



République Algérienne Démocratique et Populaire  
Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche Scientifique  
Université A.MIRA-BEJAIA  
Faculté des Sciences Economiques, Commerciales et des Sciences de Gestion  
Département des Sciences de Gestion

# THÈSE

Présentée par

**IFOURAH Hocine**

Pour l'obtention du grade de

**DOCTEUR EN SCIENCES**

Filière : Sciences de Gestion

Option : Gestion des entreprises

Thème

**La décision de création d'entreprises et entrepreneuriat en Algérie :  
Cas de la wilaya de Béjaïa**

Soutenue le : 29 /05/2014

Devant le Jury composé de :

<b>Nom et Prénom</b>	<b>Grade</b>		
<b>Mr KASSA Rabah</b>	<b>M.C.A</b>	Univ. de Béjaïa	Président
<b>Mme KAÏD TLILANE Nouara</b>	<b>Professeur</b>	Univ. de Béjaïa	Rapporteur
<b>Mr BENARAB Abdelkrim</b>	<b>Professeur</b>	Univ. de Constantine	Examineur
<b>Mr BIA Chabane</b>	<b>Professeur</b>	Univ. de T.Ouzou	Examineur
<b>Mr GUENDOUDI Brahim</b>	<b>Professeur</b>	Univ. de T.Ouzou	Examineur
<b>Mr MALIKI Samir</b>	<b>M.C.A</b>	Univ. de Tlemcen	Examineur



République Algérienne Démocratique et Populaire  
Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche Scientifique  
Université A.MIRA-BEJAIA  
Faculté des Sciences Economiques, Commerciales et des Sciences de Gestion  
Département des Sciences de Gestion

# THÈSE

Présentée par

**IFOURAH Hocine**

Pour l'obtention du grade de

**DOCTEUR EN SCIENCES**

Filière : Sciences de Gestion

Option : Gestion des entreprises

Thème

**La décision de création d'entreprises et entrepreneuriat en Algérie :  
Cas de la wilaya de Béjaïa**


Soutenue le : 29 /05/2014

Devant le Jury composé de :


<b>Nom et Prénom</b>	<b>Grade</b>		
<b>Mr KASSA Rabah</b>	<b>M.C.A</b>	Univ. de Béjaïa	Président
<b>Mme KAÏD TLILANE Nouara</b>	<b>Professeur</b>	Univ. de Béjaïa	Rapporteur
<b>Mr BENARAB Abdelkrim</b>	<b>Professeur</b>	Univ. de Constantine	Examineur
<b>Mr BIA Chabane</b>	<b>Professeur</b>	Univ. de T.Ouzou	Examineur
<b>Mr GUENDOUZI Brahim</b>	<b>Professeur</b>	Univ. de T.Ouzou	Examineur
<b>Mr MALIKI Samir</b>	<b>M.C.A</b>	Univ. de Tlemcen	Examineur

## *DÉDICACE*

*Je dédie ce présent travail à ceux qui, avec amour, se sont donnés jour après jour, pour faire le bonheur de ceux qui m'entourent, à ceux qui se sont donnés corps et âme pour moi.*

 *Mes parents, mes frères et sœurs ;*

 *Ma femme et nos enfants : Rayane, Ikrame, Adam.*

 *Ainsi qu'à tous (toutes) mes amis (es),*

## REMERCIEMENTS

Nous rendons grâce à Dieu de nous avoir donné, le courage, la volonté, ainsi que la conscience d'avoir pu réaliser ce travail.

Un travail de recherche et de rédaction d'une thèse est un travail de longue haleine. De nombreuses personnes ou institutions apportent leur soutien et leur concours. Je tiens à remercier ici tous ceux qui m'ont accompagné tout au long de la réalisation de ce travail.

J'exprime tout d'abord ma plus grande gratitude à Madame la Professeure KAÏD TLILANE Nouara pour avoir encadré cette recherche et avoir été même au-delà du simple encadrement. Elle m'a suivi, encouragé et guidé aussi bien dans mes travaux de recherche que dans mon insertion au sein de la communauté scientifique et académique. Je la remercie pour cette confiance témoignée pendant toutes ces années.

Je remercie Messieurs les Professeurs BENARAB Abdelkrim, BIA Chabane, GUENDOUDI Brahim, KASSA Rabah et MALIKI Samir de bien vouloir composer mon jury. Leur présence dans ce jury m'honore. Qu'ils trouvent ici l'expression de mon profond respect.

Mon travail n'aurait pas pu être réalisé sans le recours des nombreux chefs d'entreprises qui ont accepté de participer à cette recherche et qui ont accepté de me recevoir, qu'ils en soient ici remerciés.

Un grand merci enfin à mes amis (es), Ayad Fayçal, Frissou Mahmoud, Maamri Moussa, Ayad Naïma, Ikhlef Aboutaleb, Bouznit Mouhamed, Kharfallah Foudil pour leur aide et la qualité de leur service.

A l'issue de ce travail très prenant et qui m'a rendu peu disponible, je tiens à exprimer mon amour à ma femme et mes enfants, Rayane, Ikrame et Adam, par leur présence et leur affection, m'ont permis de poursuivre ce chemin sinueux.

Que toute personne ayant participé de près ou de loin à ce travail trouve ici l'expression de notre gratitude.

## LISTE DES ABREVIATIONS

Abréviation	Signification
ANDI	Agence Nationale de Développement des Investissements
ANDPME	Agence Nationale de développement de la PME
ANGEM	Agence Nationale de Gestion du Micro Crédit
ANSEJ	Agence Nationale de Soutien à l'Emploi de Jeune
BTP	Bâtiments et Travaux Publics
CAM	Chambres de l'Artisanat et des Métiers
CGCI	Caisse de Garantie de Crédits d'Investissement
CNAC	Caisse Nationale d'Assurance Chômage
CSIP	Configuration Stratégique Instantanément Perçue
CNRC	Centre National du Registre de Commerce
CREAD	Centre de Recherche en Économie Appliquée au Développement
CVN	Création de Valeur Nouvelle
DN	Déplacement Négatif
DP	Déplacement Positif
ECI	Evaluations du Climat d'Investissement
EDPME	Euro Développement PME
EURL	Entreprise Unipersonnel à Responsabilité Limité
FAC	Fonds d'Action de la Coopération
FGAR	Fonds de Garantie des Crédits
FMI	Fonds Monétaire International
I	Intention
IE	Individus Entrepreneurs
INE	Individus Non Entrepreneurs
INHIB	Inhibiteurs
IPA	Indicateurs de la Pratique des Affaires
J O	Journal Officiel
NTIC	Nouvelles Technologie de l'Information et de la Communication
OCDE	Organisation de Coopération et de Développement Economique

OMC	Organisation Mondiale du Commerce
ONS	Office National des Statistiques
PBC	Preceived Behavioral Control (Contrôlabilité)
PME	Petites et Moyennes Entreprises
PMI	Petites et Moyennes Industries
Q1	Questionnaire n°1
Q2	Questionnaire n°2
R&D	Recherche-Développement
SA	Société Anonyme
SARL	Société à Responsabilité Limitée
SE	Self-Efficacy (L'auto-efficacité)
SNC	Société en Nom Collectif
SPA	Société Par Action
SPL	Système Productif Local
TPE	Toute Petite Entreprise
TVA	Taxe sur la Valeur Ajoutée
UE	Union Européenne

---

# **SOMMAIRE**

---

## SOMMAIRE

<b>PLAN</b>	<b>PAGE</b>
<b>DÉDICACES</b>	I
<b>REMERCIEMENTS</b>	II
<b>LISTE DES ABRÉVIATIONS</b>	III
<b>SOMMAIRE</b>	V
<b>Introduction générale</b>	01
<b>Chapitre 1- L'entrepreneuriat : Approches et processus</b>	15
<b>Introduction</b>	15
I. Le cadre conceptuel de l'entreprise	16
II. Les différentes approches de l'entrepreneuriat	23
III. Le processus entrepreneurial	29
<b>Conclusion</b>	42
<b>Chapitre 2- La création d'entreprises : Particularités de démarrage et l'étude du marché</b>	44
<b>Introduction</b>	44
I. Particularités de démarrage d'activités nouvelles : Aléas, contraintes et processus	45
II. Etude du marché et son impact sur la création d'entreprises	62
<b>Conclusion</b>	81
<b>Chapitre 3 - Les variables d'étude de la décision de déclenchement du processus entrepreneurial</b>	84
<b>Introduction</b>	84
I. Le déclenchement du processus entrepreneurial	85
II. Les concepts mobilisés	92
III. Les modèles issus de la littérature permettant d'étudier le déclenchement du processus entrepreneurial	105
<b>Conclusion</b>	115



<b>Chapitre 4 - Le déclenchement : proposition d'un modèle de trajectoires</b>	118
<b>Introduction</b>	118
I. La notion de changement	122
II. Les variables retenues : intention et déplacement	124
III. L'enchaînement des variables et la notion de temps	129
<b>Conclusion</b>	143
<b>Chapitre 5- La création d'entreprises en Algérie : Evolution et dispositifs</b>	145
<b>Introduction</b>	145
I. L'entrepreneuriat et l'environnement entrepreneurial	146
II. L'environnement entrepreneurial en algérie	166
<b>Conclusion</b>	176
<b>Chapitre 6 – Analyse des facteurs décisionnels du déclenchement du processus entrepreneurial : Cas de la wilaya de bejaïa.</b>	179
<b>Introduction</b>	179
I. Méthodologie et spécification du modèle de détermination des facteurs décisionnels de création d'entreprises : Le cas de la wilaya de Bejaia	180
II. Analyse des résultats relatifs à la décision du déclenchement du processus entrepreneurial: Cas dela wilaya deBéjaïa	201
<b>Conclusion</b>	213
<b>Conclusion générale</b>	216
<b>Références bibliographiques</b>	222
<b>Annexes</b>	248
<b>Liste des tableaux et des schémas</b>	290
<b>Table des matières</b>	293

---

# **INTRODUCTION GENERALE**

---

## INTRODUCTION GÉNÉRALE

Le monde de l'entreprise a profondément évolué au cours du siècle dernier. Les grandes entreprises étaient une source majeure d'emploi et de création de richesse économique. Plus tard, à l'ère de la mondialisation, l'apparition et la suprématie des grands groupes mondiaux pouvaient nous laisser penser que le phénomène de création et de reprise d'entreprise resterait marginal. Pourtant, depuis la crise des années 70, la plupart des pays ont redonné une place particulière à l'entrepreneur.

La création d'entreprise, au niveau politique et à travers sa composante création d'emplois, semble constituer un moyen de lutter contre le chômage. Sur le plan économique, elle peut être un moteur de la croissance. Elle permet également, quoique plus indirectement, de favoriser l'innovation. Un intérêt particulier est d'ailleurs porté à la création et/ou au développement d'entreprises technologiques et innovantes ayant un potentiel de croissance élevé ; ces dernières étant perçues comme des entreprises créatrices d'emplois très qualifiés.

Deux états de fait peuvent donc être soulignés quant à ce besoin d'innovation : l'importance de la capacité d'un pays à innover dans un contexte de mondialisation d'une part, et le besoin de productions scientifiques pour assurer le positionnement technologique d'un pays sur la scène internationale d'autre part.

Un travail sur la littérature en entrepreneuriat nous a confortés dans première direction concernant notre objet de recherche. Nous pouvons en présenter plusieurs constats :

- **Premier constat** : devenir entrepreneur ne relève pas d'une aptitude innée, mais plutôt d'une construction au cours du temps soumise à plusieurs variables, aussi bien internes qu'externes à l'individu.
- **Deuxième constat** : la tendance d'évolution du taux d'intention de créer ou de reprendre une entreprise est inverse à la tendance d'évolution des créations ou de reprises. Manifestement, l'intention n'apparaît pas toujours suffisante pour prédire et expliquer l'acte de création ou de reprise d'entreprise. Donc, même si elle nous apparaît centrale dans le processus entrepreneurial, l'intention ne

conduit pas forcément à l'acte. Comme le souligne Krueger.N.F (1997): « Intentions can change, we often have conflicting intentions »<sup>1</sup>.

- **Troisième constat:** la création ou la reprise d'entreprise, malgré de nouvelles incitations publiques provenant de l'Etat ou des collectivités locales, restent souvent une alternative à une rupture dans la vie professionnelle.
- **Quatrième constat :** nous avons pu, au cours de nos recherches, constater une insuffisance de la littérature sur le passage à l'acte et particulièrement sur le déclenchement du processus entrepreneurial. Pourtant, la phase de pré-démarrage d'un projet entrepreneurial est une étape clé du processus de création de nouvelles entreprises. Si plusieurs thèses récentes, Tounes.A(2003)<sup>2</sup> et Emin.S(2003)<sup>3</sup> ont étudié l'intention entrepreneuriale, elles se concentrent sur l'amont du processus de création et non pas sur le passage à l'action. D'autre part, la plupart des études existantes sont descriptives et sont centrées sur les motivations des créateurs. Le processus final de déclenchement de l'action "la phase de décision de création" est méconnu. Le passage intention- action reste encore mystérieux et les modèles actuels ne permettent pas d'expliquer pourquoi à l'intérieur d'un même groupe de personnes intentionnées, certaines créeront leur société et d'autres pas.

Nous avons donc, décidé de nous focaliser sur une première phase de processus entrepreneurial, celle de la décision ou du déclenchement. Cette position nous paraît en effet cohérente face aux différents constats évoqués précédemment. En outre, elle s'inscrit dans une démarche à long terme qui pourrait nous permettre d'avancer plus loin dans la compréhension et la connaissance du processus entrepreneurial, c'est-à-dire jusqu'à l'acte effectif de création d'une entreprise.

---

<sup>1</sup> KRUEGER .N. F, Organizational Inhibitions: Perceptual Barriers to Opportunity Emergence, paper presented at the 42<sup>nd</sup> world conference, International Council for Small Business, San Francisco, 1997, P 4.

<sup>2</sup> TOUNES. A., L'intention entrepreneuriale – Une recherche comparative entre des Etudiant suivant des formations en entrepreneuriat (bac+5) et des étudiants en DESS CAAE, Thèse pour le Doctorat en Sciences de Gestion, Université de Rouen, Décembre 2003.

<sup>3</sup> EMIN .S, L'intention de créer une entreprise des chercheurs publics : Le cas français, Thèse pour le doctorat de Sciences de Gestion, Université Pierre Mendès France (Grenoble), Novembre 2003, P453.

Le processus de construction de notre objet de recherche s'est donc déroulé en plusieurs temps. Notre démarche possède un caractère itératif même si le principe de cette présentation peut contribuer à rendre ce processus linéaire dans son approche.

Au niveau de la création d'entreprises, deux logiques dominantes existent :

- Celle de la **création de son activité ou de son emploi**, mais sans viser prioritairement le développement de l'entreprise.
- Celle relative **au développement économique d'une entreprise**, dans un contexte concurrentiel, et utilisant les règles de gestion et de management.

En effet, l'intention ne conduit pas forcément immédiatement à l'action. Il se peut par exemple qu'un individu déclarant une intention en 2005 ne concrétise son projet qu'en 2010. De plus, il s'agit d'une intention 'déclarée', le niveau réel de cette intention n'est pas mesuré. Malgré tout, il semble que l'intention, à elle seule, ne permet pas toujours de franchir le cap de l'action. C'est en fait un discours qui n'est pas toujours fondé. Même si la création et la reprise d'entreprise sont des actes planifiés, l'individu potentiellement créateur ou repreneur évolue dans un environnement qui le détermine partiellement.

Certains chercheurs ont déjà suggéré une relation possible entre la situation économique et le nombre de créations d'entreprises. Dyer.W.G (1994)<sup>4</sup> avance la thèse selon laquelle les périodes de croissance économique entraîneraient une augmentation du nombre de créations d'entreprises. Par ailleurs, Leana.C.R et Feldman.D.C (1992)<sup>5</sup> défendent l'idée qu'un licenciement amène un individu à envisager la création d'entreprise comme une option possible de carrière.

Verstraete.T et Saporta.B (2006)<sup>6</sup> considèrent l'importance accordée à la création d'entreprise comme le fruit d'un enchaînement de situations politique, économique et sociale.

Les données prises en compte ci-dessus ne peuvent pas être isolées du contexte socio-économique. « Le domaine de l'entrepreneurship<sup>7</sup>, encore plus que d'autres, est

---

<sup>4</sup> DYER, W.G., Toward a theory of entrepreneurial careers, *Entrepreneurship Theory and Practice*, Winter, 1994, vol.19, n°2, P7-21.

<sup>5</sup> LEANA, C.R., FELDMAN, D.C., *Coping with job loss: How individuals, organizations and communities respond to layoffs*, New York, 1992 in Lexington Books.

<sup>6</sup> VERSTRAETE, T., SAPORTA, B., *Création d'entreprise et entrepreneuriat*, Editions de l'ADREG, Janvier 2006, P518.

nécessairement contaminé par des présupposés idéologiques » Bruyat. C (1993)<sup>8</sup>. Il explique ainsi un certain 'rejet de l'entrepreneur'. La recherche de la richesse matérielle est condamnable. A la suite de la théorie marxiste, la recherche d'accumulation de richesse (au profit d'un petit nombre par l'exploitation du plus grand nombre), dimension sous-jacente à l'entrepreneur, conduit à rejeter l'entrepreneur.

Même si cette vision semble aujourd'hui un peu 'dépassée', nous devons encore, semble-t-il, prendre en compte une certaine méfiance de la société algérienne envers l'individu entrepreneur. Nous pouvons en effet régulièrement constater, notamment dans la presse, que la réussite d'un entrepreneur engendre toujours une certaine suspicion. Par ailleurs, l'entrepreneur est souvent vu comme un individualiste 'forcené'. Toutefois, plus récemment, Hernandez.E.M(2006) voit, dans la progression du phénomène entrepreneurial, le signe qu'un nouveau pacte social, un « modèle de l'entrepreneur »<sup>9</sup> est en train de se créer : l'entrepreneuriat comme modèle de vie, de la prise de risque, de l'initiative, de l'effort, du mérite. Il rappelle, en effet, que le pacte social dominant a longtemps été celui du salariat, de l'emploi à vie, de la grande entreprise, mais aujourd'hui ce modèle s'essouffle.

Pour le ministère de l'Emploi et du Travail 2010, les statistiques du chômage sont forcément corrélées à la création d'entreprise. Après la parution des derniers chiffres concernant le nombre de chômeurs à la baisse en Algérie, il poursuit même : la création d'entreprise est une explication majeure de la création d'activité et du recul du chômage.

En Algérie, la période décennale 2000-2011<sup>10</sup>, est caractérisée par une croissance linéaire des immatriculations et des radiations à compter de 2002 pour atteindre un seuil de croissance maximal en 2010 avec un taux d'accroissement de 23,10%. Durant cette période, la création d'entreprises n'a cessé de croître. S'agissant de la cessation d'activité définie ici par radiation, c'est durant les années 2004 et 2010 qu'ont été enregistrés les taux les plus importants soit +69,4% en 2004 et 93,4 % en 2010.

---

<sup>7</sup> Dans son travail doctoral, Bruyat. C(1993) utilise le terme entrepreneurship et non pas le terme entrepreneur. Pour ce chercheur, il paraît juste d'emprunter aux anglo-saxons ce vocable qu'ils ont forgé à partir du mot français entrepreneur.

<sup>8</sup> BRUYAT.C., Création d'entreprise : Contributions épistémologiques et modélisation, Thèse pour le doctorat ès Sciences de Gestion, Université Pierre Mendès France de Grenoble, 1993, P27.

<sup>9</sup> Hernandez, E.M. (2006), Extension du domaine de l'entrepreneur..... et limites, in Revue des Sciences de Gestion, 2006, n°219, PP17-26

<sup>10</sup> Bilan Statistique de l'exercice 2011, CNRC, Avril 2012.

Pour les personnes morales, l'évolution durant ces dix dernières années, se présente en dents de scie notamment entre 2000 et 2007 pour avoir ensuite un accroissement linéaire important entre 2008 et 2011 avec un taux appréciable de +27,2% en 2009.

Par ailleurs, l'entrepreneuriat est devenu une source de préoccupations trouvant des réponses partielles à travers la parution de nombreux ouvrages proposant une méthodologie ou des guides d'actions pour entreprendre. De nombreuses formations ont également vu le jour (universités, grandes écoles, organismes privés ou publics de formation) ainsi que des structures d'accompagnement.

## **I. PROBLÉMATIQUE ET OBJECTIF DE LA RECHERCHE**

Nous positionnons notre recherche au sein du processus entrepreneurial. Il convient tout d'abord de préciser que lorsque nous parlons de processus entrepreneurial nous nous intéressons à la création mais aussi à la reprise d'entreprise (héritage, donation, rachat en bonne santé ou en difficulté).

Quand un processus commence-t-il ? Quand s'achève-t-il ? C'est un problème classique dans toute étude de processus. Il se pose particulièrement dans le cas du processus entrepreneurial dans la mesure où, généralement, ce n'est pas un processus répétitif. L'objet étudié est très hétérogène et il nous faut donc déterminer de façon précise la partie qui nous intéresse spécifiquement lors de cette recherche.

Nous souhaitons focaliser notre recherche sur une phase du processus de création ou de reprise d'entreprise, le déclenchement (la phase de décision) et ceci pour différentes raisons :

- Dans le contexte actuel, il nous paraît difficile de réaliser une étude longitudinale afin d'étudier le processus de création ou de reprise d'entreprise dans son intégralité. En effet et comme nous l'avons évoqué ci-dessus, il serait nécessaire de connaître à l'avance les individus susceptibles de se lancer dans un processus entrepreneurial, jusqu'à son achèvement.
- Il est question aussi de modéliser le déclenchement du processus afin de l'expliquer.
- Le déclenchement nous paraît être la première étape qui peut nous permettre, à long terme, d'étudier la globalité du processus.

