonomie (société indépendante, filiale, sous-traitante,...), le rapport à l'économie mondiale (secteur protégé, en expansion ou en déclin,...) à l'origine sociale de son chef, son capital culturel et relationnel, son identité patronale »³⁵. De même, BUCAILLE et BEAUREGARD (1986) ont affirmé que les PME ne se ressemblent pas ; chacune d'elle

³⁴ : ELABJANI A, « La création d'entreprises au Maroc entre l'effet de la nouvelle politique de promotion et l'état d'esprit », P 3

³⁵ : COLOT Olivier « La transmission des PME familiales non cotées : approche de la transmission en Wallonie et impact sur la performance des entreprises ». 2007. P 19.

est différente dans son marché, dans ses comportements, dans ses hommes, dans son évolution, dans ses technologies ou dans ses risques.

La définition de la PME varie selon les pays, les auteurs et les secteurs d'activité. Aux Etats-Unis, par exemple, une entreprise de 500 salariés est encore considérée comme une PME. Au Japon, le seuil est fixé à 300 et seulement à cent en Suisse³⁶. En France, le sénat utilise, en plus des définitions par la taille et par la Nature juridique, des définitions par secteur d'activité qui sont : l'artisanat, le commerce et les services³⁷.

Les définitions de la PME peuvent se subdiviser en deux approches distinctes selon les critères de référence utilisés : d'une part, les définitions utilisant des critères purement quantitatifs appelés aussi descriptifs, comme l'effectifs, le chiffre d'affaires ou encore le bilan. Les approches quantitatives utilisent en général les trois critères sus-cités, à savoir le nombre de salariés, mesure de l'activité et la notion d'indépendance:

▪ *L'effectif*: est un indicateur qui peut présenter des caractères de pertinence, mais cependant, en pratique, il est difficile à évaluer du fait de la variation des définitions d'un organisme à un autre. L'effectif est un critère initial essentiel pour déterminer dans quelle catégorie s'inscrit une PME. Il couvre le personnel employé à temps plein, à temps partiel ou de manière saisonnière. En d'autres termes, c'est tout le personnel lié par un contrat de travail à l'employeur, et cela quel que soit la nature du contrat. Les organismes fiscaux adoptent une autre définition qui, elle, prend en considération « tout personnel ayant perçu de l'entreprise une rémunération au cours d'un exercice »³⁸.

▪ *La mesure de l'activité de l'entreprise*: ce critère privilégie l'utilisation d'un certain nombre d'indicateurs qui permettent d'évaluer le patrimoine de l'entreprise, et qui sont :

- Le chiffre d'affaires³⁹ ;
- Les actifs, englobant tous les biens utilisés pour l'exploitation de l'entreprise ;
- Le total du bilan annuel ;
- La valeur ajoutée.

▪ *La notion d'indépendance* : Ce critère prend en considération le degré de liberté dans la prise de décision au niveau de l'entreprise, et l'une des caractéristiques des PME est justement leur capacité de prendre elles-mêmes leurs décisions. La notion d'indépendance peut être abordée sous deux angles :

³⁶ TORRES, Olivier, « les PME », op. cité, p14

³⁷ www.senat.org

³⁸ MAHE DE BOISLANDELLE, Henri., « La gestion des ressources humaines dans les PME », Ed. Economica, Paris, 1998.486 p.

³⁹ Total des ventes réalisées par l'entreprise au cours d'un exercice

- L'indépendance juridique : où l'entreprise est dotée d'un statut juridique propre à elle ;
- L'indépendance financière : définie sur la base d'un ratio qui fixe la part du capital détenu par une autre entreprise. Pour la Commission Européenne, la limite d'indépendance est fixée à 25%.

Au niveau des normes internationales, il ya une grande confusion en ce qui concerne les différents seuils, cela pose problème au sein de l'union européenne, notamment pour l'attribution des aides communautaires aux PME. Et même dans d'autres pays comme le Canada et les USA, il n'existe pas de définition unanimement acceptée de ce qui caractérise la PME, puisque les critères d'évaluation diffèrent selon les programmes d'Etats. L'économie a évolué et les PME rencontrent de plus en plus de difficultés pour obtenir des crédits ou des capitaux sur le marché financier, ce qui réduit leurs accès aux nouvelles technologies, à la recherche, et aux programmes d'aides des gouvernements pour les entreprises. C'est ainsi que la commission européenne a proposé une nouvelle définition des PME tenant mieux compte des différentes catégories d'entreprises et des relations entre les entreprises, cette définition est appliquée depuis le premier janvier 2005⁴⁰. C'est une définition qui permet également aux PME de bénéficier de plusieurs avantages et de gagner une bonne position au sein de l'économie. Cette nouvelle définition stipule en premier lieu que pour être une PME l'activité économique est nécessaire, puis elle définit les nouveaux seuils qui sont le chiffre d'affaire annuel ou le total du bilan annuel et l'effectif, définis préalablement en 1996, date de la première définition commune des PME. Dans le tableau n°3, nous allons présenter les nouveaux seuils :

Tableau n° 03 : Définition des PME selon la recommandation 2003/361/CE de la Commission européenne.

Catégorie d'entreprise	Effectif	Chiffre d'affaire annuel	Total du bilan annuel
Moyenne	Inférieur à 250	Inférieur à 50 millions d'euros (40 millions en 1996)	Inférieur à 43 millions euros (27 millions en 1996)
Petite	Inférieur à 50	Inférieur à 10 millions euros (7 millions en 1996)	Inférieur à 10 millions euros (5 million en 1996)
Micro-entreprise	Inférieur à 10	Inférieur à 2 millions euros (non défini auparavant)	Inférieur à 2 millions euros (non défini auparavant).

Source : journal officiel de l'union Européenne (20/05/2003)

D'autre part, celles utilisant des critères qualitatifs également dénommés critères théoriques, sociologiques ou analytiques. La conférence générale des PME (CGPME) met en exergue, dans sa définition, le rôle central du chef d'entreprise qui, dans la plus part des cas,

⁴⁰ : <http://europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference=IP/03/652&format=PDF&aged=1&language=FR&guiLanguage=en>

dirigeant et propriétaire « la PME est une unité de production ou de distribution, une unité de direction et de gestion, sous l'autorité d'un dirigeant entièrement responsable de l'entreprise, dont il est souvent propriétaire et qui est directement lié à la vie de l'entreprise »⁴¹. Dans cette approche, c'est le détenteur du pouvoir, l'entrepreneur qui détermine la forme de l'entreprise. Il est celui qui a eu l'idée de créer et d'apporter le capital. Dans cette conception, le pouvoir est lié à la propriété des moyens de production. Le pouvoir est exercé par celui qui possède et qui risque. De point de vue stratégie, est considérée PME ; toute entreprise dont la stratégie est intuitive et peu formalisée. L'entrepreneur propriétaire ne fait donc appel qu'à sa propre expérience et à son intuition lors de la prise et de la mise en œuvre des décisions. Pour ce qui est des objectifs de la direction ne sont considérées comme PME que les unités dont les objectifs sont la rentabilité et l'indépendance de gestion. Il est difficile de mesurer ce genre de critères à des fins statistiques, ce qui explique la dominance de l'approche quantitative.

2.1.2. Caractéristiques des PME

Les PME présentent de nombreuses spécificités. Du fait de leur taille, elles ont une structure souple, mais sont souvent dépendantes de leur environnement et ont une activité vulnérable. Par ailleurs, la plupart des dirigeants de PME privilégient l'indépendance et la pérennité de leur entreprise à sa croissance.

Pour mieux cerner le concept de la PME, le modèle du JULIEN (1997) a proposé six caractéristiques qui sont :

- La *petite taille* : caractérisée par une structure simple, des contacts directs, une distance hiérarchique moindre, des relations de travail plutôt informelles. La PME s'oppose en cela aux grandes entreprises plus anonymes, fortement hiérarchisées et formalistes. Leur taille implique qu'elles gèrent un plus faible volume de ressources financières induisant un faible volume de ressources techniques et immatérielles et une faible spécialisation.
- La *centralisation*: c'est la personnalisation de la gestion, c'est-à-dire la centralisation de la prise de décision chez un seul individu qui est le plus souvent le propriétaire-dirigeant.
- Une *faible spécialisation* au niveau de la direction, des employés et des équipements : la direction assume les aspects stratégiques, commerciaux et les rapports avec les institutions aussi bien que des tâches opérationnelles de production. Les employés doivent généralement être capables de changer de poste de travail ou de fonction. Les équipements doivent permettre la flexibilité de la production en étant capables de produire à un coût compétitif des petites séries variées.

⁴¹ :Robert Wtterwulghé, « la P.M.E : une entreprise humaine », département de Boeck Université, 1998, p15.

- Une *stratégie intuitive et peu formalisée* : elle est plus axée sur la réaction que sur l'anticipation. Le dirigeant est suffisamment proche de ses collaborateurs et employés pour leur expliquer oralement les changements qu'il impose sans formaliser par écrit sa stratégie. Le cycle de décision stratégique se situe dans le court terme.

- Des *systèmes d'information interne et externe peu complexes et peu organisés* : Contrairement aux grandes entreprises qui réclament de formaliser le transfert de l'information tout en favorisant le contrôle, le système d'information interne des PME est caractérisé par le dialogue et le contact direct, l'information transmise étant tacite et peu codifiée. Leur système d'information externe, quant à lui, est simple, la recherche d'information est principalement informelle.

Les PME possèdent certaines caractéristiques qui leur confèrent, d'un côté, des avantages dont elles peuvent tirer un grand profit de l'autre côté, des faiblesses qui encombrent leur expansion.

Les atouts des PME : La PME présente une structure simple et flexible qui lui permet d'être réactive à toute modification de l'environnement. Cette organisation entraîne de faibles coûts de structure ce qui peut lui donner un avantage concurrentiel par rapport à la grande entreprise. Les niveaux hiérarchiques étant souvent très réduits, les processus de décisions sont plus rapides pour régler les problèmes liés à l'activité. L'information circule également de manière plus efficace même si elle revêt un caractère informel. De plus, les salariés peuvent être plus motivés que dans une grande entreprise. En effet, ils peuvent se sentir plus impliqués dans la pérennité de la PME car cette dernière n'offre pas toutes les possibilités d'une grande entreprise en cas de licenciement (reclassement, indemnités de licenciement par exemple). Enfin, la taille de la PME permet aux salariés d'être plus souvent associés aux prises de décisions.

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

- l'autonomie reste pour un grand nombre de PME très relative, du fait de leur orientation, principalement, vers la sous-traitance par rapport aux grands groupes.

- Les PME sont en général peu connues, aussi bien du public que des éventuels partenaires de l'entreprise (fournisseurs, clients, administrateurs, banques ...), ce qui engendre un manque de confiance de ces derniers à son égard.

- La difficulté à se procurer des ressources financières et humaines. Sa sous capitalisation et ses manques de notoriété rendent son accès aux ressources financières très

laborieuses. Il en est, également, de même pour le recrutement des compétences professionnelles qui préfèrent vendre leurs services aux grands groupes pour diverses raisons, notamment le salaire et le choix de carrière.

2.2. La diversité des créations

BRUYAT⁴² (1994) construit une typologie qui met en évidence différents types de processus de création d'entreprise. Deux dimensions permettent de distinguer quatre grands types de création d'entreprises. La première s'attache à l'importance de la valeur nouvelle ou de l'innovation à la base de cette création, elle concerne l'environnement pertinent au projet. La deuxième dimension tient compte de l'importance de l'effet de cette création sur l'entrepreneur (de « peu de changements » dans le cas où l'entrepreneur agit de la même façon qu'avant la création, à « beaucoup », dans le cas contraire c'est-à-dire que la création transforme sa vie). Pour chacun des types, il est possible d'associer un niveau d'incertitude, donc de risques.

✓ **La création reproduction** : Elle est caractérisée par une faible intensité du changement pour le créateur et une faible intensité de la nouveauté pour l'environnement. Dans ce cas le niveau d'incertitude n'est pas très élevé. La création reproduction c'est le fait de créer une entreprise ressemblant à d'autres connues. Les changements pour le créateur sont de faible ampleur car il possède le savoir-faire et les relations utiles à son projet. Dans cette logique de reproduction, le créateur cherche à faire pour son propre compte ce qu'il faisait déjà dans son emploi précédent.

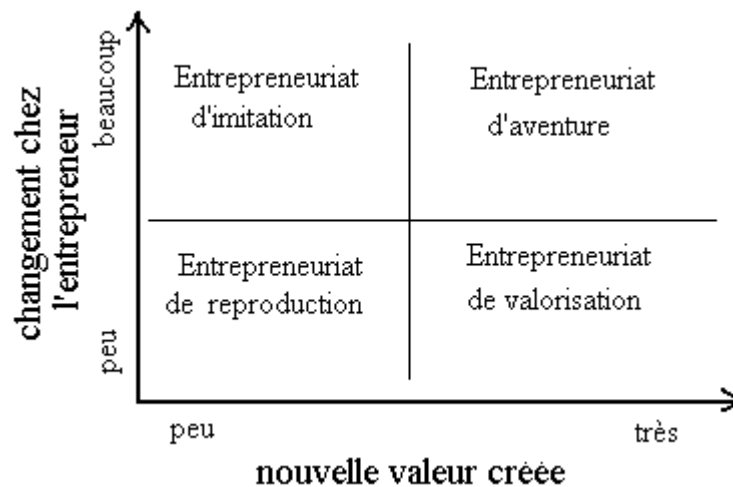
✓ **La création imitation** : L'entrepreneuriat d'imitation crée peu de valeur nouvelle, mais permet au créateur de changer sa situation parfois d'une façon importante. Le créateur d'entreprise ne dispose pas de l'ensemble des ressources et des compétences nécessaires, il essaye de monter et de développer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

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

⁴² : Alain FAYOLLE, « entrepreneuriat : apprendre à entreprendre », édition DUNOD, Paris, 2004, P 113.

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

Figure 2 : Différents types de nouvelles entreprises :



Source : Philippe Mustar et Hervi Penar, « encyclopédie de l'innovation », economica, 2003, P 169.

2.3. Le processus de la création d'entreprise

Pour certains auteurs⁴³, l'entrepreneuriat est considéré comme étant un processus dynamique et complexe. Il est le fruit de facteurs psychologiques, socioculturels, politiques et économiques. Il prend la forme d'attitudes, d'aptitudes, de perceptions, de normes, d'intentions et de comportements qui se manifestent dans un contexte donné. La création d'entreprise constitue la manifestation la plus visible de l'entrepreneuriat. Elle se décline par quatre phases ; celles-ci sont la propension, l'intention, la décision et l'acte. Ces phases se rapprochent des concepts déployés par la philosophie de l'action, à savoir " plan- intention- choix- décision- action " (BOYER, 1997).

La première phase du processus entrepreneurial est la propension que le dictionnaire "Larousse" définit comme un penchant, inclination à faire quelque chose. Pour A. FAYOLLE, la propension entrepreneuriale est "une inclination, un penchant à s'engager dans une

⁴³ : Azzedine TOUNES, « l'intention entrepreneuriale : théories et modèle » in Riadh ZGHAL, « L'entrepreneuriat : théories, acteurs, pratiques », P 74.

démarche entrepreneuriale"⁴⁴. K.E. LEARNED considère la propension à créer comme une combinaison des caractéristiques psychologiques et d'expériences professionnelles qui augmente la probabilité pour certains individus à tenter l'aventure entrepreneuriale. La propension entrepreneuriale signifie la sensibilisation à la création d'entreprise⁴⁵ ; cette sensibilisation est influencée par son environnement, notamment la famille, les proches, la formation, et ses propres expériences entrepreneuriales.

La deuxième phase est l'intention entrepreneuriale, elle est caractérisée par l'existence d'une idée ou d'un projet d'affaire plus ou moins formalisé, et par l'engagement personnel dans le processus de création d'entreprise. Bird (1988) définit cette intention entrepreneuriale comme étant « l'état d'esprit qui dirige l'attention de l'individu et qui le mène à l'action »⁴⁶. Pour Crant, « l'intention entrepreneuriale est définie par les jugements de l'individu sur la probabilité de posséder sa propre entreprise »⁴⁷. Cette phase représente une étape nécessaire au cheminement motivationnel vers le comportement. Selon Vallerand, elle est la prédisposition à agir.

La troisième phase correspond à la décision entrepreneuriale, Elle se distingue de la phase précédente par deux dimensions essentielles. Premièrement, la formalisation de l'idée ou du projet est achevée dans ses dimensions stratégiques. L'idée ou le projet sont transformés en opportunité qui est validée par les études financière et marketing. Deuxièmement, les ressources de différente nature (humaines, financières et logistiques) sont globalement mobilisées.

La quatrième et dernière phase est l'acte d'entreprendre, elle correspond au démarrage physique de l'activité qui se manifeste par la réalisation des premiers produits ou services. Une entreprise est opérationnelle à partir du moment où elle génère des revenus. TOUNES A (2007), réfute cette acception. Pour lui, l'entreprise peut rester longtemps en sommeil ou elle peut ne jamais honorer ses commandes. L'auteur a présenté un outil (voir figure 3) pour faciliter le positionnement des chercheurs dans le champ de l'entrepreneuriat. Cet outil permet de lier les stades du processus de création (la dimension processuelle) avec leurs composantes cognitives (les perceptions), conative (les actions sont orientées vers le comportement

⁴⁴ : Azzedine TOUNÉS, « L'intention entrepreneuriale », Thèse pour le doctorat en Sciences de Gestion, Université de ROUEN, P 48

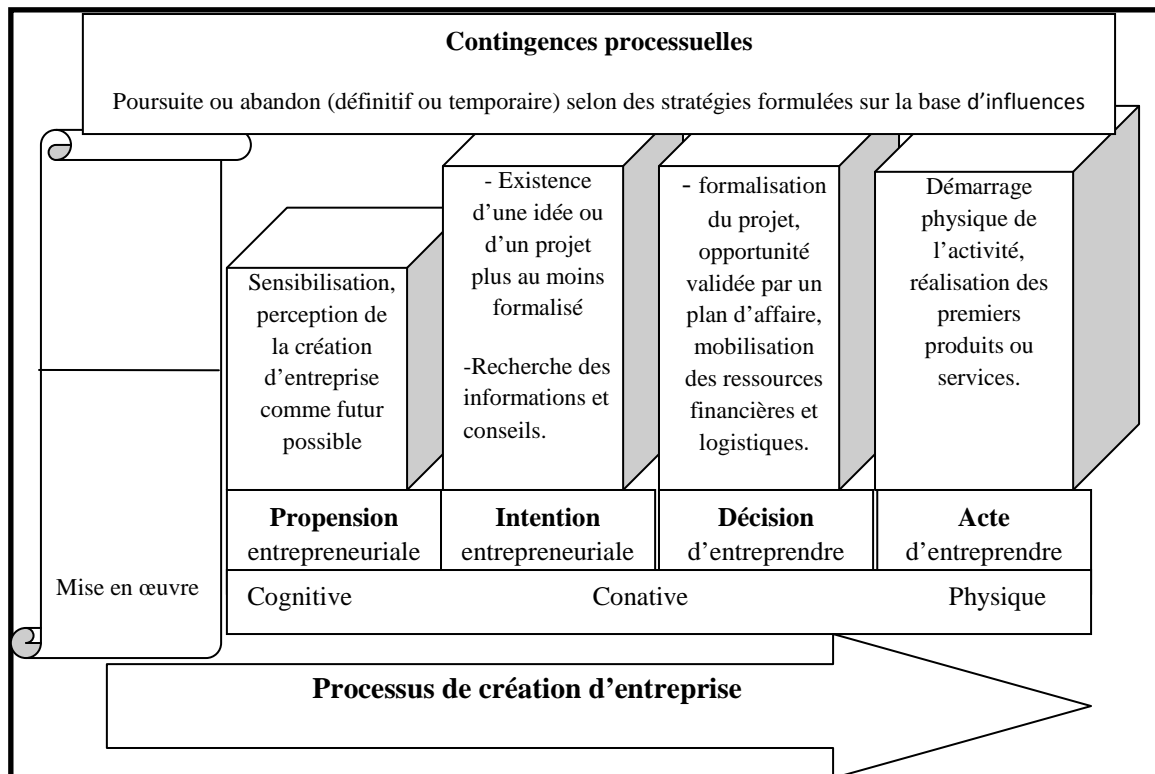
⁴⁵ : Idem, P 48.

⁴⁶ : Zineb AOUNI, Bernard Surlemont, « Le processus d'acquisition des compétences entrepreneuriales : une approche cognitive » P 6,7

⁴⁷ : TOUNÉS Azzedine, "L'intention entrepreneuriale : théories et modèles" in Riadh Zghal, L'entrepreneuriat : théories, acteurs et pratiques, P 77.

souhaité) et physique (comportement concrétisé). Il n'en demeure pas moins que le processus de création d'entreprise n'est pas séquentiellement disjoint. L'outil demeure simplificateur pour être intelligible. L'intention précède souvent la décision et l'acte de création, mais les cheminements entrepreneuriaux sont différents. La création peut naître d'une rencontre soudaine, d'une opportunité ou d'une insatisfaction professionnelle.... Les quatre phases du processus de création d'entreprise sont résumées dans la figure n°3.

Figure 3 : Processus de création d'entreprise :



Source : TOUNÉS Azzedine, "L'intention entrepreneuriale : théories et modèles" in Riadh Zghal, L'entrepreneuriat : théories, acteurs et pratiques, P 75

Le processus entrepreneurial se déroule dans un laps de temps plus au moins long et il peut prendre des semaines, des mois ou même des années avec des parcours plus au moins compliqués.

Dans notre travail, nous nous intéressons essentiellement à la phase de décision entrepreneuriale et aux facteurs poussant l'individu à créer son propre projet. Ainsi que les conditions facilitant ou freinant la création d'entreprise.

2.4. Les difficultés rencontrées lors de la création d'entreprises

L'ampleur des entraves que rencontrent les créateurs est sans aucun doute le seul phénomène susceptible de nous renseigner sur le déroulement, la pratique et la réalisation effective d'un projet de création d'entreprise.

En premier lieu, les difficultés d'ordre administratif qui bloquent pour longtemps le processus de création d'entreprise. En effet, la complexité et la lenteur des procédures nécessaire pour la préparation des dossiers de demande soit de crédit soit d'autorisation d'exercer ou même de contrat de bail,... découragent l'initiative privée et limitent, par conséquent, la volonté des entrepreneurs débutants. Ces derniers finissent également par se trouver devant une multiplicité des pièces à fournir et dont la préparation ou l'obtention suppose aussi et à nouveau la sollicitation auprès d'une autre administration publique, ce qui les amène dans un cercle vicieux sans issue.

En deuxième lieu, il y a lieu de parler des entraves relatives au problème de financement qui, quant à lui, fait défaut et coûte encore cher pour les créateurs. A cet égard, les jeunes entrepreneurs souffrent énormément du manque de collaboration et de l'absence d'intégration des banques commerciales qui se trouvent réticentes à l'égard des premiers et se méfient de l'important "risque" qu'ils représentent. C'est ainsi que le poids des garanties demandées par les banques jouent son rôle en bloquant le processus de création dans sa racine.

L'indisponibilité des locaux et des terrains à des prix raisonnables d'une part, le coût des investissements à entreprendre notamment dans les premières étapes de réalisation d'autre part, ainsi que le coût financier et les frais de douane que suppose de l'autre côté l'accès aux biens d'équipement font que le créateur-entrepreneur voit alourdir ses responsabilités matérielles et financières. Ceci diminue par conséquent ses motivations et mène le processus à l'échec.

Nous pouvons citer, en troisième lieu, la complexité de façon générale d'un processus tel que celui de la création et du montage d'une entreprise du fait essentiellement de l'effort à déployer et des tâches à accomplir. Ajoutons à ceci, les obstacles d'ordre macro-économique, la forte concurrence des entreprises bien placées sur le marché.

Conclusion

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

La définition de l'entrepreneur a connu une évolution à travers le temps cependant que la structure économique mondiale se transformait et devenait plus complexe. Depuis ses origines, au Moyen Age, où elle était liée à des activités bien spécifiques. La notion d'entrepreneur s'est précisée et s'est élargie pour inclure des concepts tenant à la personne plutôt qu'à l'activité économique.

L'entrepreneur apparaît, à certains, comme un individu peu ordinaire, doté de caractéristiques psychologiques uniques, voire même d'une capacité intuitive à entreprendre. Il apparaît à d'autres plutôt comme un manager capable d'innover, d'organiser et d'agir (identifier les ressources, se les approprier, les mettre en œuvre) et disposant d'une capacité de leadership. L'entrepreneur peut évoluer dans des situations et des contextes très différents liés à des entreprises existantes ou en voie de création. Il peut parfois, sous certaines conditions, développer des comportements persistants.

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

Chapitre II : les déterminants de la création des PME**Introduction**

La création et le développement des entreprises est le fait des entrepreneurs, c'est-à-dire, de ceux qui mobilisent et gèrent les ressources humaines et matérielles, dans le but de créer, de développer et d'implanter des solutions permettant de répondre aux besoins des individus. Les auteurs s'accordent, d'une manière générale, pour dire que ceux-ci ne sont pas homogènes, car « ils viennent de backgrounds différents, manifestent des styles de management et sont motivés par des facteurs distincts »⁴⁸ (Woo, Cooper et Dunkelberg, 1988). Plusieurs études démontrent que les fondateurs d'entreprise possèdent certaines caractéristiques particulières. C'est ce que nous allons voir dans les deux premières sections ; la première sera consacrée à définir la motivation dans le domaine de l'entrepreneuriat et de présenter quelques théories qui nous permet de comprendre les raisons pour lesquelles l'individu est motivé pour créer une entreprise. Dans la deuxième section, nous allons énumérer les facteurs déclencheurs de la création des entreprises.

Les nouvelles entreprises peuvent contribuer de diverses façons à la croissance et à la vitalité de l'économie. Elles dynamisent le milieu par la création d'emplois, l'exploitation des ressources, l'utilisation des talents et de la créativité des personnes, l'émulation auprès de la population, surtout auprès des jeunes et aussi par la diversification et la complémentarité des entreprises, petites et grandes, assurant ainsi une certaine stabilité et une meilleure pérennité des économies locales et régionales. La dernière section, nous permet de voir l'importance des petites et moyennes entreprises créées dans le tissu économique et leur impact sur le développement des pays.

⁴⁸ : Bérangère DESCHAMPS , « Le processus de reprise d'entreprise par les entrepreneurs personnes physiques », P 232.

1. La motivation dans le domaine de l'entrepreneuriat

1.1. Définition de la motivation

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

Le Dictionnaire de l'éducation de Legendre (1993) la définit comme : « un ensemble de désirs et de volonté qui pousse une personne à accomplir une tâche ou à viser un objectif correspondant à un besoin ». La définition de Vallerand et Thill (1993) spécifie qu'il s'agit : « d'un construit hypothétique utilisé pour décrire les forces internes et, ou externes produisant le déclenchement, la direction, l'intensité, et la persistance du comportement ». Le Dictionnaire de psychologie de Larousse (1989) la décrit comme : « l'ensemble des facteurs dynamiques qui déterminent la conduite d'un individu », alors que Pintrich et Schunk (1996) soutiennent que la motivation est : « le processus par lequel une activité visant un objectif est initiée et maintenue ».

Louart (1997) rappelle que le « concept de motivation sert à traduire les aspects dynamiques de la conduite humaine. Il explique les liens entre l'activation de l'énergie interne et son orientation vers des buts particuliers. L'homme agit selon des directions qu'on peut interpréter de façon causale ou projective. Dans le premier sens, la motivation est le fruit de déterminations plus ou moins conscientes. Dans le second, elle mobilise le sujet vers des finalités construites à partir de représentations et des enjeux qu'il y voit pour lui-même. Les deux façons de voir sont complémentaires. »⁴⁹

1.2. Comprendre l'acte entrepreneurial

Plusieurs théories ont été élaborées pour expliquer les fondements de l'esprit d'entreprise, nous n'en examinerons celles qui nous semblent plus pertinentes : l'approche fondée sur l'étude des caractéristiques et les besoins des entrepreneurs et les théories behavioristes et cognitivistes conduisant à des recherches plus opérationnelles.

⁴⁹ : Christophe Estay, « motivation entrepreneuriale » P46.

1.2.1. Les approches par les caractéristiques et les besoins des entrepreneurs

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

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

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

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

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

L'approche de Mc Clelland a inspiré beaucoup d'auteurs qui se sont intéressés aux motivations et aux profils psychologiques des entrepreneurs. Mais cette approche a été très

critiquée par d'autres chercheurs qui ont démontré que ce besoin n'était pas déterminant dans la décision de créer une entreprise, et que des personnes, autres que les créateurs, pouvaient également le posséder à un niveau élevé.

1.2.2. Les approches comportementales et cognitives de l'entrepreneur

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

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

1.2.2.1. Le modèle de la formation organisationnelle de Learned (1992)

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

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

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

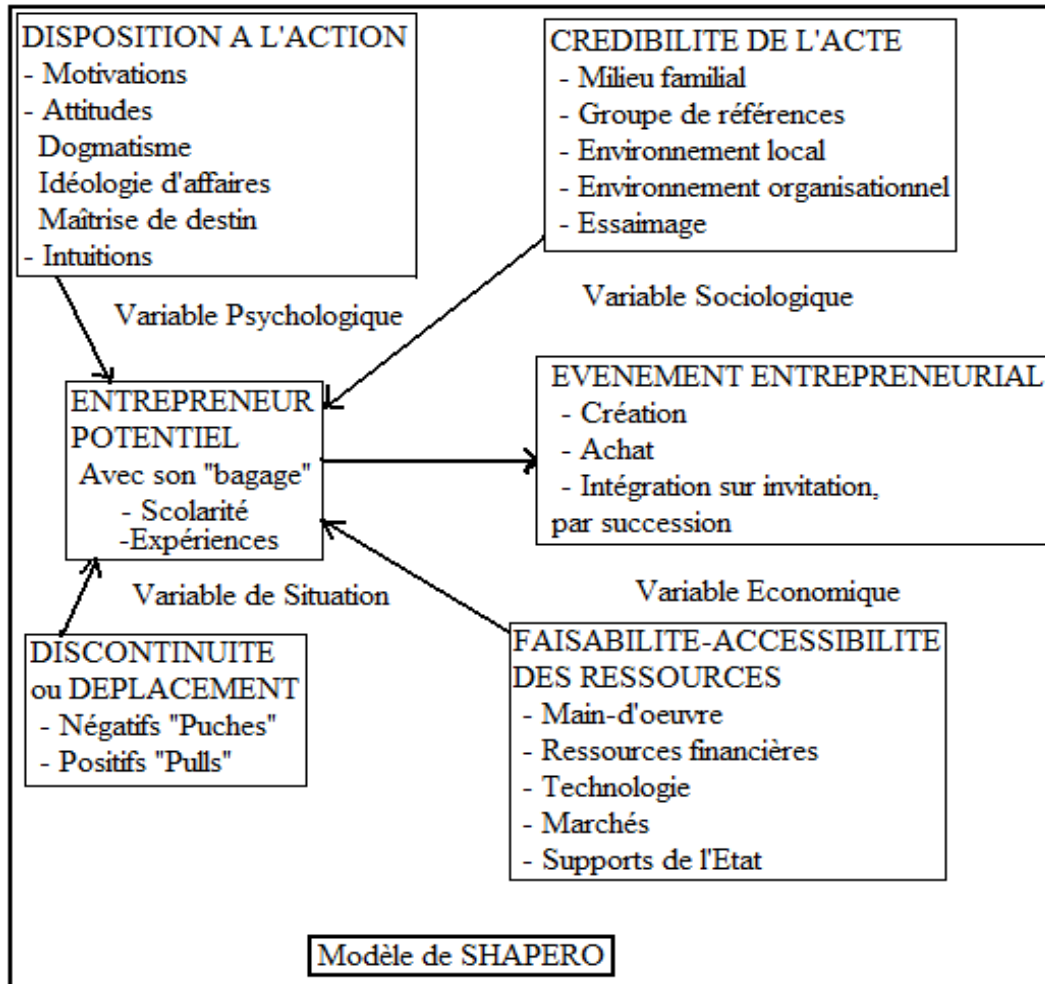
1.2.2.2. Le modèle de l'évènement entrepreneurial de Shapero (1975)

Les travaux de Shapero ont débouché sur un modèle général de création d'entreprise qui date de 1975 et qui a connu un grand succès parmi les chercheurs qui s'intéressent à ce domaine. Selon cet auteur, la création d'entreprise est un phénomène multidimensionnel⁵⁰, il

⁵⁰ : Emile-Michel Hernandez : « Le processus entrepreneurial : vers un modèle stratégique d'entrepreneuriat », P35.

faut pour l'analyser prendre en compte des caractéristiques psychologiques du créateur et un certain nombre de facteurs contextuels.