Ainsi, notre préoccupation essentielle est de répondre à la problématique suivante :

**Comment mieux comprendre la décision de création et précisément le déclenchement d'un processus de création d'entreprise ?**

**1. Intérêt du sujet :**

La création d'entreprise, et plus généralement l'entrepreneuriat, a connu au fil du temps un intérêt grandissant. Pour Verstraete. T (1999)<sup>11</sup>, la crise des années 1970 a été un fort stimulant pour l'entrepreneuriat. Les attentes se situent à différents niveaux :

- **Phénomène économique et social** : redynamiser les entreprises, les individus, contribuer au renouvellement des entreprises, participer à la création d'emplois, à la croissance économique...
- **Enseignement et recherche** : discipline récente, « *la recherche en entrepreneuriat est dans une phase de structuration et de développement. Les attentes et les questions qui lui sont adressées par la société sont nombreuses et concernent la plupart des situations et des dimensions qui caractérisent le phénomène* »<sup>12</sup>.

L'entrepreneuriat permet d'aborder la création d'entreprise, la création d'emplois, l'esprit d'entreprendre et sa matérialisation au sein d'entreprises existantes (comportement intrapreneurial, développement de l'innovation).

En Algérie, les chiffres semblent même montrer une tendance inverse. Jamais l'engouement pour l'entrepreneuriat en général n'est apparu aussi fort. D'ailleurs, de nombreuses mesures destinées à développer l'esprit d'entreprendre ont été mises en œuvre.

Deux orientations majeures semblent se dessiner :

- Une incitation a conduit les individus à créer leur entreprise et donc leur propre emploi. Les partenaires politiques et économiques ont mis en place plusieurs mesures d'aides à la création d'entreprises. Depuis près de 15ans, la création d'entreprise apparaît comme une source potentielle d'emplois. En effet, la

---

<sup>11</sup> VERSTRAETE, T., *Entrepreneuriat : Connaître l'entrepreneur, comprendre ses actes*, L'Harmattan /Economie et innovation, Paris 1999, p207

<sup>12</sup> FAYOLLE, A., HERNANDEZ, E.M., *Des avancées majeures dans les champs et toujours une grande diversité des situations*, Editorial, in Revue Gestion 2000, Mai- Juin (3)2007, p15.



création d'entreprises prépare le renouvellement et l'adaptation de l'économie, c'est-à-dire le futur.

- Un encouragement sans précédent à l'innovation, car dans ce contexte de mondialisation, la capacité d'un pays à innover revêt une importance primordiale. Même si le nombre d'entreprises à forte croissance est limité, tant à l'étranger qu'en Algérie, ces entreprises présentent un intérêt socio-économique indéniable.

Depuis plusieurs années, le nombre de créations et de reprises d'entreprises s'accroît. En 2010, plus de 236000 créations et reprises d'entreprises ont été recensées en Algérie<sup>13</sup>. Ce chiffre semble refléter une demande sociale nourrie par divers acteurs :

- L'État : lutte contre le chômage, renouvellement du tissu industriel...
- Les collectivités territoriales : rééquilibrage du tissu économique local, lutte contre les délocalisations.
- Les institutions financières (banques, structures d'accompagnement...) : détection et accompagnement d'une clientèle potentielle nouvelle.
- L'individu : possibilité de réinsertion professionnelle, satisfaction de ses besoins (d'accomplissement, d'indépendance...). L'entrepreneur est désormais un personnage reconnu par la littérature économique.

En 2010, les Algériens ont été 236 498 à se mettre à leur compte<sup>14</sup>: 167 585 créations nouvelles, 68 903 modifications, un chiffre supérieur à l'année 2009 qui avait déjà enregistré, 162 521 créations nouvelles. En 2010 les naissances d'entreprise se chiffrent à près de 170 000 par année, contre 102 000 il ya dix ans(2001). Ces résultats témoignent l'envie des Algériens de sortir du salariat.

## **2. Objet de la recherche**

L'objectif que nous assignons à notre présent travail consiste à tenter d'avoir une meilleure compréhension de la perception des acteurs quant au déclenchement du processus de création ou de reprise d'entreprise ; ce déclenchement pouvant mener à l'acte entrepreneurial. Ceci en vue de :

---

<sup>13</sup> Bilan Statistique de l'exercice 2010, CNRC, Avril 2011.

<sup>14</sup> Ibid.

- Déterminer les antécédents du déclenchement du processus.
- Expliquer les enchaînements de décisions ou actions qui peuvent permettre à l'individu de déclencher le processus.

**Cette thèse a donc pour but d'analyser la phase du déclenchement du processus de création ou de reprise d'entreprise.**

Sur le plan théorique, nous souhaitons mieux éclairer le processus, particulièrement les facteurs qui mènent un individu à passer de l'intention à un stade plus avancé du processus. Autrement dit, nous souhaitons mettre à jour le lien entre le stade d'intention et la décision "le début de l'action". Au-delà des facteurs internes, nous visons à apporter une contribution sur un éclairage de certaines influences externes.

Au niveau pratique, nous envisageons une double contribution. L'intérêt de ce travail se situe au niveau de l'incitation à la création ou à la reprise d'entreprise. Il nous paraît pertinent d'identifier les antécédents du déclenchement du processus entrepreneurial afin de pouvoir préciser les différents enchaînements possibles. De plus, l'accompagnement ne peut-être que facilité avec un éclairage approfondi sur le début du processus entrepreneurial.

Dans une démarche explicative, notre étude se propose donc d'étudier les différents facteurs conduisant un individu à parcourir les phases d'un processus de création d'entreprise<sup>15</sup>. Le point de départ est la naissance du projet entrepreneurial. Le processus amenant ce projet à se concrétiser est vulnérable et soumis à un ensemble de forces et de tensions (mobilisation de ressources intellectuelles, psychiques, économiques, sociales, culturelles...) qui peuvent le conduire à se concrétiser ou, à l'inverse, à l'arrêter ou encore à l'orienter de façon irréversible dans une direction ou une autre, parfois différente de celle envisagée. Ici se situe donc le cœur de notre recherche, appréhender l'évolution du projet entrepreneurial vers le déclenchement du processus de création (aspect dynamique). Nous devons donc aller au-delà des travaux se focalisant sur l'intention entrepreneuriale puisque l'intention entrepreneuriale n'explique pas toujours le devenir du processus entrepreneurial

---

<sup>15</sup> Nous nous appuyons sur l'explication en deux temps des phénomènes sociaux de Durkheim : D'abord rechercher les causes efficientes du phénomène étudié, ensuite seulement la fonction (cause finale) qu'il remplit, tout en envisageant l'effet rétroactif de la fonction sur la cause qui peut contribuer à renforcer cette dernière (cité par Mendras et Etienne, 1996 : P 97). Nous nous concentrons donc sur les causes qui entraînent le déclenchement du processus.

Tounes. A (2003)<sup>16</sup>. D'ailleurs plusieurs auteurs, tel que Moreau. R(2006)<sup>17</sup>, avance l'idée que l'intention entrepreneuriale est susceptible de se modifier dans le temps. De fait, entre la formation de l'intention et le moment de sa concrétisation, il y a des chances que l'intention initiale se modifie à cause de circonstances nouvelles. Cela peut être d'autant plus vrai que le délai de concrétisation est long. L'approche dynamique serait donc importante dans la mesure où, force est de constater, le décalage entre l'intention et l'action peut conduire cette dernière à ne pas se produire. Tounes.A (2003) ouvre même des perspectives de recherche en précisant que : « En premier lieu s'imposera une étude longitudinale sur le lien intention-acte de création ... »<sup>18</sup>.

### 3. Hypothèses de travail

Le travail que nous livrons n'a pas pour ambition de répondre à toutes les questions que nous soulevons, mais de contribuer plutôt à la réflexion et analyse des déterminants de la décision de création d'entreprise, autrement dit les facteurs influençant le déclenchement du processus entrepreneurial.

Il est maintenant possible d'envisager les hypothèses quant aux différentes voies de déclenchement du processus entrepreneurial :

- 1. L'intention entrepreneuriale d'un individu, sous l'effet du temps, semble augmentée peu à peu jusqu'à ce que cet individu prenne une décision et commence à agir afin de tenter de créer ou reprendre une entreprise (stratégie délibérée).** Le temps permet à l'entrepreneur potentiel de préciser ses attitudes et intentions jusqu'à une éventuelle décision de se lancer dans un processus entrepreneurial, ce qui correspond au déclenchement. La décision peut être vue comme une décision rationnelle. Nous nous situons donc au sein d'une dynamique endogène.

---

<sup>16</sup> TOUNES.A., L'intention entrepreneuriale – Une recherche comparative entre des Etudiant suivant des formations en entrepreneuriat (bac+5) et des étudiants en DESS CAAE, Thèse pour le Doctorat en Sciences de Gestion, Université de Rouen, Décembre 2003, P459.

<sup>17</sup> MOREAU, R. (2006), Quelle stabilité pour l'intention entrepreneuriale ?, 8<sup>ème</sup> Congrès International Francophone en Entrepreneurial et PME (CIFEPME), 25/26/27 Octobre 2006, Fribourg (Suisse), P18.

<sup>18</sup> TOUNES.A., Ibid., P379

2. **En dépit d'une intention, l'individu ne prend aucune décision pour tenter de concrétiser cette intention. Un déplacement (facteur externe) apparaît et deux cas de figure se présentent donc :**
  - a. **Ce déplacement augmente le niveau d'intention jusqu'au déclenchement du processus. Dans ce cas, nous pouvons postuler que le temps entre le déplacement et le déclenchement du processus est relativement long (stratégie délibérée).** La décision peut à nouveau être vue comme un processus rationnel.
  - b. **Ce déplacement, combiné à l'intention préalable, permet le déclenchement du processus (le processus est immédiatement déclenché à l'apparition du déplacement) (stratégie semi-émergente).**
3. **Sans intention préalable, le processus entrepreneurial est déclenché sous l'effet d'une influence externe. L'intention apparaît donc comme une conséquence du déplacement (et du déclenchement) (stratégie émergente). Il s'agit d'une dynamique exogène de déclenchement.** La situation de décision se produit dans l'urgence pour faire face à un événement majeur. La décision est une décision de rationalisation a posteriori de ses nouvelles actions et de ses actions futures.

Ainsi, au regard de ces différentes hypothèses de trajectoires, nous considérons qu'un changement d'orientation de carrière peut intervenir à partir d'une intention personnelle de l'individu et/ou d'un déplacement provenant de l'environnement. En revanche, l'interaction entre l'acteur et l'environnement est sans doute le facteur explicatif central. Le changement intervient donc à la rencontre de contraintes et d'acteurs pris dans un cadre spécifique.

## II. MÉTHODOLOGIE

Dans le cadre d'élaboration de ce travail, la démarche entreprise tente de répondre aux soucis méthodologiques suivants :

1. Nous nous inscrivons, dans un premier temps, dans une démarche déductive : tests d'hypothèses réalisés à partir d'analyses de la littérature et d'une première appréhension du phénomène étudié (création d'entreprise, et plus généralement l'entrepreneuriat), nous passons ensuite dans une démarche plus inductive. Ceci

s'explique par le fait des itérations successives. En effet, la conjugaison de ces deux approches (utilisation complémentaire) nous permet d'analyser la structure du phénomène étudié puis les processus sociaux qui composent cette structure.

Nous considérons donc que les individus ne sont ni totalement déterminés ni totalement libres. Il devient ainsi possible d'étudier les créateurs en tant qu'acteurs stratégiques. Sans s'arrêter au débat dépassé du déterminisme volontarisme, sans entrer dans une approche focalisée sur les conditions d'émergence d'une part, et sur le relevé des multiples facteurs contingents de l'acte entrepreneurial d'autre part, force est de constater qu'il paraît illusoire de vouloir appréhender le phénomène en faisant fi de l'influence qu'a l'environnement, plus largement le social, sur les représentations du créateur et sur les actions qu'il entreprend. L'articulation de l'individuel et du collectif est nécessaire pour comprendre l'acte entrepreneurial.

Nous pensons que nous ne pouvons traiter de l'entrepreneuriat et particulièrement de l'entrepreneur<sup>19</sup> potentiel sans lui accorder une certaine part de liberté dans le choix de ses buts et de ses actions. Par ailleurs, nous prenons également en compte l'influence de l'environnement, aussi bien sur la formation de ses buts que sur le résultat de ses actions.

2. Pour réaliser notre étude de terrain, nous prenons comme point de départ 100 entreprises de différentes tailles et d'activités. Deux groupes d'individus nous intéressent plus particulièrement dans cette base. Le premier concerne les personnes entrepreneurs<sup>20</sup> au moment de l'enquête, c'est à dire de mars à septembre 2011. Le second sous-ensemble de la base comprend des personnes non-entrepreneurs.

Notre base de travail est constituée à partir d'une population mère de 200 personnes (entrepreneurs et non-entrepreneurs) exerçant dans la région de Béjaïa, 192 questionnaires ont été distribués, 165 questionnaires remplis ont été récupérés et 131 ont été retenus (taux de retour de 68%). De ce fait, notre méthode d'échantillonnage repose fondamentalement sur le jugement (méthode du choix raisonné). L'ensemble des données a été collecté pendant l'année 2011. Comme nous

---

<sup>19</sup> Par souci de simplification, nous utilisons indifféremment les termes de créateur, créateur potentiel, d'entrepreneur, d'entrepreneur potentiel pour désigner un individu susceptible de déclencher un processus de création ou de reprise d'entreprise.

<sup>20</sup> Dans ce travail, comme dans le nôtre, est entrepreneur tout individu ayant soit créé, soit repris une entreprise pour son propre compte.

l'avons évoqué précédemment, nous avons divisé notre échantillon en deux groupes d'individus : ceux d'entrepreneurs et, ceux de non-entrepreneurs.

Le questionnaire a été élaboré sur une période d'environ six mois. Les questions se présentent avec une certaine progressivité dans une succession logique au niveau de l'ordre. La version finale se décompose en deux questionnaires distincts en fonction de la situation du répondant : un questionnaire destiné aux personnes entrepreneurs et un questionnaire pour les personnes non-entrepreneurs. Les questionnaires complets sont présentés dans les annexes.

### **III. PLAN DE PRÉSENTATION**

Nous suivons une démarche en deux temps.

Tout d'abord, nous déterminons un cadre théorique qui nous semble adapté à notre problème de recherche.

Dans un second temps, après avoir identifié les facteurs explicatifs du déclenchement du processus de création d'entreprise qui nous semblent pertinents dans le contexte de notre recherche, nous adoptons une approche quantitative afin de vérifier les propositions de recherches formulées.

Pour ce faire, notre travail est subdivisé en six chapitres, où on traite dans le premier le cadre conceptuel de l'entreprise, ce qui nous conduit à aborder les différentes approches et processus de l'entrepreneuriat. L'objectif de ce chapitre, est tout d'abord de préciser les différentes visions qui se dissimulent derrière le terme général 'entrepreneuriat'. Ensuite, il convient de donner notre conception de l'entrepreneuriat pour réaliser ce travail de recherche. Le second chapitre sera consacré aux particularités de démarrage d'activités nouvelles, ceci nous conduit à aborder les différents aléas et contraintes inhérents au démarrage des entreprises nouvelles, avant de nous focaliser sur l'étude du marché et son impact sur la création d'entreprises. Le troisième et le quatrième chapitre représentent une étude exploratoire du processus entrepreneurial : entre dynamiques endogènes et dynamiques exogènes, ces deux chapitres portent respectivement sur les variables identifiées permettant d'étudier le déclenchement du processus entrepreneurial, afin de présenter les différents concepts et théories qui peuvent être mobilisés lors de cette recherche. Ainsi que sur le déclenchement du processus entrepreneurial avec une proposition d'un modèle de parcours. Le cinquième chapitre qui sera

consacré à la présentation de la création d'entreprises en Algérie, aura pour objet de décrire l'évolution et les dispositifs mis en œuvre pour la création d'entreprises.

Enfin, le sixième chapitre est une tentative vers une meilleure compréhension de la décision du déclenchement du processus entrepreneurial en étudiant le cas de la wilaya de Béjaïa. L'objectif de ce chapitre est en premier lieu de proposer les résultats et les analyses nous permettant de répondre à notre problématique initiale ainsi que d'analyser les déterminants de la décision de création d'entreprises : Cas de la wilaya de Béjaïa, en second lieu, de vérifier la validité du modèle de trajectoires proposé dans le quatrième chapitre. Enfin, nous proposons une discussion relative au déclenchement du processus entrepreneurial dans cette wilaya. Ce chapitre a donc pour objet de synthétiser les apports de notre recherche.

---

**CHAPITRE 1 - L'ENTREPRENEURIAT :**  
**APPROCHES ET PROCESSUS**

---



---

## **CHAPITRE 1 – L'ENTREPRENEURIAT : APPROCHES ET PROCESSUS**

---

### **INTRODUCTION :**

Face à l'engouement ces dernières années, pour l'entrepreneuriat, trois constats peuvent être réalisés. Tout d'abord, l'entrepreneuriat est un phénomène aussi bien économique que social. Dans ce cadre, il doit permettre la création d'entreprise, la reprise, mais aussi le développement de l'esprit d'entreprendre au sein d'organisations existantes. Ensuite, l'entrepreneuriat se dessine comme une discipline académique en pleine structuration. Enfin, l'entrepreneuriat est devenu une matière d'enseignement, aussi bien dans les écoles de commerce, qu'à l'université.

L'objectif de ce chapitre est tout d'abord de présenter le cadre conceptuel de l'entreprise et de préciser les différentes visions qui se dissimulent derrière le terme général 'entrepreneuriat'. Ensuite, il convient de donner notre conception de l'entrepreneuriat pour réaliser ce travail de recherche.

Dans une première étape, nous détaillerons les différentes approches qui ont permis d'aborder l'entrepreneuriat : l'approche des économistes, l'approche par les traits et l'approche par le processus.

Dans une seconde étape, nous développerons une conception qui nous apparaît essentielle dans le domaine de la recherche en entrepreneuriat, l'approche par le processus. Après avoir défini les différents paradigmes ancrés au cœur de cette approche processuelle, nous présenterons le positionnement de notre objet de recherche dans le champ de l'entrepreneuriat à l'aide d'une conception particulière du phénomène entrepreneurial.

## I. CADRE CONCEPTUEL DE L'ENTREPRISE

L'entreprise remonte très loin dans l'histoire. Depuis longtemps les hommes ont cherché à comprendre leurs activités, leurs réalités vivantes. Cette dernière, qui avec le développement économique se fait de plus en plus complexe, de plus en plus mouvante. Ainsi, dans l'histoire économique, trouve-t-on de nombreuses définitions de l'entreprise, comme il faut réaliser que chaque définition est marquée par son époque.

Pour mieux comprendre, nous allons aborder quelques concepts d'entreprise, puis une analyse des approches théoriques de l'entreprise.

### 1. Définitions et diversité des termes de l'entreprise

Du point de vue général, l'entreprise est un ensemble structuré d'éléments matériels, humains et financiers organisés en vue de produire des biens et des services destinés à être vendus.

**1.1. Entreprise :** Entité autonome qui produit des biens et services marchands, synonyme: firme. C'est un terme économique, qui est défini de multiples manières. Une définition courante, mais peu précise, consiste à considérer une entreprise comme un acteur économique produisant des biens et des services pour d'autres acteurs, notamment les ménages, en dégagant des bénéfices.

**1.2. Société :** Personne morale créée par un contrat liant plusieurs personnes qui mettent leurs ressources en commun pour partager les pertes et les bénéfices de leur activité commune. C'est un terme juridique qui ne retient qu'une des formes légales possibles pour exercer et encadrer une activité économique, une société peut être une association de personnes ou de capitaux.

**1.3. Firme :** Entreprise commerciale ou industrielle désignée par une raison sociale. C'est un terme anglo-saxon, peu utilisé maintenant, mais largement employé dans les théories micro-économiques classiques sur les marchés.

**1.4. Institution :** C'est un terme socio-économique, s'applique plus à l'environnement des entreprises qu'aux entreprises elles-mêmes: institutions bancaires, institutions financières, institutions juridiques.

**1.5. Organisation :** C'est un terme adapté à la gestion. Ainsi, l'association d'un ensemble de personnes et de systèmes, doté (équipé) d'une structure et créée en vue d'un but déterminé. Selon S.P. Robbins. S.P (1987)<sup>21</sup> , une organisation est un ensemble de moyens structurés constituant une unité de coordination ayant des frontières identifiables, fonctionnant et continue en vue d'atteindre un ensemble d'objectifs partagés par les membres participants. Parmi ces caractéristiques: une **division** et une **coordination** des tâches et des activités, une **formalisation** des règles et des procédures de fonctionnement, une **hiérarchie** et un **contrôle**.

## 2. Les approches théoriques

Nous présentons dans ce point, une analyse de différentes approches théoriques de l'entreprise.

### 2.1. La théorie néo-classique

Selon cette approche, l'entreprise est définie comme étant une "boîte noire ", c'est-à-dire une surface dans laquelle on transforme les inputs à des outputs dans le but de réaliser un profit maximum. De plus l'entrepreneur est de fait assimilé entièrement à l'entreprise c'est-à-dire qu'il poursuit le même but et que l'entrepreneur (propriétaire) dispose d'un certain nombre de droits de propriété sur et dans l'entreprise.

- Droit de recevoir le revenu réalisé grâce à l'activité de production de l'entreprise ;
- Droit d'accroître ou de réduire la force de travail utilisé par l'entreprise dans son processus productif ;
- Droit de contrôle sur l'entreprise c'est-à-dire le propriétaire est aussi le décideur des actions à mener pour maximiser le profit de l'entreprise.

---

<sup>21</sup> ROBBINS.S.P, Théories des organisations, Prentice Hall, Paris, 1987.P 27.

## 2.2. La théorie managériale

L'entreprise est représentée par deux critères : les actionnaires (propriétaires de l'entreprise) et les managers (gestionnaires). Le but de cette entreprise est la réalisation de plusieurs objectifs où les actionnaires recherchent le profit et les managers ont des motifs différents comme l'obtention de la rémunération (revenu) la plus importante possible, recherche du pouvoir et de la sécurité.

Cette diversité d'objectifs nous amène à des relations conflictuelles au sein de l'entreprise (actionnaires et managers). Pour remédier à ces relations de conflits, on assiste à la croissance de dépenses de l'entreprise en termes de rémunération des managers.

## 2.3. La théorie des comportements (behavioriste)

Cette approche définit l'entreprise comme étant un ensemble de comportements des acteurs économiques intervenant dans la vie de l'entreprise. Ces acteurs sont les actionnaires, les managers, les autres salariés, etc. À ce titre le comportement des différents groupes sera alors analysé selon le critère de la motivation (volonté d'agir pour réaliser un objectif). Il existe deux types de motivation :

- **Motivation personnelle** : dépend de l'avantage pécuniaire perçu en contrepartie du travail effectué pour l'entreprise (salaire).
- **Motivation professionnelle** : c'est la possibilité d'augmenter son pouvoir ou d'obtenir une promotion au sein de l'entreprise.

## 2.4. L'approche systémique

Cette approche définit l'entreprise comme étant un système ayant les caractéristiques suivantes :

- **Concret** : constitué d'un ensemble d'éléments concrets (machine, terrain), mais aussi abstraits (une histoire, une culture).
- **Ouvert** : donc en relation (flux entrants et sortants) avec son environnement.
- **Finalisé** : c'est-à-dire ayant un objectif qui nécessite la mise en place d'une stratégie (elle a un but bien précis).

- **Dynamique** : en constante évolution du fait, entre autres, des modifications de son environnement.
- **Régulé** : de manière à essayer d'atteindre ses objectifs grâce à la prise de décision (ceci veut dire que chaque entreprise a ses propres règles de fonctionnement).

Ce système est organisé selon des sous-systèmes :

- Sous-système d'information : est défini par un ensemble des moyens et des procédures destinés à fournir aux membres de l'entreprise une représentation de l'Etat et de fonctionnement de celle-ci face à son environnement.
- Sous-système de décision (pilotage) : ensemble des éléments (personnels, procédures, culture) qui interviennent dans le processus de décision.
- Sous-système opérationnel : c'est l'ensemble des moyens et procédures dont la fonction principale est d'assurer le bon fonctionnement de l'entreprise (système de production, système financier).

## 2.5. La théorie de l'agence

L'entreprise est définie comme étant un ensemble de contrats. Cette théorie se base sur une opposition entre deux agents : d'une part, le détenteur des moyens de production alors appelé « actionnaire » ou de manière générale « le principal », d'autre part, l'agent « manager » qui exploite les moyens de production, et s'occupe de la gestion du portefeuille d'activité de la firme.

Cette relation établie dans le but de maximiser le profit de l'actionnaire permet au manager d'en tirer en échange des bénéfices (salaires).

## 2.6. La théorie des coûts de transaction

Cette théorie définit l'entreprise comme étant un ensemble de contrats de différents types (s'informer, négocier...etc.) représentés sous forme de transaction, cette relation engendre des coûts (coûts de transaction : coûts de recherche des fournisseurs, de négociation des contrats).

## 2.7. La théorie évolutionniste

Cette théorie définit l'entreprise comme étant l'ensemble des connaissances qui évoluent grâce au processus d'apprentissage qui engendre de sa part des compétences au sein de l'entreprise. Les principes de la théorie sont: la permanence des tâches, la variation des comportements et le développement d'une base collective de communication (toute entreprise a son mode de communication interne pour assurer ses routines).

## 3. Typologie des entreprises

En dépit de leurs similitudes, les entreprises ne sont néanmoins jamais vraiment identiques. Leurs pouvoirs, privilèges et obligations dépendent de certains critères. Les principaux sont : son secteur d'activité, sa taille, sa forme juridique et le mode d'appropriation de capitale (privé ou public). Les différents types d'entreprise sont: les entreprises commerciales, industrielles, prestataires de services, les entreprises agricoles, les entreprises artisanales, les professions libérales.

### 3.1. Classification selon des critères économiques

Il s'agit de la nature de l'activité et de la dimension (taille).

- **La nature de l'activité :** D'abord, on parle de secteur lorsque, un ensemble d'entreprises exerçant la même activité principale: secteur automobile par exemple, ensuite de la branche, toutes les unités de production (entreprises ou fractions d'entreprises) qui fabriquent le même produit avec les mêmes types de techniques et utilisent les mêmes matières premières. Enfin de la filière, toutes les activités qui participent d'amont (matières premières) en aval (commercialisation), à la vente de certaines catégories de produits : filière du bois par exemple.

La classification des activités la plus simple est celle des trois secteurs :

- Le secteur primaire : c'est les activités d'exploitation du sous-sol (agriculture, pêche, forêts, mines).
- Le secteur secondaire : c'est la transformation des matières premières en produits finis ou semi-finis.

- Le secteur tertiaire : représente toutes activités commerciales et de services exemple: commerces, banques, réparation, commerce automobile, transports, assurances...etc.
- **La dimension** : La taille de l'entreprise peut se mesurer par plusieurs critères: soit par l'effectif employé, par le chiffre d'affaires annuel, par la valeur ajoutée créée, par les bénéfices réalisés et par la valeur des équipements productifs,...etc. on aura :
  - La valeur ajoutée : constitue la véritable mesure de la richesse créée par l'entreprise.
  - Le chiffre d'affaires : donne une idée de l'importance des transactions de l'entreprise avec ses clients.
  - L'effectif employé : permet de distinguer les grandes entreprises (plus de 500 salariés), de celle des petites et moyennes entreprises PME (moins de 500 salariés).

### 3.2. Classification selon des critères juridiques

La forme juridique permet de distinguer les principaux types suivants :

- **L'entreprise individuelle** : Est aussi appelée entreprise en nom personnel. C'est la structure de référence des artisans, des commerçants et des professions libérales. L'entrepreneur est seul (sans associés), a le statut de travailleur indépendant, il est propriétaire unique et entièrement responsable de toutes les dettes et obligations liées à son entreprise. Un créancier ayant une réclamation contre un propriétaire unique a le droit sur tous les actifs de ce dernier.
- **Les sociétés de personnes** : Une société de personnes est un groupe composé d'au moins deux personnes qui conviennent de mettre en commun leurs ressources dans une entreprise en vue de réaliser des bénéfices. À fin d'établir les modalités de la société de personnes et de protéger les associés en cas de mésentente ou de dissolution de la société, un contrat de société doit être rédigé. Les associés partagent les bénéfices selon le contrat.

Exemple de types de sociétés : société en nom collectif (**SNC**), société à responsabilité limitée (**SARL**), société anonyme (**SA**) et société par actions (**SPA**). Elles sont différenciées par la nature des titres apportés (parts sociales, actions), le degré de la responsabilité au sein de la société et le mode de gestion.

### **3.3. Classification selon la propriété du capital**

Ce critère nous permet de classer les entreprises en:

- **Entreprises privées** : Sont des entreprises individuelles ou des sociétés dont les capitaux et les patrimoines appartiennent à des personnes privées.
- **Entreprises publiques** : Une entreprise publique est une entreprise sur laquelle l'Etat ou une collectivité locale peut exercer directement ou indirectement, une influence dominante du fait de la propriété ou de la participation financière, en disposant soit de la majorité du capital, soit de la majorité des voix attachées aux parts émises.



## II. LES DIFFÉRENTES APPROCHES DE L'ENTREPRENEURIAT

Nous abordons l'entrepreneuriat avec une approche théorique et académique.

Globalement, trois questions fondamentales peuvent résumer une grande partie de l'activité de recherche en entrepreneuriat. S'inspirant d'une formulation de Stevenson et Jarillo (1990), ce triple questionnement peut ainsi être proposé : « *What on earth is he doing... ?* » constitue la première interrogation, « *Why on earth is he doing... ?* » la seconde et, « *How on earth is he doing... ?* » la dernière. Nous retrouvons ici les approches fonctionnelles (*what*) des économistes, l'approche centrée sur les individus (*why and who*) des spécialistes des sciences du comportement et les approches processuelles (*how*) des gestionnaires (résumé cité par Fayolle. A (2002)<sup>22</sup>).

Notre recherche propose de mettre en évidence deux questions : pourquoi et comment ?

'Pourquoi', c'est-à-dire la recherche des facteurs favorisant ou inhibant le déclenchement du processus entrepreneurial pour un individu.' comment', c'est s'interroger sur le déroulement du processus en lui-même, en se focalisant sur le changement de phases à la naissance du processus.

Le champ de l'entrepreneuriat recouvre des objets qui apparaissent comme très divers. Aujourd'hui, de nombreux chercheurs admettent que des définitions différentes peuvent être utilisées selon les problématiques de recherche retenues.

L'entrepreneuriat peut être perçu tout d'abord comme une pratique. Tout le monde connaît dans son entourage quelques entrepreneurs. C'est également une discipline d'enseignement. « *Autrement dit, il serait possible d'apporter aux entrepreneurs des connaissances servant la création d'organisation* ». <sup>23</sup>

Ceci nous amène à aborder l'entrepreneuriat comme domaine de recherche. Si l'engouement pour l'entrepreneuriat est récent en Algérie, l'intérêt académique n'est pas

---

<sup>22</sup> FAYOLLE, A. (2002), Quelques idées et suggestions pour étudier le processus entrepreneurial, in *Revue des Sciences de Gestion*, 200, 2002, PP 15-31.

<sup>23</sup> VERSTRAETE, T, Essai sur la singularité de L'entrepreneuriat comme domaine de recherche, les Editions de L'ADREG, Janvier 2002, P16.

nouveau. Fayolle. A (2005)<sup>24</sup> distingue trois principales approches. Avant de les développer plus précisément, nous proposons un tableau en résumant les principales caractéristiques.

Tableau n° 1: Récapitulatif des approches théoriques des recherches en entrepreneuriat

<b>Question principale</b>	What (approche fonctionnelle)	Who/why (approche sur les individus)	How (approche sur les processus)
<b>Échelle du temps</b>	200 dernières années	Depuis le début des années 50	Depuis le début des années 90
<b>Domaine scientifique principal</b>	Économie	Psychologie Sociologie Psychologie cognitive Anthropologie sociale	Sciences de gestion Sciences de l'action Théories des organisations
<b>Objet d'étude</b>	Fonctions de l'entrepreneur	Caractéristiques personnelles Traits des individus entrepreneurs et entrepreneurs potentiels	Processus de création d'une nouvelle activité ou d'une nouvelle organisation
<b>Paradigme dominant</b>	Positivisme	Positivisme Sociologie compréhensive	Constructivisme Positivisme
<b>Méthodologie</b>	Quantitative	Quantitative Qualitative	Qualitative Quantitative
<b>Hypothèse de base</b>	l'entrepreneur joue (ou ne joue pas) un rôle dans la croissance économique	Les entrepreneurs sont différents des non-entrepreneurs	Les processus entrepreneuriaux sont différents les uns des autres
<b>Lien avec la demande sociale</b>	Etat Collectivités territoriales Responsables économiques	Entrepreneurs Entrepreneurs potentiels Système éducatif Formateur	Entreprises Entrepreneurs Entrepreneurs potentiels Éducateurs et formateurs Structures d'accompagnement et d'appui des entrepreneurs

**Source :** Fayolle. A, introduction à l'entrepreneuriat, Dunod, Paris 2005, P17.

<sup>24</sup> FAYOLLE .A, Introduction à l'entrepreneuriat, Dunod, Paris 2005, P128.

Le tableau n° 1 nous rappelle que différentes disciplines se sont intéressées, et s'intéressent encore, au phénomène. Une première approche fonctionnelle se concentre sur les fonctions de l'entrepreneur par rapport au fonctionnement économique de la société. Une seconde approche propose d'étudier l'entrepreneur et ses caractéristiques personnelles. Enfin, une dernière démarche s'intéresse au processus entrepreneurial (création d'activités, d'organisations...).

L'objet de recherche complexe<sup>25</sup> qu'est l'entrepreneuriat peut utiliser différentes disciplines scientifiques. Verstraete .T (1999)<sup>26</sup> parle de phénomène entrepreneurial réputé complexe.

De façon à mieux appréhender l'entrepreneuriat dans le cadre de cette recherche, nous présentons les différentes approches retenues : l'approche des économistes, l'approche par les traits et enfin l'approche par le processus.

## **1. L'approche des économistes**

Comme le précise Fayolle .A (2005)<sup>27</sup> l'étude de l'entrepreneuriat voit certainement ses débuts avec le travail des économistes. L'entrepreneur est au centre des préoccupations en raison de son importance dans le développement économique. Pour les économistes, l'entrepreneur est vu comme une personne apte à prendre des décisions de façon rationnelle et omnisciente. Ce courant de pensée qui a largement dominé le XX ème siècle en Europe ne distingue pas l'entrepreneur de l'homme en général. *L'Homo oeconomicus* agit en étant parfaitement rationnel et informé.

Puis, avec Schumpeter (1935) et "*la Théorie de l'évolution économique*"<sup>28</sup>, l'entrepreneur est désormais vu comme un innovateur. Le monde de la technique et le monde de l'économie sont reliés par l'entrepreneur. Cette contribution est essentielle dans le développement du champ de l'entrepreneuriat. L'entrepreneur comme agent de changement

---

<sup>25</sup>Certains auteurs refusent même de donner une unique définition de l'entrepreneuriat : « *il nous semble que l'entrepreneuriat est un phénomène trop complexe pour être réduit à une définition* » (Saporta et Verstraete, T, 2000, p 98).

<sup>26</sup> VERSTRAETE .T, *Entrepreneuriat : Connaître l'entrepreneur, comprendre ses actes*, L'Harmattan /Economie et innovation, Paris 1999, P207.

<sup>27</sup> FAYOLLE, A, *Introduction à l'entrepreneuriat*, Dunod, Paris 2005, P129

<sup>28</sup> SCHUMPETER, J. (1911), *Théorie de l'évolution économique - Recherche sur le profit, le crédit, l'intérêt et le cycle de la conjoncture*, Traduction française 1935, Introduction de F. Perroux, Paris, Librairie Dalloz.

doit prendre des risques pour exploiter des opportunités qui lui permettent d'innover. Par la suite, Mustar (1994) remet en cause cette vision d'entrepreneur- innovateur<sup>29</sup>.

Comme le résume Fayolle .A (2005), les économistes ont permis d'illustrer deux grands types d'entrepreneurs : l'entrepreneur organisateur d'activités économiques et l'entrepreneur innovateur et quatre rôles fondamentaux (*'risk taker'*, et *'innovator'*, *'alert seeker of opportunities'* et *'co-ordinator of limited resources'*).

Schumpeter .J (1935)<sup>30</sup> introduit également deux hypothèses majeures : tout d'abord, la perception de l'incertitude ne joue pas un rôle primordial dans l'action l'entrepreneuriale (cette supposition provient du fait que les opportunités sont vues comme abondantes et identifiables) ; la seconde hypothèse est que l'opportunité a une existence objective.

À la suite de cette présentation, nous exposons un second angle de vue permettant d'aborder l'entrepreneuriat : l'approche par les traits.

## **2. L'approche par les traits**

Au-delà de l'approche des économistes, l'étude de l'entrepreneuriat s'est développée au travers de la recherche de connaissances sur l'entrepreneur et plus particulièrement sur ses caractéristiques psychologiques. Le postulat de départ est que les entrepreneurs ont un profil différent du reste de la population et donc l'étude de ses propres caractéristiques permettrait de mieux connaître l'entrepreneur et donc de pouvoir prédire plus précisément l'acte d'entreprendre. Un important courant de littérature porte sur l'identification des dimensions psychologiques différenciant les entrepreneurs des autres individus. De nombreuses études présentent les caractéristiques de la personnalité des entrepreneurs.

---

<sup>29</sup> « L' 'entrepreneur-innovateur correspondrait-il donc toujours à l'image héroïque et stéréotypée que décrit Joseph Schumpeter, celle d'un rebelle isolé et créatif ? » (Mustar, 1994, p30). Il répond à cette question en montrant que la dynamique de l'innovation reste le réseau, c'est-à-dire un ensemble de relations entre des acteurs diversifiés. « Nous sommes loin de la dynamique schumpetérienne de l'entrepreneur héroïque et isolé. Seuls, les chercheurs-entrepreneurs ne peuvent rien ; pour réussir ils ont besoin d'être enchâssés dans ces réseaux" » (Mustar, 1994, p36).

<sup>30</sup> SCHUMPETER. J, Théorie de l'évolution économique, Dalloz, Paris 1935.

Mc Clelland. D. A (1961, 1962, 1965,1987)<sup>31</sup> est peut-être le premier chercheur incarnant cette approche psychosociologique de l'entrepreneuriat. Il définit différentes caractéristiques significatives de la personnalité du dirigeant. Pour lui, les principales caractéristiques des entrepreneurs sont un besoin élevé d'accomplissement (*'need for achievement'*), une forte confiance en eux.

En 1999 Hernandez. E.M <sup>32</sup> a recensé les travaux réalisés par les nombreuses recherches sur la personnalité, les origines du créateur :

- Le besoin d'accomplissement (*'need for achievement'*) : les entrepreneurs manifestent un fort besoin d'accomplissement, ils préfèrent être responsables de la solution des problèmes, établir leurs propres objectifs et les atteindre par leurs seuls efforts. Même si à ce jour le besoin d'accomplissement est un attribut certain des entrepreneurs, cela ne reste qu'un indicateur non discriminant au sein d'une population d'entrepreneurs et de non-entrepreneurs.
- L'internalité du lieu de contrôle (*'locus of control'*) : il s'agit de la perception qu'a un individu de pouvoir contrôler ce qui lui arrive. On parle de *'internal locus of control'* si l'individu a le sentiment que par son comportement il peut influencer ce qui lui arrive ; de *'external locus of control'* dans le cas contraire. Cette perception pousse l'individu à agir.
- La propension à prendre des risques (*'risk-taking propensity'*) : les risques peuvent être d'ordre financier, professionnel (quitter un emploi ...), familial, psychique.

Ces approches dites 'par les traits' ont longtemps divisé la communauté scientifique. Malgré les nombreuses études empiriques, il n'apparaît pas possible d'identifier un profil type d'entrepreneur. Aucun critère réellement discriminant n'est apparu entre la population des entrepreneurs et des non- entrepreneurs. Par exemple, Cromie. S

---

<sup>31</sup> Mc CLELLAND, D. A, Characteristics of Successful Entrepreneurs, Journal of Creative Behavior, 21(3), 1987, P 219-233.

<sup>32</sup> HERNANDEZ, E. M, Le processus entrepreneurial : Vers un modèle stratégique d'entrepreneuriat, L' Harmattan, 1999, P 31.

(1987)<sup>33</sup> démontre qu'il n'y a pas de différences majeures entre les hommes et les femmes entrepreneures au niveau des motivations et des traits.

En effet, tout individu est influencé par son environnement et son évolution au cours du temps. D'autres modèles multidimensionnels ont ajouté un certain nombre de variables contextuelles à l'étude de la personnalité du créateur. L'entrepreneuriat est un objet complexe. Les caractéristiques psychologique ou sociologique ne permettent pas à elles seules d'expliquer le phénomène entrepreneurial. Pour cette raison, une nouvelle école de pensée est apparue au début des années 80 avec l'étude des processus entrepreneuriaux.

Nous présentons donc la dernière approche de l'entrepreneuriat que nous avons retenue : l'approche par le processus.

### **3. L'approche par le processus**

L'intérêt de la recherche sur le processus entrepreneurial s'est fortement développé. Bhave. M.P (1994)<sup>34</sup> précise même que les chercheurs en sciences de l'organisation, en entrepreneuriat, mais aussi les économistes, semblent s'accorder sur le fait que les connaissances sur le processus doivent être approfondies.

Un lecteur chronologique des travaux de recherche publiés dans le champ de l'entrepreneuriat, au cours des deux dernières décennies, semble montrer que le concept de processus a été mobilisé. En tant qu'alternative possible à l'approche par les traits, le processus permettait, d'une certaine façon, de prendre davantage en compte les actes et les activités, en s'intéressant à la question du 'comment'. Le processus a fait l'objet, ensuite, de très nombreux travaux de modélisation et de conceptualisation, qui se poursuivent encore aujourd'hui. Il nous apparaît, enfin, que dans les travaux actuels, la notion de processus s'est densifiée et qu'elle occupe une position centrale, au cœur même de la définition du domaine de recherche. Les trois étapes distinguées précédemment sont certes dans une chronologie,

---

<sup>33</sup> CROMIE. S, Motivations of aspiring male and female entrepreneurs, Journal of Occupational Behavior, 8 (3), P 251.

<sup>34</sup> BHAVE, M.P, A process model of entrepreneurship venture creation, Journal of Business Venturing, 9,1994, PP 223-242.

mais il nous semble aussi, pour être plus précis, qu'elles se recouvrent, voire même qu'elles s'interpénètrent.