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



En effet, ce modèle se base sur quatre variables :

♦ **La disposition à l'action, variable psychologique** : A. Shapero insiste sur le fait que les entrepreneurs ont un grand désir d'indépendance et de contrôle de leur environnement. Des motivations et certaines qualités particulières confèrent donc aux individus qui les possèdent une disposition plus ou moins marquée à l'action entrepreneuriale.

♦ **La crédibilité de l'acte, variable sociologique** : pour Shapero, elle constitue une condition essentielle de la création de l'entreprise : « La plus puissante variable que l'on puisse trouver associée à l'acte de création d'une entreprise est la crédibilité de l'acte

d'entreprendre. L'individu doit être capable de s'imaginer lui-même faisant démarrer et dirigeant une entreprise »⁵¹.

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

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

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

- Situations négatives : d'après Shapero, sont les plus fréquentes, elles représentent 65% dans son étude. Il peut s'agir de situations liées à l'emploi, par exemple, insatisfaction dans le travail, mauvaise relation avec la hiérarchie, absence de possibilité de promotion. Comme, il peut s'agir de discontinuité diverses, à titre d'exemple, la fin des études, la fin du service militaire ou encore la sortie de prison.
- Situations positives : elles sont plus rares que les situations négatives, seulement 28% dans l'étude de Shapero. Elles résultent de la découverte d'un nouveau produit, la rencontre d'un partenaire, d'un futur associé, etc.

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

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

Le modèle de Boyd et Vozikis (1994) repose sur le modèle de Bird (1988) et le concept d'efficacité personnelle⁵² de Bandura (1977). Il recouvre une combinaison des facteurs personnels et contextuels qui prédisposent les individus à avoir l'intention de créer une

⁵¹ : Sandrine EMIN, « l'intention de créer une entreprise des chercheurs publics : Le cas français », P 120.

⁵² : Le concept d'efficacité personnelle proposé par Bandura (1977) est définie par la croyance d'une personne en sa capacité à faire face à des problèmes spécifiques et à trouver des solutions. Le fait de se sentir efficace face à une tâche donnée, quelles que soient ses aptitudes, susciterait un niveau de confiance ou de contrôle qui permettrait à la personne de persévérer dans l'utilisation de nouvelles stratégies et ainsi, influencerait la qualité de son action. L'efficacité personnelle ne traduit pas l'existence réelle de compétences, mais les perceptions de l'individu sur ses capacités, quelles que soient les compétences qu'il possède.

entreprise. Les facteurs personnels incluent l'expérience antérieure en tant qu'entrepreneur, traits de personnalité et les compétences. Les facteurs contextuels consistent en des variables sociales, politiques et économiques, telles que les déplacements, les changements au niveau des marchés et la politique gouvernementale. Cette approche permet de réunir les facteurs individuels et environnementaux sous-jacent à l'intention entrepreneuriale.

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

1.2.3. Les principales dimensions environnementales favorisant la création

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

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

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

◆ *Les dimensions économiques et démographiques*

L'étude menée par Reynolds, Storey et Westhead (1994) indique un impact significatif de la croissance de la demande de biens de consommation sur le nombre de créations d'entreprises dans la plupart des pays. Le lien entre la croissance économique et l'activité entrepreneuriale est analysé dans le cadre des travaux du Global Entrepreneurship Monitor. En 2000⁵³, les données sur 21 pays indiquent une corrélation forte entre les deux variables.

⁵³ : Christophe Estay, « motivation entrepreneuriale » P34.

Plusieurs recherches ont montré que l'entrepreneuriat dépend fortement de la densité démographique⁵⁴. Parmi celles-ci, nous citons les recherches de Low et MacMillan (1988) qui révèlent que le dynamisme entrepreneurial est fortement lié à la densité de population des entreprises et aux relations qu'elles entretiennent entre elles. Plus précisément, Baum et Oliver (1992) ont conclu que les porteurs de projets intervenant dans un environnement à forte intensité d'entreprises ont davantage d'opportunités pour apprendre et se créer un réseau de relations, mais ils doivent également faire face à une intensité concurrentielle très forte. D'autres variables importantes ont été soulignées par Kangasharju (2000) telle que : l'existence d'université et de centres de recherche, le développement du secteur des services, la jeunesse de la population et enfin le dynamisme technologique des entreprises.

◆ *Les raisons socioculturelles à l'origine des dynamiques entrepreneuriales*

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

◆ *Les motifs politiques*

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

⁵⁴ : Idem, P 35.

2. Les motivations des entrepreneurs

L'entrepreneuriat, c'est le fait de mobiliser des ressources en vue de lancer des projets et de créer des entreprises dont les produits ou les services répondent à des besoins de la société. Parvenir au statut d'entrepreneur est souvent le résultat d'un long cheminement personnel dont les motivations, associées à d'autres éléments favorables ou inhibiteurs, ont représenté le premier élément déclencheur. Cependant, les raisons de créer une entreprise ou d'entreprendre un projet sont nombreuses et varient d'un individu à un autre. Qu'est-ce qui amène donc une personne à démarrer une entreprise ?

Alain Fayolle (2004) manifeste sur l'existence d'une motivation principale parmi d'autres motivations personnelles pour lesquelles les individus décident de créer ou de reprendre une entreprise. La question posée par cet auteur est la suivante : Est-ce que l'entrepreneur est motivé principalement par l'argent ?

Pierre-André Julien et Marchesnay (1996)⁵⁵, stipulent que le bon choix de la stratégie et les décisions de l'entrepreneur seront marqués par le profit, qui est l'un des grands objectifs de l'investisseur. La théorie économique a toujours dit que le profit est rarement le premier objectif de l'entrepreneuriat. Ce profit peut être d'une part une contrainte pour compenser les coûts et surtout assurer la survie de l'entreprise et d'autre part il permet de faire face à de nouveaux défis pour soutenir la croissance et les nouveaux investissements.

Dans le même sens Alain Fayolle (2004)⁵⁶, précise que contrairement aux idées reçues, les entrepreneurs, quelque soit le pays considéré, mettent plus souvent en avant les motivations suivantes :

- Le besoin d'accomplissement ;
- Le besoin d'indépendance ;
- Le besoin de reconnaissance ;
- La recherche de pouvoir ;
- La passion ;
- Le challenge, le défi ;
- L'enrichissement (l'argent n'est que très rarement une motivation) ;

Certains auteurs ont affirmé qu'une personne qui présente un profil entrepreneurial est plus susceptible qu'une autre d'entreprendre un projet parce qu'elle a les habiletés et le comportement nécessaires. Les motivations sont généralement inhérentes à sa personnalité et

⁵⁵ : Pierre-André Julien et Marchesnay (1996), Op. Cit, p53-54.

⁵⁶ : Alain Fayolle (2004), Op. Cit, p69.

à ses intérêts professionnels et familiaux. Les facteurs déclencheurs de l'acte d'entreprendre peuvent être :

2.1. Facteurs psychologiques

Plusieurs études récentes sur les entrepreneurs naissants (Menziez et autres, 2002) viennent confirmer l'importance de la dynamique psychosociologique dans la création des nouvelles entreprises⁵⁷. Les auteurs s'entendent généralement pour reconnaître que les entrepreneurs font preuve habituellement de beaucoup de motivation et de persévérance dans leurs efforts. A ce titre, les entrepreneurs s'engagent dans un processus qui exige leur créativité et leur participation entière et totale, ils recherchent des solutions aux divers problèmes rencontrés, ils recherchent l'autonomie et l'indépendance, veulent devenir leur propre patron et prennent des initiatives dans ce sens.

➤ Les intentions entrepreneuriales

D'après BRUYAT, l'intention entrepreneuriale est une volonté. Dans cette conception, Fayolle conjugue la volonté d'accomplir un acte avec un objectif visé. Boyd et Vozikis lient cette volonté à la poursuite d'un comportement donné. Bradley, Bygrave et Hofer, Danjou notent que pour comprendre la création d'entreprise, il faut tenir compte de la volonté de l'individu. Bird assimile aussi l'intention à une liberté et une volonté individuelle ; elle est un état de l'esprit qui oriente l'action vers un objectif spécifique (créer une entreprise...).

Les intentions traduisent une véritable motivation à l'action, une tension psychologique orientée vers l'action. Azjen écrit à ce sujet que «les intentions sont des indicateurs de la volonté à essayer, de l'effort que l'on est prêt à consentir pour se comporter d'une certaine façon»⁵⁸. Ce qui semble donc caractériser l'intention, c'est sa propension à faire basculer un individu dans le concret et donc à provoquer l'action. Pour que cette dernière soit véritablement déclencher, ces intentions doivent se transformer en décision d'action. Les intentions peuvent être évaluées à court, moyen ou à long terme. Dans le cas de la population étudiante, les intentions sont souvent mesurées selon trois repères : pendant les études, juste après l'obtention du diplôme ou encore longtemps après l'obtention du diplôme.

➤ Besoin d'indépendance

Plusieurs études de cas d'entrepreneuriat révèlent que le désir d'être indépendant et autonome est l'explication fréquemment donnée comme motif de création d'une nouvelle

⁵⁷ : GASSE Yvon, « l'influence du milieu dans la création d'entreprises », P 52.

⁵⁸ : EMIN Sandrine, « l'intention de créer une entreprise des chercheurs publics : le cas Français », 2003, P 93.

entreprise. Le besoin d'indépendance et d'autonomie sont considérés comme attribut des entrepreneurs.⁵⁹ Ils ont été reconnus comme des motivations à entreprendre⁶⁰. Selon A. Shapero, Les premiers mobiles de l'entrepreneur sont le besoin d'indépendance, le désir d'être son propre patron et l'aspiration à l'autonomie⁶¹.

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

Pour Stevenson⁶² (1987), les jeunes sont motivés pour entreprendre depuis assez longtemps, souvent dès leur enfance. La motivation des jeunes entrepreneurs est l'indépendance, échapper aux ordres des supérieurs et le besoin de réalisation personnelle pour gagner de l'argent. A ce titre, la motivation première des entrepreneurs pour Guillaume (1998), c'est d'être son propre patron. Ils créent surtout par défis avec eux-mêmes (désir d'accomplissement, indépendance...) que par opportunité pour un marché ou à cause de pressions diverses.

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

➤ **Besoin d'accomplissement**

De nombreux auteurs font du besoin d'accomplissement ou de réalisation une motivation entrepreneuriale dominante⁶³.

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

⁵⁹ : Jean-charles cachon, « Entrepreneurs : Pourquoi ? Comment ? Quoi », P 18.

⁶⁰ : GASSE Yvon, Tremblay Maripier « L'impact des antécédents sur les perceptions, attitudes et intentions des étudiants collégiaux et universitaires à l'égard de l'entrepreneuriat », P 9.

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

⁶² : Emna Baccari, « Les motivations entrepreneuriales des jeunes entrepreneurs Tunisiens : Etude exploratoire », P 8

⁶³ : Alain FAYOLLE, « Le métier de créateur », Editions d'Organisation, 2003, P 62.

de subir des tensions dans son entourage professionnel. Enfin, cette motivation peut encore s'interpréter comme un besoin de prouver sa valeur personnelle (Albert, Mougnot, 1988) ou comme la volonté de faire mieux que les autres.

Dans ses travaux, David C. Mc Clelland⁶⁴ (1961) a essayé de faire comprendre le système de valeurs et les motivations de l'entrepreneur. Il a révélé deux dimensions essentielles qui détermineraient un comportement d'entrepreneur : le besoin d'accomplissement et le besoin de puissance. Pour, le besoin d'accomplissement; il pousse l'individu à être responsable de la solution de ses problèmes et en conséquence à se fixer lui-même les objectifs aptes à l'épanouir. Les entrepreneurs ont également tendance à prendre des risques modérés en fonction de leurs habilités et recherchent une mesure immédiate de leur performance qu'ils trouvent dans le projet. Le besoin de puissance, moins étudié, passerait par une volonté plus ou moins explicite d'occuper une place prédominante dans un système.

➤ **Créativité et innovation**

De nombreuses personnes pensent que la caractéristique essentielle du comportement entrepreneurial est l'innovation. Les entrepreneurs doivent donc témoigner d'une réelle créativité et d'une capacité à innover. Leur fonction principale est l'innovation et l'introduction, dans un environnement donné, de nouvelles combinaisons productives. Dans ces conditions, l'innovation, la créativité et la découverte d'opportunités constituent des éléments clés du phénomène entrepreneurial. L'innovation ne doit pas être entendue comme devant être nécessairement une innovation de rupture. Elle peut s'envisager également à travers des modifications marginales qui vont permettre à une offre d'affirmer une certaine compétitivité.

Selon certains auteurs, les entrepreneurs ont un comportement particulièrement innovateur et créatif, alors que leur recherche du gain financier représente seulement une raison mineure pour devenir employés à leur compte. La gestion de l'innovation est également considérée comme le principal défi auquel les entrepreneurs font face afin de faire concurrence à leurs adversaires⁶⁵.

➤ **La prise de risque**

L'action d'entreprendre est entourée d'incertitude. Des changements imprévus peuvent surgir au cours de l'investissement. Le risque est vu comme le risque de perdre, ce qui n'est pas sans conséquences sur le capital et sur le moral de l'entrepreneur (conséquences

⁶⁴ : Emna Baccari, « Les motivations entrepreneuriales des jeunes entrepreneurs Tunisiens : Etude exploratoire », P7.

⁶⁵ : Jean-charles cachon, « Entrepreneurs : Pourquoi ? Comment ? Quoi », P 18.

économiques et psychologiques). Quatre grands types de risques sont toutefois encourus par les créateurs d'entreprises selon Justin G. Longenecker et Carlos W Moore : Le risque financier, Le risque de carrière, Le risque familial et le risque psychique. Tous ceux qui peuvent faire face à une prise de décision quelconque avec tous les risques que cela comporte ont la possibilité de devenir des entrepreneurs. L'attitude face au risque ou au changement peut avoir un impact important sur la volonté des individus de se lancer dans un projet d'entreprise.

➤ **L'internalité du lieu de contrôle**

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

➤ **L'âge**

Entreprendre est un véritable parcours du combattant, aussi le fait d'être jeune, dynamique et en bonne santé. La jeunesse et les qualités qui y sont généralement associées peuvent constituer un plus. La carrière d'entrepreneur commence dans la plupart des cas entre 22 et 55 ans. Sans doute, elle peut débiter plus tôt ou plus tard, mais la chose est moins probable puisqu'il faut à l'entrepreneur de l'expérience, du savoir-faire pertinent, une assise financière et beaucoup d'énergie pour lancer et gérer avec succès une nouvelle entreprise. Dans une étude récente⁶⁶ sur les entrepreneurs naissants au Canada, ils ont observé que 57 % de ceux-ci ont entre 25 et 44 ans et possèdent jusqu'à 10 ans d'expérience dans le domaine dans lequel évoluera la nouvelle entreprise. En fait⁶⁷, la trentaine est l'âge le plus fréquemment cité pour coïncider avec une accumulation suffisante de savoir-faire dans un domaine et de compétences sociales (l'obtention et l'échange d'informations utiles) pour fonder une entreprise viable.

2.2. Facteurs sociologiques et culturels

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

⁶⁶ : GASSE Yvon, « l'influence du milieu dans la création d'entreprises », P52.

⁶⁷ : Jean-charles cachon, « Entrepreneurs : Pourquoi ? Comment ? Quoi », P 33.

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

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

➤ La famille et les proches

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

Pour certains économistes, la profession des parents est déterminante dans la vie des entrepreneurs, car la famille joue un rôle essentiel, puisque les enfants ont tendance à reproduire les schémas parentaux. Les jeunes issus d'une famille d'entrepreneurs sont plus disposés à entreprendre, non pas parce que leurs capacités sont, en la matière, supérieures mais parce que le contact parental a rendu le choix de devenir entrepreneur accessible.

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

L'incidence du rang de naissance a fait l'objet de plusieurs études⁶⁸, notamment dans celle de Henning et Jardim, qui ont découvert par exemple, que les femmes cadres dirigeants ont tendance à être des aînées. Ainsi, un aîné ou un enfant unique est entouré d'une attention particulière et acquiert plus de confiance en lui. Hisrich et Brush ont, par exemple, trouvé 50% d'aînées au sein d'un échantillon national de 408 femmes entrepreneurs.

⁶⁸ : Robert D. Hisrich, Michael p. Peters : « entrepreneurship : lancer, élaborer et gérer une entreprise », *Economica*, 1991, P 57.

➤ **L'éducation**

L'éducation des entrepreneurs a fait l'objet d'abondantes recherches. Ces dernières ont montré que l'éducation joue un rôle important dans l'éveil des entrepreneurs. Elle permet de doter l'entrepreneur de compétences et de connaissances qu'il estime très utiles, même décisives pour la concrétisation de son projet. Dans une étude⁶⁹ sur les compétences et les pratiques de gestion des dirigeants de PME au Québec, ils ont observé que le niveau moyen de scolarité des dirigeants de PME est de 13 ans et que près de 75% avaient fait des études universitaires.

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

➤ **Les activités professionnelles antérieures**

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

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

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

➤ **Le territoire**

Le territoire dans lequel l'entrepreneur (ou celui qui se destine à l'entrepreneuriat) passe sa vie personnelle ou professionnelle joue un rôle non négligeable. Un territoire peut, en effet,

⁶⁹ : GASSE Yvon, « l'influence du milieu dans la création d'entreprises », P51.

constituer un pôle d'attraction entrepreneuriale⁷⁰. Il est considéré comme un déterminant grâce à la disponibilité d'atouts naturels tels que la taille, la qualité et la diversité du territoire, la richesse des sols et des sous sols, la disponibilité en eau, la douceur du climat. D'autres ressources disponibles sur un territoire sont historiquement construites et acquises grâce à l'ingéniosité de l'homme. Nous pensons aussi aux diverses infrastructures de base (réseaux routiers, aéroport, télécommunication, réseaux d'énergie, tissu économique, ...), ainsi qu'aux ressources humaines, financières et technologiques.

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

2.3. Facteurs économiques

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

- Les ressources humaines : la présence d'une main d'œuvre qualifiée dans la zone d'implantation favorise l'entrepreneuriat. Une région, où la main d'œuvre est bon marché, voit forcément son taux de création d'entreprise s'accroître.
- Les ressources financières : La disposition d'un capital financier de départ encourage l'entrepreneuriat. Ainsi, un entrepreneur ne disposant pas des moyens financiers nécessaires rencontrera plusieurs difficultés.
- Accessibilité au marché : L'existence de marchés ouverts influence positivement la création d'entreprise. Cependant, il existe des marchés ouverts mais encombrés, d'autres sont fermés ou très réglementés, l'implantation d'une nouvelle entreprise y quasiment impossible.

Les réseaux personnels et professionnels constituent des éléments facilitateurs et des catalyseurs qui permettent de gagner du temps et de l'efficacité face à la complexité des situations et à la multiplication des démarches et procédures. Ceci justifie parfaitement le vieux dicton : « ce que vous connaissez est bien moins utile que les personnes que vous connaissez.⁷¹ »

⁷⁰ : Alain FAYOLLE, « Le métier de créateur », Editions d'Organisation, 2003, P 66.

⁷¹ : Alain FAYOLLE, « Le métier de créateur », Editions d'Organisation, 2003, P 67.

2.4. Facteurs contextuels

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

A. Shapero (1975) a observé que la plupart des créateurs d'entreprises ont, au départ, subi un déplacement, c'est-à-dire un accident dans leur vie personnelle ou professionnelle. Cet auteur a parlé aussi des facteurs positifs « pull » qui résultent notamment de l'identification d'occasions d'affaires, du besoin d'exploiter ses connaissances et de les appliquer en pratique ou d'une proposition d'association ou d'essaiage. Ainsi que des facteurs négatifs « push » qui sont imposés de l'extérieur par exemple, le licenciement, insatisfaction au travail, des conflits, un revers professionnel ou encore un accident dans la vie familiale, comme un divorce ou la disparition d'un être cher. « Déplacement » selon A. Shapero ou « discontinuité » selon d'autres auteurs : Un événement important affectant la vie d'un entrepreneur potentiel peut servir de catalyseur au déclenchement de l'action d'entreprendre.

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

3. La place des PME dans le tissu économique

Les PME jouent un rôle majeur dans la croissance économique, dans la création d'emplois et la réduction du chômage, ainsi que dans le développement régional et local, et constituent la force motrice du développement dans la plupart des pays du monde. Aussi le développement des PME s'affirme comme un axe majeur de la lutte contre la pauvreté. Les PME occupent une place prépondérante dans le tissu économique des pays arabes⁷² en ce sens

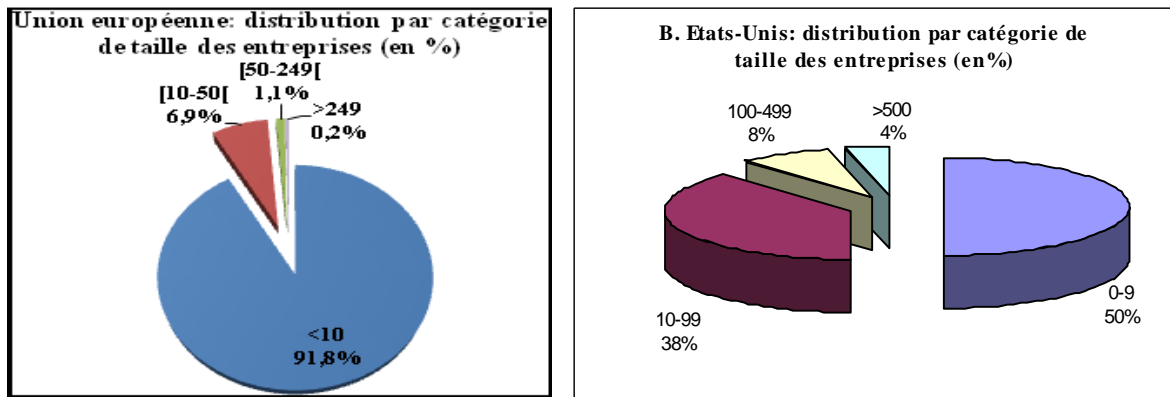
⁷² : <http://www.investir-en-tunisie.net/Actualite/pme.pdf>

que la petite entreprise représente en Tunisie, près de 42,3% du total des entreprises, 99,7 % en Egypte, 93,2 % en Jordanie, 80 % au Liban et près de 56 % dans la bande de Gaza.

Un récent rapport de l’Observatoire des PME européennes indique qu’en 2005, l’Union européenne 27 comptent environ 19,65 millions d’entreprises, 91,8% d’entre elles étant des micro-entreprises, 6,9% des petites entreprises et 1,1% sont des moyennes entreprises, et seulement 0,2% des grandes entreprises. En somme, L’écasante majorité de ces entreprises étaient des PME (99,8 %) employant moins de 250 personnes.

Au Etats-Unis la tendance est la même que celle des pays européens. La part des PME est de 96% du total des entreprises américaines, 50% d’entre elles étant des micro-entreprises, 38% des petites entreprises, 8% des moyennes entreprises, et enfin 4 % des grandes entreprises. Les résultats sont récapitulés dans la figure n°5.

Figure n° 5: Part des PME dans l’ensemble des entreprises en UE-27 et aux USA:



Source: Eurostat sur les statistiques des PME européennes, 2005

Source : Banque de données conjointe OCDE/Eurostat sur les statistiques PME in synthèses de l’OCDE sur les PME, 2000

La petite structure a un intérêt particulier dans les pays industrialisés et occupe une place importante dans leurs économies. Cela s’explique par la grande souplesse et flexibilité de leur structure, leur capacité à s’adapter aux pressions de l’environnement économique et leur aptitude à assurer une intégration économique. Par ailleurs, l’externalisation des activités des grandes entreprises afin de réduire les coûts fixes en sous-traitant les PME a également favorisé leur importance dans le tissu économique.

Au niveau de l’union européenne, le pays comptant le plus grand nombre d’entreprises est l’Italie avec 3.819.000, suivie par l’Espagne (2.542.000), ensuite par la France (2.274.000) et l’Allemagne (1.654.000). Un tissu d’entreprises très étendu sur le territoire, (tableau n°4).

Tableau n °4 : Répartition des PME dans les certains États membres de l'UE, 2005 :

	Nombre d'entreprises (milliers)	Nombre de personnes occupées (milliers)	Valeur ajoutée (Mrd EUR)
EU-27	19 602	85 000	3 090
Belgique	395	1 602	83
Bulgarie	240	1 318	5
Rép-Tchèque	878	2 461	30
Danemark	202	1 129	67
Allemagne	1 654	12 357	553
Grèce	820	2 031	44
Espagne	2 542	10 538	339
France	2 274	8 834	412
Italie	3 819	12 182	420
Lituanie	93	619	5
Hongrie	556	1 783	20
Pays-Bas	492	3 146	146
Autriche	272	1 589	76
Pologne	1 405	5 289	59
Portugal	848	2 676	47
Roumanie	410	2 463	13
Slovénie	88	371	8
Finlande	187	717	40
Suède	523	1 667	83
Royaume Uni	1 535	9 636	501
Norvège	241	895	102

Source : Eurostat sur les statistiques des entreprises européenne, 2005

3.1. Rôle des PME dans la création d'emplois

En 2005, l'Union Européenne-27 compte environ 19,65 millions d'entreprises employant près de 126,7 millions de personnes. Les PME fournissent près de deux tiers des emplois (environ 67,1%) et les grandes entreprises plus d'un tiers (32,9%). Au sein des PME, ce sont les micro-entreprises, c'est-à-dire les entreprises de moins de 10 salariés, qui offrent la majorité des emplois (29,6%), les petites entreprises employaient 20,6 % et les entreprises moyennes 16,8 %.

Tableau n°5 : Données de base sur les PME et sur les grandes entreprises (GE) dans l'EU-27, 2005, (en million) :

	Total	PME	Micro	Petites	Moyennes	Grandes
Nombre d'entreprises (en millions)	19,65	19,60	18,04	1,35	0,21	0,04
Part dans le total (en %)	100,0	99,8	91,8	6,9	1,1	0,2
Personnes occupées (en millions)	126,7	85,0	37,5	26,1	21,3	41,7
Part dans le total (en %)	100,0	67,1	29,6	20,6	16,8	32,9

Source : Eurostat sur les statistiques des entreprises européenne, 2005

D'après le tableau n°05, Nous avons constaté que la contribution des PME à la création d'emploi dans l'UE-27 est plus importante que celle des grandes entreprises. Plusieurs travaux effectués dans plusieurs pays de l'OCDE confortent ce constat et montrent bien que les taux nets de création d'emplois diminuent à mesure qu'augmente la taille des entreprises⁷³. Ainsi, au Québec⁷⁴, entre 1979 et 1989, les petites entreprises de moins de 50 employés ont créé 496 500 emplois nets, alors que les grandes entreprises en perdaient 106.400 emplois. Encore, le nombre d'emplois créés par les petites entreprises représentait près de la totalité du nombre net d'emplois créés au sein de l'économie canadienne dans son ensemble entre le premier trimestre de 2001 et le trimestre correspondant de 2002.

Les évolutions à moyen terme (1988-2003) montrent que l'emploi augmente dans les PME alors qu'il diminue dans les grandes entreprises⁷⁵.

La distribution de l'emploi entre les classes de tailles d'entreprises diffère toutefois entre les pays. Par exemple, la part des micro-entreprises dans le total de l'emploi est de 56,5 % en Grèce et 47,1 % en Italie et seulement 13% en Slovaquie. Cette fourchette est plus large que celle observée tant pour les petites que les moyennes entreprises, dont la contribution à l'emploi total était sensiblement plus homogène d'un pays à l'autre.

⁷³ Programme des publications de recherche d'Industrie Canada « Les PME, l'exportation et la création d'emploi une analyse au niveau de l'entreprise » n°26, décembre 2000

⁷⁴ GASSE Yvon, « l'influence du milieu dans la création d'entreprises », P 49.

⁷⁵ Rapport de l'Observatoire des PME européennes 2003, No. 4, « l'internationalisation des PME », P 61.

Par contre, la part des grandes entreprises dans l'emploi total est de 41 % au Royaume-Uni, et même de 45 % en Islande, contre 30 % en moyenne.

Tableau n°6 : Entreprises UE 27, 2005, nombre de personnes occupées (%) :

	Micro (%)	Petite (%)	Moyenne (%)	PME %	GE (%)*
Autriche	25,2	23,3	18,9	67,4	28
Belgique	29,8	21,2	15,6	66,6	23
Danemark	20,2	25,3	20,6	66,1	27
Finlande	22,1	18,5	17,9	58,5	35
France	23,9	21,0	16,5	61,4	33
Allemagne	18,9	22,1	19,2	60,2	35
Grèce	56,5	15,8	9,7	82	13
Irlande	21,5	21,9	24,1	67,5	30
Italie	47,1	21,7	12,4	81,2	16
Luxemburg	20,0	24,9	25,9	70,8	27
Pays-Bas	29,2	21,1	17,0	67,3	35
Portugal	42,7	22,9	16,4	82	21
Espagne	38,6	25,7	14,5	78,8	18
Suède	24,9	20,4	17,9	63,2	32
Royaume-Uni	21,4	17,7	14,9	54	41
Slovaquie	13,0	17,5	23,4	53,9	-
Rép-Tchèque	31,8	18,4	18,7	68,9	-
Norvège	27,0	25,0	17,7	69,7	26
Pologne	39,2	12,0	18,7	69,9	-
Roumanie	20,1	18,5	22,3	60,9	-

Source : Eurostat sur les statistiques des entreprises européenne, 2005 (*données 2003)

D'après le tableau n°6, la contribution des PME à la création d'emplois au niveau de l'UE-27 est plus importante que celles des grandes entreprises. Elle varie entre 54% et 82%, par contre celle des grandes entreprises varie entre 13 % et 45 %.