Nous situant, ici, dans la troisième optique, nous avons choisi tout d'abord de présenter plus précisément trois conceptions de l'entrepreneuriat dans lesquelles la notion de processus apparaît centrale. Puis, nous développons l'une d'entre elles, celle de Bruyat. C (1993)<sup>35</sup>, en dépassant le cadre strict de sa définition (enquête de terrain).

### III. LE PROCESSUS ENTREPRENEURIAL

Tout d'abord, nous devons expliciter le terme processus. La notion d'étape revient souvent lorsque l'on cherche à définir le processus. Pour le dictionnaire Hachette, c'est un « *développement temporel de phénomènes marquant chacun une étape* ». La notion de temps apparaît donc comme centrale. Lorino. P (1995) met également l'accent sur la notion d'activités : « *Ensemble d'activités reliées entre elles par des flux d'informations (ou de matière porteuse d'informations ...) significatifs, et qui se combinent pour fournir un produit matériel ou immatériel important et bien défini* »<sup>36</sup>. De cette définition, nous pouvons retenir trois points clés :

- Les processus sont constitués d'activités.
- Le processus n'est pas une chaîne causale (causes- conséquences), mais plutôt un flux.
- La description en termes de processus regroupe et agence les activités selon une logique.

La prise en compte de différentes étapes ainsi que du temps apparaît clairement. La prise en compte de l'évolution du processus à l'aide de la mesure d'un nombre important de variables et de leur évolution peut entraîner un design nouveau pour les recherches sur le processus. Dans l'étude d'un processus, l'objet que le chercheur tente de décrire et comprendre

---

<sup>35</sup> BRUYAT.C, Création d'entreprise : Contributions épistémologiques et modélisation, Thèse pour le doctorat ès Sciences de Gestion, Université Pierre Mendès France de Grenoble 1993, P 431.

<sup>36</sup> LORINO. P, Le déploiement de la valeur par les processus, in Revue Française de Gestion, juin-juillet-août, 1995, P55.

est opérationnalisé sous forme de variables dont l'évolution ou la transformation sont étudiées. Les aspects dynamiques et temporels sont essentiels.

Revenons à présent sur la notion de processus entrepreneurial. Tout individu est influencé par son environnement proche. Ce constat a conduit de nombreux chercheurs à concentrer leurs efforts sur le processus entrepreneurial plutôt que sur quelques traits psychologiques ou sociologiques. Dès 1984, Van de Ven, A.H, Hudson, R et Schroeder, D.M (1984)<sup>37</sup> déclarait que les concepts théoriques sur le processus n'étaient pas suffisamment précisés et que les éléments critiques intervenant sur le processus n'étaient pas établis. Depuis, le développement de recherches (par exemple, sur les carrières des entrepreneurs, sur l'influence des proches (notamment de la famille) ou sur les 'rôles modèles') tend à démontrer le rôle de l'environnement sur un éventuel acte entrepreneurial.

Bhave, M.P (1994)<sup>38</sup> délimite le processus entrepreneurial: "*Venture creation is the process that roughly begins with the idea for a business and culminates when the products or services based upon it are sold to customers in the market*".

Hernandez, E.M (2001)<sup>39</sup> s'inscrit aussi dans cette approche processus en citant différentes étapes qui peuvent rappeler le cycle de vie d'un produit ou d'un marché: conception, gestation, naissance, déclin et mort.

Enfin, Hernandez, E.M et Marco, L (2006)<sup>40</sup> proposent, au travers de questions, de montrer la différence entre une approche centrée sur l'entrepreneur et une approche processuelle, le passage du fondamentalisme au processus. Le tableau suivant présente ces deux approches.

---

<sup>37</sup> VAN DE VEN, A.H., HUDSON, R., SCHROEDER, D.M, Designing new business startups: entrepreneurial, organizational and ecological considerations, Journal of Management, 10, 1984, PP 87-107.

<sup>38</sup> BHAVE, M.P, A process model of entrepreneurship venture creation, Journal of Business Venturing, 9, 1994, P 224.

<sup>39</sup> HERNANDEZ, E. M, L'entrepreneuriat. Approche théorique, Editions L' Harmattan, Paris 2001, P 270.

<sup>40</sup> HERNANDEZ, E.M., MARCO, L. (2006), Entrepreneur et décision : De l'intention à l'acte, Editions Eska, 2006, P 37.



Tableau n° 2 : Les questions formalisant deux approches en entrepreneuriat

<b>Centrées sur l'entrepreneur</b>	<b>Centrées sur le processus entrepreneurial</b>
Qui devient entrepreneur ?	Qu'est-ce qui permet de percevoir les opportunités d'une manière efficace et performante ?
Pourquoi devient-on entrepreneur ?	Quelles sont les tâches clés pour créer avec succès de nouvelles organisations ?
Quelles sont les caractéristiques des entrepreneurs qui réussissent ?	Dans quelle mesure ces tâches sont-elles différentes de celles mises en œuvre pour diriger avec succès ?
Quelles sont les caractéristiques des entrepreneurs qui échouent ?	Quelles sont les contributions spécifiques de l'entrepreneur à ce processus ?

Source : HERNANDEZ, E.M., MARCO, L. (2006), *Entrepreneur et décision : De l'intention à l'acte*, Editions Eska, 2006, P 37.

À partir de l'étude des processus entrepreneuriaux, nous pouvons distinguer plusieurs paradigmes. Nous précisons ensuite la perspective mobilisée pour cette recherche.

## **1. Les différents paradigmes**

Nous allons présenter dans ce paragraphe les différents paradigmes que nous identifions dans l'analyse du processus entrepreneurial. Notre volonté n'est en aucun cas de les opposer, mais plutôt de voir les différentes façons d'envisager le processus entrepreneurial.

Nous abordons dans un premier temps, le paradigme<sup>41</sup> de la création d'organisation.

<sup>41</sup> Nous reprenons l'approche de Kuhn définissant un paradigme comme un cadre de pensée dominant au sein d'une communauté scientifique et propre à une époque donnée (extrait des mots clés de : La sociologie - Histoire et idées. Editions Sciences Humaines, PP 341-362). « *Un paradigme est une construction théorique faisant l'objet d'une adhésion d'une partie suffisamment significative des chercheurs qui, au sein de la communauté ainsi constituée, partagent le même point de vue proposé par le paradigme* » (Verstraet, T., Saporta, B, *Création d'entreprise et entrepreneuriat*, Les Editions de l'ADREG.2006.

Ensuite, nous présentons le paradigme basé sur la notion d'opportunité. Enfin, nous terminons cette section par le paradigme de la création de valeur nouvelle<sup>42</sup>.

### **1.1. Paradigme de la création d'organisation**

À l'origine de ce paradigme se trouve Gartner (1988, 1990 et 1993), qui reste encore aujourd'hui un auteur très représentatif de cette façon de penser l'objet de recherche. "*What are we talking about when we talk about entrepreneurship?*"<sup>43</sup>. Il ressort de son étude que huit thèmes principaux structurent le champ de l'entrepreneuriat : l'entrepreneur, l'innovation, la création d'une organisation, la création de valeur, la diversité des secteurs (privé, public, associatif), la croissance, le caractère unique de la notion d'entrepreneuriat et le statut de l'entrepreneur (à la fois propriétaire et dirigeant de son entreprise).

Depuis maintenant plus de dix ans, à partir de cette conception initiale, de nombreux travaux de recherche ont fait l'objet de publications scientifiques. Ces travaux s'ancrent dans des perspectives disciplinaires et théoriques plurielles telles que, par exemple, la sociologie (Thornton, 1999), l'évolutionnisme (Aldrich, 1999) ou encore la structuration sociale au sens de Giddens (1987 ; cité par Bouchikhi, 1993).

Le processus entrepreneurial peut-être alors vu comme une succession d'étapes que l'entrepreneur subit au travers du cycle de création d'organisation. Les quatre étapes du processus sont : l'intention, l'initiation, le développement et les résultats.

Il est à noter que dans cette approche les chercheurs s'intéressent tout autant à la création d'organisation, sous-ensemble de la théorie des organisations, qu'à l'entrepreneuriat. Par ailleurs, comme le montre Fayolle. À (2005)<sup>44</sup>, toutes les créations d'organisation ne conduisent pas à des situations où l'intensité du changement pour l'individu et l'importance de la création de valeur se situent à des niveaux élevés. Des entreprises peuvent être créées par imitation, par reproduction ou encore dans le but de transférer une activité existante.

---

<sup>42</sup> Verstraete et Saporta (2006) utilisent également un paradigme de l'innovation (Verstraet, T., Saporta, B. (2006), Création d'entreprise et entrepreneuriat, Les Editions de l'ADREG, Janvier) ; d'après une proposition de Verstraete et Fayolle (2004) et Fayolle et Verstraete.T (2005).

<sup>43</sup> GARTNER, W.B, what are we talking about when we talk about entrepreneurship? Journal of Business Venturing, 5, 1990, PP 15-28.

<sup>44</sup> FAYOLLE, A, Introduction à l'entrepreneuriat, Dunod, Paris 2005, P128.

À la suite de ce paradigme, nous présentons maintenant l'approche du processus entrepreneurial par l'opportunité.

## 1.2. Le paradigme de l'opportunité

Pour l'économiste autrichien Kirzner. I.M (1979)<sup>45</sup>, l'opportunité vient d'un dysfonctionnement dans un marché : une opportunité est une imperfection du marché ou un déséquilibre économique qui peut être exploité par un entrepreneur en ramenant le marché à son état d'équilibre. L'opportunité est ici considérée, avant tout, comme une opportunité de profit rendue possible par l'existence d'une demande solvable et de ressources requises disponibles. Casson (1982)<sup>46</sup> assimile les opportunités à des occasions où de nouveaux biens, services, matières premières et méthodes d'organisation peuvent être présentés et vendus à un prix plus élevé que leur coût de production. Dans cette approche également, opportunité va de pair avec nouveauté. La somme des forces personnelles, culturelles, sociales, technologiques, qui s'entremêlant, conduisent à l'identification d'une opportunité (Messeghem.K et Sammut.S (2007))<sup>47</sup>.

D'autres points de vue accordent beaucoup plus de place à la subjectivité des individus. C'est ainsi qu'ils définissent l'opportunité par référence à une situation future jugée désirable et faisable.

Pour McMullen. J.S et Shepherd. D.A (2006)<sup>48</sup>, un changement dans l'environnement est également vu comme une source d'opportunité pour développer un business. Enfin, pour Hernandez. E.M et Marco. L (2006 : p17) s'appuie aussi sur cette notion de processus associée à l'identification d'une opportunité : « *L'entrepreneur comme initiateur d'un processus complexe de détection et d'exploitation d'opportunité* »<sup>49</sup>. Ils soulignent par ailleurs l'importance du temps sous-jacent à la notion de processus.

---

<sup>45</sup> KIRZNER. I.M, Perception Opportunity and Profit: Studies in the theory of Entrepreneurship, University of Chicago Press, Chicago II, 1979.

<sup>46</sup> CASSON, M, The entrepreneur: An economic theory, Totowa, NJ: Barnes & Noble Books, 1982.

<sup>47</sup> MESSEGHEM, K., SAMMUT, S, Poursuite d'opportunité au sein d'une structure d'accompagnement : entre légitimité et isolement, Gestion 2000, 3, 2007, P 66.

<sup>48</sup> Mc MULLEN, J.S., SHEPHERD, D.A, Entrepreneurial action and the role of uncertainty in the entrepreneur, Academy of Management Review, vol. 31 (3), 2006.

<sup>49</sup> HERNANDEZ. E.M., MARCO. L, Entrepreneur et décision : De l'intention à l'acte, Editions Eska, 2006, P17.

Cette notion d'opportunité fait l'objet d'un regain d'intérêt dans le domaine de l'entrepreneuriat Messegem. K (2006)<sup>50</sup>. Au-delà de ces approches, deux regards semblent coexister dans ce paradigme, celui qui voit dans l'opportunité une réalité objective, identifiable en tant que telle et celui qui postule que l'opportunité est une construction sociale qui naît des interactions et des confrontations entre un individu et un environnement. Si l'on se réfère à la première idée, les opportunités existeraient dans la nature et il suffirait donc d'avoir une capacité à les reconnaître pour se les approprier et les transformer en réalités économiques.

La seconde idée voudrait que l'opportunité se construise au cours d'un processus de création d'entreprise et non pas qu'elle soit le point de départ, élément 'objectif' qu'il faut découvrir pour initier ce processus (Fayolle. A (2004a et b))<sup>51</sup>.

Dans la théorie économique, l'entreprise est présentée souvent comme le point de rencontre des fonctions de demande et d'offre. Dans cette perspective, le marché peut générer des espaces disponibles propices à l'apparition de nouvelles structures de coordination. La création d'une entreprise se présenterait alors comme une réponse au désajustement de l'offre et de la demande. Le marché générerait donc des opportunités. Mais, à supposer qu'elles existent réellement, ces opportunités de marché ne peuvent pas être identifiées et exploitées par tous les entrepreneurs potentiels. Pour pouvoir les identifier, il faut déjà être bien positionné, et, pour les exploiter, il est nécessaire de posséder les compétences, les ressources et les relations requises. Tout cela nous semble donc bien relatif à un individu et à ses marges de manœuvre possibles.

Dans notre approche, nous positionnons donc l'opportunité, non pas comme un point de départ, mais comme quelque chose qui apparaît et se transforme au cours du processus. Ceci nous conduit à la présentation du troisième paradigme identifié dans l'approche par le processus : la création de valeur.

---

<sup>50</sup> MESSEGHM. K, (2006), L'entrepreneuriat en quête de paradigme : apport de l'école autrichienne, CIFEPM, Fribourg (Suisse), 25-26-27 octobre 2006, P 17.

<sup>51</sup> FAYOLLE. A, Entrepreneuriat, de quoi parlons-nous ?, Expansion Management Review, 114, Septembre 2004a, PP 67-74.

FAYOLLE, A. (2004b), A la recherche du cœur de l'entrepreneuriat : vers une nouvelle vision du domaine, in Revue Internationale PME, 17 (1), 2004b, PP101-121.

### 1.3. Paradigme de la création de valeur

Le paradigme de la création de valeur, dans le champ de l'entrepreneuriat, est, d'après nous, indissociable de la conception de Bruyat. C (1993). Pour cet auteur, « *l'objet scientifique étudié dans le champ de l'entrepreneuriat est la dialogique individu/création de valeur* ». <sup>52</sup>

Le principe dialogique proposé par Bruyat. C (1993) signifie que deux ou plusieurs logiques sont liées en une unité, de façon complexe (complémentaire, concurrente et antagoniste) sans que la dualité se perde dans l'unité. 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 place 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 :*

***« CREATION DE VALEUR → INDIVIDU »*** <sup>53</sup>

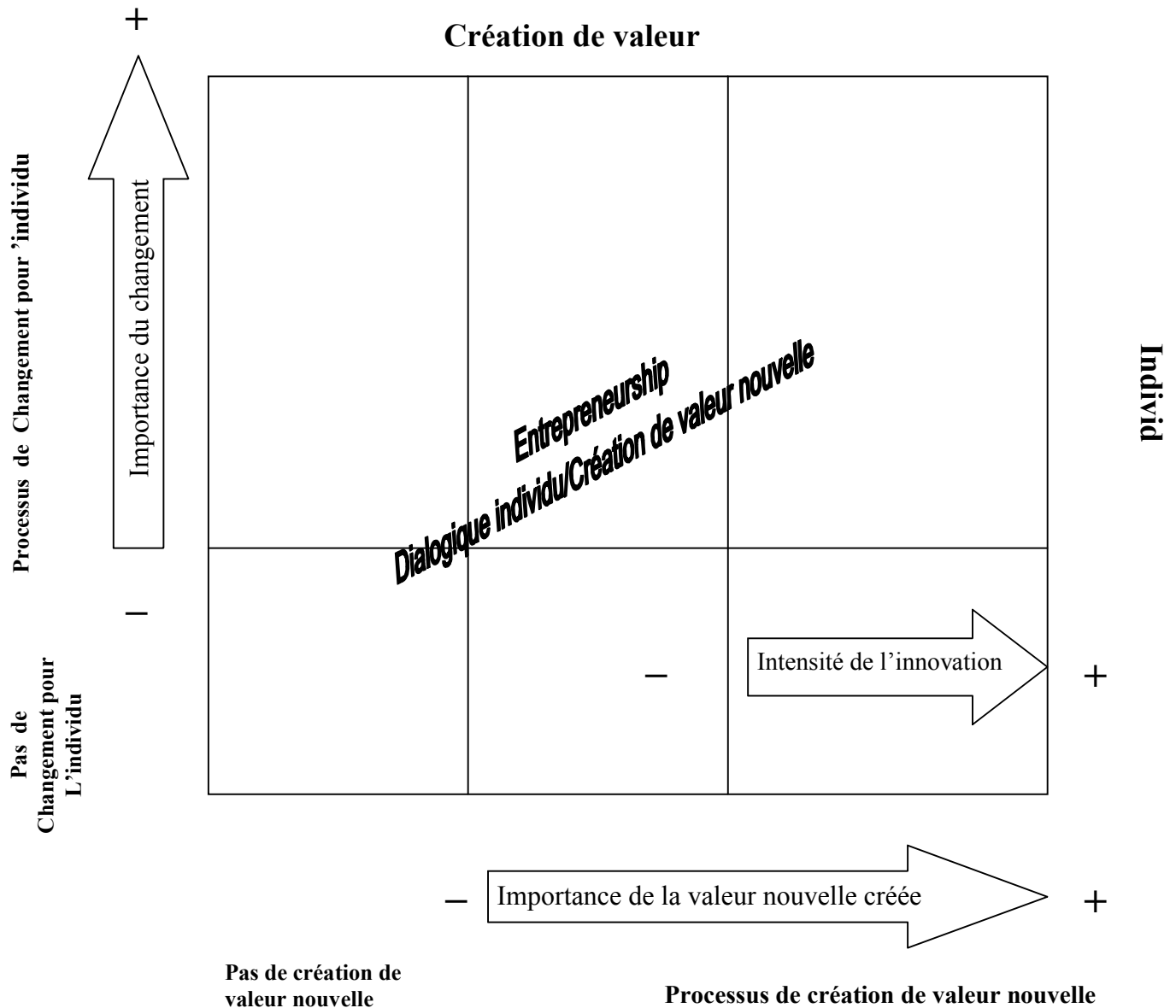
Le système entrepreneurial (*CREATION DE VALEUR ↔ INDIVIDU*) est en interaction avec son environnement et se trouve 'embarqué' dans un processus au sein duquel le temps constitue une dimension incontournable.

La figure suivante résume le domaine de l'entrepreneuriat selon ces auteurs.

<sup>52</sup> BRUYAT.C., (1993), Création d'entreprise : Contributions épistémologiques et modélisation, Thèse pour le doctorat ès Sciences de Gestion, Université Pierre Mendès France de Grenoble, P 57.

<sup>53</sup> Ibid., P 58.

Schéma n° 1: Le domaine de l'entrepreneurship au sens large



Source : BRUYAT.C, Création d'entreprise : Contributions épistémologiques et modélisation, Thèse pour le doctorat ès Sciences de Gestion, Université Pierre Mendès France de Grenoble, 1993, P 63.

Dans cette approche, la difficulté principale est située dans la définition même de la notion de valeur. Ce concept appartient aux bases classiques des sciences économiques et est,

bien évidemment, très utilisé en sciences de gestion. Alors, qu'est-ce que la valeur ? D'où vient-elle ? De quelles façons sera-t-elle ensuite distribuée ? Ces questions n'ont pas de réponses uniques, les acceptions étant multiples et continuant de nourrir de nombreux échanges dans différents champs scientifiques. Sans vouloir entrer dans ce débat, nous allons cependant tenter de préciser le point de vue de Bruyat (Bruyat.C et Julien. P.A, 2001)<sup>54</sup>. Un retour aux sources, les économistes néo-classiques, montre que pour ces derniers la valeur est exprimée uniquement à travers l'échange et donc, par l'intermédiaire des prix déterminés dans les marchés. Le champ de l'entrepreneuriat serait, dans ces conditions, particulièrement concerné par le secteur marchand qui peut recouvrir plusieurs domaines : le secteur privé et, par extension, les organisations à but non lucratif ainsi que les coopératives actives dans ce secteur. On pourrait également y inclure les activités du secteur public comprenant des transactions marchandes, telles que la vente de produits et de services dans des marchés.

Hernandez. E.M (2001 : p15) définit le concept 'd"entreprenance' comme :

*« 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 »<sup>55</sup>.*

La création de valeur, à travers les mécanismes de l'entrepreneuriat, est une création de valeur 'nouvelle', c'est-à-dire qu'il y a ou qu'il y aura un changement, plus ou moins intense, dans l'environnement directement concerné par ces processus de création de valeur. De très nombreuses situations et pratiques de management mettant en jeu de la création de valeur ne s'inscrivent pas dans une dynamique de changement.

Nous ancrons, dans la partie suivante, notre objet de recherche au sein de la perspective mobilisée.

---

<sup>54</sup> BRUYAT. C, JULIEN, P.A, Defining the field of research in entrepreneurship, Journal of Business Venturing 16, 2001, PP 165-180.

<sup>55</sup> HERNANDEZ, E. M, L'entrepreneuriat. Approche théorique, Editions L' Harmattan, Paris 2001, P 15.

## 2. La perspective mobilisée

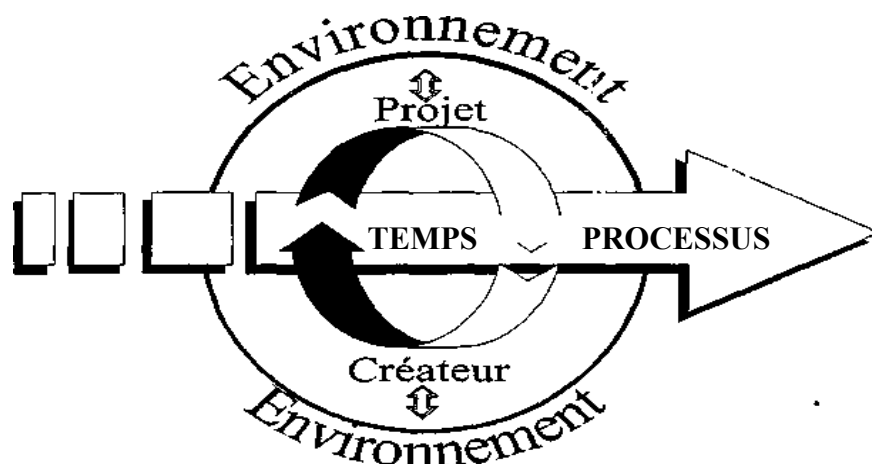
Nous avons choisi d'aborder la création d'entreprise comme un processus. Au cœur de ce processus, le ou les fondateurs (considérés comme des acteurs individuels), donnent naissance à une organisation en mobilisant des ressources et en s'appuyant sur leurs environnements. En d'autres termes, notre recherche se focalise sur le processus entrepreneurial et non pas uniquement sur l'individu créateur potentiel.

Pour bien comprendre les phases du processus de création d'entreprise, il nous faut, au préalable, revenir sur le cadre général dans lequel ce processus s'inscrit. Nous poursuivons en précisant les différentes phases du processus.

### 2.1. Le cadre général proposé

Nous reprenons le cadre général permettant d'étudier le phénomène entrepreneurial utilisé par de nombreux chercheurs. Quatre dimensions principales sont prises en compte : l'individu, son projet ou l'entreprise créée, l'environnement dans lequel se déroule le processus. Le schéma présenté dans la figure ci-dessous synthétise cette approche sans qu'il soit nécessaire ici de revenir sur les détails.

Schéma n° 2: The entrepreneurial process located within its environment and time



Source : BRUYAT. C, JULIEN, P.A, Defining the field of research in entrepreneurship, Journal of Business Venturing, 16, 2001, P170.



Au cours du temps, un individu est susceptible de parcourir un processus lui permettant, en cas de succès, de créer ou reprendre une entreprise qui, peu à peu, est susceptible de prendre son autonomie. Cette création se fait dans un environnement contraignant le processus, mais qui fournit aussi des ressources et des opportunités. Il est fait l'hypothèse que bien qu'ayant une rationalité limitée et étant contraint par son environnement, l'individu possède une certaine liberté de choix, qu'il n'est pas une simple machine répondant d'une manière automatique et standardisée aux stimuli de son environnement. Il conduit un processus lui permettant de réaliser son projet dans des environnements particuliers qui le contraignent, mais qu'il peut aussi choisir et tenter d'influencer. Il est un acteur stratégique. Mais, le projet se développant et se réalisant contraint peu à peu l'individu. Il y a ce que l'on peut appeler une dialogique Individu  $\Leftrightarrow$  Projet ou Création de Valeur Nouvelle que l'on notera I  $\Leftrightarrow$  CVN constituant un système complexe. Il s'agit bien d'un processus d'émergence. Le phénomène étant complexe et dynamique, il est également variable.

Bruyat. C (1993) introduit la notion de changement : *«Si la dialogique individu/création de valeur forme, à notre avis, le point d'ancrage de l'entrepreneurship, c'est la notion de changement qui en complète le sens et en fait la diversité. L'entrepreneurship fait référence à un changement ou à quelque chose en train de se faire, à un temps créateur »*.<sup>56</sup>

Cette représentation rejoint, d'une certaine façon, celle de Gartner.W.B (1985)<sup>57</sup> dans laquelle les dimensions importantes sont : l'(es) individu(s), l'environnement, l'organisation et le processus. Le système s'inscrit dans une dynamique durant laquelle il est susceptible de se transformer. Plusieurs travaux ont montré que les stratégies ou même les projets peuvent changer de manière significative même dans les premiers temps du processus. De plus, ce système est un système ouvert. Il interagit avec son environnement. Il le subit. Il en tire des ressources et des opportunités. Dans une certaine mesure, il peut le choisir et l'aménager. Il peut aussi être stimulé par lui, par les réseaux ou les milieux avec lesquels il interagit.

---

<sup>56</sup> BRUYAT.C, Création d'entreprise : Contributions épistémologiques et modélisation, Thèse pour le doctorat ès Sciences de Gestion, Université Pierre Mendès France de Grenoble, 1993, P 62.

<sup>57</sup> GARTNER. W.B, A conceptual framework for their business plan describing the phenomenon of new Venture creation, Academy of Management Review, 10, 1985, PP 696-706.

Ce cadre général étant exposé, nous détaillons dans la section suivante les différentes phases du processus entrepreneurial identifiées par Bruyat. C (1993)<sup>58</sup>.

## 2.2. Les phases du processus

Bruyat (1993) distingue trois états critiques successifs que peut prendre le système au cours du processus.

- **Le processus est déclenché** : à ce stade, l'individu envisage sérieusement de créer, il consacre du temps et des moyens à ses recherches, il agit. Pour qu'il y ait déclenchement, il faut que la carrière d'entrepreneur corresponde à ses aspirations (désirable) et qu'il pense pouvoir réaliser son projet (faisable) : il estime en avoir les capacités, l'environnement lui paraît offrir des opportunités et pouvoir fournir les éléments nécessaires à cette entreprise. La recherche d'une opportunité peut être la conséquence du déclenchement, mais, à l'inverse, la découverte d'une opportunité peut être une des causes de déclenchement du processus. Étudier une opportunité de création et rechercher les moyens nécessaires ne conduisent pas nécessairement à l'engagement total du créateur. L'individu peut renoncer à son projet, mais ce renoncement n'est pas nécessairement définitif.
- **Le processus est engagé** : l'individu consacre l'essentiel de son temps, de son énergie, de ses moyens financiers, intellectuels, relationnels et affectifs à son projet ou à son entreprise. Il n'envisage plus de retourner en arrière, d'ailleurs ses investissements rendraient l'abandon difficile, ce serait un échec pour l'individu. L'engagement peut être partiel ou total. Dans ce dernier cas, il correspond à l'atteinte d'un stade, dans le processus, rendant très difficile tout retour en arrière. L'individu, arrivé à ce point, ira jusqu'au bout, les coûts de désengagement lui semblant trop élevés.
- **Le processus est achevé** : la réussite plus ou moins marquée du projet ou son échec marque la fin du processus. Il n'y a plus de création de valeur nouvelle ou bien il y a rupture de la dialogique  $I \Leftrightarrow CVN$ . En la matière rien n'est définitivement acquis,

---

<sup>58</sup> BRUYAT.C, Création d'entreprise : Contributions épistémologiques et modélisation, Thèse pour le doctorat ès Sciences de Gestion, Université Pierre Mendès France de Grenoble, 1993, P 431.

mais on pourra estimer qu'en cas de réussite, le processus entrepreneurial est achevé lorsque le projet ou l'entreprise assure ses équilibres financiers fondamentaux. Nous n'irons pas plus loin sur ce thème qui nécessiterait de longs développements et qui prête à discussion.

Afin de déterminer les différents facteurs entraînant des changements de phases, il faut tout d'abord noter que l'engagement ne se réalise que si l'action potentielle de créer est perçue comme préférable au maintien de la situation actuelle ou que tout autre projet de changement de situation (recherche d'un nouvel emploi ...). Par ailleurs, un projet de création d'entreprise ne se réalise que si l'acteur est capable de surmonter ses résistances aux changements. Paradoxalement, le besoin ou le désir de changement est souvent moteur dans la concrétisation effective d'un acte. Il est donc primordial d'analyser la situation initiale de l'individu afin de déterminer si cette situation est satisfaisante ou non. Plusieurs facteurs sont couramment identifiés comme source de résistance aux changements : les habitudes (très importantes lorsque l'individu a consacré l'essentiel de sa vie à une carrière de salarié sans jamais envisager de créer), l'influence des normes sociales, la peur de l'inconnu, les coûts du changement (baisse du niveau de vie, du salaire, du temps disponible pour la famille ...), l'incertitude de la situation future (salaire, environnement...), l'irréversibilité perçue (en cas d'échec, le retour à un emploi de salarié apparaît difficile ; le choix de la création peut aussi sembler désastreux au niveau de la carrière).

Le processus se déroule sur un laps de temps plus ou moins long. Il peut s'agir de quelques semaines, de plusieurs mois ou parfois de plusieurs années avec des parcours plus ou moins compliqués qui ne sont pas forcément linéaires. La création d'une entreprise nouvelle ne saurait être résumée à une décision unique. Elle relèverait plutôt d'un processus au cours duquel un ensemble de décisions et d'actions se succèdent, s'entremêlent, se renforcent mutuellement ou au contraire s'amointrissent, participant ainsi à l'émergence d'une nouvelle entreprise ou contribuant à l'abandon de l'idée ou du projet.

Dans le cadre de cette recherche et comme nous le précisons dans le chapitre suivant (chapitre 4) nous nous intéressons plus spécifiquement à la phase de déclenchement.

## **CONCLUSION :**

L'entrepreneuriat est un domaine de recherche qui se structure progressivement. Plusieurs approches peuvent être identifiées. L'entrepreneuriat constitue un phénomène aux multiples facettes. La complexité du phénomène entrepreneurial nécessite une approche pluriparadigmique.

L'entrepreneuriat est un phénomène qui n'est pas fixe dans le temps, il peut plus au moins s'accroître, car il dépend de l'environnement. En effet au-delà des pensées appuyant que l'aptitude d'un individu à entreprendre soit innée, plusieurs recherches ont relevé l'importance du facteur environnement, dans la vie de l'entrepreneur.

La recherche de facteurs pouvant expliquer pourquoi certains individus réussissent à devenir des entrepreneurs tandis que d'autres n'y arrivent pas, a fait naître la perception de l'entrepreneuriat comme étant de nature évolutive et non pas stable dans le temps. Cette perspective a permis d'envisager une représentation de l'entrepreneuriat comme étant un processus d'apprentissage dynamique où les individus acquièrent continuellement des compétences et des connaissances nécessaires pour réussir dans le processus entrepreneurial.

L'approche de l'entrepreneuriat par le processus nous semble intégrer les différentes dimensions nécessaires à la production de connaissance. Au sein de cette approche et sans que l'objet de cette recherche nous conduise à prendre position entre les différents paradigmes identifiés, nous retenons la modélisation de Bruyat. C du processus entrepreneurial. Nous centrons notre recherche sur une phase précise du processus : La décision de création (le déclenchement du processus de création).

---

**CHAPITRE 2 – LA CRÉATION D’ENTREPRISES :**  
**PARTICULARITÉS DE DÉMARRAGE ET**  
**L’ÉTUDE DU MARCHÉ**

---

---

## **CHAPITRE 2 – LA CRÉATION D'ENTREPRISES : PARTICULARITÉS DE DÉMARRAGE ET L'ÉTUDE DU MARCHÉ**

---

### **INTRODUCTION**

Au niveau international, la création d'entreprise est devenue, au cours de ces dernières années, l'objet d'un véritable marché, que ce soit en termes de formation, de conseil, d'apport de fonds, d'assurance ou encore d'infrastructures. Les partenaires potentiellement intéressés par le développement de projets de création d'entreprises sont apparus de plus en plus nombreux. Les nouveaux records atteints durant cette dernière décennie, en termes de nombre de créations enregistrées, ont d'ailleurs largement contribué à soutenir une offre et une demande de services de plus en plus spécialisés. Cependant, si ce marché a pu être qualifié, sous certains angles, de " marché porteur", il s'agit également d'un marché d'accès très difficile. Paradoxalement, le nombre important de défaillances au cours des premières années d'existence d'entreprises nouvelles oblige une plus grande rigueur dans le choix des projets retenus.

De ce fait, la qualité d'une formation destinée à des porteurs de projets sera-t-elle souvent appréciée en fonction du nombre de créations auxquelles elle aura contribué, et surtout, en fonction du taux de suivi de ces mêmes entreprises quelques années plus tard ? Pour les sociétés de conseil ou d'assurances, leur intérêt se justifie, en premier lieu, à moyen et long terme, dans une option de renouvellement et/ou de développement de leurs portefeuilles clients.

Pour les structures d'appuis, comme les pépinières d'entreprises qui nécessitent des investissements lourds soutenus par des capitaux publics et/ou privés, leur pérennisation est en général liée au taux de suivi des entreprises qu'elles accueillent. Enfin, concernant les partenaires financiers de la création d'entreprise, une distinction peut être faite entre les prêteurs et les apporteurs de fonds propres. Pour les premiers, essentiellement constitués par

les établissements bancaires, la marge dégagée sur les taux d'intérêt pratiqués rend très vite illusoire l'idée de rentabiliser, à court terme, une politique en faveur de la création d'entreprise, malgré l'ensemble de garanties possible de prendre auprès des emprunteurs.

Dans ces conditions, même si, poussés par le besoin de renouveler et/ou de développer leur portefeuille clientèle, les prêteurs occupent une place de premier rang sur le marché de la création d'entreprise. Il n'en reste pas moins que leurs contraintes de gestion interne les conduisent à une grande sélectivité. Pour les seconds, parmi lesquels les sociétés de capital-risque occupent la place la plus importante, leur présence est fondée sur l'espoir de pouvoir dégager une plus-value substantielle au terme de trois(3) à sept(7) ans, par la valorisation de leur participation au terme du capital.

Deux points importants apparaissent directement liés à cette situation. D'une part, toute défaillance d'entreprise à laquelle ils ont apporté leur soutien se traduit par la perte des fonds investis. D'autre part, les entreprises qui ne répondent pas aux attentes en termes de développement et de rentabilité envisagés lors de la prise de participation, rendent très difficile la sortie des organismes de capital-risque, les empêchant par la même, de retrouver leurs liquidités.

Quoi qu'il en soit, il est nécessaire de comprendre que pour chacun de ces différents intervenants dans le domaine de la création d'entreprises, la phase d'évaluation des projets, qui précède leur décision d'engagement ou leur refus, revêt une importance toute particulière.

L'objet de ce chapitre est de présenter le cadre théorique de la création d'entreprises.... Dans un premier temps, nous présenterons les différents "aléas" et contraintes inhérents au démarrage des entreprises nouvelles, avant de nous attacher plus spécifiquement au "processus de démarrage". La seconde section sera consacrée à l'étude du marché et son impact sur la création d'entreprises.

## **I. PARTICULARITÉS DU DÉMARRAGE D'ACTIVITÉS NOUVELLES: ALÉAS, CONTRAINTES ET PROCESSUS**

Pour bien saisir la problématique de l'évaluation de projets, il nous paraît nécessaire d'aller au-delà de la phase d'évaluation en tant que telle et d'aborder les caractéristiques du démarrage d'activités nouvelles. On peut dire globalement que la principale caractéristique du

démarrage d'une activité nouvelle réside dans les écarts que l'on enregistre entre les prévisions et les réalisations et dans les difficultés financières qui en résultent pour l'entreprise.

La question à laquelle il convient alors de chercher une réponse est la suivante : comment anticiper ces écarts possibles, voire probables, et, par conséquent, équiper l'entreprise de l'ensemble des moyens notamment financiers nécessaires pour faire face aux difficultés du démarrage ?

Ce type de constat, que l'on retrouve souvent dans le discours des professionnels du capital-risque ou des banquiers intervenant en création, conduit souvent, en première analyse, à mettre en avant la spécificité de chaque cas de création d'entreprise.

S'il est vrai que chaque cas est un cas particulier et qu'a posteriori, on peut considérer qu'une telle difficulté rencontrée a été la conséquence d'un (ou d'une série de) fait(s) ou événement(s), ce qui nous a conduits à penser que, par delà les aléas propres à chaque projet, il y a au fond un processus général de démarrage qu'il convient de mettre en évidence. En effet, nous pouvons repérer certains types d'écarts fréquents, voire systématiques entre les prévisions faites par l'entrepreneur (généralement optimistes, ou en mieux, raisonnables, mais très rarement réalistes) et les réalisations. Ceci nous conduit logiquement à aborder les différents "aléas" et contraintes inhérents au démarrage des entreprises nouvelles, avant de nous attacher plus spécifiquement au "processus de démarrage".

### **1. Les aléas et les contraintes de démarrage**

Une rupture importante s'opère chez le créateur entre l'état de porteur de projet et celui de dirigeant d'une entreprise en cours de démarrage.

Dans le premier cas, il s'agit pour lui d'élaborer autour d'une idée, d'un concept ou d'un produit, un projet séduisant présenté, au travers d'un plan d'affaires, sous la forme d'une mécanique au rouage bien réglé, et dont l'intérêt trouve toute sa dimension dans la réalisation de comptes de résultats et de plans de financements prévisionnels. Cette phase a aujourd'hui pris une place grandissante avec le développement de structures d'accueil de porteurs de projets, de formations spécifiques ou encore de conseils spécialisés. Au cours de celle-ci, les projections financières, qui, avec l'aide de logiciels spécialisés, deviennent de plus en plus



développées, donnent corps à ce qui n'est encore que le fruit d'hypothèses restant souvent à valider, et permettant ainsi de donner toute sa cohérence au projet du candidat et à la création. Il est pourtant clair aujourd'hui que si le plan d'affaires est un instrument nécessaire, il n'est pas pour autant suffisant pour assurer la réussite d'un projet.

Une fois l'étape du plan d'affaires réalisée et une fois les fonds nécessaires au lancement du projet réunis, le véritable défi de la création d'entreprise tient alors en ce que le porteur de projet doit passer quasi instantanément d'une situation caractérisée par une somme de projections économiques et financières à la gestion d'une entreprise au quotidien. Comme l'ont écrit Massacrier.G et Rigaud.G (1994) : « *Dans cette nouvelle situation, ce sont les faits qui s'imposent et même s'interposent : chaque initiative devient investissement, chaque minute grève les prix de revient, le moindre incident est un problème à régler d'urgence.* ».<sup>59</sup> Les principales caractéristiques de ce moment particulier (la phase de démarrage) de la vie d'une entreprise sont (nous nous attacherons plus précisément aux écarts enregistrés entre prévisions et réalisations que nous regrouperons autour de deux grands points) :

- L'évolution des principaux postes de produits et de charges ;
- Les besoins de financement et les ressources financières.

### **1.1. Développement du chiffre d'affaires et évolution des coûts**

Malgré le soin apporté à la préparation du plan d'affaires, le démarrage de l'entreprise est très souvent différent des prévisions. Au niveau du compte de résultat, de nombreux écarts apparaissent régulièrement entre les projections initiales et les réalisations. L'impact de ces écarts sur le développement de la nouvelle entreprise est lié à la fois à leur nombre et à leur importance. Deux éléments, dont les effets se cumulent au niveau du résultat de l'entreprise, sont généralement à prendre en considération. D'une part, il est classique de constater un trop grand optimisme quant à l'activité prévue et à la pénétration sur le marché, d'autre part, on observe, en parallèle, une sous-évaluation des coûts.

---

<sup>59</sup> MASSACRIER .G et RIGAUD .G, "Le démarrage d'activités nouvelles : aléas et processus", Revue Française de gestion 1994 (n°57), P5.

### 1.1.1. La surestimation du chiffre d'affaires du premier exercice

Il s'agit là d'un point particulièrement important relevé par de nombreux spécialistes de la création d'entreprise. Parmi les causes les plus fréquemment évoquées, se retrouve la difficulté, pour de nombreux créateurs, à appréhender correctement le processus décisionnel d'achat. Les études de marché fournissent des indications pertinentes sur l'intérêt suscité par l'offre de produits ou de services à partir desquels le créateur souhaite développer son activité.

Il est, par contre, souvent beaucoup plus difficile d'apprécier dans quelles conditions, et surtout, dans quels délais ces premières indications se transformeront en un véritable marché accessible à l'entreprise créée. Les délais de latence entre la création de l'entreprise et la constitution d'une clientèle sont souvent plus longs qu'il n'était envisagé : la plupart du temps, ni les produits ni l'entreprise ne sont connus. Il faut, dans ces conditions, ajouter au délai d'achat classique, le temps nécessaire pour construire la communication, localiser le client, l'atteindre en termes de communication et attendre qu'il intègre la nouvelle offre dans ses choix.

Comme le confirment Massacrier. G et Rigaud. G (1994) dans leur analyse, les désajustements observés résultent généralement d'une mauvaise appréciation du rythme auquel une activité nouvelle peut effectivement prendre son essor. Ils notent ainsi : « *Sauf exception, l'entreprise n'atteint jamais le rythme mensuel d'activité qui avait été envisagé ; la réalité se signe à 60 ou 70% de celui-ci, tant au terme du premier exercice que du second. De telle sorte que le passage du "point mort théorique" prévu dès le sixième mois, ne s'effectue en moyenne qu'après une année de fonctionnement. Au total, dans ce cas de figure, une entreprise naissante enregistre en moyenne sur les dix-huit premiers mois, un chiffre d'affaires cumulé inférieur à près de moitié à celui qui avait été pris en considération lors de l'élaboration du dossier* ». <sup>60</sup> Les conséquences de tels désajustements sur l'équilibre financier de l'entreprise sont faciles à envisager.

Il s'agit là d'un point de vue souvent admis par de nombreux spécialistes, qui voient dans la signature d'intentions de commandes un élément très rassurant quant à l'intérêt que peut susciter une création d'entreprise.