3.2. Part des PME dans la croissance économique

En plus de leur importante implication dans la création d'emplois, les PME jouent le rôle de catalyseur de croissance dans la majeure partie des pays industrialisés. Elles participent ainsi pour une grande part dans la formation du Produit Intérieur Brut (PIB) de ces

économies. Selon l'Organisation de Coopération pour le Développement économique (OCDE)⁷⁶, les PME représentent 30 à 70% du PIB des économies occidentales.

Les petites structures ont une part assez importante dans la création de la richesse. Le tableau n° 07 nous permet d'avoir une idée sur la contribution des PME dans la valeur ajoutée en 2005. Nous constatons que la part des PME est plus importante (3090 Mrd EUR) que celle des grandes entreprises (2270 Mrd EUR).

Tableau n°7 : Part des PME et les grandes entreprises dans la valeur ajoutée

	Total	PME	Micro	Petites	Moyennes	Grandes
Nombre d'entreprises (en millions)	19,65	19,60	18,04	1,35	0,21	0,04
<i>Part dans le total (en %)</i>	<i>100,0</i>	<i>99,8</i>	<i>91,8</i>	<i>6,9</i>	<i>1,1</i>	<i>0,2</i>
Valeur ajoutée (Mrd EUR)	5 360	3 090	1 120	1 011	954	2 270
<i>Part dans le total (en %)</i>	<i>100,0</i>	<i>57,6</i>	<i>20,9</i>	<i>18,9</i>	<i>17,8</i>	<i>42,4</i>

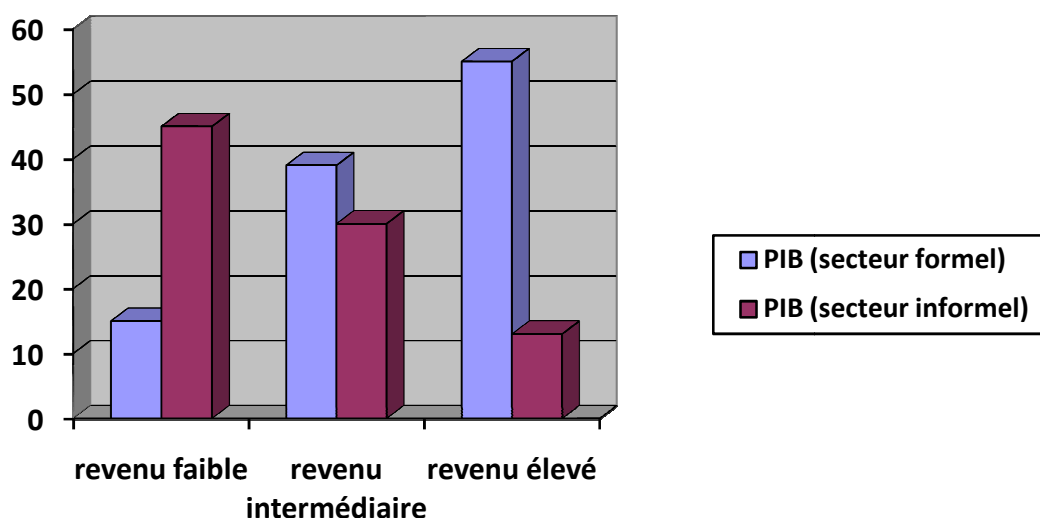
Source : Eurostat sur les statistiques des entreprises européenne, 2005

Selon des observations récentes, les PME génèrent plus de 55 % du PIB dans les pays à revenu élevé. Les PME et les entreprises du secteur informel génèrent plus de 45 % du PIB dans les pays à faible revenu, et environ 30 % du PIB dans les pays à revenu intermédiaire. La figure n°6 fait également apparaître que l'importance relative des PME et du secteur informel est inversement proportionnelle au développement économique. Dans les pays à faible revenu, en particulier dans les économies les moins avancées, la contribution des PME au PIB est inférieure à celle du secteur informel. L'une des grandes priorités des pouvoirs publics des pays en développement est de réformer les mesures qui créent une dichotomie entre les secteurs formel et informel, afin de permettre aux pauvres d'accéder aux marchés et de se livrer à des activités commerciales à plus forte valeur ajoutée.

Dans les pays à revenu élevé, la part des PME dans le PIB (environ 55 %) est plus de trois fois supérieure à celle du secteur informel; en outre, ces pays prennent des mesures pour intégrer dans le secteur formel le plus grand nombre possible d'entreprises du secteur informel.

⁷⁶ : Rapport d'information n°374, « Aider les PME : l'exemple américain », site internet : <http://www.senat.fr/rap/r96-374/r96-3742.html>

Figure n° 6: Contribution des PME au PIB en 2003 :



Source : 2^{ème} conférence de l'OCDE des ministres en charge des PME : promouvoir l'entrepreneuriat et les PME dans une économie mondiale : vers une plus responsable et mieux partagée, juin 2004.

3.3. PME source majeure de recettes à l'exportation :

Les PME constituent également une source majeure de recettes à l'exportation pour certains pays en développement, et ce malgré les difficultés qu'elles rencontrent (les problèmes de financement en particulier). Le tableau n°08 présente des données relatives à la part des PME dans les exportations de produits manufacturés de quelques pays en développement d'Asie de l'Est et d'Afrique et des pays de l'OCDE⁷⁷. Il est intéressant d'observer que les PME contribuent davantage aux exportations de produits manufacturés dans les économies d'Asie de l'Est les plus industrialisées (à hauteur de 56% au Taipei chinois et de plus de 40% en Chine) et en Inde (31,5%) que dans les pays d'Afrique les moins industrialisés (moins de 1 % pour la Tanzanie et pour le Malawi).

Le tableau n°08 nous montre les entreprises de taille moyenne ont un potentiel à l'exportation supérieur à celui des petites entreprises employant moins de 50 salariés (voir les définitions des PME en vigueur en Tanzanie, au Malawi et à Maurice par comparaison avec celles retenues dans d'autres pays en développement et dans les pays de l'OCDE). Il ressort

⁷⁷ : 2^{ème} conférence de l'OCDE des ministres en charge des PME : promouvoir l'entrepreneuriat et les PME dans une économie mondiale : vers une plus responsable et mieux partagée, « Faciliter l'accès des PME aux marchés internationaux », Istanbul, Turquie 3-5 juin 2004, P13.

de ces observations qu'il convient de cibler les mesures visant à accroître le potentiel à l'exportation et les exportations des PME.

Tableau n° 08 : part des PME dans les exportations de produits manufacturés d'économies en développement et des pays de l'OCDE :

Economie	Année	Définition des PME*	Part des PME en (%)
Pays en développement			
Taipei chinois	Début 90	< 100 salariés	56
Chine	Début 90	< 100 salariés	40-60
Corée	1995	< 300 salariés	42,4
Viêtnam	Début 90	< 200 salariés	20
Inde	1991/1992	< 30 millions d'INR d'investissement installations et équipements	31,5
Singapour	Début 90	< 100 salariés	16
Malaisie	Début 90	< 75 salariés	15
Indonésie	Début 90	< 100 salariés	11
Thaïlande	Début 90	< 100 salariés	10
Maurice	1997	< 50 salariés	2,2
Tanzanie	2002	< 50 salariés	<1,0
Malawi	2003	< 50 salariés	<1,0
OCDE			
Danemark	Début 90	< 500 salariés	46
France	1994	< 500 salariés	28,6
Suède	Début 90	< 200 salariés	24,1
Finlande	1991	< 500 salariés	23,3
Japon	1991	< 300 salariés	13,3
États-Unis	1994	< 500 salariés	11
Moyenne de 6 pays de l'OCDE			24,4
Note: (*) Définition retenue dans chaque étude, qui peut être différente de la définition officielle de ce qu'est une PME.			
Reposant sur les travaux menés par Wignaraja sur le terrain), autres pays (OCDE, 1997)			

Source : OCDE 2004.

D'après le tableau en dessus, pour certains pays, les PME constituent une source importante de recettes par leurs exportations de produits à l'étranger.

Une enquête⁷⁸ réalisée en 2002 par l'Observatoire des PME européennes a établi que 20% environ des PME européennes (< 250 salariés) déclarent une activité à l'exportation (la proportion pour chaque pays se situant entre 34 % et 7 %). Si 20% en moyenne des PME européennes interviennent à l'exportation, ce pourcentage varie selon la taille : micro-entreprises (19 %), petites entreprises (32 %), et entreprises de taille moyenne (46 %). Les PME européennes du secteur industriel exportent davantage (22 %) que celles du secteur des services (14 %). Aux États-Unis, le rôle des PME (< 500 salariés) croît, et deux tiers des entreprises exportatrices employaient moins de 20 personnes en 1998.

Aux États-Unis, la part des PME dans le total des exportations américaines atteignait ces dernières années environ 30% en moyenne, dont 60 % provenant d'entreprises non manufacturières. Au Japon, la part des PME (< 300 salariés) dans le total des exportations industrielles se situait à près de 50 % dans les années 90, situation analogue à celle des PME australiennes (< 200 salariés). La part des PME (< 300 salariés) dans les exportations de la Corée est passée de 36.9 % en 2000 à 42 % en 2002.

L'activité d'exportation s'accroît avec la taille de l'entreprise. En 2002, la part des entreprises européennes de taille moyenne qui exportent est plus de deux fois supérieure à celle des micro-entreprises. Les données pour l'Australie indiquent que 36 % des exportations sont le fait d'entreprises qui compte entre 20 et 199 salariés, alors que 14 % des exportations sont dues à des micros ou petites entreprises.

3.4. Les PME source d'innovation

Les PME représentent d'importantes sources d'innovation; elles sont particulièrement habiles à harmoniser les développements technologiques aux besoins du marché. De plus, selon une étude menée par la National Science Foundation aux États-Unis⁷⁹, un dollar investi dans la recherche et développement dans une PME rapporte jusqu'à 24 fois plus que le dollar investi dans la grande entreprise. En d'autres termes, les petites entreprises seraient plus efficaces que les grandes entreprises en matière de dépenses d'innovation.

Plusieurs recherches ont tenté de comparer la performance des grandes et des petites entreprises par rapport à l'innovation. Par exemple, Jewkes et al. (1969), en étudiant 64 inventions importantes, ont montré que les deux tiers relevaient d'inventeurs individuels ou de petites entreprises contre un tiers de centres de recherche de grandes entreprises. Acs et Audretsch (1990), en analysant 8000 innovations introduites commercialement aux États-Unis

⁷⁸ : 2^{ème} conférence de l'OCDE des ministres en charge des PME : promouvoir l'entrepreneuriat et les PME dans une économie mondiale : vers une plus responsable et mieux partagée, « Faciliter l'accès des PME aux marchés internationaux », Istanbul, Turquie 3-5 juin 2004, P 9

⁷⁹ : GASSE Yvon, « l'influence du milieu dans la création d'entreprises », P 49.

entre 1988 et 1990, ont signalé que les PME avaient contribué pour 2,8 fois plus d'innovations par employé que les plus grandes. Cette importance des PME dans l'innovation par rapport aux grandes entreprises est confirmée en Italie et aux Pays-Bas.

Les données sur l'innovation dans les PME sont de plus en plus nombreuses depuis quelques années. Ainsi, une enquête effectuée au Etats-Unis dans des secteurs d'activités en changement rapide montre que sur 34 sous-branches industrielles, les PME ont innové dans 14 cas plus souvent que les grandes entreprises. Une enquête italienne réalisée en 1989 par le bureau de la statistique montre que plus de 60% des PME ont affirmé avoir innové durant l'année⁸⁰.

Les PME sont efficaces dans l'innovation de produit de secteurs d'activité nouveaux; elles innoveront plus dans l'innovation de produit que dans celles de procédé. Par contre, les grandes entreprises sont plus présentes au plan de l'innovation du matériel de production.

La force des PME dans l'innovation est due à leur décentralisation, à la participation de leurs salariés, à leur comportement systémique, à leurs relations directes et informelles avec le marché pour capter des idées, à leur système de communication rapide à base d'informations tacites particulièrement propice pour l'innovation et ainsi leur flexibilité particulière favorisant l'initiative et la créativité.

⁸⁰ : pierre-André JULIEN, Michel MARCHESNAY, « l'entrepreneuriat », 1996, p43.

Conclusion

L'engagement dans un acte entrepreneurial est la concrétisation d'un projet économique dont l'espérance actualisée des gains anticipés par le créateur excède la dépense initiale. Plus globalement le passage au statut de créateur est la synthèse d'un engagement individuel et d'un environnement qui peut être plus ou moins favorable à l'entrepreneuriat. Plusieurs études ont démontré que les fondateurs d'entreprise possèdent certaines caractéristiques particulières qui contribuent au déclenchement du processus de la création d'entreprises. Ces caractéristiques sont liées à l'origine de l'entrepreneur et à son histoire qui regroupent les caractéristiques intrinsèques à l'individu (telles que l'âge et le sexe), des variables propres à son passé (son éducation ou son expérience professionnelle), l'entourage entrepreneurial et des éléments relationnels ayant pu l'influencer dans ses choix (tissu relationnel et familial). Les motivations entrepreneuriales des entrepreneurs régissent d'une combinaison complexe de facteurs qui sont interdépendant. C'est un processus qui ne saurait se réduire à un phénomène constant.

La création d'entreprise par les entrepreneurs constitue une source importante pour le développement économique et social d'un pays. Aussi, Les PME dynamisent le milieu par la création d'emplois, l'exploitation des ressources, l'utilisation des talents et de la créativité des personnes, l'émulation auprès de la population, surtout auprès des jeunes, et aussi par la diversification et la complémentarité des entreprises, petites et grandes, assurant ainsi une certaine stabilité et une meilleure pérennité des économies locales et régionales.

Chapitre III : La dynamique entrepreneuriale en Algérie

Introduction

Pendant très longtemps, en Algérie, les PME ont été négligées car la grande préoccupation des pouvoirs publics s'articulait autour de la grande organisation. L'Etat a considéré l'entreprise publique comme l'instrument privilégié de la réalisation de sa politique économique, c'est à elle que revient la charge d'assurer le développement du pays.

L'Algérie connaît une mutation économique rapide, conséquence du passage de l'économie administrée à l'économie de marché à partir de la fin des années 80. C'est dans un contexte politico-économique très difficile, marqué par une instabilité institutionnelle et une crise sécuritaire grave qu'une série de réformes ont permis au secteur privé de voir le jour notamment les PME. La dynamique entrepreneuriale enclenchée dans la dernière décennie a permis un développement des petites et moyennes entreprises qui investissent de plus en plus dans les différents secteurs économiques. Autrement dit, l'engagement résolu du pays dans la voie de l'économie de marché libère les énergies entrepreneuriales, et une forte dynamique économique est enclenchée se caractérisant par un développement important et rapide des entreprises. Il est vital pour l'économie algérienne de développer, mais aussi de protéger son jeune secteur privé des dangers qui le menacent, et particulièrement les petites et moyennes entreprises qui constituent aujourd'hui l'essentiel du tissu économique puisqu'elles contribuent à près de 75% du PIB (hors hydrocarbures).

Les PME présentent des structures économiques et financières fragiles et vulnérables au moindre changement et ce malgré les efforts entrepris par l'Etat depuis le début des années 90. Ce qui atteste également que les efforts d'accompagnement de l'entreprise privée n'ont pas été à la hauteur et n'ont pas abouti à un décollage significatif de ces entreprises.

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

1. Les PME en Algérie

En Algérie, la nouvelle forme de développement se tourne vers la création d'entreprises privées particulièrement les PME qui sont considérées comme un vecteur de croissance, un générateur d'emplois, et un moteur de progrès socio-économique alors que le secteur privé dont elle forme la base était marginalisé pendant longtemps.

1.1. Définition de la PME en Algérie

En Algérie, le développement de la population des PME a connu une expansion importante depuis 1995 notamment après l'adoption de nouveau code d'investissement de 1993. Cette évolution est le résultat des mesures d'incitation et d'encadrement, en faveur de la promotion de l'investissement, prises par les pouvoirs publics dans le cadre des réformes économiques libérales. Cependant, au-delà de l'expansion du tissu de la PME ainsi enregistrée, le concept PME en Algérie reste très floue en comparaison avec celui en vigueur dans les pays industrialisés.

Jusqu'à 2001, il n'existait pas une définition officielle de la PME en Algérie et l'Office National des Statistiques (ONS) définissait la PME comme étant une entreprise de production de biens et de services employant de 1 à 250 personnes. Au regard de cette définition, seul le critère effectif comptait. En décembre 2001, l'adoption de la loi d'orientation sur la petite et moyenne entreprise a conduit à une définition plus officielle. Cette définition s'inspire de celle adoptée par l'Union Européenne en 1996 et qui a fait l'objet d'une recommandation à l'ensemble des pays membres. En effet, l'Algérie a adopté la charte de Bologne de juin 2000 sur la définition européenne des PME.

La définition de la PME adoptée par l'Algérie est basée sur les trois critères suivant : les effectifs, le chiffre d'affaires / le bilan annuel et l'indépendance de l'entreprise.

La PME⁸¹, quelque soit son statut juridique, est définie comme étant une entreprise de production des biens et des services employant de 1 à 250 personnes, dont le chiffre d'affaires annuel n'excède pas 2 milliards de Dinars (DA), ou dont le total du bilan annuel n'excède pas 500 millions de Dinars et qui respecte le critère de l'indépendance.

Cette loi sur les PME distingue trois types d'entreprises :

La moyenne entreprise : toute entreprise employant de 50 à 250 personnes et dont le chiffre d'affaires annuel est compris entre 200 millions et 2 milliards de Dinars ou dont le total du bilan est entre 100 et 500 millions de Dinars.

⁸¹ : Journal officiel de la république Algérienne n°77, 15 décembre 2001, Chapitre II, article 4, P 5.

Chapitre III La dynamique entrepreneuriale en Algérie

La petite entreprise : toute entreprise employant de 10 à 49 personnes et dont le chiffre d'affaires annuel n'excède pas 200 millions de Dinars ou dont le total du bilan n'excède pas 100 millions de Dinars.

La très petite entreprise (TPE) : toute entreprise employant de 1 à 9 personnes et dont le chiffre d'affaires annuel est inférieur à 20 millions de Dinars ou dont le total du bilan n'excède pas 10 millions de Dinars.

En ce qui concerne le critère de l'indépendance, le capital ou le droit de vote dans toute PME ne doivent pas être détenus à 25 % et plus par une autre entreprise ou conjointement par plusieurs entreprises qui ne correspondent pas elles même à la définition de la PME.

1.2. Cadre institutionnel des PME

Globalement, deux grandes périodes caractérisent le cadre institutionnel, administratif et juridique dans lequel a évolué l'entreprise nationale depuis l'indépendance. La première, qui a duré jusqu'en 1982, s'est caractérisée par la limitation de l'initiative privée et la prédominance du secteur public sous la devise de « l'industrie industrialisante », l'Etat est considérée l'unique propriétaire et entrepreneur. La seconde période est caractérisée par l'intérêt nouveau qui est porté pour les petites structures et le retour en force des PME, lié à une restructuration de l'appareil productif, une désindustrialisation, une tertiarisation concomitante, un accroissement des petits établissements, la crise de l'Etat providence qui pousse les politiques publiques à favoriser l'initiative entrepreneuriale, pour créer de nouveaux emplois.

➤ *La première période : 1962-1982:*

L'industrie nationale a été appréhendée comme une industrie à tendance lourde, susceptible de jouer le rôle de locomotive, dans le cadre d'une économie planifiée de type socialiste. L'Etat s'est vu doté d'un vaste secteur public qui contrôlait près de 70% de la valeur ajoutée; il couvre toutes les industries importantes (hydrocarbures, métallurgie, mécanique, électricité et gaz). Cette approche a justifié en son temps la création de grandes sociétés nationales telles SONATRACH, SONACOME, SN METAL, SONELEC, SONEPEC, SONELGAZ...

Dans ce cadre macro-économique lourd, la PME-PMI a été relativement marginalisée; l'industrie de transformation privée avait un caractère familial, au plus artisanal, sans grande envergure. La PME n'a pas connu un développement significatif durant cette période, les entreprises privées qui existaient évoluaient à la lisière des politiques du développement orientées exclusivement pour les entreprises publiques, et dans un environnement qui ne leur offrait pas les moyens nécessaires pour leur développement. Les secteurs ouverts aux PME

Chapitre III La dynamique entrepreneuriale en Algérie

privées étaient ceux nécessitant peu de maîtrise technologique et faisant appel le moins possible à une main d'œuvre qualifiée, tels que le secteur du commerce et des services. De 1962 à 1982, seulement 600 unités par an ont été créées avec des chances de survie incertaines et un impact économique limité.

Les premiers codes d'investissement favorisaient le monopole de l'Etat. Celui de 1963 n'accordait aucun avantage ni garantie au capital privé, puis celui de 1966 ne visait que très modérément l'incitation des privés à investir dans des activités jugées productives. L'entreprise privée était limitée par un contrôle très sévère, notamment par une fiscalité empêchant son autofinancement, une législation du travail très sévère et la fermeture du commerce extérieur.

➤ *La deuxième période : 1982 à nos jours*

Après 20 ans de prédominance du secteur public, l'Etat accorde au secteur privé un rôle complémentaire en 1982 dans certaines activités, avec un niveau d'investissement très limité. La PME a été utilisée comme moyen pour faire face à la crise d'endettement.

La loi de 1981 sur la restructuration des entreprises publiques a marqué le début d'une ouverture vers l'économie de marché. Parmi les réformes économiques mises en place, la réorganisation du secteur public pour améliorer l'efficacité et la productivité de l'économie. En 1982, une première restructuration des entreprises nationales a été lancée, son objectif majeur était de diminuer la taille des entreprises pour mieux maîtriser le processus de gestion, ainsi qu'un rééquilibrage des investissements entre industries lourdes et légères. Cette opération a été accompagnée d'un assainissement financier important évalué à 60,5 Millions de DA pris en charge par le trésor Algérien. Ces séries de mesures ont été inutiles puisque la plupart des entreprises restructurées ont connu des situations négatives.

Cet état de fait, a fait enclencher d'autres réformes, (12/01/1988) « L'autonomie des entreprises publiques ». Cette réforme visait à libérer les entreprises publiques de l'entreprise de l'Etat qui en deviendrait qu'un simple actionnaire. L'Etat se désengage de la gestion, du fonctionnement et des dépenses des entreprises publiques. Le statut d'entreprise publique économique (EPE) est créé ainsi que celui d'établissement public à caractère industriel et commercial (EPIC).

En 1991 est adoptée une loi visant à réduire le monopole de l'Etat sur le commerce extérieur. La liberté d'investir en Algérie n'a été consacré qu'en 1993 par le nouveau code des investissements consacré par le décret législatif n° 93-12 du 5 octobre 1993, relatif à la promotion de l'investissement. Ce dernier se veut être l'élément fondateur de la volonté d'ouverture de l'économie. Ce dernier instituait l'agence nationale pour la promotion de

l'investissement (APSI), agence publique chargée de l'assistance et de l'encadrement des investisseurs. Avec l'émergence de l'APSI, des comités d'assistance, de localisation et de promotion des investissements (CALPI) ont été mis en place à l'échelon local en vue d'aider les investisseurs dans le domaine du foncier industriel.

Une nouvelle série de réformes seront adoptées et la libéralisation du marché est devenue une fatalité puisque la situation économique du pays était déplorable, les entreprises ne généraient aucune performance, le chômage, augmentait, l'Algérie frôlait la crise sociale. Loin d'une logique de production, de rentabilité de gestion efficace, toute politique s'est avérée inappropriée, les prix du pétrole connaissaient des baisses et ne suffisaient plus à aider les entreprises publiques malades de leur gestion, de leur environnement.

A partir de 1995, une nouvelle étape décisive est franchie dans le désengagement de l'Etat par l'adoption de textes autorisant le transfert de la propriété des entreprises publiques au secteur privé. Deux lois fondamentales ont été prises : la loi sur la privatisation des entreprises publiques et la loi sur la gestion des capitaux marchands de l'Etat qui institue les holdings. La privatisation est prescrite par le FMI dans l'objectif principal d'alléger la pression sur le budget de l'Etat, l'objectif qui lui est assigné, en Algérie, vise à atteindre un meilleur niveau de performance et d'efficacité organisationnelle et à accroître l'efficacité économique des entreprises comme l'affirme un ministre de l'époque : « les objectifs de la privatisation sont nombreux mais convergent tous vers une plus grande performance de l'économie nationale...la privatisation est l'un des moyens d'augmenter la performance du système productif et donc de l'économie nationale... »⁸².

Mais malheureusement le dispositif créé après 1993 n'a pas eu les effets escomptés quant à la relance de l'investissement privé. Ce qui a conduit les autorités compétentes à une révision du dispositif institutionnel qui s'est concrétisé à travers la promulgation en 2001 de deux textes législatifs fondamentaux : l'ordonnance relative au développement des investissements (ordonnance N° 01-03 du 20/08/2001) et la loi d'orientation sur la PME, loi n° 01-18 du 12 décembre 2001. Celle-ci définit et fixe, entre autres, les mesures de facilitation administrative dans la phase de création de l'entreprise qui pourraient être mise en œuvre. Elle prévoyait la création d'un fonds de garantie des prêts bancaires accordés aux PME (FGAR). Les dispositions de cette loi intégraient aussi des mécanismes de soutien public aux PME et des systèmes de gestion de l'information économique impliquant la création du centre d'études et de recherches de la PME. Adoption des politiques de formations et de gestion des

⁸² : Mourad Benachenhou, cité par Boutaleb (Kouider) : Privatisation et efficacité socioéconomique, Revue du CENEAP n° 13, 1999

ressources humaines qui favorisent l'innovation et la culture entrepreneuriale, la loi prévoyait aussi la création d'un conseil national chargé de la promotion de la sous-traitance.

En 2001, des mesures ont été prises afin d'encourager le développement de l'investissement privé, national et étranger. Elles se traduisant par une baisse significative des taxes, des redevances fiscales et des charges sociales, ainsi qu'un assouplissement des procédures administratives de création d'entreprises. Une Agence Nationale de Développement des Investissements ANDI (ex APSI) a été créée en 2001 pour faciliter l'application des nouvelles dispositions tout en offrant des avantages aux nouveaux investisseurs (exonérations fiscales, mise en relation avec d'autres administrations...).

L'Etat Algérien en 2003 lance un nouveau projet s'articulant autour de la « mise à niveau des entreprises privées », ce projet s'insère dans les accords d'association de l'Algérie avec l'Union Européenne et son adhésion à l'OMC. Cette mise à niveau vise à préparer et adapter l'entreprise à son environnement au niveau des exigences du libre échange. Ce processus concerne les entreprises privées viables et performantes en vue d'améliorer leur compétitivité industrielle et leurs performances pour leur permettre de concurrencer les entreprises étrangères. Il permet à l'entreprise de moderniser ses équipements et d'élever surtout le niveau de sa compétitivité par :

- La mise en place de système de production, d'organisation et de gestion conformes aux normes et aux standards reconnus dans le secteur ;
- Le perfectionnement et le développement de la formation, la qualité et la certification, le marketing et la recherche des marchés ainsi que la recherche d'alliances et de partenariats.

Le cadre institutionnel mis en place ou en cours a permis la renaissance de la PME, notamment à dominante privée, laquelle, malgré les contraintes et les obstacles, a gagné une place importante dans l'économie nationale.

1.3. Principales composantes de la PME et son évolution

L'ouverture économique de l'Algérie amorcée à la fin des années 80 a entraîné un développement important du parc des entreprises privées. Ce développement concerne aussi bien le nombre de nouvelles firmes que leur contribution dans les différents secteurs d'activité.

La population des petites et moyennes entreprises se constitue en trois principales composantes : les PME privées, les PME publiques et les artisans. Actuellement, le nombre total des PME, toute catégorie comprise, s'élève à 625 069 PME.

a- Les PME privées

A la fin de l'année 2009, le nombre de PME privées déclarées auprès de la caisse nationale des assurances sociales, s'élève à 455 398 PME. Ces entreprises privées constituent la composante majeure de la population des PME et représentent près de 73 % de l'ensemble. Elles reflètent la dynamique nationale des investisseurs et un intérêt particulier à ce genre d'entreprise.

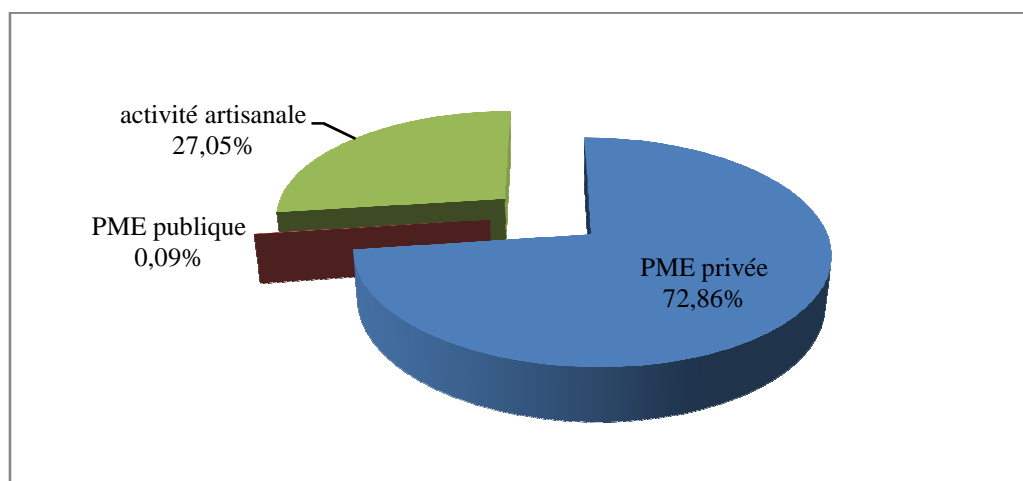
b- Les PME publiques

Les PME du secteur public ne représentent qu'une faible partie de la sphère des petites et moyennes entreprises et des TPE. Elles ne représentent que 0,09 % de l'ensemble des PME. Durant l'année 2009, leur nombre a diminué par rapport à la même période de l'année écoulée. Il passe de 626 à 591 PME ; soit une diminution de 5,59%, et les effectifs passent de 52 786 à 51 635 salariés. Ces diminutions en nombre, résultent d'un fait économique marqué par la restructuration et la réorganisation du secteur public dont la privatisation des entreprises est un élément majeur.

c- Les artisans

Les entreprises artisanales se répartissent selon leur nature en trois catégories : l'artisanat traditionnel et d'art, l'artisanat de production de bien et l'artisanat de production de service. D'après les données du ministère de la PME et de l'artisanat, les activités artisanales déclarées auprès des 31 Chambres de l'Artisanat et des Métiers (CAM), fin de l'année 2009, s'élève à 169 080 activités. Elles représentent 27,05% de l'ensemble des PME.

Figure n°7 : Population de la PME selon la propriété (fin de l'année 2009) :



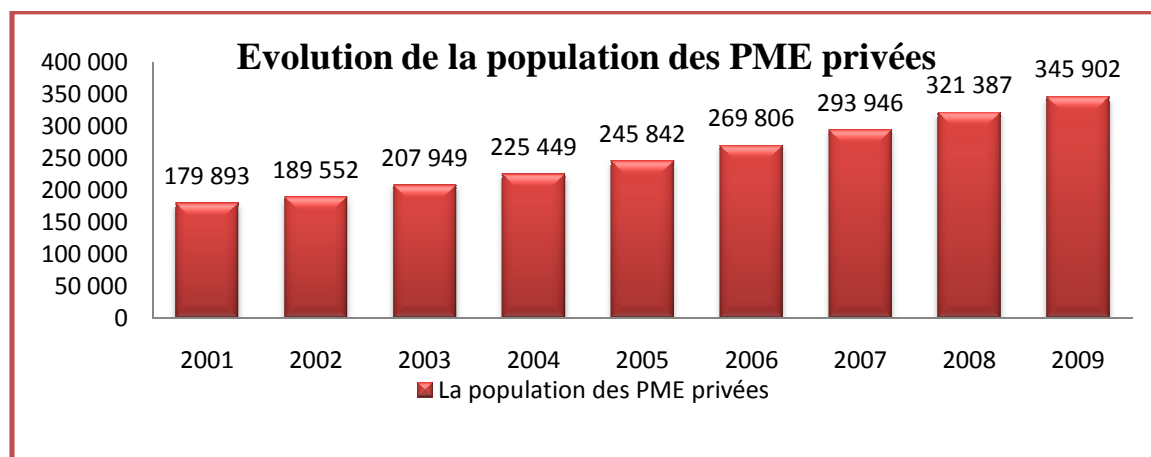
Source : réalisé par nous à partir des données du ministère de la PME et de l'artisanat.

1.3.1. Evolution du secteur de la PME privée

Depuis l'adoption du nouveau code des investissements en 1993, qui se veut être la pierre angulaire de la volonté d'ouverture de l'économie et d'une nouvelle politique de promotion de l'investissement, le nombre de PME connaît une croissance continue. Des statistiques ont démontré que 75 % des PME recensées en 2005 ont été créées après ce nouveau code, et que plus de 35% ont été créées durant les cinq années (2000-2005)⁸³.

Les dispositions relatives au développement des investissements sont renforcées en 2001 et une nouvelle loi d'orientation sur la PME va dans le sens de la promotion de l'entrepreneuriat. La tendance à la croissance du parc des entreprises privées connaît une évolution positive d'une année à une autre. Les créations sont de plus en plus nombreuses; le nombre de créations de PME privées était largement inférieur à 1 000 avant 1990 et atteignent 100 000 en 2000 et a continué son augmentation pour dépasser nettement la barre des 300 000 en 2008⁸⁴. Durant l'année 2009, il y a eu 24 515 nouvelles PME par rapport à l'année précédente, soit un taux de croissance annuel de l'ordre de 7,63 %.

Figure n°8 : Evolution de la population des PME privées depuis 2001:



Source : réalisé par nous à partir des données du ministère de la PME et de l'artisanat.

La figure n° 8 illustre une évolution graduelle de la population des PME depuis 2001; cette hausse est reliée, d'une part, à la forte augmentation du nombre de créateurs aidés due au mouvement de libéralisation de l'économie et d'encouragement de l'investissement. Et d'autre part, à la dissolution de quelques entreprises publiques (processus de privatisation) sous forme de PME privées. En matière de densité, le secteur enregistre un taux de dix PME pour mille habitants (10/1000), un taux qui reste très loin des normes internationales où le taux le plus faible est de l'ordre de quarante-cinq PME pour mille habitants (45/1000).

⁸³ : ASSALA (Khalil), « pme en Algérie : de la création à la mondialisation », 8^e CIFEPME, P 2.

⁸⁴ : Mme Benyahia-TAIBI, Mme Djemane –Sanguini, Mr Amari, « l'évolution du rôle des PME privées dans le développement économique en Algérie : synthèse macroéconomique », P 12.

Chapitre III La dynamique entrepreneuriale en Algérie

L'examen de la structure de la population des PME selon le nombre de salariés déclarés, met en évidence la prépondérance de la très petite entreprise employant moins de 10 salariés. L'évolution des PME privées durant l'année 2009 est de 24 515 PME dont La très petite entreprise est majoritaire avec 23 375 entreprises privées, soit plus de 95% (Tableau n°9).

Tableau n°9 : Mouvements annuels des PME privées par tranche d'effectifs :

PME privées	Nombre de PME créée en 2009	%
de 1 à 9 salariés	23 375	95,35
de 10 à 49 salariés	1012	4,13
de 50 à 250 salariés	128	0,52
Total	24 515	100

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

1.3.2. Répartition des PME privées par secteur d'activité

Près de 86% de l'activité des Pme/Pmi sont concentrés dans sept secteurs d'activités (sources CNAS, 2009) : BTP (35,34%), commerce et distribution (17,39%), transport et communication (8,92%), services fournis aux ménages (6,97%), services fournis aux entreprises (6,04%), hôtellerie et restauration (5,57%) et enfin les industries agro-alimentaires (5,11%). Le secteur Bâtiments et travaux publics reste le plus dominant et dynamique puisque sa part dans la population totale est passée de 7224 en 1992⁸⁵ à 122 238 entreprises en 2009. Cette dynamique est expliquée, par BOUYACOUB⁸⁶, par le fait que le marché des BTP est énorme (l'engagement de l'Etat dans le programme de 1 million de logement, de l'autoroute est/ouest et plein d'autres projets) et que l'économie enregistre un déficit important en termes de capacités de réalisation de gros chantiers, ajoutant à cela, le fait que les taux de profit dans ce secteur sont très élevés.

⁸⁵ : Ahmed Bouyacoub, « Entreprises publiques, Ajustement structurel et privatisations », Cahiers du CREAD n°57, 3ème trimestre 2001.

⁸⁶ : BOUYACOUB (Ahmed), « Les PME en Algérie : Dynamisme et limites institutionnelles » dans Bouyacoup, madoui et alii, « De la gouvernance PME\PMI », regard croisés France Algérie, l'Harmattan, Paris 2006, P 119.

Tableau n° 10 : Les secteurs d'activités dominants :

N°	Secteurs d'activités	Nombre d'entreprises	%
1	Bâtiments et travaux publics	122 238	35,34
2	Commerce et distribution	60 138	17,39
3	Transport et communication	30 871	8,92
4	Services fournis aux ménages	24 108	6,97
5	Services fournis aux entreprises	20908	6,04
6	Hôtellerie et restauration	19 282	5,57
7	Industrie agroalimentaire	17 679	5,11
8	Autres secteurs	50 678	14,66
	Total	345 902	100,00

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

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

Tableau n°11 : Répartition des PME par Groupes de Branches d'Activité :

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

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

1.3.3. Répartition spatiale des PME privées

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

phénomène de l'entrepreneuriat est associé aux traditions de la famille, et que dans d'autres régions les gens se contentent de l'élevage et le travail de la terre.

Tableau n° 12 : Répartition spatiale et évolution des PME :

Wilaya	Nombre PME en 2003	Nombre PME en 2009	Taux d'évolution %
ALGER	25 331	41006	61,88
TIZI OUZOU	10 950	19785	80,68
ORAN	14 474	16204	11,95
BEJAIA	7 947	15517	95,25
SETIF	8 120	14960	84,23
TIPAZA	6 261	13093	109,12
BOUMERDES	6 769	12006	77,37
BLIDA	6 549	11250	71,78
CONSTANTINE	6 361	11049	73,7
ANNABA	5 823	8933	53,41

Source : bulletin d'information des statistiques du ministère de la PME et de l'Artisanat (2003, 2009)

D'après Le tableau n° 12, nous constatons bien que la wilaya d'Alger est la wilaya qui accapare la plus grande part des PME avec un nombre de 41 006 entreprises pour l'année 2009, soit une augmentation de 15 675 entreprises (presque 62%) par rapport à l'année 2003, elle constitue un pôle de concentration économique important. Elle est suivie par la wilaya de Tizi Ouzou avec 19 785 entreprises avec une augmentation de 8 835 par rapport à l'année 2003. Globalement, il y en a une forte concentration des activités économiques dans dix wilayas du nord. En effet, parmi les 48 wilayas de l'Algérie, près de la moitié (47,36%) du parc national des PME sont concentrées et réparties sur les 10 wilayas du nord et cela n'a pas changé depuis des années (de 2003-2009) sauf pour Annaba qui a occupé la place de Chlef en 2007.

1.4. La place des PME dans le tissu économique

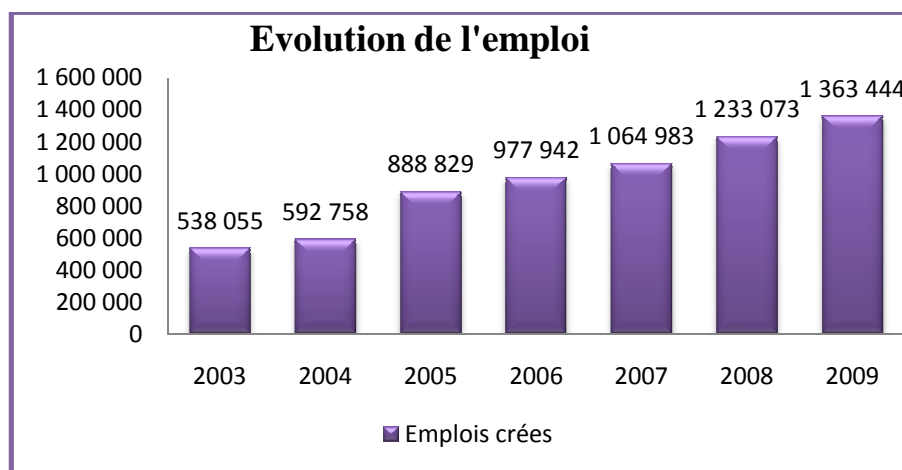
La création de PME constitue un enjeu économique et social fondamental particulièrement dans le contexte de crise et de réforme que connaît l'économie nationale. Elément essentiel et tangible de la dynamique du développement, la création d'entreprises constitue le moteur du renouvellement du tissu économique, de la création d'emplois, de la stimulation de l'esprit d'entreprise, de la créativité et de l'innovation locale.

1.4.1. Rôle des PME dans la création d'emplois

Selon l'OCDE : « les PME jouent un rôle important dans la promotion d'une croissance économique viable à la création d'emplois, tout en contribuant au capital social, culturel et environnemental des nations ». D'après le ministère de la PME et de l'artisanat, la PME a réalisé des progrès importants ces dernières années, sa part dans les principaux indicateurs

économiques est en progression régulière. En termes de création d'emplois, en 2004, la PME privée offre 592 758 emplois pour atteindre 1 363 444 emplois à la fin de l'année 2009, dont 908 046 salariés et 455 398⁸⁷ employeurs.

Figure n°9 : Evolution de l'emploi depuis 2003 :



Source : réalisé par nous à partir des données du ministère de la PME et de l'artisanat.

La Figure n°9 montre qu'il y a une augmentation graduelle de l'emploi depuis 2003. Entre 2003 et 2009, les effectifs salariés des PME privées se sont accrus, soit une évolution de 825 389 emplois. Cela nous permet de dire que les PME privées contribuent à la création d'emplois et à la réduction du taux de chômage. En effet, ce dernier a chuté de manière continue pour atteindre 10,2 % à la fin de 2009.

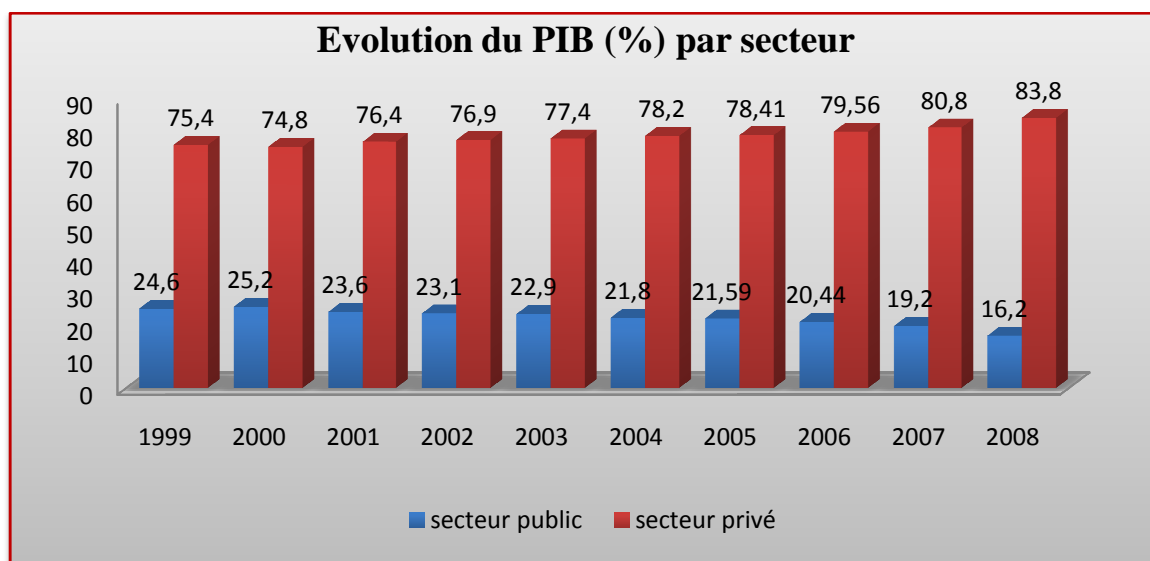
1.4.2. Part des PME dans la croissance économique

En près de deux décennies de réformes, l'économie algérienne a subi une profonde reconfiguration où le secteur privé est devenu l'acteur économique principal. La part de celui-ci dans le PIB hors hydrocarbures a atteint 3551,33 milliards DA en 2008, soit 83,80% du PIB total.

La part des opérateurs publics dans la création de richesse diminue d'une année à une autre de façon constante sauf une légère augmentation constatée entre 1999 et 2000. Elle a atteint en 2008 seulement 16,2% du total du PIB. Par contre, le secteur privé prend de plus en plus de poids en totalisant plus des 3/4 du PIB depuis 1999. Sa contribution est en croissance continue. La figure n°10 et le tableau n°13 récapitulent l'évolution du PIB hors hydrocarbures, respectivement, en pourcentage et en valeur par secteur depuis 1999.

⁸⁷ : Ce chiffre regroupe les employeurs des entreprises des PME privées « Personnes morales » et les employeurs des entreprises privées des « fonctions libérales », (soient la somme de 345 902 et 109 496 employeurs).

Figure n°10 : L'évolution du PIB en pourcentage par secteur depuis 1999 :



Source : réalisé par nous à partir des données du ministère de la PME et de l'artisanat.

Tableau n°13 : L'évolution du PIB en valeur par secteur depuis 1999 :

Unité : Milliard DA

Secteur	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Public	420	457,8	481,5	505,0	550,6	598,65	651,0	704,05	749,86	686,59
Privé	1288	1356,8	1560,2	1679,1	1884,2	2146,75	2364,5	2740,06	3153,77	3551,33
Total	1708	1814,6	2041,7	2184,1	2434,8	2745,4	3015,5	3444,11	3903,63	4237,92

Source : réalisé par nous à partir des données du ministère de la PME et de l'artisanat.

1.4.3. PME algériennes et le commerce extérieur

Malgré les discours des pouvoirs publics, les exportations hors hydrocarbures restent relativement faibles. En 1995, elles ont atteint 5,5 % des exportations globales, soit 493 millions dollars US. Selon l'organisation nationale des statistiques (ONS), sur 1106 entreprises privées plus de 10 salariés, seulement 17 entreprises qui exportent en 1990, soit un taux de 1,5%. Par contre, les deux tiers des entreprises industrielles publiques (65,6 %) ont pratiqué l'exportation. Ces données ont connu une baisse en 1992 ; elles sont passées respectivement à 40,6 % des entreprises publiques et 1,6 % du secteur privé. Par rapport aux pays voisins, la position de l'Algérie est largement en retrait. En 1993, le Maroc, la Tunisie et l'Egypte ont exporté respectivement l'équivalent de 3,9, 3,5 et 1,550 milliards de dollars.

Cette faiblesse dans les exportations hors hydrocarbures a été expliquée, d'une part, par l'absence d'une stratégie d'exportation et l'orientation du système productif industriel algérien vers la satisfaction du marché intérieur. Et d'autre part, par la forte dépendance des approvisionnements extérieurs en pièces de rechanges et surtout en consommations intermédiaires.

Tableau n°14 : Nombre d'entreprises industrielles exportatrices

Statut juridique Nombre entreprises	Secteur public national	Secteur public local	Secteur privé plus de 10 salariés	Total
Existantes	128	250	1106	1484
Exportatrices	84	02	17	103
Taux %	65,6	0,8	1,5	6,9

Source : Annuaire de l'industrie 1992, ONS, n° 68, 1996 Données statistiques, ONS, n° 195, avril 1994 in Bouyacoub (A), « Entreprise et exportation : quelle dynamique ? », Cahiers du CREAD n°43, 1er trimestre 1998, pages 7-13.

Le commerce extérieur Algérien a enregistré au cours de l'année 2009: Un excédent de la balance commerciale de 4,59 Milliards de dollars US. Ce résultat est le fruit d'un volume, d'une part, des exportations de 43,69 Milliards de dollars US, de l'autre part, des importations de 39,1 Milliards de dollars US.

Les hydrocarbures représentent l'essentiel des ventes algériennes à l'étranger durant l'année 2009 avec une part de 97,6 % du volume global des exportations, et une baisse de 44% par rapport aux résultats de l'année 2008 qui s'explique essentiellement par la chute du prix du baril de pétrole. Quant aux exportations hors hydrocarbures, elles demeurent toujours marginales, avec seulement 2,4 % du volume global des exportations soit une valeur de 1,06 milliard de dollars US. Elles ont enregistré une diminution de 46 % par rapport à l'année 2008.

Les principaux produits hors hydrocarbures exportés sont constitués essentiellement par le groupe « Demi produits » qui représente une part de 1,53 % du volume global des exportations soit l'équivalent de 696 Millions de Dollars US. Le groupe « produits bruts » vient en seconde position avec une part de 0,38% soit 165 millions de dollars US suivi par le groupe « biens alimentaires » avec la part de 0,25 % soit en valeur absolue 109 Millions de dollars US. Enfin, les groupes « bien de consommations non alimentaires » et « bien d'équipement industriels » viennent en dernière position avec une part de 0,11% et 0,09% respectivement.

Durant l'année 2010, les exportations hors hydrocarbures ont enregistré une augmentation de 43 % par rapport à l'année 2009, elles demeurent marginales comparativement au volume global des exportations algériennes avec seulement 2,6% soit l'équivalent de 1,53 milliards de dollars. Ce niveau d'exportation de produits hors hydrocarbures reste très faible ou même insignifiant par rapport aux performances réalisées

Chapitre III La dynamique entrepreneuriale en Algérie

par des pays voisins ; les exportations du Maroc ont atteint 13.236,26 M€⁸⁸ en 2010 contre 10.118,17 M€ en 2009, réalisant ainsi une progression de 30,8% et la Tunisie a exporté 23.519 MD⁸⁹ en 2010.

1.4.4. Les PME algériennes et l'innovation

En Algérie, les dépenses en matière de recherche et développement représentent moins de 1% du PIB en 1996⁹⁰. Cette faible part s'explique en grande partie par la faiblesse du secteur privé dans l'investissement en recherche et l'absence d'une volonté politique visant à améliorer le statut du chercheur. L'innovation est plus ou moins présente dans les grandes entreprises, cependant les PME ne participent pas assez aux activités de recherche et d'innovation. En l'absence de statistiques qui concernent l'innovation en Algérie, en prenant comme indicateur la demande de brevets d'invention qui sont en nombre de 806 dépôts, dont 90,4% sont d'origine étrangère (non-résidents), les 9,6% restantes concernent des entreprises nationales. L'Institut National Algérien de la Propriété Industrielle (INAPI) a enregistré 1076 inventions protégées par des brevets en 2010.

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

D'après une enquête qui a été faite par R.Y.BOUACIDA et B.HOUDEVILLE (2006)⁹¹ sur l'innovation dans les petites et moyennes entreprises algériennes en 2004. Ils ont constaté que l'innovation dans les PME est faible, cela s'explique par la concentration de celles-ci dans des secteurs d'activités à faible valeur ajoutée. Elles se focalisent dans la production de biens

⁸⁸ : http://www.marocexport.ma/maroc_sourcing/commerce_exterieur/commerce_exterieur.php

⁸⁹ : http://www.commerce.gov.tn/balance_c.htm

⁹⁰ : Abdelaziz SALEM, « Exportation et innovation », Cahiers du CREAD n°43, 1er trimestre 1998, pages 67-77.

⁹¹ : R.Y.BOUACIDA et B.HOUDEVILLE, « Les relations entre activités technologiques, innovation et croissance dans les PME algériennes : une étude empirique basé sur un échantillon d'entreprises », 2006, Universités Paul Cézanne-Aix Marseille III, p09.

de consommation afin de satisfaire la demande locale, sans se soucier de l'amélioration de la qualité des produits commercialisés à cause de l'absence de la concurrence des entreprises étrangères. Donc, ils ont conclu que le langage «innovation-compétitivité» est absent chez les entrepreneurs algériens.

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

1.5. Les contraintes face auxquelles se trouvent confrontées les PME algériennes

Le nombre de PME demeure insuffisant en Algérie malgré les efforts consentis par les pouvoirs publics afin de créer un environnement favorable à l'expansion de celles-ci. A titre de comparaison, la France compte actuellement environ 2 millions de PME, l'Italie 4 millions et les Etats-Unis plus de 20 millions, tandis que certains pays, comme l'Allemagne, la Belgique, la Turquie ou la Tunisie fondent leurs systèmes de production et leur commerce extérieur sur la prédominance des PME, ce qui n'est pas le cas de l'Algérie.

Les PME algériennes confrontent énormément d'obstacles qui handicapent leur création, expansion et développement, «l'environnement économique et social reste fortement marqué par une lourde bureaucratie sans cesse dénoncée par tous les acteurs économiques et sociaux. Les contraintes restent importantes et une faible partie des projets de création d'entreprises arrive à se concrétiser sur le terrain»⁹². Les principales contraintes sont de plusieurs ordres, parmi elles, nous identifions :

➤ **La contrainte du financement :** les PME algériennes souffrent des difficultés rencontrées au niveau des banques pour le financement de leurs projets ; le taux d'intérêt pratiqué par les banques algériennes demeure assez élevé pour motiver les investisseurs. Cet obstacle est accentué par le poids des garanties demandées et l'apport personnel exigé par les banques qui jouent son rôle en bloquant le processus de création dans sa racine.

⁹² : BOUYACOUB (A), « la PME, dynamisme économique et territorial », colloque international sur la gouvernance et développement de la PME organisé les 23,24 et 25 juin 2003.

➤ **La contrainte d'ordre administratif** : la complexité et la lenteur des procédures nécessaire pour la préparation des dossiers de demande, soit de crédit, soit d'autorisation d'exercer ou même de contrat de bail,... découragent l'initiative privée et limitent, par conséquent, la volonté des entrepreneurs débutants. Ces derniers finissent également par se trouver devant une multiplicité des pièces à fournir et dont la préparation ou l'obtention suppose aussi et à nouveau la sollicitation auprès d'une autre administration publique, ce qui les amène dans un cercle vicieux sans issue.

Ces difficultés sont accentuées par le manque de transparence ou l'inexistence d'informations entre les différents partenaires qui, sont intégrés dans le processus de création d'entreprises: le promoteur, l'ANSEJ, l'ANDI, le Trésor, la banque, la caisse ou le fonds de garantie. L'opacité de l'information au niveau de ces organismes laisse sans réponse les diverses interrogations des jeunes promoteurs qui, découragés, n'aspirent qu'à fuir vers un pays étranger où les circuits administratifs paraissent plus adéquats, sans doute plus accueillants.

➤ **La contrainte du foncier** : La question du foncier industriel en Algérie demeure l'un des grands handicaps auxquels se heurtent les investissements. Le problème réside dans la multitude d'organisations et d'institutions qui régissent le foncier sans qu'il y ait un réel pouvoir de décision (il s'agit de l'ANDI, agence foncière locale et le guichet unique). D'après une étude faite par l'agence nationale de l'aménagement territorial (ANAT) en 2001⁹³, sur 4211 lots de terrains distribués pour le développement des zones industrielles, 3233 soit 76,77 sont non réglés juridiquement, ce qui créer un vrai problème d'accès au financement auprès des banques qui exigent l'acte de propriété pour l'octroi de crédits.

2. La PME privée dans la wilaya de Béjaia

Dans cette section, nous allons présenter la région qui sert à l'étude de cas et nous essaierons de déceler les atouts et potentialités de la région. D'abord, nous présenterons l'aspect géographique et démographique ainsi que les différentes infrastructures économiques de base dont dispose la wilaya. Ensuite, nous présenterons un état des lieux sur la dynamique entrepreneuriale de cette région sous un angle statistique à travers une présentation et analyse de données statistiques recueillies auprès des différents organismes locaux (Direction de la PME et de l'artisanat, DPAT, CNAS, La chambre de commerce et de l'industrie...). Enfin,

⁹³ : Zouanti Z, « l'incubateur d'entreprise : un dispositif fondamental pour le développement de la PME algérienne », C U Khemis-Miliana, communication sur l'entrepreneuriat et innovation dans les pays en voie de développement p208.

nous procéderons à l'examen de l'apport et de l'impact de la création d'entreprises sur le développement local de Bejaia.

2.1. Présentation de la wilaya de Bejaia

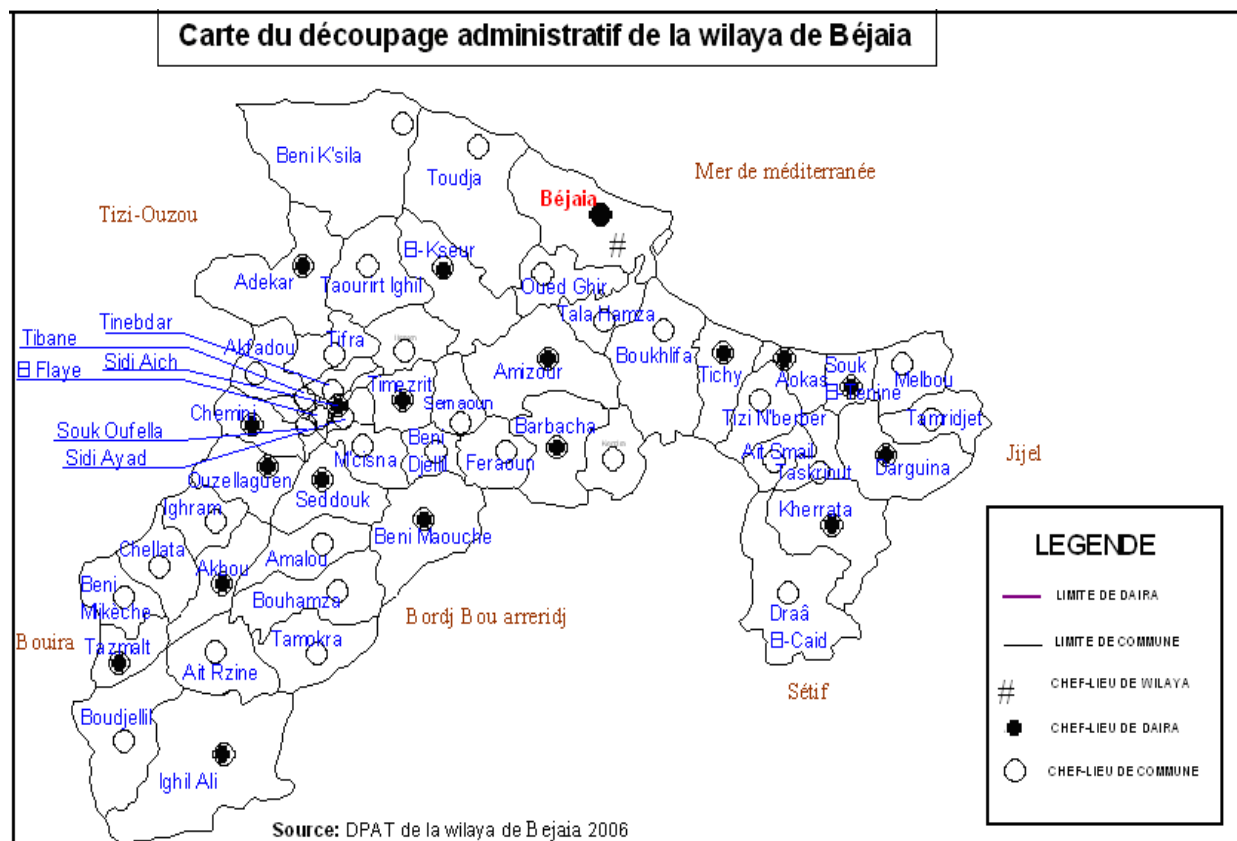
2.1.1. La situation géographique de la wilaya de Béjaia

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

Elle est délimitée par :

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

Carte 1 : Le découpage administratif de la wilaya de Béjaia :



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

- *Une zone Côtière:* Elle est située le long de la côte Est de la wilaya. Elle forme une bande qui s'étend de l'embouchure de l'Oued Soummam à celui de l'Oued Agrioun (commune de Melbou). Cette zone s'étale sur une longueur de 30Km environ pour une largeur variable allant de 200 à 2000 mètres.
- *La vallée de la Soummam :* Elle est située entre les deux chaînes de montagnes des Bibans Babors et l'ensemble Akfadou-Gouraya. Cette zone apparaît comme une étroite bande présentant de multiples courbures pour une longueur de 80 Km et une largeur qui varie entre 200 mètres et 4,5 Km selon les endroits.
- *La zone de montagne:* Constituée de la chaîne des Bibans Babors et de l'ensemble Akfadou-Gouraya, elle occupe les trois quarts (75%) de la superficie totale de la Wilaya, soit 2445,94 Km² et présente des pentes partout supérieures à 25%.

2.1.2. L'aspect démographique de la wilaya

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

2.1.3. Les infrastructures économiques de base

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

• Le réseau de transport

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

▪ *Le réseau routier* : La wilaya de Béjaia est l'une des régions à l'échelle nationale qui rassemble des structures économiques de base importantes, allant d'un réseau routier très important et très dense jusqu'à un port et un aéroport les plus dynamiques au niveau national. L'importance d'aborder le réseau routier est d'apprécier le rôle de l'accessibilité dans la localisation des entreprises nouvellement créées dans la wilaya de Béjaia. Un réseau routier dont la plupart des routes nationales sont en bon état, il se subdivise en une voie principale qui relie la wilaya de Béjaia avec d'autres wilayas (RN : 444,2Km) ; des voies secondaires reliant ainsi les différentes communes et daïras (3021Km). Pour mettre en valeur le réseau routier et pour suivre un peu la dynamique que connaît l'activité portuaire et aéroportuaire, il a fait l'objet de la construction d'un pont sur la RN 26 qui relie directement la wilaya de Béjaia avec les wilayas de Jijel et de Sétif.