---

<sup>60</sup> MASSACRIER .G et RIGAUD .G, 'Le démarrage d'activités nouvelles : aléas et processus', Op Cit, PP. 6-7.

### **1.1.2. La difficile maîtrise des coûts d'exploitation en phase de démarrage**

Si nous nous intéressons maintenant à l'évolution des coûts d'exploitation. L'analyse se heurte ici à des difficultés supplémentaires occasionnées par la multiplicité et l'interaction des paramètres en jeu, ainsi que par leur degré de variabilité en fonction du niveau d'activité.

Les causes évoquées sont d'ordres divers : problème de recrutement, marqué par un "turn/over" souvent plus élevé en phase de démarrage ; problème de formation et ou d'adaptation du personnel productif aux machines, aux produits, aux méthodes de travail.

Parmi les problèmes les plus importants rencontrés pendant la première année suivant la création de l'entreprise, nous trouvons notamment des difficultés liées à la mise au point des produits, à la productivité et à la qualification du personnel, au sous équipement par rapport à l'activité de l'entreprise. Pour cela l'entreprise nouvelle doit faire preuve d'une très grande capacité d'adaptation au cours de ses premiers exercices. Les différentes remarques auxquelles nous ont conduits les résultats précédents nous amènent à nous arrêter sur ce que l'on peut appeler le "mythe du produit propre".

Dans de nombreux ouvrages à destination de créateurs potentiels, trois possibilités de créations sont généralement envisagées :

- L'innovation technologique pure, avec la conception d'un produit ou d'un service entièrement nouveau ;
- L'application de nouvelles technologies connues ;
- L'application ou la vente d'un produit ou service déjà connu.

Parmi ces trois possibilités, la création d'entreprise à partir d'un produit propre, de préférence innovant, est souvent présentée comme la voie la plus noble, en symbolisant l'autonomie, le prestige et la rentabilité. Sur ce dernier point, il est vrai que de nombreux plans d'affaires font ressortir des marges théoriques très attrayantes. Mais il suffit souvent qu'en ce qui concerne les coûts de mise sur le marché et indépendamment d'autres facteurs, des dérapages tels que ceux évoqués ci-dessus, se manifestent, pour que la viabilité du projet soit fondamentalement remise en cause, ou tout du moins pour de nombreux mois. Or, c'est ce que l'on constate dans de nombreux cas de création à partir de "produit propres", alors qu'a

contrario, ce problème se pose en termes beaucoup moins importants pour des activités de sous-traitance ou de fabrication de produits banalisés considérés comme moins nobles.

## **1.2. Besoin de financements et ressources financières**

Parmi les nombreux obstacles que doit franchir le créateur d'entreprise, celui du financement n'est pas le moindre, et peut devenir déterminant pour le succès ou l'échec de l'opération. La décision même de lancer un projet de création d'entreprise dépend bien évidemment des possibilités qui s'offriront aux créateurs pour en assurer l'équilibre financier. Il ne suffit pas de définir une structure de bilan équilibrée, pour assurer la pérennité de l'entreprise naissante. Un démarrage et une croissance répondant aux espoirs des créateurs ne sont pas nécessairement garants du maintien de l'équilibre financier de départ de l'étude de l'ensemble des mécanismes agissant sur la dynamique financière de l'entreprise en démarrage montre une tendance automatique au déséquilibre entre les grandes masses du bilan.

Dans leur étude, Massacrier. G et Rigaud. G (1994) font un certains nombre de constats autour de ce qu'ils appellent, d'une part "la dérive des besoins de financement" et d'autre part "les désajustements des ressources financières"<sup>61</sup>. Cette articulation nous semble tout à fait caractéristique des problèmes financiers rencontrés par les entreprises dans leurs phases de démarrage, c'est pourquoi nous la retiendrons comme fil conducteur des développements qui vont suivre.

### **1.2.1. La dérive des besoins de financement**

La dérive des besoins de financement, a trois origines : les pertes de démarrage, les investissements et les besoins en fonds de roulement.

La conjonction de l'ensemble des écarts qui ont été présentés dans l'approche du développement du chiffre d'affaires et de l'évolution des coûts, est apparue, dans la majorité des cas, comme la source de pertes de démarrage parfois très substantielles et en tous cas, sensiblement supérieures à ce que le plan d'affaires faisait ressortir quand celui-ci ne prévoyait pas de bénéfices dès le premier exercice.

---

<sup>61</sup> MASSACRIER Gérard et RIGAUD Guy, "Le démarrage d'activités nouvelles : aléas et processus", in Revue Française de gestion 1994 (n°57), PP. 8-11.

Dans ces conditions, le risque est grand, faute d'avoir anticipé ces dérapages et prévu une couverture par financement approprié lors du montage du projet, d'arriver au terme de douze à dix-huit mois, à "l'étranglement financier" de l'entreprise nouvelle, qui se traduit souvent par un dépôt de bilan. Nous trouvons là, toute la base du débat sur la nécessité de doter à l'origine les entreprises nouvelles de fonds propres suffisants pour ne pas obérer trop hâtivement leur capacité d'endettement. Il est en effet important qu'elles puissent véritablement utiliser cette dernière pour couvrir leurs besoins de financement d'exploitation qui peuvent atteindre, au cours des premières années d'activité, des pointes assez élevées par rapport au chiffre d'affaires réalisé.

Les origines de ces dépassements sont variées :

- Dépassements de coûts liés à un glissement de prix entre le moment du chiffrage et celui de la commande effective ;
- Non chiffrage d'investissements périphériques à l'acquisition de matériels lourds ;
- Sous-estimation des besoins d'investissements non directement liés à la production,...etc.

Concernant les besoins en fonds de roulement, l'examen des plans de financement prévisionnels révèle notamment qu'ils ne sont pas toujours construits comme il devrait l'être, en fonction du niveau d'activité le plus élevé atteint à la fin de l'exercice.

En dehors de cette source importante d'écart entre les besoins prévus et ceux qui devront être financés après le démarrage, une autre dérive des besoins liés à la constitution de stocks plus important que prévus, du fait des conditions imposées par les fournisseurs ou de difficultés à mettre en place une gestion rationnelle des encours et des produits finis. D'autre part, le crédit client a tendance à s'allonger du fait de généralisation des conditions privilégiées, d'une organisation de la facturation et des relances encore défailtantes.

Les dérives enregistrées, aussi bien au niveau de l'exploitation (perte de démarrage), de l'investissement (dépassement d'enveloppe), que dans l'appréciation du besoin en fonds de roulement, engendrent une augmentation importante des besoins financiers par rapport au plan de financement initial.

### **1.2.2. Les désajustements des ressources financières**

Si les besoins de financement ont tendance à devenir plus importants que prévu, à l'inverse, les ressources sont beaucoup moins élastiques. Les constats essentiels portent sur les points suivants : les primes et subventions, les crédits bancaires, les capitaux propres et la situation de trésorerie.

Les initiatives en faveur de la création d'entreprises se sont développées autour de trois axes, dont notamment l'appui financier, avec le développement de diverses primes et subventions. Dans de nombreux cas, leur obtention est soumise à un certain formalisme auquel s'ajoutent des contraintes d'ordre administratif. De fait, alors que leur octroi apparaît très rapidement assuré, il n'est pas rare d'être obligé d'attendre 6 à 9 mois pour voir leur versement effectif. Or, dans de nombreux cas, elles sont prises en considération pour alimenter la trésorerie de démarrage. Ceci a d'ailleurs conduit nombre de partenaires bancaires à développer une attitude des plus prudentes quant à l'interprétation qu'il pouvaient faire des primes ou subventions intégrées par un porteur de projet dans son plan de financement.

Le système des aides publiques n'a pas d'influence significative dans la décision de financement des banques. Les aides apportent une crédibilité supplémentaire au projet, mais ne sont pas déterminantes. Le banquier refuse également de les considérer comme des "apports personnels" comme trop de créateurs ont tendance à le faire.

Les problèmes de trésorerie à court terme qui peuvent apparaître du fait du décalage dans le déblocage de primes ou subventions, se trouvent renforcés par la surestimation que font les créateurs de leurs possibilités de mobilisation de créances ou d'obtention des découverts, souvent la banque est amenée à prendre des risques sensiblement supérieurs à la moyenne avec une entreprise qu'elle ne connaît pas, mais dont elle devine la fragilité et qui présente à l'escompte, du papier client souvent nouveau et incertain pour elle.

Il est classique de dire que les banquiers sollicités par les créateurs d'entreprises se fondent sur trois séries de critères pour refuser ou accepter de leur donner satisfaction : des critères financiers, des critères économiques relatifs à la viabilité des projets et surtout des critères humains afférents aux individus eux-mêmes. Ces critères humains ont une importance déterminante dans la décision des banquiers, et ce, notamment, dans le cadre d'octroi de

concours bancaires à court terme non assortis de garanties. Dans ces conditions, la question centrale sur laquelle butent de nombreux créateurs est : comment se faire apprécier du banquier ?

Sur ce point. Papin apporte quelques éléments de réponse dans ses "dix commandements du créateur"<sup>62</sup>. Au travers de ceux-ci, il nous paraît important de noter, pour éviter toute confusion, que si le caractère humain est essentiel, il ne faut pas pour autant trop compter sur les liens de sympathie pour établir des relations durables avec un financier.

Même si, pour un projet donné, tous les désajustements évoqués ne se cumulent pas avec leur intensité maximale, ils laissent souvent apparaître une insuffisance importante de fonds propres. La capacité du créateur à réinjecter des capitaux via des apports en compte courant, ou l'entrée de partenaires, est alors souvent décisive. Cependant, les différents constats que nous pouvons tirer de la pratique d'accompagnement de porteurs de projets, nous laissent penser que le capital qui n'a pas été réuni lors du lancement du projet et qui fait défaut, ne sera souvent pas mieux réuni quelques mois après, l'ampleur des pertes de démarrage ayant souvent un caractère dissuasif pour les partenaires approchés.

Face aux problèmes de trésorerie rencontrés par les nouvelles entreprises au cours de leurs premières années d'activité, une question clé se pose très souvent aux partenaires en bas de bilan : faut-il ou non continuer à soutenir l'entreprise en lui accordant des facilités supplémentaires ? Tout dépend, bien sûr, de l'analyse qui peut être faite de la situation et des perspectives qu'entrevoient alors le banquier ou le partenaire concerné. Certaines entreprises nouvelles peuvent alors se trouver dans une situation paradoxale où elles sont conduites à déposer leur bilan alors que l'activité a enfin démarré, qu'elles approchent, si elles ne l'ont pas dépassé, leur seuil de rentabilité, bref, qu'elles commencent à exister comme entités économiquement viables.

Après ce panorama des différents aléas rencontrés le plus souvent dans la phase de démarrage d'une entreprise nouvelle, il paraît nécessaire de nuancer l'importance des dérapages évoqués selon la nature de l'activité (banale ou innovante), les conditions et la situation de départ du projet (importance de la phase de préparation), les compétences initiales du créateur ou encore la pertinence de la stratégie choisie.

---

<sup>62</sup> PAPIN Robert, Stratégie pour la création d'entreprise, Dunod, Paris 1993. pp.249-261.

Il ne s'agit cependant que de nuances à apporter aux conditions de mise en œuvre d'un processus qui, au terme de la phase de démarrage, conduit de nombreuses entreprises nouvelles à se trouver dans une situation financière difficile, voire impossible.

## **2. Cadre et processus de création d'entreprises**

Les différents aléas et contraintes du démarrage d'une activité nouvelle conduisent, dans de nombreux cas, à l'enregistrement de pertes au cours du ou des premiers exercices comptables de l'entreprise créée. La question qui se pose alors très souvent est la suivante : cette situation n'est-elle pas due à l'incompétence ou à l'inconscience des créateurs ?

Si cette question mérite d'être posée dans un certain nombre de cas, elle risque cependant, à partir de raccourcis souvent rapides, d'éluder les véritables problèmes soulevés par le montage d'un projet de création d'entreprise et surtout de résumer en quelques images simplistes la complexité du processus de démarrage d'une entreprise nouvelle.

Beaucoup de recherches abordent la question du processus de création d'une entreprise, mais peu nombreuses sont celles qui traitent plus spécifiquement du processus de démarrage d'une entreprise nouvelle. Nous essaierons cependant de mettre en évidence ce qui, au-delà des événements imprévus qui s'interfèrent dans la phase de mise en œuvre d'un projet, détermine une certaine logique du processus de démarrage. Nous cherchons, par la même, à donner une explication à ce qui peut apparaître comme des normes par rapport à des phénomènes à la fois aléatoires (chaque cas étant contingent et singulier) et hors des normes économiques applicables à des entreprises dans le présent et l'avenir se fondent essentiellement sur les acquis du passé.

### **2.1. Approche et réalité du processus de démarrage**

Comment étudier un projet d'une manière détaillée ? Comment déterminer les ressources nécessaires à son lancement ? Quel est l'apport financier personnel si l'on veut présenter au banquier une situation financièrement équilibrée ? Que peut-on demander à son banquier et comment l'aborder pour maximiser les chances d'obtenir satisfaction ? Que faut-il connaître en gestion comptable et financière avant de créer une affaire ? Quelle structure juridique choisir ? Quelles formalités administratives accomplir avant de se lancer dans cette aventure économique ? Cette série de questions, extraite du résumé de la partie intitulée "la



conception du projet et l'élaboration du dossier" de l'ouvrage de Papin <sup>63</sup> illustre bien les interrogations auxquelles les candidats à la création d'entreprise essaient de trouver une réponse lors de l'élaboration de leur projet.

Au terme de leur réflexion, un nombre de plus en plus important de créateurs élaborent un plan d'affaires. Au travers de celui-ci, ils font ressortir les réponses qu'ils ont pu apporter aux interrogations qu'ils pouvaient initialement se poser et présentent leurs perspectives de démarrage et de lancement de leur activité pour, généralement, les trois premières années d'existence de leur entreprise.

Le mode d'élaboration de ce plan d'affaires en fait, cependant un document souvent très vite dépassé avec des projections très éloignées des réalisations. Ceci ne fait que renforcer les difficultés d'appréhension des conditions de démarrage d'une entreprise nouvelle par rapport au processus de mise en œuvre de l'activité. Nous aborderons donc successivement les difficultés rencontrées par les créateurs, pour développer une approche adaptée à la réalité du démarrage d'une entreprise nouvelle, et les spécificités des conditions de mise en œuvre d'une activité nouvelle.

### **2.1.1. Des difficultés rencontrées par les créateurs pour développer une approche adaptée à la réalité du démarrage d'une entreprise nouvelle**

Il nous est facile de constater ces dernières années que les porteurs de projets, disposent souvent d'un certain bagage intellectuel. Ceci n'évite pas pour autant à un certain nombre d'entre eux, d'être confrontés aux aléas du démarrage d'une entreprise nouvelle. S'ils parviennent, en général, à relativement bien cerner ce qui est lié à la mécanique du démarrage, et ce, notamment à partir de la réalisation de leur plan d'affaires, il leur est, par contre, très difficile d'appréhender ce qui est d'ordre systématique.

Avec plus ou moins d'acuité, ils perçoivent donc rapidement qu'ils devront faire face à un certain nombre de barrières à l'entrée, ainsi qu'à l'inertie que l'environnement ne manquera pas de leur opposer. Dans la pratique, ils savent qu'il leur faudra s'engager dans une série d'actions à caractère commercial (recherche de clients, de circuits de distribution,...), logistique (sélection de fournisseurs, de sous-traitants), organisationnel

---

<sup>63</sup> PAPIN Robert (1993). P. 3. Cet ouvrage peut être considéré comme un best-seller incontesté de la création en France, alors qu'il a été publié pour la première fois en 1982, en était à sa 7<sup>ème</sup> édition.

(recrutement de personnel, mise en place de normes de fonctionnement...), etc. Par ailleurs, les différents obstacles auxquels ils sont confrontés lors de leurs premières démarches leur font aussi prendre conscience du fait que ces actions sont, au départ, très consommatrices de temps, d'énergie et génèrent des coûts immédiats alors que leurs retombées en termes de résultats financiers n'apparaissent qu'au terme d'un certain délai<sup>64</sup>.

L'objet du plan d'affaires est alors de montrer que les ressources réunies ou recherchées pour la mise en œuvre du projet, sont en cohérence avec les besoins spécifiques de la phase de démarrage et les perspectives de développement de l'entreprise qui va être créée.

Le décalage existant entre la démarche souhaitable et celle généralement retenue pour l'élaboration de nombreux plans d'affaires tient en grande partie au fait qu'elle se base sur un double postulat :

- Le projet, dans son essence, sa conception, et l'entreprise nouvelle sur laquelle il doit déboucher, ne pose pas de problème et est échafaudé sur des données considérées comme fiables ;
- Le porteur de projet est supposé réunir les caractéristiques, les compétences minimums, pour passer quasi instantanément à l'état de créateur/manager de l'entreprise nouvelle dans les faits, ce double postulat apparaît complètement erroné, car il est clair que la grande majorité des créateurs apprennent à diriger tout en dirigeant leur entreprise.

### **2.1.2. Conditions de mise en œuvre d'un projet de création d'entreprise**

Le passage de porteur de projet à la situation de créateur/manager, et d'un ensemble de projections à une entreprise nouvelle (un système organisé) peut être assimilé, dans son déroulement, à ce qu'on appelle "un processus de décisions/actions stratégiques". Le terme de "processus" fait ressortir trois notions qui nous paraissent essentielles pour comprendre les spécificités de la phase de démarrage d'une entreprise nouvelle : la notion de temps, d'ensemble organisé ou de système, et d'activité et de régulation :

---

<sup>64</sup> Il s'agit de charges qui peuvent être assimilées à un investissement au même titre que l'acquisition d'immobilisations nécessaires au démarrage de l'entreprise.

- La notion de temps rappelle qu'il s'agit d'un phénomène qui se déroule sur plusieurs mois, voire plusieurs années. La phase de démarrage d'une entreprise nouvelle s'inscrit dans le temps. Le créateur d'entreprise doit en tenir compte comme un des éléments sur lequel il est possible de jouer, et surtout comme une contrainte.
- La notion de système suppose qu'un grand nombre d'informations vont progressivement être recueillies, traitées, analysées, à partir de très nombreuses interactions entre le créateur, les différents éléments constituant l'entreprise nouvelle et leur environnement.
- La notion d'activité et de régulation indique enfin qu'en permanence, toute une série de décisions, adaptations, ajustements, correctifs, doit être prise afin de permettre à la nouvelle organisation de trouver un équilibre minimum, et à l'activité même de se développer en fonction des nouvelles données qui apparaissent.

La question est alors de savoir comment tout ceci est-il pris en considération lors de l'élaboration des projets, notamment lors de l'établissement du plan d'affaires. L'objet du plan d'affaires est alors de montrer que les ressources réunies ou recherchées pour la mise en œuvre du projet, sont en cohérence avec les besoins spécifiques de la phase de démarrage et les perspectives de développement de l'entreprise qui va être créée.

En complément au terme de "processus", l'expression "décision/actions stratégiques" marque bien la spécificité de la phase de démarrage d'une activité nouvelle qui suppose une très forte réactivité, et qui s'oppose en quelque sorte à une approche trop programmée et trop planifiée.

L'approche traditionnelle de la création d'entreprise postule que le créateur doit suivre, au cours du processus de création, le parcours classique : naissance de l'idée, étude ou élaboration du projet débouchant sur le plan d'affaires, décision de créer, lancement des opérations et contrôle. Le plan d'affaires est, pour la création, la traduction de l'idée de planification stratégique (orientations stratégiques, plan à trois ans, budgets détaillés et tableau de trésorerie à un an). L'environnement économique et financier de la création d'entreprise pousse à adopter cette démarche rationnelle, le plan d'affaires étant exigé par les différents partenaires pour l'obtention de prêts, de subventions ou pour l'entrée dans la plupart des pépinières d'entreprises.

Cependant, une question se pose : dans quelle mesure l'approche développée lors de l'élaboration d'un plan d'affaires est-elle compatible avec les conditions de mise en œuvre d'une entreprise nouvelle qui correspond à un processus de décisions/actions stratégiques tel que nous venons de le détailler ?

Plusieurs éléments doivent ici retenir notre attention.

Tout d'abord, au-delà de la nécessité de réaliser un plan d'affaires formel répondant aux exigences de l'environnement pour obtenir les ressources nécessaires au lancement du projet, toute généralisation concernant la nécessité d'une approche rationnelle du processus de création paraît dangereuse. Sans entrer dans le débat entre stratégies délibérées et stratégies émergentes, l'observation de la réalité montre que les pratiques sont très diverses. Les différentes recherches qui ont essayé de mettre en avant des liens entre la planification de la création d'une entreprise et la réussite ou l'échec de celle-ci, n'ont pu mettre en avant de relations formelles

Il est nécessaire de spécifier un certain nombre de tâches et d'actions à entreprendre en fonction de la stratégie définie initialement. La nouvelle entreprise doit garder assez de souplesse pour préserver ses capacités d'auto-organisation et d'apprentissage. Or, le risque que l'on peut percevoir dans l'élaboration de nombreux plans d'affaires est la recherche d'un degré de spécification ou de formalisation des différentes étapes de la phase démarrage, qui ne laisse pas de place à l'incertitude, à l'évènement aléatoire, tout en introduisant un degré de rigidité plus ou moins compatible avec les conditions de mise en œuvre du projet.

## **2.2. Apprentissage managérial et organisationnel**

L'apprentissage est un élément essentiel dans la réussite ou l'échec d'un projet, et plus généralement d'un processus de création.