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

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

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

La wilaya de Béjaia compte un aéroport situé sur la route nationale N°09 liant Béjaia à Sétif, dans la localité d'Iryahen, commune de Béjaia. Il est à une distance de 4 Km de la ville. L'aéroport de Béjaia depuis son lancement ne cesse de susciter un afflux de personnes empruntant les vols réguliers assurant les destinations les plus courantes : des navettes vers le

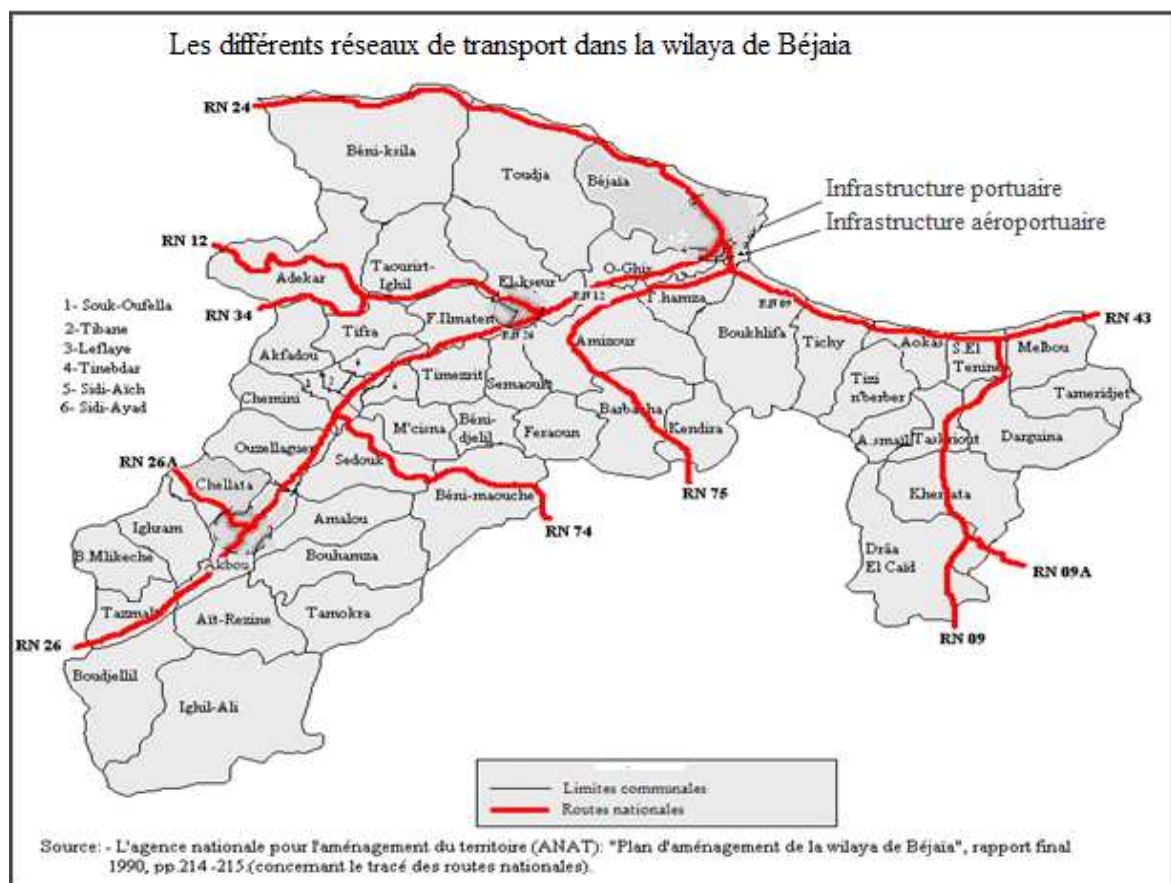
Chapitre III La dynamique entrepreneuriale en Algérie

Sud (Hassi Messaoud), vers Alger et d'autres vers l'étranger (France notamment). Sa configuration comprend les infrastructures suivantes :

- Une piste d'atterrissage d'une longueur de 2400 m, et de 45 m de largeur
- Une aire de stationnement d'une superficie de 24576 m² avec 256 m de longueur sur 96 m de largeur dont la capacité de réception est de 4 aéronefs (type Boeing 727).
- Deux voies de circulation reliées à la piste, de 23 m de largeur.
- Une aérogare d'une capacité de 250 passagers/ jours (Trafic actuel)

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

La carte géographique n°2 permet d'illustrer les différents réseaux de transport :



• Réseau d'électrification et gaz

La wilaya de Béjaia dispose d'un réseau d'électrification et gaz qui est très important, ce qui a fait d'elle une zone attractive, les zones les plus industrialisées de la wilaya sont les plus électrifiées et les plus dotées en gaz. Le tableau n° 15, nous permet de voir les communes les plus électrifiées dans la wilaya de Béjaia:

Tableau 15 : Taux d'électrification et branchement de gaz

Communes	Nombre d'abonnés		Taux d'électrification
	Électricité	Gaz	
BEJAIA	47 510	27 129	99
AKBOU	11 538	5 302	99
AMIZOUR	8 128	2 347	99
EL KSEUR	7 148	2 810	99
KHERRATA	6 816	0	99
OUZELLAGUEN	6 606	1 630	99
TAZMALT	6 362	1 794	99
SEDDOUK	5 761	2 028	99
IGHRAM	5 041	572	99

Source : La DPAT de Béjaia 2009

Le territoire de la wilaya est quasi totalement électrifié (**99** % de foyers électrifiés). A la fin du mois de décembre 2009 ; par contre, la pénétration du gaz naturel ne touche que **27** % des foyers de la wilaya.

• Postes et télécommunication

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

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

2.2. Présentation de la population des PME dans la wilaya de Béjaia

La wilaya de Bejaia connaît un certain dynamisme économique qui découle d'une position géographique favorable à l'investissement et la disponibilité d'une infrastructure de base dont l'activité économique a besoin. Malgré les conditions naturelles contraignantes vu la prédominance des montagnes sur le territoire de la wilaya, elle occupe une place importante au niveau national en matière d'investissement et de création d'entreprises, par rapport aux autres wilayas du pays. Les différents chiffres que nous avons pu rassembler, font état d'une

Chapitre III La dynamique entrepreneuriale en Algérie

part importante d'entreprises, que compte cette wilaya comparés aux autres wilayas de l'Algérie. Les chiffres de la Caisse Nationale d'Assurance Sociale (CNAS), montrent bien que la wilaya de Béjaia est à la quatrième position concernant le nombre de PME après Alger, Oran et Tizi-Ouzou. Elle compte, à la fin de l'année 2009, 15517 PME soit 4,49 % du nombre total des PME enregistrés en Algérie.

2.2.1. Les composantes du secteur de la PME

Les principales composantes du secteur de la PME sont :

• Les PME privées

Le nombre de PME privées dans la wilaya de Bejaia au 31.12.2009 s'élève à 11 418 soit 59,79% du nombre total des PME, l'évolution du tissu des PME privées est dû à l'initiative privée, car après le désengagement progressif de l'Etat de la sphère économique et en particulier après le code des investissements de 1993 qui a favorisé la liberté d'investir. Depuis cette date le nombre de PME privée ne cesse d'augmenter et touche presque à tous les secteurs d'activité.

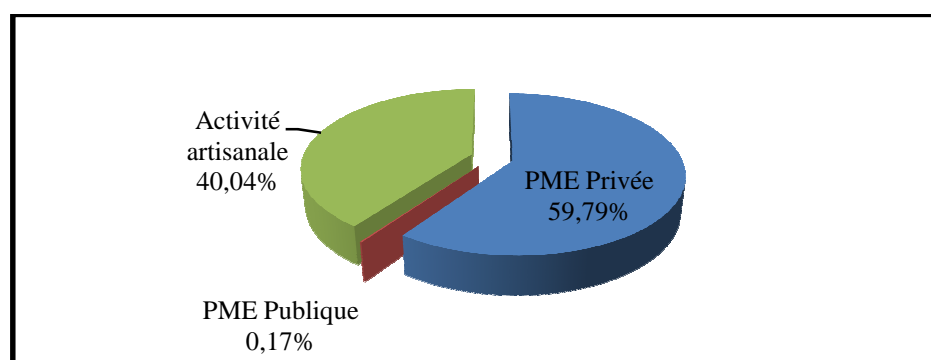
• Les PME publiques

Les PME publiques représentent une part très faible qui est, en 2009, de 31 entreprises, soit 0,17% de l'ensemble des PME. Ce type d'entreprises connaît une diminution d'une année à une autre. En 2006, Le nombre de PME publiques était de 203 entreprises. Ce chiffre a diminué à 170 en 2007, ensuite une légère augmentation en 2008 pour atteindre 174 entreprises. Cette baisse s'explique par la liquidation des PME du secteur public non productives pour laisser la place à l'initiative privée.

• Activités artisanales

Les activités artisanales déclarées auprès de la Chambre de l'Artisanat et des Métiers de la wilaya de Béjaia, fin de l'année 2009, s'élève à 7 647 activités contre 7137 activités en 2008. Elles représentent 40,04 % de l'ensemble des PME.

Figure n°11 : Population de la PME selon la propriété (fin de l'année 2009) :

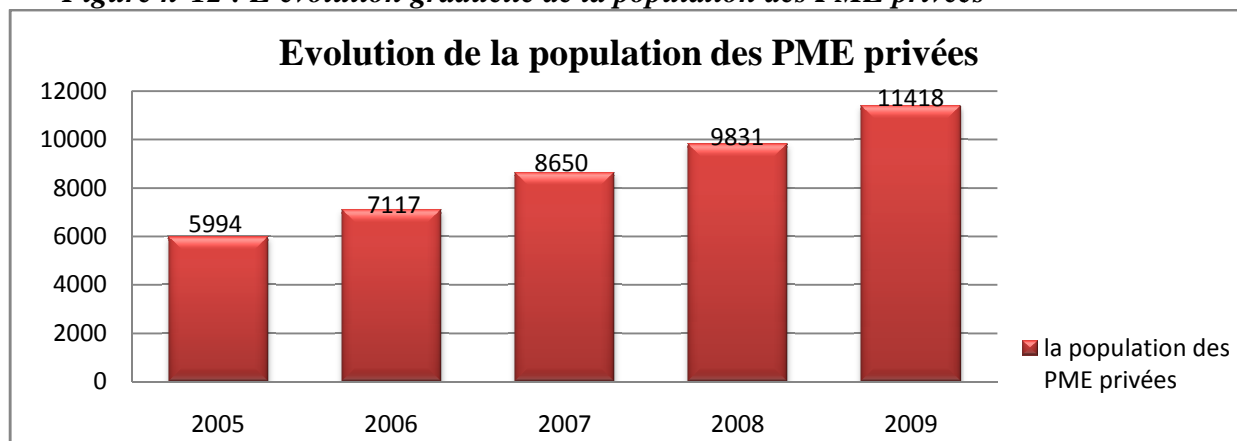


Source : réalisé par nous à partir des données de la DPMEA de la wilaya de Béjaia.

2.2.2. Evolution de la population des PME privées

L'analyse en termes d'évolution démographique d'entreprises vise à fournir une vision globale sur la situation de la wilaya de Béjaia en matière de dynamisme entrepreneurial. La tendance à la croissance du parc des entreprises privées connaît une évolution positive d'une année à une autre. Les créations sont de plus en plus nombreuses. En 2005, Le nombre de PME privées était de 5994 entreprises. Ce chiffre a augmenté, en 2006, pour atteindre 7117 entreprises soit une évolution de 18,73%. En 2007, le nombre est de 8650 entreprises soit une croissance de 21,53% par rapport à l'année précédente. En 2008, Le nombre de PME privées était de 9831 entreprises. Ce chiffre a augmenté pour atteindre 11418 entreprises soit une évolution de 16,14%. Cette croissance s'explique par l'importance accordée ces dernières années à l'initiative privée grâce au processus de libéralisation croissant de l'économie algérienne et l'ensemble des mesures destinées à promouvoir l'entrepreneuriat privé (code des investissements de 1993, la loi sur la monnaie et le crédit, avantages fiscaux et parafiscaux,...). La figure n°12 illustre l'évolution graduelle de la population des PME privées ces cinq dernières années (2005-2009).

Figure n°12 : L'évolution graduelle de la population des PME privées



Source : réalisé par nous à partir des données de la DPMEA de la wilaya de Béjaia

2.3. Répartition des PME privées

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

2.3.1. La répartition par secteurs d'activités

La classification par grands secteurs reflète une importante concentration des PME au niveau du secteur tertiaire avec 6573 entreprises, soit 57,56% du total, et au niveau du secteur secondaire qui regroupe 4559 entreprises (39,93%). Tandis qu'on note une faible part des

Chapitre III La dynamique entrepreneuriale en Algérie

entreprises exerçant dans le secteur primaire, soit 2,5%, qui regroupe les exploitations agricoles et la pêche.

La répartition des entreprises par secteur d'activité laisse apparaître un déséquilibre. La plupart des PME se concentre dans le secteur du bâtiment et travaux publics avec un nombre de 2854 entreprises soit 24,99% du total des entreprises avec un taux de création d'emplois assez important également est de l'ordre de 35,08%, puis le secteur du commerce avec 2211 entreprises soit 19,36% du total ce secteur crée 13,10% du total des emplois et en troisième lieu le secteur de transport et de communication avec 2079 entreprises soit un taux de 18,2% et participe avec 9,66% du total des emplois.

Le secteur de l'industrie agroalimentaire occupe une place très importante dans la wilaya de Béjaïa avec 413 PME. En termes d'emplois, elle occupe la quatrième position avec 3 647 emplois, soit 9,17% du total d'emplois. Cette région est devenue en quelques années un véritable pôle industriel en matière d'attractivité d'investisseurs nationaux et même étrangers Grâce à sa position géographique stratégique et longeant la mer méditerranée sur près de 100km de côtes.

Tableau n°16 : Répartition des PME privées par secteur d'activité en 2009 :

N°	Secteurs d'activités	Nombre des PME	%	Emplois	%
01	Bâtiments et travaux publics (non pétroliers)	2 854	24,99	13 957	35,08
02	Commerces	2 211	19,36	5 212	13,10
03	Transport et communication	2 079	18,2	3 842	9,66
04	Service fournis aux ménages	897	7,85	1869	4,70
05	Services fournis aux entreprises	695	6,08	2 353	5,91
06	Industrie du bois, liège, papier, imprimerie	563	4,93	1 162	2,92
07	Hôtellerie et restauration	563	4,93	1 438	3,61
08	Industries agroalimentaires, tabac, allumettes	471	4,12	3 647	9,17
09	Agriculture et pêche	286	2,5	1 623	4,07
10	Autres secteurs	817	7,15	4 679	11,76
Total		11 418	100 %	39 782	100 %

Source : DPMEA de Béjaïa

2.3.2. Répartition des PME privées par formes juridique

Dans la wilaya de Béjaïa, la forme juridique la plus dominante et la plus choisie par les créateurs des entreprises est celle de « Entreprise individuelle » avec 7808 PME soit un pourcentage de 68,38% du total des entreprises. La raison est que la majorité des entreprises privées sont des entreprises de très petite taille ou des micro-entreprises qui son la propriété

Chapitre III La dynamique entrepreneuriale en Algérie

d'une seule personne. En deuxième position se trouve les sociétés à responsabilité limitée avec une part qui est de 7,15% soit 817 entreprises, le choix de cette forme juridique (SARL) est due principalement aux avantages qu'elle offre. Les entrepreneurs optent pour cette forme en raison du capital relativement faible qu'elle nécessite. Les associés peuvent prendre part dans plusieurs entreprises en même temps. Ainsi, en cas de faillite, les risques sont limités uniquement aux apports de chaque associé au capital social de la société créée.

Les moyennes et les petites entreprises généralement choisissent entre SNC, EURL et SARL. La dernière position est occupée par les Sociétés Par Action qui représentent que 0,42 % de l'ensemble des PME, c'est une forme choisie généralement par les grandes entreprises.

Tableau n°17 : Répartition des PME privées par formes juridique en 2009 :

Forme juridique	Nombre des PME	%
Entreprise Individuelle	7 808	68,38
S.A.R.L	817	7,15
S.N.C	524	4,6
E.U.R.L	302	2,64
S.P.A	49	0,42
Autres	1 276	11,17
Total	11 418	100%

Source : DPMEA de Béjaia

2.3.3. Répartition spatiale des PME

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

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

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

Nous pouvons conclure que le dynamisme entrepreneurial est caractérisé par une forte disparité entre les différentes communes de la wilaya. Cet état de fait peut être expliqué par le degré de concentration relatif de la population dans chaque commune. En effet, compte tenu

Chapitre III La dynamique entrepreneuriale en Algérie

de ce critère, la commune de Béjaia accapare 19,5% de la population totale de la wilaya (soit 180 270 habitants), la commune d'Akbou : 53 965 habitants, Amizour : 38 045 habitants, Kherrata : 35 527 habitants et El kseur : 30 226 habitants. Force est de constater que le taux de concentration de la population dans la commune de Béjaia représente plus que le triple du taux de concentration dans les autres communes. Notons aussi que, la propension à entreprendre était plus élevée dans le centre urbain de Béjaia du fait de la disponibilité de divers facteurs favorables à l'entrepreneuriat (proximité des services d'aide et de soutien à la création d'entreprises, disponibilité du foncier industriel, infrastructures de base importantes...). Ainsi que la densité du tissu économique des communes constitue elle-même un facteur de forte attractivité pour les nouveaux entrepreneurs. Autrement dit, l'inégalité de la distribution du tissu économique génère aussi une inégalité du fait entrepreneurial. De plus, le relief paraît également comme un facteur explicatif important car on constate une corrélation entre les communes à forte proportion de PME et la nature du relief, les investissements privilégient la vallée de la Soummam au détriment des zones de montagnes

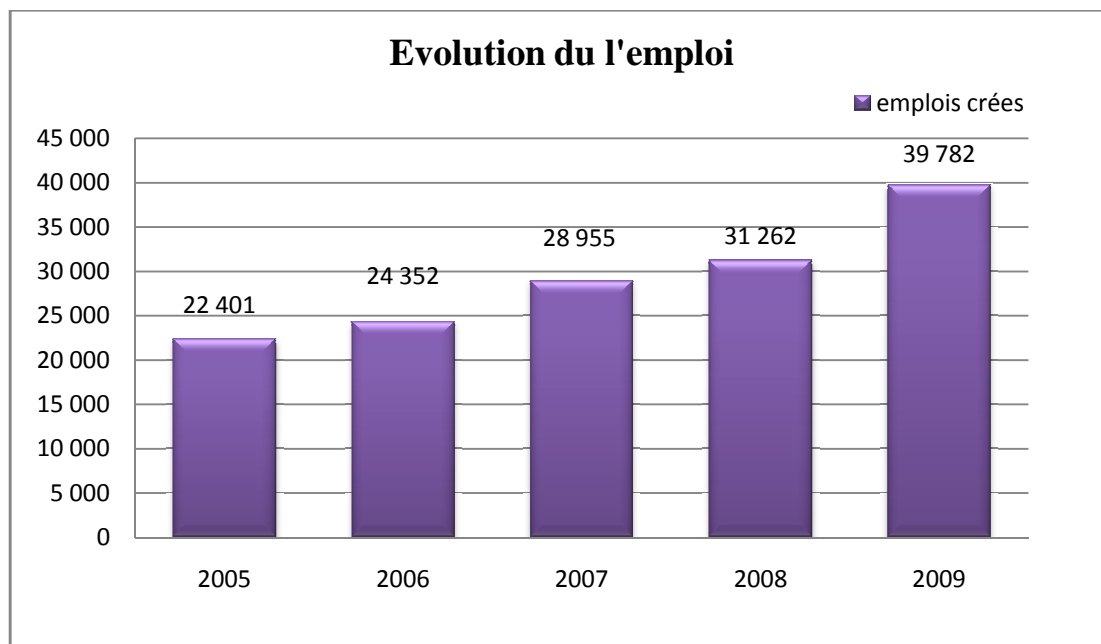
Tableau n°18 : Répartition spatiale des PME privées :

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

Source : DPMEA de Béjaia

et pour les autres secteurs les créations d'emplois sont relativement faibles, chose qui est due au nombre de PME très réduit dans ces secteurs.

Figure n°13 : Evolution du l'emploi des PME privées depuis 2005 :



Source : la DPMEA de la wilaya de Béjaia

2.4.2. La part des PME privées dans l'exportation

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

Pour l'exercice 2010, le nombre de PME privées qui ont pu exporter est de 15 entreprises pour un montant de 1 114 479,37€ et 15 993,00 \$Eu La plupart des PME exportent vers des pays magrébins. Ceci peut s'expliquer par le facteur de proximité des marchés (magrébins et européens) et des accords commerciales qui relient l'Algérie avec ces régions (l'accord de l'UMA et celui de libre échange avec l'union européenne). Il est à noter que l'essentiel des ventes à l'étranger était réalisé par les grandes entreprises Civital et Ifri. Elles ont pu exporter vers plusieurs pays étrangers ; chacune d'elle à plus de 8 pays clients (France, Italie, Belgique, Espagne...)

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

Chapitre III La dynamique entrepreneuriale en Algérie

Tableau n° 19 : les exportations de Béjaia en 2010

N°	Entreprises exportatrices	Produits exportés	Valeurs	destinations
1	SARL El Wiam	Liège	19 200,00 €	Maroc
2	SARL Profert	NPK+MGO+OLIGO-Eléments	27 121,60 €	Tunisie
3	SARL General Emballage	Carton TN	276 710,22 €	Tunisie
4	SARL ALL PLAST	Bande PS Laize	439,83€	Tunisie
5	SNC Belkichene	Produit avicole	9 602,64 €	Tunisie
6	Eléctromel	Lampes économiques	25 492,00 €	Tunisie
			343,02 €	Maroc
7	SARL General Plast	Boite Pereforme	627 797,54€	Tunisie
			27 923,77 €	France
8	SARL Set Toudja	Boissons à base de fruits	5 448,00 \$	Canada
9	SARL SPC GB	Boissons à base de fruits	10 545,00 \$	Canada
10	SARL Fruicade	Soda	5 178,00 €	France
11	SPA TISSETANCHE	Liège	24 240,00 €	Maroc
12	ABBACHERIF Rachid	Huile Goûte D'or	38 000,00 €	Nger
13	SPA Frulact Algérie	Préparation Fraise	2 463,69 €	Tunisie
14	LADLI Said	Sel brut	19 000,00 €	Niger
15	SARL Azzro Averkane	Tuiles	10967,06 €	France
Total			1 114 479,37€	
			15 993,00 \$	

Source : *chambre de commerce et d'industrie de Béjaia*

2.4.3. La contribution des PME à l'innovation

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

Un changement peut être considéré comme innovation si l'organisation perçoit une nouveauté dans ce cadre, sinon un simple changement ne peut être qualifié d'innovation. L'entreprise peut être considérée comme innovatrice lorsqu'elle se trouve parmi les premiers

Chapitre III La dynamique entrepreneuriale en Algérie

utilisateurs d'une nouveauté, les autres entreprises qui suivront le mouvement par la suite ne deviennent alors que des imitatrices.⁹⁴

Les entreprises évoluent de plus en plus dans des environnements où les avancées technologiques et l'innovation sont des facteurs essentiels pour l'obtention d'avantages concurrentiels. Il est possible de parler de l'existence d'activité d'innovation dans certaines PME privées. Cette activité correspond plus à des modifications et des améliorations de produits, en somme une valorisation-optimisation des moyens en place, qu'à des innovations radicales. Peu d'entreprises ont donné une importance aux services de la recherche et développement c'est-à-dire qu'elles disposent d'un service qui s'occupe de la recherche, de l'amélioration et de contrôle de la qualité. Elles pratiquent aussi une certaine diversification dans les modes d'acquisition et de renouvellement des technologies : contrat de partenariat pour Danone/Djurdjura; contrat de franchise pour Tchik lait /Candia.

Selon l'enquête qui a été faite au niveau de la wilaya de Béjaia (2005), ils ont pu confirmer que les entreprises privées font preuve de plus de dynamisme en matière d'activité d'innovation. Cet effort se concentre dans les activités ou les programmes d'investissement-renouvellement et de démarche de certification. Nous avons pris ces quelques cas d'innovation dans deux entreprises privées:

Tableau n°20 : Deux cas d'innovation dans la wilaya de Béjaia :

Entreprise	Innovation produit	Innovation processus	Innovation organisationnelle	Objectifs de l'innovation
Tchin Lait /Candia. (209salariés)	-Amélioration de la formule de préparation -Introduction du bouchon sur les bricks de produits frais, pour plus de praticité)	Amélioration du temps de traitement (maturation et chambrage)	Initiation de la démarche de certification	Faire mieux Faire différemment Élargir la gamme de produits Faire moins cher Faire ensemble
AB cuisine plus (61 salariés)	-Utilisation de nouveaux matériaux tels que le MDF et les panneaux à particules mélaminées ; -Amélioration des produits existant ; -Conception de nouveaux produits (machine à sous) -Introduction de nouveaux produits de finition et accessoires.	Introduction d'une nouvelle Technique d'assemblage qui est le soudage et le collage par électrodes	-Création de postes fixes ; -Intégration de main d'œuvre Féminine pour certaines tâches de finition	Faire mieux Faire différemment

Source : Enquête de ARABI M.et MEGHERBI K, «Les pratiques d'innovation et leurs implications socio organisationnelles. Cas des PME de la région de BEJEIA », 2005.

⁹⁴ Camille et Denis, le concept d'innovation : débats et ambiguïtés, 5^{ème} conférence internationale de management stratégique, Lille, 13-14-15 mai 1996, p05-08.

Conclusion

Les PME sont les entités économiques les plus faciles à créer, les plus dynamiques et potentiellement les unités qui réussissent le mieux à promouvoir le tissu économique. De part leur petite taille, les emplois que seront capables de créer et les faibles moyens que demande leur création, elles resteront, en effet, un parmi les moyens efficaces de développement économique. La création d'entreprises constitue le moteur du renouvellement du tissu économique, de la création d'emplois, de la stimulation de l'esprit d'entreprise, de la créativité et de l'innovation locale.

La dynamique entrepreneuriale est plus développée dans les territoires à forte densité économique. Les nouvelles créations d'entreprises sont enregistrées dans les communes qui abritent déjà le plus grand nombre de PME. La disparité de densité entrepreneuriale génère d'une certaine façon une forte disparité dans la dynamique entrepreneuriale. En effet, les données statistiques montrent que le secteur de la PME en Algérie a fait, ces dernières années, une avancé considérable par rapport aux années précédentes. Mais comparativement aux pays développés, cette dynamique reste relativement faible. De plus, la wilaya de Bejaia fait partie des quatre premières wilayas du territoire national en matière de dynamique entrepreneuriale (en termes de présence et de création d'entreprises). Au cours de ces dernières années, le secteur de la PME privée enregistre une évolution continue. Elle dispose d'un tissu industriel important où toutes les branches d'activités sont présentes.

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

Chapitre IV: Analyse les résultats de l'enquête portant sur les déterminants de la création des PME au niveau de la wilaya de Béjaia

Introduction

Le présent chapitre a pour objectif la présentation détaillée de la méthodologie utilisée dans le cadre de ce travail. Pour ce faire, nous allons expliquer notre démarche concernant les objectifs de l'enquête et son déroulement, la conception et le contenu du questionnaire, l'échantillon étudié, la collecte et l'analyse des données.

1. Méthodologie et organisation de la recherche

Pour les besoins de notre travail, nous avons mené une enquête sur le territoire de la wilaya de Bejaïa, à partir d'un échantillon de créateurs d'entreprises.

1.1. Objectif de l'enquête

La création des richesses dans une société est le fruit du dynamisme et de la compétitivité de son tissu industriel dont la création d'entreprises constitue un élément fondamental.

Cette création, se base sur deux éléments importants :

En premier, L'entrepreneur qui est considéré comme la clef de cette richesse grâce à son travail et à la décision de création. Il s'occupe de la mobilisation et l'allocation de ressources, la recherche d'opportunités, la recherche de la position la plus profitable pour son entreprise.

Ensuite, le milieu, dans lequel se déroule cette action, influence l'action de l'entrepreneur que ce soit dans l'avènement de l'idée de la création ou tout le long du cycle de vie de l'entreprise. En effet l'environnement familial, professionnel ont un effet déterminant dans l'action de création.

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

1.2. La taille de l'échantillon

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

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

Notre échantillon se compose de 73 entrepreneurs sur une population totale qui est de 100 individus. Nous avons pu récupérer 73 questionnaires sur les 100 entrepreneurs contactés, seulement 58 sont exploitables ce qui représente un taux de réponse de 79,45%. Le reste (soit 15 questionnaires) ont fait l'objet de non réponse ou mal remplis, chose qui nous a obligé à les éliminer de notre études, vu le manque de leur crédibilité (non exploitables).

Les résultats de cette élimination sont récapitulés dans les tableaux n° 21 et n°22 :

Tableau n°21 : la taille de l'échantillon de notre enquête :

Questionnaires \ Nombre	Nombre d'entreprises dans l'échantillon	Taux (%)
Récupérés	73	73
Non récupérés	27	27
Distribués	100	100

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

Tableau n°22 : la taille de l'échantillon étudié :

Questionnaires \ Nombre	L'échantillon étudié	Taux (%)
Exploitables	58	79,45
Non exploitables	15	20,55
Total	73	100

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

Les restrictions apportées à notre échantillon sont dues essentiellement à :

- la non-disponibilité de certains entrepreneurs.

- Le refus de certains entrepreneurs de répondre au questionnaire.
- La non-conformité de quelques questionnaires.
- L'absence des entreprises sur le terrain : soit que l'entreprise n'existe plus à l'adresse communiquée, soit qu'il s'agit d'un domicile, soit que l'entrepreneur a cessé l'activité.

Nous avons choisi pour notre enquête trois branches d'activités à savoir : les services, les bâtiments et travaux publics, car ces deux branches représentent des taux de création d'entreprises les plus importants (représentent respectivement 56.73%, 26.14% de la population totale des PME). Ainsi, ils sont les plus dynamiques. En ajoutant, la branche d'industrie vu l'importance de cette dernière dans l'absorption du chômage. Ces secteurs sont considérés comme pourvoyeurs de poste d'emplois, notamment le secteur BTP avec une participation qui est de 35,08 %. La classification des entreprises enquêtées selon leurs secteurs d'activité, est présentée dans le tableau n°23.

Tableau N° 23 : Répartition de l'échantillon final par branche d'activité :

Secteur d'activité	Echantillon étudié	Non réponse	Taux de non réponse	Echantillon final	Taux de réponse
Services	31	9	0,29	22	0,71
Bâtiment et travaux publics	23	4	0,17	19	0,83
Industrie et autres	19	2	0,11	17	0,89
Total	73	15	0,21	58	0,79

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

A partir des données du tableau n°23, notre échantillon final est constitué de 58 entreprises qui sont réparties comme suit : 22 unités (soit 37,93%) dans les services, 19 unités (soit 32,76%) dans BTP et enfin 17 unités (soit 29,31%) dans l'industrie.

1.3. Elaboration du questionnaire

Pour les besoins de notre enquête nous avons utilisé un questionnaire s'adressant aux chefs d'entreprises du secteur privé ayant été à l'origine de la création de leurs propres entreprises. Certaines communes de la wilaya de Béjaia ont été concernées par l'enquête, à savoir : Bejaia, Akbou, El kseur, Tazmalt, Ouzellaguen, Sidi Aich, Seddouk, Takrietz, Amizour, Timezrit, Tichy. Le questionnaire a été élaboré dans le but de déterminer le profil de créateur d'entreprise, les raisons qui poussent les individus à se lancer dans l'aventure de la création d'entreprise. Est-ce qu'ils sont motivés par des logiques économiques ? Ou encore par des logiques sociales ? Les questions portent essentiellement sur trois volets :

✓ *L'identification de l'entrepreneur et de son entreprise*

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

✓ *Origines et antécédents de l'entrepreneur*

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

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

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

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

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

1.4. Déroulement de l'enquête

L'enquête a été lancée au début du mois de novembre 2010. Nous nous sommes déplacés au niveau du siège des entreprises, pour rencontrer personnellement les dirigeants et propriétaires de ces entreprises (non pas les gestionnaires), pour leur administrer le questionnaire. Il faut savoir que d'une façon générale, nos informateurs ne remplissent pas notre questionnaire qu'après plusieurs jours de notre premier rencontre, du fait

essentiellement de leur non-disponibilité, négligence et manque d'intérêt. Rares, sont les entrepreneurs qui acceptent de répondre à nos questions, lors de notre premier déplacement.

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

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

1.5. Le traitement et dépouillement des questionnaires

Nous avons choisi un traitement informatisé pour un meilleur traitement de données. Les questionnaires ont été vérifiés et codifiés pour constituer une banque de données à partir de laquelle des statistiques ont pu être opérées à l'aide du logiciel SPSS (Statistical Package for the Social Science).

Nous avons d'abord procédé au codage des différentes questions composant le questionnaire. Ensuite à recenser les statistiques qui nous permettent d'analyse de notre base de données à travers les tableaux des fréquences. Et enfin, à faire sortir les résultats et réponses à propos des questions qu'on avait posé au départ.

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

2. Analyse des résultats de l'enquête

2.1. Présentation des entrepreneurs et de leurs entreprises

L'entrepreneur est l'acteur principal dans l'activité de la création d'entreprise. Il est la source de l'idée. C'est à lui que revient la décision de se lancer dans la création. Il évolue dans un milieu qui l'influence, et sur lequel il a des effets par son action créatrice. Dans cette section nous allons essayer d'esquisser un profil de l'entrepreneur. D'une part, l'entrepreneur, à travers notamment son sexe, son âge, sa situation matrimoniale, le nombre d'entreprises créées et l'âge de création de son entreprise, les métiers exercés précédemment ainsi que les

compétences acquises, et essayer de faire ressortir les caractéristiques du milieu familial dans lequel il a évolué. D'autre part, son entreprise à travers le secteur d'activité, le siège social, le nombre d'employés à la création et actuellement, la forme juridique, la structure du financement et enfin la date de création de l'entreprise.

2.1.1. Présentation des entrepreneurs

2.1.1.1. Répartition des entrepreneurs par sexe

Selon les résultats de notre enquête présentés dans le tableau n°24, les hommes représentent une part très importante, au sein de la catégorie sociale entrepreneur. En effet, sur 58 entrepreneurs enquêtés, 57 sont des entrepreneurs-hommes, soit 98,3 % de la population enquêtée. La part des entrepreneurs-femmes est très négligeable, elle représente que 1,7% de la population enquêtée. Ceci montre que la fonction de l'entrepreneur reste fermier aux femmes. Les caractéristiques de la société algérienne ne facilitent pas l'intégration des femmes dans un milieu qui paraît dur et fermé.

Tableau n °24 : Sexe de l'entrepreneur

Sexe	Fréquence	Pourcentage (%)
Masculin	57	98,3
Féminin	1	1,7
Total	58	100

Source : Résultats de notre enquête

2.1.1.2. L'âge des créateurs d'entreprises

Le tableau n°25, représente les tranches d'âge des entrepreneurs au moment de la création effective de l'entreprise. Le plus grand nombre des entrepreneurs ont lancé leurs entreprises entre l'âge de 30 à 40 ans avec une part qui de 39,7%, suivi de la catégorie 41 à 50 ans qui représente 29,3% de la population enquêtée. A partir de ces données, l'entrepreneur se lance dans la création à un âge mature, après avoir acquis une importante expérience professionnelle et rassembler les capitaux nécessaires pour l'investissement. Ainsi, nous pouvons conclure que la création se fait généralement entre 30 et 50 ans.

Pour les jeunes entrepreneurs qui représentent la tranche d'âge entre (20-30 ans), ils représentent 17,2% de l'effectif. Ceux-ci sont soit aidés par leurs parents ou proches (l'existence d'un capital familial). Selon B. ZARCA « l'héritage d'un capital économique et social accumulé par les générations antérieures dispense d'une accumulation préalable à l'installation, en d'autres termes il fait gagner du temps »⁹⁵. Ou bien par les différents

⁹⁵ : Cité par R. AKNINE, R. SOUIDI, « Le profil des créateurs d'entreprises en Kabylie : Le poids de la famille et l'incidence du chômage dans la création d'entreprises », P 5.

dispositifs mis en place par le gouvernement pour stimuler la création des entreprises, principalement l'apport de l'ANSEJ.

Tableau n° 25 : Age de l'entrepreneur au moment de la création

Age	Fréquence	Pourcentage (%)
De 20 à 30 ans	10	17,2
De 31 à 40 ans	23	39,7
De 41 à 50 ans	17	29,3
De 51 à 60 ans	7	12,1
61 et plus	1	1,7
Total	58	100,00

Source : Résultats de notre enquête

2.1.1.3. La situation matrimoniale

Les résultats du tableau n°26 montre que la majorité des entrepreneurs sont mariés, soit 69% de la population enquêtée. Sachant que l'état psychologique de l'entrepreneur a des incidences sur le projet d'entreprise, une situation familiale stable, peut être un élément essentiel, encourageant et faisant agir l'entrepreneur. Elle lui permet de mieux s'investir dans leur projet. Les jeunes célibataires représentent 31%.

Tableau n°26 : La situation matrimoniale des entrepreneurs :

Situation matrimoniale	Fréquence	Pourcentage (%)
Marié	40	69
Célibataire	18	31
Total	58	100

Source : Résultats de notre enquête

2.1.1.4. Répartition des entrepreneurs selon leurs origines

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

Selon les résultats du tableau n°27, la majorité des entrepreneurs enquêtés s'implantent essentiellement dans les communes d'origine et de résidence, elle représente 70,7 % de la population enquêtée. 29,3% choisissent de se localiser dans des communes voisines à leur commune de résidence.

Tableau n°27 : Répartition des entrepreneurs selon leurs Origines

	Fréquence	Pourcentage (%)
Commune d'activité	41	70,7
Autre	17	29,3
Total	58	100

Source : Résultats de notre enquête

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

2.1.1.5. La position de l'entrepreneur dans l'entreprise

A travers le tableau n°28, nous constatons que 63,8% des créateurs enquêtés sont à la fois propriétaire et gérant de leur entreprise. La plupart des entrepreneurs préfère diriger eux-mêmes leurs affaires et prendre seuls les décisions qui paraissent importantes pour leur entreprise. Ce qui signifie que les personnes qui se lancent dans l'aventure de la création le font qu'après avoir acquis une certaine expérience dans le même domaine de l'entreprise créée. 27,6% des entrepreneurs enquêtés sont juste des propriétaires et ils ont engagé quelqu'un de confiance qui a des compétences pour diriger et gérer leurs entreprises.

Tableau n°28 : La position de l'entrepreneur dans l'entreprise

Position de l'entrepreneur	Fréquence	Pourcentage(%)
Propriétaire	16	27,6
Gérant	5	8,6
Les deux à la fois	37	63,8
Total	58	100

Source : Résultats de notre enquête

2.1.1.6. La répartition des entrepreneurs selon le nombre d'entreprises créées

Notre enquête nous a permis de constater que 27,6% des entrepreneurs enquêtés ont créé une seule (01) entreprise au cours de leurs carrières professionnelles, 44,8 % ont créé deux (02) entreprises, 13,8% d'entre eux ont créé trois (03) entreprises, 10,3% ont créé quatre (04) entreprises et seulement 3,4% ont créé plus de cinq (05) entreprises. Ces résultats sont récapitulés dans le tableau n°29.

Tableau n°29 : La répartition des entrepreneurs selon le nombre d'entreprises créées

Nombre	Fréquence	Pourcentage (%)
01 entreprise	16	27,6
02 entreprises	26	44,8
03 entreprises	8	13,8
04 entreprises	6	10,3
05 et plus	2	3,4
Total	58	100

Source : Résultats de notre enquête

2.1.2. Présentation et caractéristiques des entreprises

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

2.1.2.1. La répartition des entreprises enquêtées selon le secteur d'activité

Notre échantillon est constitué de 58 entreprises appartenant aux différentes branches d'activité existantes au niveau de la wilaya de Bejaia comme l'industrie, Bâtiment et travaux publics et les services. Les entreprises enquêtées, comme le montre le tableau n°30, couvrent presque les différents secteurs d'activités existants.

A la lecture du tableau n°30, nous constatons que notre échantillon abrite huit (08) secteurs d'activité. La plus grande fréquence revient au secteur de Bâtiment et travaux publics avec 19 unités, soit 32,76% des entreprises enquêtées, suivi du secteur de l'industrie de l'agro-alimentaire et du commerce, avec 11 et 9 unités d'une manière respective (soit 18,97%, 15,52%).

Tableau n°30 : La répartition des entreprises enquêtées selon le secteur d'activité

Branche d'activité	Secteur d'activité	Nombre d'entreprises	Pourcentage (%)
Services	Commerces	9	15,52
	Hôtellerie et restauration	6	10,34
	Transport et communication	4	6,90
	Autre	3	5,17
Bâtiment et travaux publics	Bâtiment et travaux publics	19	32,76
Industrie	Industries Agroalimentaires	11	18,97
	Matériaux de construction	4	6,90
	Industries du bois et papier	1	1,72
	Industries du textile	1	1,72
Total	Total	58	100

Source : Résultats de notre enquête

2.1.2.2. La répartition des entreprises enquêtées par commune

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

Tableau n°31 : La répartition des entreprises enquêtées par commune :

Commune	Fréquence	Pourcentage
Bejaia	14	24,1
Akbou	10	17,2
Ouzellaguen	6	10,3
Elkseur	5	8,6
Chemini	5	8,6
Sidi Aich	4	6,9
Takrietz	4	6,9
Amizour	3	5,2
Tazmalt	2	3,4
Seddouk	2	3,4
Timzrit	2	3,4
Tichy	1	1,7
Total	58	100

Source: Résultats de notre enquête

D'après le tableau n°31, La plupart des entreprises enquêtées se concentrent dans la ville de Béjaia (24,1 %), qui dispose relativement de plus de commodités. La ville, étant couverte par les infrastructures et réseaux d'utilités nécessaires, comporte un nombre important

d'entreprises. En effet, la commune de Béjaia constitue un grand pôle d'attractivité pour les investisseurs privés, la commune dispose d'avantages économiques comparativement aux autres villes de la wilaya. Suivi de la commune d'Akbou avec un taux de 17,2%, la commune d'Ouzellaguen avec 10,3% et les communes d'Elkseur et Chemini avec 8,6% chacune d'elle.

De plus, les résultats de notre enquête, confirment les observations, selon lesquelles, la création d'entreprises est concentrée dans les communes de la vallée de la Soummam; puisque, la plupart (77,59%) des entreprises enquêtées sont localisées dans les communes de la vallée. Le reste des entreprises enquêtées, soit 22,41% sont localisées dans la périphérie.

2.1.2.3. La répartition des entreprises enquêtées selon l'effectif employé

Notre échantillon est constitué en grande partie d'entreprises classées dans la catégorie de micro-entreprise, comprenant entre [1-9] employés. Elles représentent 51,7% du total (soit 30 unités). Suivi de la catégorie de petite taille, comprenant entre [10-49] employés avec un taux de 43,1% du total (soit 25 unités). Ainsi la catégorie des moyennes entreprises est représentée par (3) unités (soit 5,2%). Les résultats sont récapitulés dans le tableau n°32.

Tableau n°32 : la taille des entreprises enquêtées selon l'effectif employé :

Effectif employé	Fréquence	Pourcentage
[1-9]	30	51,7
[10 – 49]	25	43,1
[50 – 250]	3	5,2
Total	58	100

Source: Résultats de notre enquête

D'après les résultats du tableau n°33, la majorité des entrepreneurs ont débuté petit lorsqu'ils ont créé leur entreprises afin de mieux gérer, contrôler leur projets et limiter les risques en cas d'échec. En effet, 82,8% des entreprises enquêtées sont des micro-entreprises à la création. La catégorie petite entreprise occupe le second rang avec un taux de 13,8 %. Enfin, la moyenne entreprise représente une part relativement faible, soit 3,4 %.

Tableau n°33 : la taille des entreprises enquêtées selon l'effectif employé à la création :

Effectif employé	Fréquence	Pourcentage
[1- 9]	48	82,8
[10 – 49]	8	13,8
[50 – 250]	2	3,4
Total	58	100

Source: Résultats de notre enquête

2.1.2.4. La structure du personnel des entreprises enquêtées

Le tableau n°34 montre que la structure du personnel des entreprises enquêtées est dominée par la catégorie (cadre, maîtrise, exécution) avec un taux de 55,2%. 23 unités, soit 39,7% pour l'exécution et enfin les deux catégories cadre et maîtrise représentent des taux faibles respectivement 3,4% et 1,7%.

Tableau n°34 : La structure du personnel des entreprises enquêtées

Catégorie	Fréquence	Pourcentage
Cadre	2	3,4
Maîtrise	1	1,7
Exécution	23	39,7
toutes catégories	32	55,2
Total	58	100

Source: Résultats de notre enquête

2.1.2.5. La répartition des entreprises enquêtées selon la situation entrepreneuriale

La création d'entreprise recouvre généralement trois situations entrepreneuriales qui sont : la création ex nihilo (nouvelle création) qui constitue la principale voie d'entrée dans les affaires, la réactivation d'entreprise (la reprise d'entreprise) et le prolongement d'une activité déjà existante. Les résultats de notre enquête montrent que 69% de l'échantillon sont des entreprises nouvellement créées. 15,5% des entreprises enquêtées sont des extensions d'une ancienne activité et enfin 15,5% sont des reprises d'une entreprise familiale.

Tableau n°35 : La répartition des entreprises enquêtées selon la situation entrepreneuriale :

Situation entrepreneuriale	Fréquence	Pourcentage
Nouvelle création	40	69
extension d'une ancienne activité	9	15,5
Reprise d'une entreprise familiale	9	15,5
Total	58	100

Source: Résultats de notre enquête

2.1.2.6. La répartition des entreprises enquêtées selon la forme juridique

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

Le tableau n °36 illustre que la plupart des entreprises enquêtées se sont des entreprises individuelles (soit 55,2%), c'est la forme la plus facile d'entrée dans les affaires en créant des micro-entreprises. La forme juridique SARL concerne 22,4% des entreprises enquêtées, les entrepreneurs optent pour cette forme en raison du capital relativement faible qu'elle nécessite. Les associés peuvent prendre part dans plusieurs entreprises en même temps. Ainsi, en cas de faillite, les risques sont limités uniquement aux apports de chaque associé au capital social de la société créée. Suivi par la forme SNC avec un taux de 13,8%. Les EURL et les SPA représentent respectivement des taux faible 5,2% et 3,4%.

Tableau n°36 : La répartition des entreprises enquêtées selon la forme juridique

Forme juridique	Fréquence	Pourcentage
Entreprise individuelle	32	55,2
SARL	13	22,4
SNC	8	13,8
EURL	3	5,2
SPA	2	3,4
Total	58	100

Source: Résultats de notre enquête

2.1.2.7. La structure de financement initial des entreprises enquêtées

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

Tableau n°37 : La structure du financement initial des entreprises enquêtées

Source des capitaux	Fréquence	Pourcentage
Epargnes personnelles	28	48,28
Emprunts bancaires	10	17,24
Capitaux familiaux	21	36,21
Emprunts chez les amis	15	25,86

Source: Résultats de notre enquête

Selon les résultats de notre enquête, les capitaux initiaux investis, proviennent essentiellement de l'épargne personnelle des entrepreneurs (48,28 %) et des capitaux familiaux (36,21 %). Les emprunts chez les amis sont cités par 15 entrepreneurs soit 25,86% alors que les emprunts bancaires, viennent en dernière position avec 17,24 %. Cette faible part

des financements bancaires par rapport aux autres sources de financement s'explique par, en premier lieu, la difficulté d'accéder aux crédits bancaires. Le secteur bancaire est toujours critiqué pour ses lourdeurs et sa bureaucratie. En deuxième lieu, les entrepreneurs enquêtés préfèrent rester indépendants et autonome et s'appuyer sur les ressources familiales.

Il est à noter que la famille constitue une source de financement importante, après l'épargne personnelle, dans laquelle puise l'entrepreneur pour lancer son projet, surtout lorsque les contraintes d'accès aux prêts bancaires subsistent.

La majorité des entrepreneurs enquêtés et qui ont répondu à notre question n'ont pas investi des capitaux importants à la création de leurs projets, soit 41,4% ont investi entre [100000 DA et 500000 DA]. Ceci s'explique par le fait que les entrepreneurs choisissent des secteurs et des activités qui ne nécessitent pas trop de financement au démarrage de l'entreprise afin de limiter les risques en cas d'échec. La répartition des entrepreneurs enquêtés, selon le capital investi à la création de leur entreprise, est présentée dans le tableau n°38.

Tableau n°38 : La répartition des entrepreneurs selon le capital investi au départ :

Montant	Fréquence	Pourcentage
Moins de 100000 DA	4	6,9
[100000 DA- 500000 DA]	24	41,4
[500000 DA-1000000 DA]	9	15,5
[1000000 DA- 5000000 DA]	2	3,4
Pas de réponse	19	32,8
Total	58	100

Source: Résultats de notre enquête

Les résultats du tableau n°39 montrent que 75,9% des entrepreneurs enquêtés n'ont pas eu recours à un organisme public d'aides à la création. Ce qui confirme que les entrepreneurs ont recours à l'épargne personnelle, aux prêts familiaux et dans certain cas, à des emprunts chez des amis. Seulement 14 entreprises ont bénéficié des avantages des dispositifs ANSEJ et ANDI avec une part qui est de 12,1% chacun d'eux.

Tableau n°39 : organismes d'aide à la création d'entreprise :

Dispositifs	Fréquence	Pourcentage
ANSEJ	7	12,1
ANDI	7	12,1
aucun	44	75,9
Total	58	100

Source: Résultats de notre enquête

2.1.2.8. La date de création des entreprises enquêtées

Les résultats de notre enquête montrent que 86,2% entreprises enquêtées, soit 50 unités, ont été créées dans les années 2000. Cela peut s'expliquer à travers les mesures prises par l'Etat en matière d'encouragement de l'initiative privée, et cela dans le cadre de l'ouverture vers l'économie de marché. Nous constatons une forte dynamique de création d'entreprises dans la Wilaya de Bejaia durant la décennie 2000. Dans les années 90, seulement 8 unités ont été créées.

Tableau n°40 : Date de création des entreprises enquêtées :

Période	Fréquence	Pourcentage
Années 90	8	13,8
Années 2000	50	86,2
Total	58	100

Source: Résultats de notre enquête

2.2. Origines et antécédents des entrepreneurs

Les antécédents sont associés de près aux intentions et aux comportements entrepreneuriaux. Ils prédisposent à l'entrepreneuriat. Plusieurs éléments du vécu d'un individu peuvent avoir un impact sur ces croyances, ses perceptions et ses intentions relatives à l'entrepreneuriat. De façon générale, les antécédents réfèrent aux différentes variables telle que l'environnement familial et les expériences de l'individu comme son parcours professionnel ou encore son domaine d'études.

2.2.1. Le milieu familial

La famille constitue, dans la plupart des cas, le pivot du projet entrepreneurial, puisque celle-ci exerce souvent une influence sur l'entrepreneur, lui fournit les capitaux nécessaires et s'implique davantage dans la gestion de l'entreprise. Le lien familial demeure le support de base de l'acte d'entreprendre. Dans le milieu familial, l'entrepreneur peut trouver une aide inestimable pour le lancement de son entreprise. Elle peut être une assistance matérielle, une contribution financière, foncière ou autre. Ou encore morale, par des encouragements, différentes aides pour surmonter les difficultés rencontrées.

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

Sur l'ensemble de l'échantillon, plus de la moitié des répondants, soit 53,45% des entrepreneurs enquêtés sont des aînés de la famille. Suivi des entrepreneurs qui sont à un rang

intermédiaire avec 32,76% et enfin 13,79% représente les cadets de la famille. Ces résultats peuvent être expliqués par la coutume locale semblable au droit d'aînesse, vers l'entrepreneuriat. Autrement dit, les aînés ont tendance à être choisis avant les autres enfants pour succéder au père.

Tableau n°41 : Répartition des entrepreneurs selon leur rang de naissance

Rang de naissance	Fréquence	Pourcentage
L'aîné	31	53,45
A un rang intermédiaire	19	32,76
Cadet	8	13,79
Total	58	100

Source: Résultats de notre enquête

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

Le fait d'avoir dans la famille des modèles d'entrepreneurs est généralement considéré comme un facteur influençant positivement les intentions entrepreneuriales. Ainsi, des individus dont les parents ou les proches possèdent ou ont déjà possédé une entreprise seraient plus prédisposés à créer des entreprises. En effet, disposer d'un entourage entrepreneurial constitue des opportunités non négligeables de recevoir des conseils ou de s'imprégner du métier de dirigeant.

Les résultats de notre enquête, présentés dans le tableau n°42 montrent que les entrepreneurs sont issus de différents milieux. Il y a ceux qui ont vécu dans un milieu de salariés et d'autres entourés d'entrepreneurs. Elles font ressortir que 34,5% des entrepreneurs enquêtés provenant d'une famille entrepreneuriale. En effet, le fait d'avoir un père qui travaille en tant qu'indépendant marque fortement l'entrepreneur. S'agissant de la profession de la mère, il faut noter que 96,55 % des entrepreneurs affirment avoir une mère, sans profession (au foyer). Nous avons rencontré deux cas, soit 3,45%, où la mère travaille dans le secteur de l'enseignement. Les résultats sont présentés dans le tableau n°43.

Tableau n°42 : La profession du père :

Profession du père	Fréquence	Pourcentage
Entrepreneur	20	34,5
Fonctionnaire	18	31
Artisan	11	19
Retraité	5	8,6
Sans profession	4	6,9
Total	58	100

Source: Résultats de notre enquête

Tableau n°43 : La profession de la mère :

Profession de la mère	Fréquence	Pourcentage
Sans profession	56	96,55
Autre	2	3,45
Total	58	100

Source: Résultats de notre enquête

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

Les résultats de notre enquête montrent que la plupart des entrepreneurs ont eu le soutien de leur entourage qui a joué un rôle décisif dans la création de leur entreprise. Selon les résultats obtenus, 63,8% des entrepreneurs enquêtés (soit 37 entrepreneurs) ont été influencé par leurs parents pour s'engager dans les affaires. Le reste des entrepreneurs représentent 36,2% (soit 21 entrepreneurs) déclarent ne pas avoir une influence parentale pour créer leurs entreprises.

Tableau n°44 : Influence des parents sur les entrepreneurs

Réponse	Fréquence	Pourcentage
OUI	37	63,8
NON	21	36,2
Total	58	100

Source: Résultats de notre enquête

Les résultats de notre enquête, présentés dans le tableau n°45 montrent que plus de la moitié des entrepreneurs enquêtés, soit 56,9% affirment ne pas être les seuls en affaires dans la famille et 43,1% déclarent ne pas avoir quelqu'un de la famille qui est dans les affaires.

Tableau n°45 : Etes vous seul en affaire ?

Réponse	Fréquence	Pourcentage
OUI	25	43,1
NON	33	56,9
Total	58	100

Source: Résultats de notre enquête

Le tableau n°46 illustre les membres de famille des entrepreneurs enquêtés qui sont dans les affaires sont les parents, frères et sœurs avec une part qui est de 50 % des cas et 6,9%

déclarent avoir un cousin en affaire. Ainsi, nous pouvons conclure que l'entrepreneuriat privé est fondamentalement une histoire de famille.

Tableau °46 : Les membres de la famille en affaire :

Membre de la famille	Fréquence	Pourcentage
Parents	10	17,2
Frères/Sœurs	19	32,8
Autre	4	6,9
Aucun	25	43,1
Total	58	100

Source: Résultats de notre enquête

2.2.2. Parcours professionnel

Le parcours professionnel peut avoir une grande incidence dans l'orientation de l'entrepreneur et le choix de son secteur d'activité. Dans le présent paragraphe, nous allons présenter les professions antérieures et le niveau d'études des entrepreneurs enquêtés.

2.2.2.1. Les professions antérieures

Lors de notre enquête et des entretiens avec les entrepreneurs, nous avons remarqué que dans leur majorité, ils ont créé dans le même secteur dans lequel ils avaient précédemment exercé. 56,9 % (33 entrepreneurs) signalent avoir travaillé et acquis suffisamment de compétences techniques dans un secteur même que celui ou ils ont créé leurs entreprises. 24,1% des enquêtés déclarent avoir une expérience entre 4 ans et 6 ans, entre 1 et 3 ans (15,5%), entre 7 et 10 ans (6,9%) et plus de 10 ans (10,3 %). Par contre, 43,1% (25 entrepreneurs) disent qu'ils n'ont pas d'expérience lors de la création de leurs entreprises.

Tableau n°47 : l'expérience dans le même secteur d'activité de l'entreprise créée

Durée d'expérience	Effectif	pourcentage	Pourcentage
pas d'expérience	25	43,1	43,1
1 an à 3 ans	9	15,5	56,9
4 ans à 6 ans	14	24,1	
7 ans à 10 ans	4	6,9	
Plus de 10 ans	6	10,3	
Total	58	100	100

Source: Résultats de notre enquête

A travers le tableau n °48, nous pouvons remarquer que les entrepreneurs enquêtés, avaient principalement les expériences professionnelles suivantes :

Les entrepreneurs issus de l'industrie : Ils sont au nombre de 19, ce qui représente 32,8%. Ils ont exercé dans l'industrie de la région ou ailleurs. Ce qui leur a permis d'acquérir

plusieurs compétences. Telles que les compétences de gestion et connaissance de l'organisation du travail et des procédés de fabrication. Les compétences techniques et la familiarisation avec les machines.

Les entrepreneurs issus du commerce : Ils sont au nombre de 17, ce qui représente 29,3 %. Ils ont exercé des commerces divers, vente de tissu, habillement, quincaillerie ... la région est connue pour avoir été, elle est toujours, un important carrefour pour les échanges. Ce qui leur a permis d'acquérir des compétences. En effet, le savoir faire, les connaissances des réseaux de fournisseurs et des clients, les connaissances dans le métier (vente, achat, transformation...) et la connaissance du marché ont été les premiers appuis sur lesquels se sont basés les entrepreneurs et leurs entreprises au début de la création.

Les entrepreneurs issus de la fonction publique : Cette catégorie d'entrepreneurs qui représente 24,1 %, soit 14 entrepreneurs, est constituée de fonctionnaires qui créent leur entreprise, à leur départ de l'administration. En effet, ces entrepreneurs valorisent leur connaissance des rouages de l'administration et les relations qu'ils ont pu y nouer, pour faciliter notamment l'obtention de marchés, d'autorisation d'exploitation et de terrains d'assiette.

Les entrepreneurs issus des études : Cette catégorie d'entrepreneurs représente la part la plus faible avec une part de 10,3% des enquêtés. Cette catégorie vient de rentrée dans le monde des affaires juste après la fin des études. Grâce au niveau d'instruction élevé et la disponibilité des capitaux ont pu créer leur propre emploi en créant une entreprise. En effet, les études supérieures apportent connaissances et savoir-faire à l'entrepreneur, cela permet aussi de tisser un réseau avec les anciens collègues d'université.

Tableau n°48 : L'activité d'origine avant la création de l'entreprise

Secteur	Fréquence	Pourcentage
Commerce	17	29,3
Industrie	19	32,8
Administration	14	24,1
Etude	6	10,3
Non dit	2	3,4
Total	58	100

Source: Résultats de notre enquête

La majorité des entrepreneurs enquêtés, soit 46 répondants déclarent avoir une expérience professionnelle et des compétences dans d'autres domaines. La compétence la plus répandue chez les enquêtés est la compétence technique de 31%, suivie des compétences commerciales de 22,4% et enfin des compétences administratives de 19 %. Seulement 12 entrepreneurs (soit

20,7%) affirment ne pas avoir de l'expérience. Les résultats de notre enquête sont présentés dans le tableau n°49.

Tableau n°49 : l'expérience professionnelle des entrepreneurs

Domaine	Fréquence	Pourcentage	pourcentage
Technique	18	31	79,3
Administratif	11	19	
commercial	13	22,4	
Autre	4	6,9	
pas d'expérience	12	20,7	20,7
Total	58	100	100

Source: Résultats de notre enquête

2.2.2.2. Niveau d'étude et formation professionnelle

Comme le parcours professionnel, les études et formations suivies ont également une influence sur le choix du secteur d'activité où investir, et par la suite sur le mode de gestion de l'entreprise une fois mise en route. En effet, « la formation et le niveau d'instruction de l'entrepreneur influent toujours sur les choix qu'il effectue en ce qui concerne l'activité. La dimension, le financement et le mode de gestion de l'entreprise sont des conditions nécessaires qui permettent de déboucher sur l'innovation en tout genre »⁹⁶.

L'ensemble des entrepreneurs enquêtés ont au moins un niveau d'étude primaire. Sur les 58 entrepreneurs enquêtés, 5,2% ont un niveau d'études primaires, 15,5% ont un niveau d'études moyen, 36,2% ont atteint le niveau d'études secondaires et 43,1 % ont un niveau universitaire. Nous constatons d'après ces résultats que la plupart d'entrepreneurs ayant un niveau d'instruction de plus en plus élevé. Cette situation peut s'expliquer principalement par le chômage et la difficulté de trouver du travail pour les nouveaux diplômés de l'université. C'est la raison pour laquelle ils préfèrent créer leur propre emploi et de s'engager dans la création de leur entreprise.

Tableau n° 50 : Le niveau d'instruction des entrepreneurs :

Niveau d'étude	Fréquence	Pourcentage
Primaire	3	5,2
Moyen	9	15,5
Secondaire	21	36,2
Supérieur	25	43,1
Total	58	100

Source: Résultats de notre enquête

⁹⁶ : Souidi R., Ferfera M.Y., Akrouf T. : « les entrepreneurs, le territoire et la création d'entreprises : Enquête à Boghni ». In Revue du CREAD, n°51, 1er trimestre 2000, P.54.