Ceci nous conduira à aborder dans un premier temps l'apprentissage managérial du créateur celui-ci doit, en phase de démarrage, prendre une multitude de décisions d'où résultent des effets positifs mais aussi des erreurs, des conflits, des désillusions : ajustements ponctuels, redéfinition de la stratégie, régulations diverses, voire remises en cause plus fondamentales, qui sont le lot commun de la création in vivo.

Nous aborderons dans un second temps le processus d'apprentissage organisationnel à partir duquel se structurent les bases de fonctionnement de l'entreprise nouvelle qui lui permettent de passer d'un ensemble d'éléments juxtaposés à une organisation efficiente. Pour cela, nous considérons que la notion d'apprentissage organisationnel ne s'oppose pas à celle d'apprentissage individuel et à l'existence de savoirs individuels. Elle rappelle plutôt que ces apprentissages individuels se conditionnent mutuellement au travers des systèmes de relation et du mode de construction des acteurs.

### **2.2.1. L'apprentissage managérial du créateur**

L'apprentissage managérial du créateur ne se limite pas, loin de là, à l'acquisition de techniques de gestion. Il est aussi le fait d'une succession d'actions, d'expériences qui viennent enrichir ses bases de connaissances.

Dans ce sens, le processus d'apprentissage managérial suit une voie assez classique où apport de connaissances théoriques et expériences peuvent se compléter et s'enrichir mutuellement. Cependant, la place généralement réservée à l'expérience par les spécialistes de la création d'entreprises révèle l'importance particulière de cette dimension.

L'expérience passée du créateur est un facteur important dans son processus d'apprentissage managérial, il convient de noter que la phase de préparation du projet de création, puis celle de démarrage de l'entreprise nouvelle constituent des champs d'expérience tout aussi importants.

Le caractère émergent du processus d'apprentissage apparaît comme l'une des premières caractéristiques. Lorsque les créateurs agissent au quotidien, ils ne le font pas pour apprendre à diriger leur entreprise, mais pour faire face aux problèmes soulevés par le fonctionnement de celle-ci. Les problèmes de gestion des micro-firmes en démarrage, permet au créateur d'apprendre à diriger en faisant face successivement ou simultanément à des problèmes de clientèle, de concurrence, de qualité de services, de production, de mise au point des produits, de relations avec les administrations et les partenaires financiers, de recrutement ou de licenciement, etc.

Nous pouvons dire que l'adaptabilité du créateur et sa capacité à résoudre les problèmes qui se présentent à lui, sont déterminants face à un tel caractère.

Le contexte d'urgence qui caractérise la plupart des prises de décision dans la phase de démarrage d'une entreprise nouvelle, prend un caractère particulier. En effet, cela ne permet pas au créateur d'explorer l'ensemble des solutions envisageables pour un problème avant d'en choisir une. Dans ce type de situation, la faisabilité d'une situation l'emporte facilement sur l'optimalité. Dans ces conditions, il faut admettre que le créateur puisse être conduit à prendre des décisions qui se trouvent en décalage, voire en contradiction, avec une approche entièrement rationnelle des situations auxquelles il est confronté.

Le caractère émergent associé au contexte d'urgence dans lequel se déroule le processus d'apprentissage managérial permet de comprendre assez rapidement que l'on procède par essais et erreurs et que les échecs sont importants dans l'apprentissage.

Même si beaucoup de créateurs créent seuls, ils n'agissent pas seuls. Dans ce sens, le processus d'apprentissage managérial a également une dimension collective. L'environnement immédiat de créateur, qu'il soit constitué de collaborateurs proches, de conseillers, de partenaires économiques et financiers, de sa famille, etc, influe sur la démarche adoptée face à la résolution de problèmes. La prise en compte de cette dimension est importante dans la mesure où elle joue souvent un rôle de régulateur et d'adaptateur aux contraintes socio-économiques qui entourent un projet.

S'il y a un processus d'apprentissage managérial pour le créateur, l'entreprise aussi "apprend". En effet, en tant que système, l'entreprise passe également par une phase d'apprentissage que l'on peut appeler : "apprentissage organisationnel".

### **2.2.2. L'apprentissage organisationnel**

Les relations organisationnelles constituent précisément l'ensemble des modalités de mise en formation de ces apprentissages (perceptions, règles, évaluations, contrats...). Le savoir produit par chacun dépend alors de la manière dont il interagit avec autrui. Ces processus d'interaction ne font pas disparaître les rapports de pouvoir ou les conflits d'intérêt, mais ils en déterminent les formes.

Les modes de construction des acteurs dépendent de ces interactions mais aussi de la nature des savoirs, donc des régimes d'accumulation, de mémorisation ou de légitimation différenciés qui peuvent leur être assignés.

L'apprentissage organisationnel n'est donc pas la production d'un savoir collectif attribuable à l'organisation. Il est simplement la dynamique collective qui résulte des capacités cognitives des acteurs, capacités qui interagissent dans un système de relations, mais aussi en prenant ce système de relations pour objet de connaissance et d'action.

Le processus d'apprentissage spécifique à l'entreprise-système lui permet de se construire, à partir d'un travail permanent sur elle-même, sa cohérence interne, son identité, sa propre culture, et ainsi, de devenir une entité à part entière qui est à la fois la somme des parties qui la composent et, en tout état de cause, bien d'autre chose qu'un ensemble d'éléments reliés entre eux par un organigramme.

Les conséquences du développement simultané d'un processus d'apprentissage managérial et organisationnel lié à l'entreprise sont généralement sous-estimées lorsqu'elles ne sont pas omises. Pourtant, elles se traduisent dans les faits d'une part, par l'apparition de "seuils critiques" dans le processus de démarrage et d'autre part, par l'existence de "coûts spécifiques" liés à ces mêmes seuils.

Une des causes de fragilité des entreprises nouvelles tient probablement au fait que les processus d'apprentissage ne sont que très rarement pris en compte. Il en va de même pour les "seuils critiques" auxquels nous avons fait référence et aux incidences financières qui en résultent. Il y a pourtant là, l'essence même de ce qui fait la différence entre l'élaboration d'un projet selon une conception mécaniste, cumulative voire programmatique du processus de démarrage d'une activité, et la réalité systémique et complexe de sa mise en œuvre. De notre point de vue, les écarts entre prévisions et réalisations, que nous avons abordés au travers des aléas de la phase de démarrage, trouvent ici, pour une grande partie, leur explication.

A ce stade, il devient évident que les délais et pertes de démarrage et les conséquences qui en résultent ont une double origine à savoir :

- Une montée en puissance progressive de l'activité liée aux spécificités du processus de démarrage et aux ajustements nécessaires pour atteindre la performance recherchée ;
- Un coût attaché à l'existence d'une phase d'apprentissage managérial et organisationnel, dont l'importance varie d'un projet à l'autre.

L'existence d'une phase d'apprentissage, qui découle d'un travail que le créateur et l'entreprise-système réalisent sur eux-mêmes à partir de différentes données issues de l'environnement ou de l'intérieur de l'organisation, est souvent ignorée ou évacuée. Le coût qui en résulte correspond, en fait, à la traduction monétaire de l'ensemble des efforts nécessaires pour que s'auto-produisent et, finalement émergent, un entrepreneur expérimenté et une entreprise performante apte à viabiliser le projet.

## **II. L'ÉTUDE DU MARCHÉ ET SON IMPACT SUR LA CRÉATION D'ENTREPRISES**

Créer un environnement d'appel à l'investissement reste la première tâche des autorités publiques (algériennes). Celles-ci ont aujourd'hui compris que l'entrepreneur est susceptible de mieux suivre les tendances du marché et de mieux s'adapter aux contingences des affaires. L'Etat " simulateur " vise davantage à devenir un Etat " stimulateur " .

Le processus de création d'entreprise répond à une série de passages contraints dont la typologie essentielle se fixe autour des données suivantes: L'étude de marché, les moyens de financement, le choix des ressources humaines et les arbitrages technologiques. Ces quatre points constituent les axes indispensables aux aspirations entrepreneuriales pour s'assurer les bases saines de sa mise en œuvre.

Pour le créateur d'entreprise, connaître le marché, c'est parvenir à identifier trois types de problèmes:

- Quelle est la nature des produits vendus? Par quels réseaux ces produits parviennent-ils aux consommateurs? À quel prix ? Il s'agit du « positionnement du produit ».
- Si le marché est entièrement dominé par les grandes entreprises, elles seront des concurrentes? Comment réagiront-elles en constatant sur le marché des produits beaucoup moins chers ? cela concerne « L'environnement concurrentiel ».
- La détermination du contexte économique et politique.

Pour ce faire, cette section sera scindée en deux sous-sections:



- Connaissance du marché (L'analyse produit, L'analyse concurrentielle, La prospective).
- Les contraintes du marché Algérien (Le marché des capitaux, Le marché des biens d'équipement, Les dispositions institutionnelles du marché).

## **1. La connaissance du marché**

La connaissance du marché par les créateurs d'entreprises consiste à répondre à trois questions essentielles.

- Quelle est la nature des produits vendus ? Quelle est leur consommation annuelle dans le pays ? Par quels réseaux ces produits parviennent-ils aux consommateurs ? À quel prix ? Comment se forme-t-il ? Il s'agit du "positionnement du produit".
- Si le marché est entièrement tenu par les grandes entreprises existantes à ce jour, elles seront des concurrentes ? Comment réagiront-elles en constatant sur le marché des produits beaucoup moins chers ? Appliqueront-elles une même baisse pour dissuader le nouvel entrant et, dans ce cas, comment parvenir à prendre une part de marché ? Les facteurs relationnels tissés depuis longtemps par les entreprises en place nécessitent-ils des moyens humains importants ? Cela concerne "l'environnement concurrentiel" :
- Le marché algérien est-il porteur ? Quelle sera la tendance à très long terme des facteurs démographiques, à l'échelon de la nation et international, des facteurs économiques (élévation du niveau de vie, mondialisation du marché), des facteurs culturels (développement de la recherche, progrès des méthodes de gestion), des facteurs urbanistiques (concentration urbaine dans le nord de l'Algérie), des facteurs biologiques (santé) ? C'est la "détermination du contexte économique et politique"

### **1.1. L'analyse produit**

Lorsqu'il entre sur un marché pour la première fois, l'entrepreneur a besoin d'une information sur la demande du produit. Pour y parvenir, il s'adresse à des importateurs, des acheteurs, des collectivités, des acteurs du réseau informel et doit faire preuve de prudence. Les données recueillies pouvant donner lieu à diverses interprétations, selon qu'elles

proviennent de personnes de niveaux hiérarchiques différents ou exerçant des fonctions non semblables.

Des données statistiques lui sont nécessaires pour connaître la consommation annuelle du produit dans le pays et il se verra confronter à l'insuffisante disponibilité de l'information économique. De nombreux organismes peuvent être des sources de production et de diffusion de l'information économique, technique et commerciale.

Les Chambres de Commerce, les collectivités locales, les différents départements ministériels, les offices pour le développement commercial et industriel sont appelés à jouer un rôle important en ce domaine.

### **1.1.1. Le besoin d'informations**

Les critères d'achat, les réactions aux différents niveaux de prix, les zones d'acceptabilité seront déterminants pour l'approche "marché" du produit, en procédant à des tests dans des conditions artificielles, mais proches de la réalité.

Face à des consommateurs ayant des goûts différents, il devient nécessaire de recueillir de l'information sur les goûts de chaque consommateur individuel. Aujourd'hui, on est tenté de faire payer au consommateur un prix peu élevé, au motif qu'il est fortement incité à affirmer qu'il a une faible propension à payer.

Dans ce cas de figure, l'entrepreneur pourra discriminer les consommateurs en utilisant des variables liées à leur propension à payer, et l'une de ces variables est la quantité achetée par le consommateur si ce dernier a une demande décroissante. L'autre variable est la qualité du produit.

Les consommateurs apprennent progressivement les informations liées à la qualité d'un produit avant l'achat. Ils entreprennent des tests de qualité ou développent des qualifications les aidant à juger de la qualité en regardant le produit. Enfin, ils lisent les revues éditées par les associations de consommateurs. Il convient de préciser que les consommateurs, informés, en étant plus exigeants, stimulent la qualité du produit chez l'entrepreneur (augmenter le nombre de clients informés favorise l'efficacité).

En revanche, les "non-informés" anticipent que la qualité est élevée et doivent donc acheter, ce qui est contradictoire lors de l'entrée sur le marché.

### **1.1.2. Les stratégies des distributeurs**

L'accès au marché implique obligatoirement de disposer d'un réseau de distribution. Qui accomplira ces fonctions ? Est-ce le producteur, les grossistes, les détaillants ou le consommateur lui-même ?

Le choix d'un circuit de distribution procède de la répartition géographique des consommateurs, leur densité, leurs habitudes d'achat comme la fréquence, le volume, les réactions aux différents modes de vente.

Certains producteurs peuvent être tentés de créer leur propre réseau de distribution. En appliquant cette stratégie, ils se rendent maîtres de l'écoulement de leurs produits. La constitution de débouchés privilégiés, voire captifs, la tentation de cumuler les marges des niveaux de la commercialisation, la meilleure connaissance des consommateurs en étant en prise directe, la maîtrise de la présentation de leurs produits, tout cela peut expliquer les stratégies amont-aval des producteurs. Il y a pourtant de nombreux inconvénients et en premier lieu vient le montant des investissements nécessités par l'installation des points de vente. Cumuler le métier de producteur et de détaillant peut être difficile à concilier en raison de la multiplication des compétences techniques et managériales à rechercher. Enfin, concentrer l'activité de distribution au sein de celle de production-vente nuit à la flexibilité de l'entreprise et l'empêche de saisir les opportunités commerciales.

Pour d'autres raisons, les grossistes se lancent à la conquête de l'aval, au niveau des détaillants. Ils créent des magasins de détail, fédèrent des détaillants en leur promettant des prix compétitifs ou d'accéder à la notoriété nationale en adoptant une enseigne commune soutenue par une campagne médiatique.

Les détaillants peuvent eux aussi se grouper dans un souci de sécuriser leur approvisionnement. Mettre en place un réseau est long et coûteux, et les résultats ne sont pas immédiats. De plus, on ne peut modifier un tel système pour faire face à une évolution du marché -par exemple, à l'occasion du lancement d'un produit nouveau - sans penser à tous les modes de distribution et rechercher ceux qui sont en adéquation avec la politique marketing.

### 1.1.3. Les politiques de prix

Le prix d'un produit sur le marché n'est pas simplement ce que paie l'acheteur ; il est également un instrument de communication pour l'entreprise et de positionnement pour ses produits. Comment va-t-il être fixé ?

La fixation du prix s'appuie sur les coûts, le prix du produit final, le prix des produits de substitution, l'élasticité de la demande dans le cas de produits nouveaux. D'autres facteurs peuvent influencer le prix de vente et l'on peut citer le service après-vente, la garantie, les conditions de livraison.

Lorsque le produit est d'une haute technicité, qu'il nécessite un service après-vente régulier et fréquent, le prix sera fonction du coût. Que ce soit le prix "catalogue", le prix "devis", ou une autre formule, il faut tenir compte du prix des concurrents. Un moyen d'être "placé" pour une opération ponctuelle est de ne fixer son prix qu'à partir du coût variable, en ignorant les frais fixes.

Selon la place du produit sur le marché, et si ce produit est un bien intermédiaire, le prix va être déterminé en fonction de celui du produit final. Une variation de prix pouvant influencer la demande, il faudra, dans un souci de pérennité de celle-ci, procéder à un partage équitable de la hausse des coûts.

En cette période de récession économique et de concurrence accrue, il est de pratique courante de faire supporter au fournisseur d'un bien intermédiaire un sacrifice sur le prix, égal à celui que va consentir le producteur final sur sa marge bénéficiaire.

Par rapport à la concurrence, l'on peut faire varier ses prix d'une manière sélective, si l'on a pris les précautions de bien connaître les réactions possibles de ses concurrents. La connaissance des concurrents en matière de structure des coûts et de leur conduite passée en matière de prix est importante pour la fixation de son prix. Dans le cadre de négociations, le prix sera fixé selon les exigences du client et en rapport avec celui de la concurrence. D'autres moyens pour remporter un contrat consistent en des ristournes sur quantités, un respect formel des livraisons, des conditions de règlement, des coûts de transports pris en charge par le vendeur.

À l'heure de la mondialisation des activités et eu égard aux stratégies des grandes firmes, l'on ne peut sous-estimer le phénomène des prix. De nombreuses transactions commerciales se font entre les entreprises d'un même groupe et les prix fixés pour ces transactions ne sont pas forcément ceux du libre mécanisme du marché. Ils peuvent être très différents de ceux qui auraient été convenus entre entreprises indépendantes. Des considérations d'ordre fiscal, de douanes, de contrôle des changes, ont une influence sur les prix pratiqués.

Le créateur d'une entreprise en Algérie sera amené à analyser les prix et à les comparer à ceux qui seraient pratiqués dans des transactions normales. Il faut reconnaître que, dans la pratique, cela se révèle difficile et que l'on est à se demander si les prix en question sont comparables, faute d'éléments de comparaison. Par exemple, des biens peuvent être particuliers au groupe, il n'existe pas de marché pour eux, ils ne sont pas fournis à des entreprises indépendantes pour diverses raisons.

Il ne saurait être question, pour un entrepreneur, de procéder à une analyse des différentes fonctions des entreprises associées, la répartition des ressources, la réalisation du bénéfice, car il faudrait disposer d'une information complète sur toute l'activité de l'entreprise multinationale. De plus, il est pratiquement impossible d'apprécier la rentabilité d'une entreprise du groupe située à l'extérieur du pays de la société mère.

Enfin, les contrats et arrangements conclus à l'intérieur d'un groupe enlèvent à un entrepreneur toute chance de se positionner sur le marché. En effet, les conflits d'intérêts n'existent pas entre les entreprises associées (les accords particuliers se rencontrent peu souvent dans les entreprises indépendantes) et à l'intérieur d'une multinationale, on peut facilement modifier, élargir ces accords selon la stratégie globale du groupe.

## **1.2. L'analyse concurrentielle**

Répondre à l'ensemble de ces questions n'est pas suffisant pour entrer sur le marché. Pour s'implanter dans un secteur, il faudra remplir deux conditions <sup>65</sup>: que l'accès au secteur soit possible et que les concurrents en place laissent s'implanter le nouvel entrant.

---

<sup>65</sup> Frydman R. "Le territoire de l'économiste-marché et société marchande", *In revue économique*, Paris. Janvier 1992, P12-P19.

### **1.2.1. La dissuasion**

Ces barrières à l'entrée, comme les économies d'échelle, l'accès à la technologie ou le contrôle de matières premières, l'existence de relations anciennes entre clients et fournisseurs, l'accès aux circuits de distribution, la fidélité de la clientèle existante, vont limiter les possibilités d'accès.

Pour dissuader le nouvel entrant, les concurrents vont déployer une riposte en mobilisant immédiatement des ressources capables d'annuler tout avantage concurrentiel et/ou en s'appuyant sur l'existence d'une tradition de relations professionnelles.

### **1.2.2. Le couple produit - marché**

Aujourd'hui, il devient primordial pour le créateur d'une entreprise de comprendre la situation concurrentielle et la manière dont l'environnement est susceptible d'évoluer.

Tout couple produit-marché passe par les phases successives de développement, croissance, sélection, maturité et déclin. Ces phases présentent des caractéristiques différentes selon que le marché passe d'une phase à l'autre.

En phase de développement, des opportunités existent dès lors que les recherches débouchent sur un produit commercialisable. Plusieurs années s'écoulent néanmoins entre la découverte technique et son application commerciale. La diminution des coûts, des approches nouvelles en marketing, la modification des besoins rendent le produit plus accessible à tous les consommateurs et dans cette phase de croissance, les taux de rentabilité sont élevés, beaucoup de nouveaux entrants sont attirés par le marché. Le nombre croissant d'entreprises conduit à des surcapacités et à une concurrence accrue. Les prix baissent à une vitesse vertigineuse et l'on constate un grand nombre d'absorptions-fusions et de faillites durant cette phase de sélection.

La phase de maturité sera celle où de nouveaux produits vont être développés, présentant une amélioration sur les anciens. Ce développement coûte cher et les petites entreprises n'ont pas les ressources nécessaires. De ce fait, les firmes en place se trouvent en nombre restreint et dominant leur secteur d'activité, domination qui peut s'étaler sur des années, sans que de nouveaux développements majeurs viennent remettre en cause le secteur.

Enfin, les marchés, à base principalement technologique, sont confrontés un jour ou l'autre au déclin et les entreprises doivent procéder, sous peine de voir leurs activités se réduire, à un changement de cap.

### **1.2.3. Les stratégies**

Comment parvenir à s'implanter? En cherchant à connaître les objectifs des concurrents en place; savoir si ces derniers sont satisfaits ou non de leur implantation, de leurs résultats financiers. Comment ils équilibrent leurs objectifs de rentabilité, de part de marché, de taux de croissance, de niveau de risque. Apprécier comment se fait le partage des responsabilités et du pouvoir dans leur organisation.

Etre informé des conventions d'endettement qui pourrait avoir une incidence sur leurs objectifs. Déterminer quelles entreprises concurrentes sont soumises à des contraintes gouvernementales ou sociales (certains pays en voie de développement faisant jouer des pressions commerciales ou politiques). Approcher comment ils formulent, dans les faits, leur vision des choses et de l'environnement.

### **1.3. La prospective**

L'économie de marché, la libre circulation des personnes et des biens, des services, des capitaux, la constitution de grands ensembles économiques régionaux et l'élargissement des zones de libre échange sont des facteurs propices à la création d'entreprises.