Notons aussi que, sur les 58 entrepreneurs enquêtés, 43 d'entre eux, ont effectué des études universitaires ou une formation professionnelle. Le tableau n°51 présente les entrepreneurs selon les diplômes obtenus.

Tableau n°51 : Répartition des entrepreneurs selon les diplômes obtenus

Type de diplôme	Fréquence	Pourcentage
Certificat d'aptitude professionnelle	18	31,0
Technicien supérieur	5	8,6
Licence	10	17,2
Ingénieur	10	17,2
Pas de diplôme	15	25,9
Total	58	100

Source: Résultats de notre enquête

Toujours dans le domaine de la formation des entrepreneurs, nous avons constaté que 80% de ceux ayant fait l'université ont reçu des formations longues, c'est-à-dire, des formations de quatre ans ou plus avec 40% d'ingénieurs et 40 % des licenciés.

Les résultats du tableau n°52 montrent que 70,7% enquêtés n'ont pas effectué des stages ou des formations en techniques de gestion. Cela s'explique par le manque d'intérêt accordé à l'aspect managérial de l'entreprise par les entrepreneurs. Seulement 29,3% ont acquis des connaissances en gestion durant une formation universitaire ou professionnelle. Pour eux ; Ce savoir-faire dans ce domaine semble indispensable au bon déroulement d'une création.

Tableau n°52 : la part des entrepreneurs ayant effectué une formation en technique de gestion :

Réponse	Fréquence	Pourcentage
OUI	17	29,3
NON	41	70,7
Total	58	100

Source: Résultats de notre enquête

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

2.3. Les motivations à l'égard de la création d'entreprise

Les motivations sont des facteurs qui déterminent le comportement. Elles sont considérées comme les raisons profondes qui amènent quelqu'un à agir. Plusieurs motivations peuvent mener à la création d'entreprise. A travers notre enquête, nous allons voir : ce qui avait poussé les entrepreneurs à créer leurs projets, ce qui avait déclenché le processus de création de leurs entreprises, ce qui avait déterminé le choix du secteur d'activité, les caractéristiques favorisant le succès de la personne en affaires et enfin les opportunités environnementales qui ont favorisé la création.

2.3.1. Les raisons qui ont motivé les entrepreneurs à créer leurs projets

L'entrepreneur est généralement doté d'un fort sentiment d'indépendance et d'autonomie, et un besoin d'être son propre chef, pour réaliser ses rêves et ambitions et s'épanouir. Chose qui se confirme d'après les résultats de notre enquête, 32 entrepreneurs (55,17%) ont affirmé avoir créé leurs entreprises dans le but d'assurer leur propre emploi, ne subir aucune autorité et ne pas avoir des ordres d'un supérieur hiérarchique. « Améliorer la situation financière » est citée en second lieu par 28 entrepreneurs (soit 48,28%). En troisième lieu, 22 entrepreneurs (soit 37,93%) se sont lancés dans les affaires pour contribuer à la création de l'emploi aux membres de la famille afin d'assurer leurs avenir et diminuer le taux de chômage. Enfin, les entrepreneurs enquêtés, pensent que relever un défi (20,69%), se valoriser (17,24 %), avoir un travail sur mesure (6,90 %), expérimenter des idées (10,34%), réaliser un rêve (12,07 %) et la prise du risque (3,45 %) sont les principales raisons qui les ont motivées, à partir en affaires.

La prise de risque est considérée comme une motivation dans 3,45% des cas. Pour la majorité des entrepreneurs enquêtés le risque, est perçu comme une contrainte et non pas comme une motivation.

Tableau n°53 : Les raisons qui ont motivé les entrepreneurs à créer leurs projets

Les motivations	Fréquence	Pourcentage
Relever un défi	12	20,69
Améliorer la situation financière	28	48,28
Se valoriser (la réalisation de soi)	10	17,24
Avoir un travail sur mesure	4	6,90
Expérimenter des idées	6	10,34
réaliser un rêve	7	12,07
Etre son propre patron	32	55,17
contribuer à créer des emplois	22	37,93
Prise de risque	2	3,45

Source: Résultats de notre enquête

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

Ainsi, nous constatons que les réseaux informels dominent, car peu d'entrepreneurs (soit 4,29% enquêtés) ont recouru aux bureaux d'étude pour les orienter ou pour les conseiller, par contre l'appui de la famille, amis et voisins est très apparent ce qui nous emmène au rôle du milieu social dans la création des entreprises. Les relations familiales et personnelles sont dans 48,28% des cas à l'origine de l'idée de création de l'entreprise. En deuxième position vient la connaissance d'un projet similaire avec 34,29%, de là ressort l'importance du phénomène d'imitation. Enfin les relations professionnelles avec 21,43% des enquêtés.

Tableau n°54 : Origine de l'idée de la création d'entreprise :

Origine de l'idée	Fréquence	Pourcentage
Connaissance d'un projet similaire	24	34,29
Relations professionnelles	15	21,43
Relations familiales et personnelles	28	48,28
conseil d'un bureau d'étude	3	4,29

Source: Résultats de notre enquête

2.3.2. Les situations qui ont déclenché le processus de création de l'entreprise

Les résultats du tableau n°55 illustrent que 36,2% des enquêtés (soit 21 entrepreneurs) ont lancé leur entreprise parce qu'ils ont de l'argent à investir qui provient essentiellement de l'épargne personnelle et de capitaux familiaux. D'autres enquêtés, soit 19 entrepreneurs déclarent que le point de départ dans leur création a été une occasion saisie (un ami propose une association, un membre de la famille travaille à le domaine, un propriétaire d'entreprise qui décide de vendre). 14 entrepreneurs (soit 24,1%) estiment que leur travail était insatisfaisant, c'est la raison pour laquelle ils ont décidé de créer leur entreprise. Trois entrepreneurs ont un temps libre et un seul cas s'engage dans la création parce qu'il a perdu son emploi.

Tableau n°55 : Les situations qui ont déclenché le processus de création de l'entreprise

Les situations	Fréquence	Pourcentage
Argent à investir	21	36,2
Travail insatisfaisant	14	24,1
Opportunité	19	32,8
Perte d'emploi	1	1,7
Temps libre	3	5,2
Total	58	100

Source: Résultats de notre enquête

2.3.3. Les déterminants du choix de secteur d'activité

Le tableau n°56 présente les facteurs qui ont aidé les entrepreneurs à choisir le secteur d'activité. Nous constatons que le facteur principal, est l'existence du savoir-faire et d'expérience antérieurs (48,28%). En effet, la majorité des entrepreneurs ont signalé avoir acquis suffisamment d'expérience et de savoir-faire dans le même secteur que celui ou ils ont créé leurs entreprises. Certains entrepreneurs (soit 43,10% des enquêtés) ont déclaré avoir choisi un secteur qui est caractérisé par un fort taux de rentabilité. De plus, 34,48 % des entrepreneurs pensent que leur choix est déterminé par le fait, que leur secteur d'activités soit porteur à long terme. Enfin, 24,14% des entrepreneurs ont déclaré que leur entreprise est familiale. 17,24% des enquêtés ont affirmé que leur secteur d'activité est vierge (pas de concurrents).

Tableau n°56 : Les déterminants du choix de secteur d'activité :

Les déterminants	Fréquence	Pourcentage
Un fort taux de rentabilité	25	43,10
Savoir faire et expérience antérieure	28	48,28
Secteur Porteur à long terme	20	34,48
Entreprise familiale	14	24,14
Pas de concurrents	10	17,24

Source: Résultats de notre enquête

La majorité des entrepreneurs enquêtés ont créé des entreprises de petite dimension lorsqu'ils ont décidé de partir en affaire. Comme nous l'avons déjà vu dans le tableau n°33, la part des micro-entreprises est de 82,2%.

Les résultats du tableau n°57 montrent les raisons qui ont contribué au choix de la dimension du projet. La moitié 50% des enquêtés, soit 29 entrepreneurs, ont déclaré avoir créé des micros et des petites entreprises lors du démarrage afin de mieux gérer l'entreprise et limiter les risques en cas d'échec. Pour eux « débiter petit pour devenir grand » est la raison principale du choix de la dimension. Ils disent que c'est avec le temps, la persévérance et la bonne organisation que l'entreprise grandit. 13 entrepreneurs (soit 22,4% des enquêtés) ont déclaré qu'ils n'ont pas les capitaux nécessaires pour se lancer dans une grande entreprise. D'autres, soit 19% des enquêtés ont considéré que « limiter les risques en cas d'échec » est la raison principale dans le choix de la petite dimension. Enfin, cinq (05) entrepreneurs ont créé des entreprises de petite taille pour faciliter la gestion.

Tableau n°57 : Les raisons qui ont contribué au choix de la dimension du projet

Les raisons	Fréquence	pourcentage
Capitaux et locaux limités	13	22,4
Faciliter la gestion	5	8,6
Limiter les risques en cas d'échec	11	19
Débuter petit pour devenir grand	29	50
Total	58	100

Source: Résultats de notre enquête

2.3.4. Les caractéristiques favorisant le succès de la personne en affaires

Le tableau n°58, nous donne les caractéristiques qui ont une plus grande importance dans le succès de la personne en affaires. Selon les entrepreneurs enquêtés, la caractéristique la plus importante pour connaître le succès en affaires est « savoir gérer » (63,79 %), suivi « d'être déterminé » (46,55 %) et de « savoir communiquer » (43,10 %). En effet, l'entrepreneur doit nécessairement avoir ces caractéristiques, s'il veut réellement se maintenir dans l'activité entrepreneuriale.

« Etre créatif », « avoir une personnalité forte » et « prendre un risque », sont cités respectivement dans 27,59 %, 17,24% et 13,79 % des cas. Cela s'explique par le fait que certains entrepreneurs intègrent les notions d'innovation et du risque dans le processus entrepreneurial. Enfin, Il est à noter que les caractéristiques « avoir de leadership », « Etre discipliné », « Etre rationnel » et « Avoir une intuition » représentent des parts très faibles avec des taux de : 10,34%, 10,34%, 6,90% et 3,45%.

Tableau n°58 : Les caractéristiques favorisant le succès de la personne en affaires

Les caractéristiques	Fréquence	Pourcentage
Etre déterminé	27	46,55
Avoir du leadership	6	10,34
Etre créatif	16	27,59
Prendre un risque	8	13,79
Etre rationnel	4	6,90
Avoir une personnalité forte	10	17,24
Savoir communiquer	25	43,10
Avoir de l'intuition	2	3,45
Etre discipliné	6	10,34
Savoir gérer	37	63,79

Source: Résultats de notre enquête

2.3.5. Les opportunités environnementales qui ont favorisé la création

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

A la lecture du tableau n°59, nous pouvons remarquer que 63,79 % entrepreneurs privés enquêtés ont localisé leurs activités dans les agglomérations urbaines. Cela s'explique par les avantages qui se présentent au sein des agglomérations. D'autres, soit 50% des cas ont répondu pour le facteur de la proximité d'autres activités. Ce qui présente des atouts certains et favorise des contacts directs avec les autres entrepreneurs. Ce qui permet la circulation d'information concernant le processus de production, le produit, le marché. Cette proximité permet également de bénéficier d'une certaine publicité, être connu par des clients ou fournisseurs. La proximité permet également de discuter des différents problèmes rencontrés par les entrepreneurs concernant les aménagements, l'alimentation en énergie et les problèmes du foncier. De là nous pouvons voir que la proximité géographique est un élément stimulant de la création d'entreprise.

Certains entrepreneurs, soit 22,41% des cas ont choisi le facteur infrastructures développées. Dans la majorité des cas, il s'agit des entreprises implantées dans la commune de Béjaia parce qu'elle constitue un grand pôle d'attractivité. Enfin, les « avantages fiscaux » ne représentent pas un facteur déterminant dans la création et la localisation des entreprises enquêtées car seulement 13,79% des cas ont déclaré d'avoir bénéficier des avantages fiscaux.

Tableau n°59 : Les opportunités environnementales favorisant la création :

Les opportunités environnementales	Fréquence	Pourcentage
Agglomération urbaine importante	37	63,79
Proximité d'autres activités	29	50,00
Infrastructures développées	13	22,41
Avantages fiscaux	8	13,79
Autre	3	5,17

Source: Résultats de notre enquête

L'attachement sentimental à la région, occupe une place importante dans le choix de localisation des entrepreneurs. En effet, 87,9 % de ces derniers, ont presque tous, manifesté un fort sentiment d'appartenance à la région où ils ont vécu. Ils déclarent d'ailleurs que, c'est essentiellement à cause de cet attachement culturel et social à la région, qu'ils n'ont pas décidé de partir hors de la wilaya de Béjaia, c'est-à-dire, là où les conditions d'investissement sont nettement meilleures. Il faut dire que, leur connaissance de leur milieu, à travers notamment les relations de confiance, d'entraide et de réciprocité, peut être un facteur favorable face à la fragilité de certaines entreprises.

Tableau n°60 : l'attachement à la région :

Attachement	Fréquence	Pourcentage
Très important	33	56,9
Important	18	31
Peu important	7	12,1
Total	58	100

Source: Résultats de notre enquête

2.3.6. Choix de localisation et proximité

La lecture du tableau des fréquences n° 61 permet de constater que :

- Le choix du secteur d'activité dans la région s'explique en majorité, soit 28 entreprises (48,28%), par l'existence du marché aval (débouchés / clients). Ce qui renvoie à l'importance de la proximité géographique dans les choix de localisation.

- Le motif relatif à l'existence d'entreprises de secteur complémentaire est représenté dans 18 cas soit 31,03%. Ce qui vient consolider le constat relatif à l'importance de la proximité géographique dans les choix de localisation.

- 16 entrepreneurs (soit 27,59%) ont répondu pour le motif du secteur choisi est vierge. Ceci est expliqué par le fait que certaines activités n'existaient pas encore, et qui offrait des créneaux d'investissement non exploités, constituant ainsi une opportunité à saisir.

- Le motif lié à l'existence d'entreprises fournisseurs n'est représenté que dans six (06) cas. La recherche de complémentarités en amont ne constitue pas un facteur de localisation. Ce qui peut s'expliquer par le fait que pour leur approvisionnement, les entreprises locales recourent à des entreprises extérieures même au territoire national (importations).

- Enfin, le motif lié à l'existence d'entreprises du même secteur n'est cité que par cinq (05) entrepreneurs, soit 8,62%. ceci est expliqué par le fait que les enquêtés préfèrent de ne pas s'installer où se trouvent les entreprises de même secteur pour éviter la concurrence.

Tableau n°61 : Les facteurs à l'origine de localisation du projet :

Les facteurs	Fréquence	Pourcentage
Proximité d'entreprises du même secteur	5	8,62
Proximité d'entreprises dont le secteur est complémentaire	18	31,03
Proximité d'entreprises fournisseurs	6	10,34
Proximité d'entreprises clientes	28	48,28
Pas de concurrent	16	27,59
Pas de réponse	3	5,17

Source: Résultats de notre enquête

2.4. Les difficultés entravant la création d'entreprises

A travers notre enquête, nous avons constaté que les entrepreneurs privés sont soumis à plusieurs contraintes. Les principaux obstacles rencontrés par les entrepreneurs enquêtés sont récapitulés dans le tableau n°62 :

Tableau n°62 : les principales contraintes rencontrées :

Types de contraintes	Fréquence	Pourcentage
Les lenteurs administratives et les contraintes réglementaires	33	56,90
Les sources de financement	25	43,10
La concurrence déloyale et l'informel	19	32,76
Le foncier industriel	7	12,07
La fiscalité et les charges sociales	5	8,62
L'approvisionnement en matières premières	11	18,97
Le manque de main d'œuvre qualifiée	14	24,14

Source: Résultats de notre enquête

Le tableau n°62 montre que 56,9% des enquêtés ont déclaré que les lenteurs administratives et les contraintes réglementaires désavantagent l'initiative privée et limitent, par conséquent, la volonté des entrepreneurs débutants. 25 entrepreneurs (soit 43,1%) ont rencontré des difficultés d'ordre financière. En effet, les entrepreneurs enquêtés souffrent énormément du manque de collaboration et de l'absence d'intégration des institutions financières. De plus, les entrepreneurs privés, subissent plusieurs formes de concurrence déloyale, qui représente 32,76% des cas, face au commerce et à l'emploi informels, qui tendent à se développer de manière irrationnelle. Certains entrepreneurs (24,14%) ont déclaré l'insuffisance de la main d'œuvre qualifiée. D'autres contraintes ont été avancées par les entrepreneurs enquêtés comme : la fiscalité (8,62%), manque d'assiette foncière (12,07%) et la contrainte d'approvisionnement de matières premières (18,97%).

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

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

Conclusion

L'acte d'investir est avant tout un choix et une décision d'entreprendre. Cette décision est personnelle, souvent influencée par des facteurs environnementaux, c'est à dire des facteurs ayant un rapport avec le vécu familial, professionnel de l'entrepreneur, tels que les aides diverses dont ils bénéficient, qu'elles soient financières, matérielles ou psychologiques. A travers ses motivations, son itinéraire professionnel, ses origines sociales, le type de création que l'entrepreneur fait, on pourrait voir les caractéristiques de l'entrepreneur de Béjaia, c'est à dire ce qui a contribué à la formation de la personnalité et de l'esprit d'entreprise de l'entrepreneur.

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

Cette dynamique du secteur privé, à travers notre échantillon, est due pour une large part à la disponibilité des capitaux à investir, qui proviennent essentiellement de l'épargne personnelle ou bien de la fortune familiale. Notre étude montre que les relations familiales et personnelles des entrepreneurs sont à l'origine de l'idée de la création du projet. De plus, le fait d'avoir dans la famille des modèles d'entrepreneurs (parents, frères) constitue un facteur déterminant dans l'engagement dans les affaires.

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

Il ressort de cette enquête, que la plupart des entrepreneurs ont un fort sentiment d'indépendance et d'autonomie et la volonté d'être le chef de son entreprise. Cette caractéristique est considérée comme le motif le plus motivant pour se lancer en affaire. Il est à noter que les caractéristiques les plus importantes pour réussir en affaires est savoir gérer et communiquer et être déterminé.

En ce qui concerne l'implantation géographique, l'échantillon révèle une forte concentration spatiale des micros et petites entreprises au niveau des agglomérations urbaines. Cette concentration se justifie par le fait que les potentialités territoriales favorisent la création d'entreprise et leur développement. La majorité des entreprises enquêtées choisissent de s'installer près des entreprises clientes, ce qui renvoie à l'importance de la proximité géographique dans les choix de localisation.

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

Conclusion générale

Dans ce travail, nous avons présenté la dynamique des PME en Algérie et dans la wilaya de Béjaia, 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 Béjaia, à partir des résultats d'une enquête que nous avons réalisé en novembre, décembre, janvier 2011, auprès d'un échantillon de 58 entrepreneurs privés de la région. Plus précisément, nous nous avons interrogé sur le profil personnel de l'entrepreneur, ses valeurs de référence, 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 opportunités environnementales favorisant la création.

Pour ce faire, nous avons élaboré un éclairage théorique sur le concept de l'entrepreneuriat et celui de l'entrepreneur dans le but d'expliquer la dynamique entrepreneuriale. L'entrepreneuriat est un phénomène qui se manifeste par deux forces, l'une liée à l'ensemble des activités de l'entrepreneur qui vise à créer, maintenir et à développer une entreprise, l'autre force découle de l'acte d'entrepreneuriat qui est souvent associé à la création d'entreprises.

La création d'entreprises est la manifestation la plus claire de l'entrepreneuriat, qui est le résultat des activités de l'entrepreneur. Ce processus de création renseigne sur la dynamique entrepreneuriale dans une région ou dans un pays. Le nombre de création, de développement et de disparition d'entreprises durant une période donnée sont les principales variables qui permettent d'évaluer l'activité entrepreneuriale ou de mesurer le degré de développement de l'entrepreneuriat dans un pays.

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 en Algérie a fait, ces dernières années, une avancé considérable par rapport aux années précédentes. Mais comparativement aux pays développés, cette dynamique reste relativement faible. De plus, la

Conclusion générale

wilaya de Bejaia occupe la quatrième position au niveau national en matière de dynamisme entrepreneurial (en termes de présence et de création d'entreprises). 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 lié aux opportunités et les potentialités individuelles, à l'environnement économiques, aux interventions de l'Etat et aux aspects culturels de la création d'entreprise (la culture, les valeurs et les institutions de base).

Il ressort de notre enquête que les entrepreneurs sont en majorité écrasante des hommes, mariés et d'âge mûr entre 31 ans et 50 ans. Dans la plupart des cas, ils sont des aînés de la famille. Ils sont majoritairement nés et ont vécu dans les communes où ils ont localisé leurs projets. De plus, ils sont à la fois propriétaire et gérant de leur entreprise.

D'une manière générale, la plupart des entreprises de notre échantillon ont été créées dans les années 2000. La forme juridique dominante est l'entreprise individuelle et la SARL. Leur financement initial provient majoritairement de l'épargne personnelle et des capitaux familiaux et la très grande majorité d'entre elles n'ont bénéficié d'aucune aide de la part des organismes d'aide à la création d'entreprises. Elles sont majoritairement des micros et petites entreprises. De plus, nous avons constaté que la plupart des entrepreneurs investie essentiellement dans les secteurs : dans lesquels possède de savoir-faire et d'expérience antérieurs, à faible intensité capitalistique et offrant des taux de rentabilité élevés. (deuxième hypothèse vérifiée)

Il est à noter que le cadre familial dans lequel l'entrepreneur a été élevé forme un milieu qui semble constituer un élément important, voire décisif, dans l'émergence de l'idée d'entreprendre. En effet, la majorité des entrepreneurs ont affirmé que les relations familiales et personnelles sont à l'origine de l'idée de la création du projet. De plus, disposer d'un entourage entrepreneurial constitue des opportunités non négligeables de recevoir des conseils ou de s'imprégner du métier de dirigeant. A travers notre enquête, la plupart des entrepreneurs ont été influencés par leur parents et sont issus d'un entourage entrepreneurial, ce qui confirme notre troisième hypothèse : la plupart des entrepreneurs privés de la région, proviennent de famille où les parents ou autres personnes proches sont des entrepreneurs.

Il ressort également de notre étude que le niveau d'étude des entrepreneurs est élevé pour la majorité. Ils ont effectué des études universitaires ou une formation professionnelle. Ils ont déclaré avoir acquis suffisamment d'expérience et de savoir faire dans le même secteur que celui où ils ont créé leurs entreprises qui leur permettent d'acquérir et de perfectionner des

Conclusion générale

techniques de production, et une maîtrise du métier, ainsi que la possibilité de tisser différents réseaux. A travers ces résultats, nous pouvons donc confirmer notre quatrième hypothèse.

Cette dynamique du secteur privé, à travers notre échantillon, est due pour une large part à la disponibilité des moyens de financement (épargne personnelle et capitaux familiaux) qui permet aux entrepreneurs de se lancer en affaire (hypothèse vérifiée). Notre étude montre que les enquêtés sont motivés, principalement, dans leur acte d'entreprendre par la recherche d'autonomie, le gain d'argent et la volonté de créer de l'emploi. Il est à noter que les caractéristiques les plus importantes pour réussir en affaires est savoir gérer et communiquer et être déterminé.

En ce qui concerne l'implantation géographique, l'échantillon révèle une forte concentration spatiale des entreprises enquêtées au niveau des agglomérations urbaines où les infrastructures de base sont développées et à proximité des autres activités. Cette concentration se justifie par le fait que les potentialités territoriales favorisent la création d'entreprise et leur développement. La majorité des entreprises enquêtées choisissent de s'installer près des entreprises clientes pour faciliter l'écoulement de la production, Ce qui renvoie à l'importance de la proximité géographique dans les choix de localisation.

Enfin, La création d'entreprise dans la wilaya de Bejaia 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).

La réalisation d'un projet d'investissement demeure difficile vue la complexité et la rigidité du climat des affaires dans la wilaya de Bejaïa. En effet, nous avons constaté à travers notre enquête que les entrepreneurs privés de la wilaya, sont soumis à plusieurs contraintes. Les principaux obstacles de l'entrepreneuriat privé, tels qu'ils sont perçus par les entrepreneurs eux-mêmes, sont principalement d'ordre administratif (complexité et lenteur des procédures administratives) et financier (rigidité des banques). En fait, Les principales propositions avancées par les entrepreneurs privés enquêtés sont : la souplesse de l'administration et la lutte contre la bureaucratie; les facilités d'accès aux ressources financières et une meilleure implication des banques.

Bibliographie

Ouvrages

1. BOISLANDELLE H. M, « Dictionnaire de gestion : vocabulaire, concept et outils, Economica, Paris, 1998
2. BOUTILLIER S, Uzunidis D : « l'entrepreneur : une analyse socio-économique », Economica, Paris, 1995
3. BOUYACOUB, MADOUY et ALII, « De la gouvernance PME\PMI », regard croisés France Algérie, l'Harmattan, Paris 2006
4. DRUCKER P, « les entrepreneurs », titre original : « Innovation and entrepreneurship : practice and principles », l'expansion/ Hachette/ ED. Jean-Claude Lattès, 1985
5. D. HISRICH Robert, Michael p. Peters : « entrepreneurship : lancer, élaborer et gérer une entreprise », Economica, 1991.
6. FAYOLLE Alain, « Le métier de créateur d'entreprise », Editions d'Organisation, 2003
7. FAYOLLE Alain, « Introduction à entrepreneuriat », Ed. Dunod, 2005.
8. FAYOLLE Alain, « entrepreneuriat : apprendre à entreprendre », édition DUNOD, Paris, 2004
9. HERNANDEZ Emile-Michel, « le processus entrepreneurial : vers un modèle stratégique d'entrepreneuriat », Harmattan, 1999.
10. MARCHESNAY M, JULIEN P A, « L'entrepreneuriat », Economica, Paris, 1996
11. MUSTAR Philippe et Hervi Penar, « encyclopédie de l'innovation », economica, 2003
12. SCHUMPETER Joseph, « Capitalisme, socialisme et démocratie », version numérique par Jean-Marie Tremblay, coll. Les classiques des sciences sociales, 1942.
13. TORRES Olivier : « LES PME ». Ed. Flammarion, coll. Dominos, 1999
14. VESTRAETE T., Entrepreneuriat : connaître l'entrepreneur, comprendre ses actes, L'Harmattan, 1999.
15. VESTRAETE T., Histoire d'entreprendre : les réalités de l'entrepreneuriat, Editions EMS, 2000.
16. WITTERWULGHE Robert, « la P.M.E : une entreprise humaine », avec la collaboration de Frank janssen, département de Boeck université, Paris- Bruxelles, 1998.
17. ZGHAL Riadh, « L'entrepreneuriat : théories, acteurs et pratiques », édition Sanabil, Med, 2007.

Thèses

1. Amghar Malek., « Essai d'analyse de la contribution de la dynamique entrepreneuriale au développement du territoire. Cas de Bordj Bou Arreridj », Mémoire de magistère en science de gestion, Bejaia, 2009.
2. BRUYAT C, « Création d'entreprise : contributions épistémologiques et modélisation », Thèse de doctorat en sciences de gestion, Université Pierre Mendès France, Grenoble II, 1993.
3. DAVAL H. (2000b), Le processus entrepreneurial d'essaimage, Thèse pour le doctorat en Sciences de Gestion, Université Pierre Mendès France, Grenoble 2.
4. DESCHAMPS Bélangère, « Le processus de reprise d'entreprise par les entrepreneurs personnes physiques », Thèse de doctorat en sciences de gestion, Université Pierre Mendès France, décembre 2000.
5. EMIN Sandrine, « l'intention de créer une entreprise des chercheurs publics : le cas Français », Thèse de doctorat en sciences de gestion, Université Pierre Mendès France Novembre 2003
6. ESTAY Christophe, « motivation entrepreneuriale », Habilitation à diriger des recherches en sciences de gestion, Université des sciences et technologies de Lille 1, 2006
7. LAVIOLETTE Eric Michael, « L'essaimage en PME : Enjeux et Modalités », Thèse de doctorat en sciences de gestion, université Jean Moulin Lyon 3, juin 2005
8. MOULOUD Abdenour « Problématique de la promotion de l'entrepreneuriat face aux contraintes socioéconomiques de l'environnement local en Algérie : Cas de la wilaya de Bejaia », mémoire de magistère, septembre 2010, Université de Béjaia.
9. SOUIDI R. : « Création d'entreprises et dynamique territoriale le cas de Boghni », mémoire de magister en sciences économiques, Université M. MAMMARI de Tizi-Ouzou, Institut des sciences économiques, année universitaire 1997-1998.
10. TOUNÉS Azzedine, « L'intention entrepreneuriale », Thèse pour le doctorat en Sciences de Gestion, Université de ROUEN, décembre 2003

Colloques et communications

1. AKNINE .R, SOUIDI .R, « Le profil des créateurs d'entreprises en Kabylie : Le poids de la famille et l'incidence du chômage dans la création d'entreprises », Université Mouloud M.Tizi-Ouzou, 2006.
2. AOUNI Zineb, Bernard Surlemont, « Le processus d'acquisition des compétences entrepreneuriales : une approche cognitive », site internet : http://www.entrepreneuriat.com/fileadmin/ressources/actes07/Aouni_Surlemont.pdf

3. ASSALA Khalil, « pme en Algérie : de la création à la mondialisation », 8^e congrès International Francophone en Entrepreneuriat et PME, communication dans le colloque international « l'internationalisation des PME et ses conséquences sur les stratégies entrepreneuriales » 25,26 et 27 Octobre 2006.
4. BACCARI Emna, « Les motivations entrepreneuriales des jeunes entrepreneurs Tunisiens: Etude exploratoire », Haute école de gestion (HEG) Fribourg, Suisse, octobre 2006.
5. M. BELATTAF, « Analyse et Evaluation de la micro-entreprise de Béjaïa à travers la triple dynamique : sectorielle, spatiale et bancaire, dans la création d'emploi », in « Gouvernance et Développement de la PME en Algérie », Colloque international organisé par le CREAD, Alger, les 23-25 juin 2003.
6. Mme BENYAHIA-TAIBI, Mme Djemane –Sanguini, Mr Amari, « l'évolution du rôle des PME privées dans le développement économique en Algérie : synthèse macroéconomique», 2008.
7. BOUYACOUB (A), « la PME, dynamisme économique et territorial », colloque international sur la gouvernance et développement de la PME organisé les 23,24 et 25 juin 2003.
8. ELABJANI A, « La création d'entreprises au Maroc entre l'effet de la nouvelle politique de promotion et l'état d'esprit », Colloque International : « Création d'entreprises et territoires » Tamanrasset : 03 et 04 Décembre 2006
9. Zouanti Z, « l'incubateur d'entreprise : un dispositif fondamental pour le développement de la PME algérienne », C U Khemis-Miliana, communication sur l'entrepreneuriat et innovation dans les pays en voie de développement.

Articles

1. ALBERT P. Et MOUGENOT P., La création d'entreprises high-tech. Revue Française de Gestion, n° 68, mars-avril, (1988), p. 106-118.
2. ARABI M et MEGHERBI K Avec la collaboration de KHELFAOUI H, «Les pratiques d'innovation et leurs implications socio organisationnelles. Cas des PME de la région de Béjaïa », 2005. Site internet : www.estimate.ird.f/img/PDF/-innovation_Algerie_Bejaia.
3. BARONET Jacques, « L'entrepreneurship, un champ à la recherche d'une définition », Une revue sélective de la littérature sur l'entrepreneurship, Cahier de recherche n° 96-07-01, Juillet 1996.
4. BOUABDALLAH Khaled et Abdallah ZOUACH : « Entrepreneuriat et développement économique », in : les cahiers du CREAD n° 73/2005

5. BOUACIDA R.Y.et B.HOUDEVILLE, « Les relations entre activités technologiques, innovation et croissance dans les PME algériennes : une étude empirique basé sur un échantillon d'entreprises », Université Paul Cézanne-Aix Marseille III, 2006.
6. BOUTALEB K, Privatisation et efficience socioéconomique, Revue du CENEAP n° 13, 1999
7. BOUTILLIER Sophie, « l'économie de l'entrepreneur ou l'entrepreneur deus ex machina du capitalisme », mars 2007, n° 146. Site internet : <http://riien.univ-littoral.fr/wp-content/uploads/2007/03/doc%20146.pdf>
8. BOUYACOUB Ahmed, « Entreprises publiques, Ajustement structurel et privatisations », in : Cahiers du CREAD n°57, 3ème trimestre 2001.
9. BOUYACOUB Ahmed, « Entreprise et exportation : quelle dynamique ? », in : Cahiers du CREAD n°43, 1er trimestre 1998.
10. CACHON Jean-Charles, « entrepreneurs : Pourquoi ? Comment ? Quoi ? », Site internet : <https://zone.biblio.laurentian.ca/dspace/bitstream/10219/229/1/Cachon%20RNO%2013-14.pdf>
11. COSTER Michel, « entrepreneur et entrepreneuriat » in Françoise DANY, « cadres et entrepreneuriat : mythes et réalités », 06 juin 2002. Site internet : <http://gdr-cadres.cnrs.fr/cahier/Cahier3.pdf>
12. CUNNINGHAM, J.B., LISCHERON, J, "Defining entrepreneurship", Journal of Small Business Management, vol.29, n°1, p.45-61, (1991).
13. Didier Van Caillie et Claire Lambrecht, « L'entrepreneur, ses motivations, sa vision stratégique, ses objectifs », Université de Liège, mai 1995.
14. FAYOLLE Alain et LASSAS-CLERC Narjisse « l'engagement dans un processus de création d'entreprise : Application du modèle d'analyse de Bruyat à une étude de cas ». EMLYON. the european institution for long Learning, 2005. Site internet : <http://www.emlyon.com/%5Cressources%5Cge%5Cdocuments%5Cpublications%5Cwp%5C2005-15.pdf>
15. FONROUGE Cécile, « Entrepreneur / manager : deux acteurs d'une même pièce », site internet : <http://www.strategie-aims.com/actes02/Fichiers/fonrouge.pdf>
16. GASSE Yvon, « l'influence du milieu dans la création d'entreprises », Centre d'Entrepreneuriat et de PME. Québec, université Laval, 2003
17. GASSE Yvon, Tremblay Maripier, « L'impact des antécédents sur les perceptions, attitudes et intentions des étudiants collégiaux et universitaires à l'égard de

l'entrepreneuriat », XVIème Conférence Internationale de Management Stratégique Montréal, 6-9 Juin 2007.

18. GHARBI Samia, « Les PME/PMI en Algérie: état des lieux », Cahiers du LAB.RII – Documents de travail- N°238, Mars 2011.
19. JAZIRI Raouf, « Peut-on parler de l'intrapreneuriat dans une organisation complexe comme l'Université: L'acadépreneuriat? » Site internet : <http://www.apreis.org/docs/intrepreunariat-raouf.pdf>
20. LEVRATTO Nadine, « Propositions pour une définition opératoire de la PME : une analyse en termes de cohérence entre l'organisation interne et le marché » site internet : www.idhe.ens-cachan.fr/NLevratto2.PDF
21. Abdelaziz SALEM, « Exportation et innovation », in : Cahiers du CREAD n°43, 1er trimestre 1998.
22. TOUNES Azzedine, « l'entrepreneur : l'odyssée d'un concept », n° 03-73, site internet : <http://www.entrepreneuriat.auf.org/IMG/pdf/03-73.pdf>
23. VESTREATE Thierry, « Entrepreneuriat : modélisation du phénomène », revue de l'entrepreneuriat, vol 1, n° 1, 2001
24. VESTREATE Thierry, Alain FAYOLLE, « Paradigmes et entrepreneuriat », revue de l'entrepreneuriat, vol 4, n° 1, 2005
25. « Le financement des PME-PMI : La Tunisie, La France, La CEE & Le Canada », site internet : <http://www.investir-en-tunisie.net/Actualite/pme.pdf>
26. « Caractéristiques et importance des PME », revue de l'OCDE sur le développement, 2004/2n°5, site internet : www.cairn.info/load_pdf.php?ID_ARTICLE=CAD_052_0037

Rapports et conférences

1. « La Commission adopte une nouvelle définition des micro-entreprises ainsi que des petites et des moyennes entreprises européennes », Bruxelles, le 8 mai 2003, Site internet : <http://europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference=IP/03/652&format=PDF&aged=1&language=FR&guiLanguage=en>
2. Rapport de l'Observatoire des PME européennes 2003, No. 4, « l'internationalisation des PME » site internet : http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/files/analysis/doc/smes_observatory_20...
3. Synthèses de l'OCDE sur « Les petites et moyennes entreprises : force locale, action mondiale », juin 2000, site internet : <http://www.oecd.org/dataoecd/3/32/1918323.pdf>
4. Rapport d'information n°374, « Aider les PME : l'exemple américain », site internet : <http://www.senat.fr/rap/r96-374/r96-3742.html>

5. Observatoire Européen des PME - Sixième Rapport, Observatoire Européen des PME- Sixième Rapport, Luxembourg: Commission Européenne, 2000, Pp. 149-165. ... site internet : <http://www.unifr.ch/sci/Documents/FR-SCI-2009-Biblio-final.pdf>
6. Camille et Denis, « le concept d'innovation : débats et ambiguïtés », 5^{ième} conférence internationale de management stratégique, Lille, 13-14-15 mai 1996.
7. 2^{ème} conférence de l'OCDE des ministres en charge des PME : promouvoir l'entrepreneuriat et les PME dans une économie mondiale : vers une plus responsable et mieux partagée, « Faciliter l'accès des PME aux marchés internationaux », Istanbul, Turquie 3-5 juin 2004
8. Programme des publications de recherche d'Industrie Canada « Les PME, l'exportation et la création d'emploi une analyse au niveau de l'entreprise » n°26, décembre 2000
9. Journal officiel de la république Algérienne n°77, 15 décembre 2001, Chapitre II, article 4
10. Bulletins d'informations du ministère de la petite et moyenne entreprise et de l'artisanat (2004, 2005, 2006, 2007, 2008, 2009).
11. Rapports d'activité de la direction de la PME et de l'artisanat de la wilaya de Béjaïa (2006, 2007, 2008, 2009).
12. Annuaire statistique de la direction de la planification et l'aménagement du territoire (DPAT) de Béjaïa, 2009.
13. Chambre du commerce et de l'industrie, 2010.

Tables des matières

Introduction générale.....	06
Chapitre I. Cadre théorique de l'entrepreneuriat	10
Introduction.....	10
1. Concepts de base de la théorie de l'entrepreneur.....	11
1.1. l'entrepreneur : principal acteur de l'entrepreneuriat.....	11
1.1.1. Evolution de la théorie de l'entrepreneur	11
1.1.2. Les principales théories de l'entrepreneur	13
1.1.2.1. L'entrepreneur dans la pensée classique	13
1.1.2.2. L'entrepreneur dans la pensée contemporaine	15
1.2. Nature et genèse de l'entrepreneuriat	18
1.2.1. Définition de l'entrepreneur	18
1.2.2. Définition l'entrepreneuriat	20
1.2.3. Les conceptions dominantes de l'entrepreneuriat.....	22
1.2.4. Diversité des situations entrepreneuriales.....	25
1.3. Les caractéristiques de l'entrepreneur	28
1.4. Typologies des entrepreneurs	29
2. L'acte fondamental de l'entrepreneuriat : la création d'entreprise.....	33
Introduction	33
2.1. Généralités sur la création d'entreprise et la PME	34
2.1.1. Définition de la PME.....	34
2.1.2. Caractéristiques des PME	37
2.2. La diversité des créations	39
2.3. Le processus de la création d'entreprise	40
2.4. Les difficultés rencontrées lors de la création d'entreprises	42
Conclusion	44
Chapitre II : Les déterminants de la création des PME.....	45
Introduction	45
1. La motivation dans le domaine de l'entrepreneuriat.....	46
1.3. Définition de la motivation.....	46
1.4. Comprendre l'acte entrepreneurial.....	46
1.2.1. Les approches par les caractéristiques et les besoins des entrepreneurs.....	47
1.2.2. les approches comportementales et cognitives de l'entrepreneur.....	48

1.2.2.1. le modèle de la formation organisationnelle de Learned (1992).....	48
1.2.2.2. le modèle de l'évènement entrepreneurial de Shapero (1975).....	48
1.2.2.3. Le modèle de l'intention entrepreneuriale de Boyd et Vozikis (1994).....	50
1.2.3. Les principales dimensions environnementales favorisant la création.....	51
2. Les motivations des entrepreneurs	53
2.5. Facteurs psychologiques.....	54
2.6. Facteurs sociologiques et culturels.....	57
2.7. Facteurs économiques	60
2.8. Facteurs contextuels	61
3. La place des PME dans le tissu économique	61
3.1. Rôle des PME dans la création d'emplois	64
3.2. Part des PME dans la croissance économique	65
3.3. PME source majeure de recettes à l'exportation.....	67
3.4. Les PME source d'innovation	69
Conclusion	71
Chapitre III : La dynamique entrepreneuriale en Algérie.....	72
Introduction.....	72
1. Les PME en Algérie :.....	73
1.4 Définition de la PME en Algérie.....	73
1.5 Cadre institutionnel des PME.....	74
1.6 Principales composantes de la PME et son évolution.....	77
1.3.1. Evolution du secteur de la PME privée.....	79
1.3.2. Répartition des PME privées par secteur d'activité.....	80
1.3.3. Répartition spatiale des PME privées.....	81
1.4. La place des PME dans le tissu économique.....	82
1.4.1. Rôle des PME dans la création d'emplois.....	82
1.4.2. Part des PME dans la croissance économique.....	83
1.4.3. PME algériennes et le commerce extérieur.....	84
1.4.4. Les PME algériennes et l'innovation.....	86
1.5. Les contraintes face auxquelles se trouvent confrontées les PME algériennes.....	87
2. la PME privée dans la wilaya de Béjaïa	88
2.5. Présentation de la wilaya.....	89
2.5.1. La situation géographique de la wilaya de Béjaïa.....	89

2.5.2. L'aspect démographique de la wilaya.....	90
2.5.3. Les infrastructures économiques de base.....	90
2.6. Présentation de la population des PME dans la wilaya de Béjaia.....	93
2.6.1. les composantes du secteur de la PME.....	94
2.6.2. Evolution de la population des PME privées.....	95
2.7. Répartition des PME privées.....	95
2.7.1. la répartition par secteurs d'activités.....	95
2.7.2. Répartition des PME privées par formes juridique.....	96
2.7.3. Répartition spatiale des PME.....	97
2.8. La place des PME privées dans le tissu économique.....	99
2.8.1. Rôle des PME dans la création d'emplois.....	99
2.8.2. La part des PME privées dans l'exportation.....	100
2.8.3. La contribution des PME à l'innovation.....	101
Conclusion.....	103
Chapitre IV : Analyse les résultats de l'enquête portant sur les déterminants de la création des PME au niveau de la wilaya de Béjaia...	104
Introduction.....	104
1. Méthodologie et organisation de la recherche	104
1.1. Objectif de l'enquête	104
1.2. La taille de l'échantillon.....	105
1.3. Elaboration du questionnaire	106
1.4. Déroulement de l'enquête.....	107
1.5. Le traitement et dépouillement des questionnaires	108
2. analyse des résultats de l'enquête.....	108
2.5. Présentation des entrepreneurs et de leurs entreprises.....	108
2.5.1. Présentation des entrepreneurs	109
2.5.1.1. Répartition des entrepreneurs par sexe.....	109
2.5.1.2. L'âge des créateurs d'entreprises.....	109
2.5.1.3. La situation matrimoniale	110
2.5.1.4. Répartition des entrepreneurs selon leurs origines.....	110
2.5.1.5. La position de l'entrepreneur dans l'entreprise.....	111
2.5.1.6. La répartition des entrepreneurs selon le nombre d'entreprises créées.....	112
2.5.2. Présentation et caractéristiques des entreprises	112

2.5.2.1. La répartition des entreprises enquêtées selon le secteur d'activité	112
2.5.2.2. La répartition des entreprises enquêtées par commune	113
2.5.2.3. La répartition des entreprises enquêtées selon l'effectif employé	114
2.5.2.4. La structure du personnel des entreprises enquêtées	115
2.5.2.5. La répartition des entreprises enquêtées selon la situation entrepreneuriale	115
2.5.2.6. La répartition des entreprises enquêtées selon la forme juridique	115
2.5.2.7. La structure de financement initial des entreprises enquêtées	116
2.5.2.8. La date de création des entreprises enquêtées	118
2.6. Origines et antécédents des entrepreneurs	118
2.6.1. Le milieu familial	118
2.6.2. Parcours professionnel	121
2.6.2.1. Les professions antérieures	121
2.6.2.2. Niveau d'étude et formation professionnelle	123
2.7. Les motivations à l'égard de la création d'entreprise	125
2.7.1. Les raisons qui ont motivé les entrepreneurs à créer leurs projets.....	125
2.7.2. Les situations qui ont déclenché le processus de création de l'entreprise	126
2.7.3. Les déterminants du choix de secteur d'activité	127
2.7.4. Les caractéristiques favorisant le succès de la personne en affaires	128
2.7.5. les opportunités environnementales qui ont favorisé la création	128
2.7.6. Choix de localisation et proximité	130
2.8. Les difficultés entravant la création d'entreprises et propositions.....	131
Conclusion	132
Conclusion Générale.....	134
Bibliographie.....	137
Table de matière.....	143
Annexes.....	147
Résumé.....	155

Annexes

Liste des tableaux :

Tableau n°1 : Evolution de la théorie de l'entrepreneuriat et du mot entrepreneur.....	17
Tableau n°2: Les définitions de l'entrepreneur en fonction des écoles de pensée.....	20
Tableau n° 03 : Définition des PME selon la recommandation 2003/361/CE.....	36
Tableau n° 4 : Répartition des PME dans certains États membres de l'UE-27, 2005.....	63
Tableau n°5 : Données de base sur les PME et sur les grandes entreprises (GE) dans l'UE-27, 2005.....	64
Tableau n°6 : Entreprises de l'UE-27, 2005, nombre de personnes occupées (%)......	65
Tableau n°7 : Part des PME et des grandes entreprises dans la valeur ajoutée.....	66
Tableau n° 08 : part des PME dans les exportations de produits manufacturés d'économies en développement et des pays de l'OCDE.....	68
Tableau n°9 : Mouvements annuels des PME privées par tranche d'effectifs :.....	80
Tableau n° 10 : Les secteurs d'activités dominants	81
Tableau n°11 : Répartition des PME par Groupes de Branches d'Activité.....	81
Tableau n° 12 : Répartition spatiale et évolution des PME	82
Tableau n°13 : L'évolution du PIB en valeur par secteur depuis 1999.....	84
Tableau n°14 : Nombre d'entreprises industrielles exportatrices.....	85
Tableau 15 : Taux d'électrification et branchement de gaz.....	93
Tableau n°16 : Répartition des PME privées par secteur d'activité.....	96
Tableau n°17 : Répartition des PME privées par formes juridique en 2009.....	97
Tableau n°18 : Répartition spatiale des PME privées	98
Tableau n° 19 : les exportations de Béjaïa en 2010.....	101
Tableau n°20 : Deux cas d'innovation dans la wilaya de Béjaïa.....	102
Tableau n°21 : la taille de l'échantillon de notre enquête	105
Tableau n°22 : la taille de l'échantillon étudié	105
Tableau N° 23 : Répartition de l'échantillon final par branche d'activité	106
Tableau n°24 : Sexe de l'entrepreneur.....	109
Tableau n° 25 : Age de l'entrepreneur au moment de la création.....	110
Tableau n°26 : La situation matrimoniale des entrepreneurs	110
Tableau n°27 : Répartition des entrepreneurs selon leurs Origines.....	111
Tableau n°28 : La position de l'entrepreneur dans l'entreprise	111
Tableau n°29 : La répartition des entrepreneurs selon le nombre d'entreprises créées	112

Tableau n°30 : La répartition des entreprises enquêtées selon le secteur d'activité	113
Tableau n°31 : La répartition des entreprises enquêtées par commune.....	113
Tableau n°32 : la taille des entreprises enquêtées selon l'effectif employé	114
Tableau n°33 : la taille des entreprises enquêtées selon l'effectif employé à la création	114
Tableau n°34 : La structure du personnel des entreprises enquêtées	115
Tableau n°35 : La répartition des entreprises enquêtées selon la situation entrepreneuriale	115
Tableau n°36 : La répartition des entreprises enquêtées selon la forme juridique	116
Tableau n°37 : La structure du financement initial des entreprises enquêtées	116
Tableau n°38 : La répartition des entrepreneurs selon le capital investi au départ	117
Tableau n°39 : organismes d'aide à la création d'entreprise	117
Tableau n°40 : Date de création des entreprises enquêtées	118
Tableau n°41 : Répartition des entrepreneurs selon leur rang de naissance	119
Tableau n°42 : La profession du père	119
Tableau n°43 : La profession de la mère	120
Tableau n°44 : Influence des parents sur les entrepreneurs.....	120
Tableau n°45 : Etes vous seul en affaire ?.....	120
Tableau °46 : Les membres de la famille en affaire	121
Tableau n°47 : l'expérience dans le même secteur d'activité de l'entreprise créée	121
Tableau n°48 : L'activité d'origine avant la création de l'entreprise.....	122
Tableau n°49 : l'expérience professionnelle des entrepreneurs.....	123
Tableau n° 50 : Le niveau d'instruction des entrepreneurs	123
Tableau n°51: Répartition des entrepreneurs selon les diplômes obtenus	124
Tableau n°52 : la part des entrepreneurs ayant effectué une formation en technique de gestion...	124
Tableau n°53 : Les raisons qui ont motivé les entrepreneurs à créer leurs projets.....	125
Tableau n°54 : Origine de l'idée de la création d'entreprise.....	126
Tableau n°55 : Les situations qui ont déclenché le processus de création de l'entreprise.....	126
Tableau n°56 : Les déterminants du choix de secteur d'activité.....	127
Tableau n°57 : Les raisons qui ont contribué au choix de la dimension du projet	128
Tableau n°58 : Les caractéristiques favorisant le succès de la personne en affaires	128
Tableau n°59 : Les opportunités environnementales favorisant la création.....	129
Tableau n°60 : l'attachement à la région	130
Tableau n°61 : Les facteurs à l'origine de localisation du projet.....	130
Tableau n°62 : les principales contraintes rencontrées.....	131

Liste des figures :

Figure n°1 : Caractéristiques le plus souvent attribuées aux entrepreneurs par les spécialistes en comportement.....	29
Figure n°2 : Différents types de nouvelles entreprises.....	40
Figure n°3 : Processus de création d'entreprise.....	42
Figure n°4 : Le modèle de l'évènement entrepreneurial de Shapero.....	49
Figure n° 5: Part des PME dans l'ensemble des entreprises de l'UE-27 et aux USA.....	62
Figure n° 6: Contribution des PME au PIB en 2003.....	67
Figure n°7: Population de la PME selon la propriété (fin de l'année 2009).....	78
Figure n°8 : Evolution de la population des PME privées depuis 2001.....	79
Figure n°9 : Evolution du l'emploi depuis 2003.....	83
Figure n°10 : L'évolution du PIB en pourcentage par secteur depuis 1999.....	84
Figure n°11 : Population de la PME selon la propriété (fin de l'année 2009).....	94
Figure n°12 : L'évolution graduelle de la population des PME privées.....	95
Figure n°13 : Evolution du l'emploi des PME privées depuis 2005.....	100

Liste des cartes :

Carte n°1 : Le découpage administratif de la wilaya de Béjaïa.....	89
Carte n°2 : Les différents réseaux de transport	92
Carte n°3 : Répartition des entreprises dans la wilaya de Béjaïa par communes.....	99

Questionnaire

Dans le cadre de la réalisation d'un mémoire de magistère en sciences de gestion, à la faculté de droit et sciences économiques de l'université A. MIRA de Béjaia, concernant la problématique de l'activité entrepreneuriale dans la wilaya de Béjaia, nous vous prions de bien vouloir répondre à ce questionnaire.

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

Mettez une croix dans la case appropriée ou remplissez les espaces ci-joints. Certaines questions admettent plusieurs possibilités de réponses.

Réalisée par : N. NASROUN
Encadré par : Pr. M. BELATTAF

I. Identification de l'entrepreneur et de son entreprise

1. Sexe :

Masculin

Féminin

2. Age à la création:

Moins de 20 ans

De 20 à 30 ans

De 30 à 40 ans

De 40 à 50 ans

De 50 à 60 ans

60 ans et plus

3. Situation matrimoniale :

Marié (e)

Célibataire

Divorcé (e)

4. Lieu de naissance.....

5. Le secteur d'activité de l'entreprise.....

6. Le siège social de l'entreprise.....

7. L'effectif de l'entreprise (Nombre d'employés)

7-1. à la création :

7-2. Actuellement :

8. Quelle est le Statut de l'entreprise

Nouvelle création

Extension d'une ancienne activité

Reprise d'une entreprise familiale

9. Quelle est la structure du personnel de l'entreprise :

Cadre

Maîtrise

Exécution

10. Votre position dans l'entreprise :

Propriétaire

Gérant

Les deux à la fois

11. La forme juridique de l'entreprise :

- Personne physique
SARL
SNC
EURL
SPA

Autre, précisez.....

12. Quelle est la valeur approximative que vous avez investie au départ.....

13. Quelle est la structure du financement initial :

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

14. Lequel des organismes vous a aidé dans la création :

- ANSEJ
ANDI
CNAC
ANGEM

Autre

15. Date de création de votre entreprise ?.....

16. Combien d'entreprises avez-vous créé

II. Origines et antécédents de l'entrepreneur

1. Vous êtes; parmi les enfants de la famille :

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

2. quelle était votre activité d'origine avant la création de l'entreprise

- Commerce
Industrie
Administration
Etude

Autre, précisez

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

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

5. Pensez-vous que vous avez été influencé par vos parents ?

OUI NON

6. Etes-vous le seul en affaires dans la famille ?

OUI NON

Si la réponse est NON, lesquels ?.....

7. Quel est votre niveau d'étude ?

- Sans
Primaire
Moyen
Secondaire
Supérieur

Autre, précisez.....

8. Quel est le type de formation que vous avez fait ?
 Certificat d'aptitude professionnelle
 Technicien supérieur
 Licence
 Ingénieur
 Autre, précisez.....
9. Avez-vous effectué des formations ou des stages en techniques de gestion ?
 OUI NON
10. Avez-vous une expérience professionnelle antérieure ?
 OUI NON
 Si la réponse est OUI, précisez.....
11. Avez-vous travaillé dans le même secteur d'activité, avant de lancer votre entreprise ?
 OUI NON
 Si la réponse est OUI, pour combien de temps ?
 Moins d'un an
 De 1 à 3 ans
 De 3 à 6 ans
 De 6 à 10 ans
 10 ans et plus

III. Les motivations de l'entrepreneur à l'égard de la création d'entreprise

(Classer les points par ordre d'importance pour chacune des questions ci-dessous (1-3))

1. Quels sont les facteurs qui vous ont aidés dans le choix de votre secteur d'activité ?
 Un fort taux de rentabilité
 Savoir-faire et expériences antérieures
 Secteur porteur à long terme
 Entreprise familiale
 Pas de concurrents
 Autre.....
2. Quelles sont les raisons qui ont contribué au choix de la dimension de votre projet ?
 Capitaux limités et locaux limités
 Faciliter la gestion
 Limiter les risques en cas d'échec
 Débuter petit pour devenir grand
 Indisponibilité des matières premières en grande quantité
3. Selon vous, lesquelles des caractéristiques suivantes ont une plus grande importance dans le succès de la personne en affaire ?
 Etre déterminé
 Avoir du leadership
 Etre créatif
 prendre un risque
 Etre rationnel
 Avoir une personnalité forte
 Savoir communiquer
 Avoir de l'intuition
 Etre discipliné
 Savoir gérer
 Autre.....

4. Parmi ces raisons, lesquelles vous ont motivé le plus, à vous lancer en affaires ?

- Relever un défi
- Améliorer votre situation financière (gain d'argent)
- Se valoriser (la réalisation de soi)
- Avoir un travail sur mesure
- Expérimenter des idées
- Réaliser un rêve
- Etre son propre patron (autonomie et souci d'indépendance)
- Contribuer à créer des emplois
- Prise du risque
- Autre.....

5. Selon vous, l'une ou l'autre des situations suivantes a déclenché le processus de création de votre entreprise :

- Argent à investir
- Travail insatisfaisant
- Opportunité
- Perte d'emploi
- Temps libre
- Autre.....

6. Comment est venue l'idée de créer votre entreprise ?

- Connaissance d'un projet similaire
- Conseil d'un bureau d'étude
- Relations professionnelles
- Relations familiales et personnelles
- Autre, précisez.....

7. Quelles sont les opportunités environnementales qui ont favorisé la décision de créer votre entreprise ? (Plusieurs réponses possibles)

- Agglomération urbaine importante
- Proximité d'autres activités
- Infrastructures développées
- Avantages fiscaux
- Autre, précisez.....

8. Dans votre choix d'implantation, est ce que l'attachement à la région était :

- Très important
- Important
- Peu important

9. Indiquez quel est le (s) facteur (s) qui est à l'origine localisation de votre entreprise dans cette région ?

- Proximité d'un nombre important d'entreprises du même secteur
- Proximité d'un nombre important d'entreprises dont le secteur est complémentaire
- Proximité d'un nombre important d'entreprises fournisseurs
- Proximité d'un nombre important d'entreprises clientes
- Le secteur choisi est vierge
- Autres, à préciser.....

10. Quelles sont les difficultés rencontrées ?

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

11. Vos propositions :

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

Nous vous remercions pour votre aimable collaboration

Résumé

La capacité de création d'entreprises est pour chaque pays, la résultante de nombreux facteurs lié aux opportunités et aux potentialités individuelles, à l'environnement économiques, aux interventions de l'Etat et aux aspects culturels de la création d'entreprise (la culture, les valeurs et les institutions de base). Le but de notre réflexion consiste à étudier un certain nombre de questions, ayant une grande portée pour la compréhension de la problématique de l'activité entrepreneuriale dans la wilaya de Béjaïa et ceci, en portant une attention particulière sur les différents aspects entourant ce phénomène. Dans un tel contexte, notre problématique s'articule autour de la question centrale : Quelles sont les motivations des entrepreneurs qui sont à l'origine de la création de leur entreprise ?

Afin de répondre aux questions posées, nous avons adopté une approche exploratoire. Notre étude était réalisée à l'aide d'un questionnaire administré auprès d'un échantillon qui se localise au niveau de la wilaya de Béjaïa. Cette enquête, nous a permis de recenser des caractéristiques des entrepreneurs enquêtés et de leurs entreprises.

Il ressort de notre étude que la plupart des entrepreneurs ont un fort sentiment d'indépendance et d'autonomie et la volonté d'être le chef de son entreprise. Cette caractéristique est le motif le plus motivant pour se lancer en affaire. La création de PME dans la wilaya de Bejaïa est beaucoup plus la résultante d'un ensemble de facteurs qui sont : La disponibilité des ressources financières (apport personnel et familial), les expériences antérieures et savoir faire des entrepreneurs et enfin, la disponibilité d'infrastructures de base développées.

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

Abstract

The capacity of creation of companies is for each country, the resultant of many factors related to opportunities and the potentialities individual, the environment economic, the interventions of the State and the cultural aspects of the creation of company (culture, Values and basic institutions). The goal of our reflection is to examine a number of questions, having great importance for understanding the problems of entrepreneurial activity in the wilaya of Bejaia and this, with a focus on different aspects surrounding this phenomenon. In this context, our problem turns on the central question: What are the motivations of entrepreneurs who are behind the creation of their company?

In order to answer the questions, we adopted an exploratory approach. Our study was realized by means of a questionnaire administered to a sample that is localized in the wilaya of Bejaia. This investigation has enabled us to identify the characteristics of the surveyed entrepreneurs and their companies.

It appears from our study that most entrepreneurs have a strong sense of independence and autonomy and the desire to be the leader of his company. This characteristic is the reason most motivating to start a business. The creation of SME in the wilaya of Bejaia is much more the result of a combination of factors: The availability of financial resources (personal capital and family contribution), experiences and knowledge of entrepreneurs and finally, the availability of developed basic infrastructures.

Keywords: Entrepreneurship, entrepreneur, creation of company, motivations, entrepreneurial dynamics, SME, Béjaia.

ملخص

إن قدرة إنشاء المؤسسات لكل بلد ناتجة عن عدة عوامل منها المرتبطة بالفرص والإمكانيات الفردية، البيئة الاقتصادية، تدخلات الدولة، إضافة إلى الجوانب الثقافية لإنشاء هذه المؤسسات (ثقافة، قيم و مبادئ أساسية). الغرض من مناقشتنا لهذا الموضوع هو دراسة و إجابة على عدد من الأسئلة، التي لها أهمية كبيرة لفهم إشكالية النشاط المقاولاتي في ولاية بجاية وهذا ، مع التركيز على مختلف الجوانب المحيطة بهذه الظاهرة. وفي هذا السياق تمحورت مشكلتنا حول التساؤل المركزي التالي: ما هي دوافع المقاولين لإنشاء مؤسساتهم الخاصة؟

و قد اعتمدنا في دراستنا هذه على المنهج الاستكشافي، باستخدام تقنية الاستبيان الذي تم تطبيقه على عينة متواجدة على مستوى ولاية بجاية، حيث أنها مكنتنا من التعرف على خصائص المقاولين ومؤسساتهم الخاصة.

تبين من دراستنا أن معظم المقاولين لديهم شعور قوي بالاستقلالية، الحكم الذاتي والرغبة الملحة في أن يكون رئيسا لشركته. هذه الخاصية هي السبب الأكثر تحفيزا لبدء عمل مقاولاتي. كما أن إنشاء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في ولاية بجاية ناتجة بكثرة عن العوامل التالية : وفرة الموارد المالية (رأسمال شخصي وعائلي)، التجارب الماضية وخبرات المقاولين، وأخيرا وفرة البنية الأساسية المتطورة.

كلمات مفتاحية : المقاولاتية، مقاول ، إنشاء المؤسسات ، دوافع ، ديناميكية المقاولاتية ، الشركات الصغيرة والمتوسطة، بجاية.