Ce nouvel environnement se traduit par une forte compétition économique et l'on peut s'interroger, sur l'avenir de l'Algérie. Cette dernière bénéficie d'une ouverture qui lui permet l'accès à certains marchés; ses exportations ne sont pas contingentées en direction de l'Union européenne, par exemple. Les pays au sud du Sahara bénéficient également d'une préférence sur le marché de l'UE pour environ 25 % de leurs exportations. Des produits peuvent entrer librement au titre de la clause de la nation la plus favorisée ou du système généralisé de préférence. Or, il est de plus en plus question que les accords commerciaux préférentiels soient remis en cause<sup>66</sup>. Les capitaux se polarisent sur les "marchés porteurs". Les interrogations sur l'avenir de la parité fixe dont bénéficient les pays de la zone franche ont

---

<sup>66</sup> Marion S, Martel C, "*L'entrepreneuriat et le travail autonome*", Gestion, Paris, 1997.PP 153-168.

pesé ces dernières années. Une dévaluation du franc CFA, jugée nécessaire par les économistes, et bien que compensée par une politique d'aide accrue assortie d'une obligation de résultats, risque, selon une étude de l'OCDE, d'entraîner des troubles sociaux, dans le continent africain où le chômage s'aggrave.

Des mesures de soutien de la France, telles qu'une aide publique renforcée (hors projets du Fonds d'action de la Coopération dite F.A.C.) et l'annulation totale des créances d'aide publique pour les pays les plus pauvres, réduction de moitié des créances sur les pays intermédiaires ont permis d'amortir les répercussions sociales durant l'année 1994, mais avec des résultats variables selon les pays.

Des perspectives nouvelles de coopération ont été développées : la constitution d'un fonds destiné au développement des capacités humaines (recherche, éducation, santé), détaxation des investissements favorisant le développement agricole, agro-industriel, l'autosuffisance alimentaire, la promotion de services et d'équipements utiles ; aide prioritaire à la création de véritables industries de transformation, simplification de l'accès aux technologies adaptées, aux licences, aux brevets ; soutien à la coopération régionale de façon à favoriser le développement des échanges, la diversification des productions et une moindre dépendance... etc.

De nouveaux partenariats se dessinent entre l'Europe, la France et la Méditerranée. Des propositions concrètes sont formulées telles que la création entre le Maghreb et la France, par exemple, d'un mécanisme facilitant le réinvestissement productif de l'épargne des émigrés, ou encore l'extension aux pays de cette zone de la Charte européenne de l'énergie.

La privatisation peut également contribuer à la promotion et à la création d'entreprises par le développement de l'actionnariat et du partenariat, de la formation entrepreneuriale et par la création d'un système d'informations efficaces. Toutefois, lors des privatisations d'entreprises dans les pays du Sud, l'actionnariat populaire n'a pas été retenu, contrairement à la démarche des pays d'Europe centrale et orientale.

Créer une entreprise n'a de sens véritable que si l'on pense conquérir une part de marché.



Seule l'importance du chiffre d'affaires permettra à la nouvelle entreprise de soutenir d'autres batailles et les créateurs d'entreprises ont compris que fonder un développement sur leurs propres ressources commerciales était très long et coûteux.

Le partenariat facilite l'accès au marché pour les produits des entreprises et constitue un levier important pour développer les ventes, améliorer les compétences commerciales sur les marchés locaux. Il devient une arme dans la bataille continue pour les marchés et principalement pour l'exportation.

Le continent africain dispose de nombreux atouts : L'Afrique du Sud avec sa puissance économique dispose d'un savoir-faire agricole, industriel, technologique, d'une capacité à exporter des biens de consommation. Le Nigeria possède une base industrielle, une main-d'œuvre nombreuse et compétitive, des ressources naturelles abondantes. Le Maghreb est voisin de l'Europe. Ils forment les piliers d'un arc économique avec lesquels les entreprises nouvelles des autres pays peuvent lier et développer d'importants accords commerciaux.

## **2. Les contraintes du marché Algérien**

Nous pouvons, à travers l'analyse de l'expérience d'un certain nombre de pays en voie de développement, dont notamment l'Algérie, essayer de dégager les conditions de marché qui peuvent entraver ou favoriser la création et l'expansion des entreprises dans ces pays.

L'expérience révèle que la création des entreprises se heurte, entre autres, à trois types d'obstacles:

- L'absence d'outils de financement adéquats ;
- La non-disponibilité marchande des biens d'équipement ;
- Les restrictions en matière de droit commercial.

Cette typologie n'est pas exhaustive et appelle à être étoffée par des questions d'ordre historique, social et politique : les questions des traditions entrepreneuriales, celles relatives à la gestion des ressources humaines dans les entreprises, mais aussi celle relevant de la technologie, de la formation et de la qualification, celles concernant la création de débouchés internes et externes et, enfin, des questions d'ordre institutionnelles telles que l'organisation monopoliste ou non des pouvoirs politique et économique.

## **2.1. Le marché des capitaux**

Il reste qu'on ne peut créer une P.M.E. sans argent. Certes, très souvent, les entrepreneurs individuels "démarrent" avec leur propre capital (épargne) ou l'épargne familiale. Dans notre pays, les "astuces" sont assez nombreuses qui permettent de mobiliser les réseaux sociaux traditionnels pour réunir un capital de départ. Cependant, ces formes traditionnelles ne vont presque jamais assez loin et, si elles permettent de financer le montage de petites activités, celles-ci restent souvent des infra-P.M.E., de petits ateliers ou des micro-entreprises (restaurants, ateliers de confection, etc.).

La grande question, dans notre pays, reste comment faire bénéficier nos créateurs de P.M.E., des avantages des méthodes modernes de financement. Ceci suppose l'existence d'un marché de l'argent et du capital, et, par conséquent, l'existence d'un système financier capable de prendre en charge les demandes des créateurs d'entreprises.

### **2.1.1. Les contraintes**

La banque se doit de se plier à deux contraintes : 1) Avoir elle-même des dépôts; 2) Obtenir des garanties pour ses crédits.

- **La mobilisation de l'Épargne**

La première contrainte (mobiliser l'épargne à travers le système bancaire) est bien connue. Pour faire bref, elle renvoie à des questions de présence du système bancaire, de traditions dans la circulation monétaire, de services offerts, de coût de l'argent, etc.

- **La garantie des crédits**

La deuxième contrainte soulève le problème du professionnalisme des banques dans l'évaluation des projets et des risques. Elle suppose un minimum de droits et de procédures en matière de saisie. Cela ne va pas sans un système transparent de droits de propriété et une gestion efficace de ces droits (cadastre, titres de propriété, conservation foncière, système d'hypothèque, notaires, huissiers pour exécution des décisions de justice, etc.)

### 2.1.2. Les risques

Ils sont liés à la fonction entrepreneuriale, encore faut-il en avoir une claire évaluation.

- **La garantie des valeurs mobilières**

Les crédits peuvent aussi être garantis par des valeurs mobilières (Bons de caisse, actions, obligations, etc.). Encore faudrait-il que des traditions de placement de l'argent existent et qu'un embryon de marché des titres soit en place. Les banques peuvent refuser les valeurs mobilières en garantie, car en cas de faillite de l'emprunteur, elles hériteraient de titres invendables faute de marché. C'est pourquoi elles préfèrent les garanties immobilières.

- **L'absence de garantie**

Les statistiques montrent que la majorité des crédits accordés par le système bancaire algérien (1990) l'ont été sans garantie aucune. Ceci se comprend parfaitement lorsqu'on sait que, faute d'un nombre suffisant de notaires, il faut en moyenne quatre années pour formaliser totalement une transaction immobilière, sans compter les problèmes posés par l'indivision en droit musulman et ceux que soulèvent les procédures de licitation des propriétés indivises.

- **Le leasing non opérationnel**

De telles situations peuvent entraver des opérations comme le leasing, qui, certes, concerne, très peu les petites et moyennes entreprises, mais auquel elles pourraient recourir dans certains cas pour minimiser les coûts de création. Or, faute de procédures simples et rapides de saisie, la pratique du leasing ne se développe pas. De plus, quand il s'agit de matériel étranger, sa liquidation ou sa réexportation peut s'avérer impossibles ou non rentables.

Ce sont, à notre avis, beaucoup plus ces considérations de type institutionnel et social qui freinent le développement du financement bancaire de la création des P.M.E. que l'absence d'argent. Celui-ci existe le plus souvent, mais préfère se placer sans risques dans les formules de type traditionnel.

### **2.1.3. Les instruments**

On peut en recenser deux principaux instruments:

- **Les outils bancaires**

Un autre aspect du financement concerne, cette fois-ci, les instruments du côté aval ; toute entreprise a besoin, pour se développer, d'étendre sa production et donc son marché. Quand le système assurant la circulation du papier commercial (traites, warrants, etc.) est atrophié, les capacités de vente des entreprises s'en ressentent. De la même manière, lorsque les procédures de financement à l'exportation sont inexistantes ou lourdes et complexes la P.M.E. ne peut pratiquer de crédit-fournisseur et se trouve ainsi entravée dans son expansion nationale et internationale.

- **L'assurance**

Un dernier mot concernant le système d'assurances (soit à l'exportation, soit à l'intérieur du pays) : une P.M.E. qui ne récupère pas rapidement l'équivalent des dommages qu'elle a subis peut connaître de ce fait d'importantes difficultés de trésorerie et être menacée de faillite.

## **2.2. Le marché des biens d'équipement**

Il est connu que les économies africaines ne produisent pas de biens d'équipement. Tout entrepreneur (grand ou petit, public ou privé) se doit d'importer les machines et outillages, sinon l'ingénierie et les licences ou brevets. Cela ne suffit pas. Une fois l'entreprise installée, elle doit continuellement être alimentée en matières premières et demi-produits qui, la plupart du temps, sont également importés.

Ces conditions n'impliquent pas, lorsqu'elles sont réunies, la possibilité de création d'une entreprise. Il convient, encore, que d'autres entreprises existent dans le pays qui complètent son processus de production propre. Tout un ensemble d'activités relatif au conditionnement, au transport, etc. des marchandises fabriquées doivent être là pour permettre à l'entreprise de fonctionner. Dans le cas contraire, chaque création d'entreprise nécessite des

importations non pas seulement pour ce qui la concerne strictement parlant, mais aussi pour ce qui est indispensable à la valorisation complète de son cycle de fabrication<sup>67</sup>. Cela peut aller du papier à factures, à l'étiquette d'emballage en passant par le micro-ordinateur ou la blouse du travailleur.

Bref, la règle est que la création d'une entreprise dans un pays en développement exige, en général, un minimum d'importations. Ceci conduit à deux axes de réflexion :

- L'un sur le système de financement de ces importations ;
- L'autre sur la gestion des opérations d'importation elles-mêmes.

### **2.2.1. Le système de financement des importations complémentaires**

Nous savons que, souvent, les contraintes de balance des paiements conduisent notre pays à imposer des restrictions assez sévères à l'importation. Ces restrictions peuvent être de trois types : le contingentement, les barrières tarifaires, le rationnement des crédits à l'importation.

- **Le contingentement**

Le contingentement suppose l'élaboration de listes physiques autorisant ou prohibant tel ou tel produit à l'importation. C'est la situation la plus défavorable à la création d'entreprise, puisque, tous les produits ne pouvant être librement importés, les entreprises à créer ne pourront s'activer que dans quelques créneaux. C'est ainsi que beaucoup d'analystes estiment qu'une des causes de la fermeture de certaines P.M.E. en Algérie est, à l'heure actuelle, due précisément aux restrictions physiques à l'importation d'outillages, matières premières et produits semi-ouvrés (cas des B.T.P.).

Ce contingentement, s'il entrave la création de certaines P.M.E., ne peut qu'alléger la concurrence que subissent d'autres P.M.E. et, ainsi, conduire à des situations de quasi-monopole. C'est ainsi, pour reprendre le cas algérien, que la

---

<sup>67</sup> GASSE .Y," L'influence du milieu dans la création d'entreprises", *In Revue Organisations et Territoires*, vol.12, n° 2, printemps-été, Québec ,2003.

prohibition de l'importation de certains textiles a conduit des ateliers à fermer (petite confection : cravates, par exemple) et a conforté l'existence d'autres.

- **Les barrières tarifaires**

La solution alternative au contingentement physique est l'action en matière de tarif douanier. Au lieu de prohiber un produit à l'importation, on le surtaxe en droits de douane et droits indirects. Cette solution permet de sauvegarder la liberté d'importation pour tous, tout en renchérissant les produits ce qui suppose que seules les entreprises capables de payer de telles surtaxes peuvent exister. Dans ce cas, la création n'est pas entravée, mais suppose une performance élevée de la part de l'entreprise, performance qui lui permet de dégager les ressources nécessaires à la couverture de ces surtaxes. Cette solution favorise donc l'efficacité et pousse au choix de créneaux à forte valeur ajoutée, tout en respectant le principe de la concurrence. Elle permet de contrecarrer les tendances monopolistes. Elle n'est pas toujours facile d'application quand notamment, les promoteurs de certaines P.M.E. alliés des pouvoirs en place, utiliseront leur influence pour imposer le contingentement physique sous prétextes de protection du marché national ou d'austérité pour une meilleure gestion de la balance des paiements.

Les importations peuvent être également entravées lorsque l'accès aux moyens de paiement extérieur est soumis à rationnement. Ce dernier peut s'assimiler à un contingentement physique lorsque seule l'importation de certaines marchandises ouvre droit à l'acquisition de moyens de paiement extérieur. Ce droit peut être lui-même soumis à la file d'attente ou à des conditions internes de crédit dissuasives. Tout dépendra du mode de gestion de la file d'attente, ce qui renvoie à l'analyse des lobbies et groupes de pression.

- **L'accès au crédit bancaire**

Le rationnement des moyens de paiement extérieur peut s'accompagner d'une orientation des importations en fonction des lignes de crédit accordées par les différents pays industriels.

Ainsi on peut être obligé de n'acheter qu'un équipement espagnol, français, italien ou autre ce qui oblige le solliciteur à s'adapter à de nouveaux fournisseurs ou à de nouveaux matériels.

### **2.2.2. Le système de gestion des importations supplétives**

La gestion des procédures d'importation des équipements est un autre problème qui vient se greffer sur ces facteurs institutionnels. L'existence d'entités spécialisées dans l'import-export, le transit douanier, les virements bancaires et les crédits documentaires, le droit international et les contrats, les procédures d'assurances et d'arbitrage, etc. facilitent énormément l'approvisionnement. A défaut de telles entités, lorsque le créateur de P.M.E. doit pratiquement faire un parcours du combattant à haut risque pour réaliser la moindre importation, il est certain que beaucoup de volontés fléchiront.

Lorsque l'ensemble des éléments ci-dessus en viennent à constituer une atmosphère dissuasive, il ne reste plus au créateur d'entreprise qu'à se débrouiller seul par des procédures informelles. C'est pourquoi, souvent, la petite entreprise va se situer à mi-chemin entre la légalité et l'informel. Une telle tendance sera d'autant plus forte lorsque les dispositions institutionnelles en matière de droit commercial et d'investissement, ne répondront pas aux normes marchandes de la concurrence.

## **2.3. Les dispositions institutionnelles du marché**

Les questions juridiques sont souvent primordiales dans la création d'une P.M.E. La législation commerciale du pays peut aussi bien faciliter qu'entraver la création d'entreprise.

### **2.3.1. Les assises légales**

Trois éléments liés directement aux règles juridiques sont indispensables lors de la création d'entreprises.

- **La forme juridique**

La P.M.E. exige des formes adaptées à sa dimension et à son mode de fonctionnement. Bien entendu, très souvent, elle sera créée par un "entrepreneur individuel", forme juridique prégnante en Algérie par exemple. Celui-ci sera

"artisan". Ce type de forme juridique entrave la P.M.E. dans son développement en la fermant aux différentes formes d'association. De plus, à partir d'un certain seuil de chiffre d'affaires, il se peut que les dispositions fiscales soient moins favorables à l'entrepreneur individuel qu'à la "société".

Prévoir les formes juridiques de société les plus nombreuses et les plus souples ne peut qu'aider à la création de P.M.E. (société de personnes, en commandite simple, à responsabilité limitée, etc.) Ceci suppose l'existence de notaires et de dispositions fiscales encourageantes en matière de droits d'enregistrement, de mutation des parts sociales ou d'augmentation de capital.

L'expérience algérienne montre que la préférence pour la forme "entrepreneur individuel" était principalement due à de forts droits d'enregistrement en matière de création de sociétés. La forme société permet davantage à l'épargne de se mobiliser dans l'investissement par association d'entrepreneurs. Elle facilite également les contrats de sous-traitance avec les grandes entreprises, soit par prise de participation dans la P.M.E., soit par souci de transparence fiscale (dans les pays à taxe sur la valeur ajoutée (T.V.A.), les grandes entreprises préfèrent traiter avec les P.M.E. soumises elles-mêmes à T.V.A., donc disposant des instruments comptables et juridiques relevant, en général de la forme sociétaire).

- **L'enregistrement**

Les dispositions fiscales peuvent encourager la création de P.M.E. dans tel ou tel "créneau" en exonérant leur activité de telle ou telle taxe. Il en va de même pour l'encouragement de la localisation des P.M.E. dans telle ou telle zone du territoire.

- **La constitution d'actifs**

Les règles juridiques codifiant l'investissement national représentent un autre volet. Dans certains pays, le registre de commerce peut ne pas être déclaratif. Dans ce cas, il faut une autorisation d'activité ce qui, souvent, n'est pas aisé à obtenir. De plus, le registre de commerce peut limiter l'objet de l'entreprise à



une seule activité. De telles dispositions encouragent souvent la création d'entreprises souterraines et n'ont pour but, en définitive, que de protéger les entreprises déjà existantes leur conférant ainsi des caractères quasi-monopolistes par le contrôle de l'apparition de concurrents. Ceci renvoie à l'analyse des groupes de pression.

La création d'une P.M.E. exige toujours un actif immobilier (terrain, bâtiment, bureaux). Lorsque le marché foncier est étroit (cas de l'Algérie), ce sont souvent les autorités qui accordent une attribution de terrain public. Ceci appelle à de nouvelles démarches (pas toujours fructueuses). Autrement, l'acquisition ou la location d'un actif immobilier peut revenir tellement cher qu'elle dissuade la création de l'entreprise. D'où, souvent, l'installation de certaines entreprises dans des quartiers favorables à l'éclosion d'activités souterraines et où les normes de travail ne peuvent être respectées.

### **2.3.2. Les innovations**

Ces innovations concernent davantage un dispositif opérationnel que purement technique au sens traditionnel.

- **Le guichet unique**

L'ensemble de ces éléments fait que, dans certains pays, la constitution d'une P.M.E. exige la confection d'un véritable dossier comprenant moult autorisations et documents. En Algérie, on a compté jusqu'à 28 pièces de différentes nature et obtenues auprès de différents services. Dans des pays où l'analphabétisme n'est pas éradiqué, ceci représente de fortes entraves à la création d'une P.M.E.

L'idée d'un guichet unique fait son chemin dans plusieurs pays afin de faciliter la constitution des dossiers de création et d'imposer une certaine célérité administrative dans leur traitement.

- **Le partenariat**

Un autre aspect institutionnel a trait aux formes possibles de partenariat avec le secteur public et les entreprises étrangères. Dans beaucoup de pays, la loi interdit l'association public-privé ou l'association national-étranger. Très souvent, l'investissement étranger n'est pas libre et n'est autorisé qu'au cas par cas, favorisant, en général, le partenariat avec les grandes entreprises (publiques notamment). Ceci renvoie, certes, aux politiques de gestion des balances de paiement qui, très souvent, ont pour souci d'opérer la rétention des devises dans le pays. Cependant, les crises connues par ces balances ont conduit pratiquement tous les pays à s'ouvrir, sous une forme ou une autre, aux capitaux étrangers ou à privatiser leur secteur public. L'expérience algérienne est enrichissante à cet égard puisque, depuis 1990, liberté est laissée à l'investissement direct étranger ou en partenariat avec les entreprises publiques ou privées. Une disposition concerne le partenariat de "management" et permet aux entreprises locales de se faire gérer par un partenaire étranger. Une telle disposition a favorisé la renaissance du secteur de l'hôtellerie, par exemple.

De telles mesures ont conduit à des résultats assez significatifs en matière de transfert de technologie avec la création de P.M.E. dans la pharmacie (médicament), l'électroménager, les matériaux de construction, les cosmétiques, la pêche, le matériel agricole, etc.

- **La législation de la formation**

Un dernier aspect institutionnel concerne les conditions de travail de la main-d'œuvre - outre les questions relatives aux charges sociales, il a été observé que les systèmes de formation professionnelle sont de grands pourvoyeurs de futurs entrepreneurs individuels. Une grande attention doit donc être portée aux marchés du travail et à l'éducation.

## CONCLUSION

Au terme de ce chapitre, il nous semble possible de formuler les constatations suivantes :

Premièrement, Les délais et pertes de démarrage, et les conséquences qui en résultent ont une double origine à savoir : la montée en puissance progressive de l'activité liée aux spécificités du processus de démarrage et aux ajustements nécessaires pour atteindre la performance recherchée, et le coût attaché à l'existence d'une phase d'apprentissage managérial et organisationnel, dont l'importance varie d'un projet à l'autre.

Comme nous l'avons vu, les causes de dérapage relatives au premier point sont aujourd'hui, plus ou moins perçues par les créateurs, cependant elles ne sont que marginalement prises en compte dans l'élaboration des projets , qui répondent, le plus souvent, à une conception programmatique et mécaniste du processus de création d'activité.

L'existence d'une phase d'apprentissage, qui découle d'un travail que le créateur et l'entreprise- système réalisent sur eux-mêmes à partir de différentes données issues de l'environnement ou de l'intérieur de l'organisation, est souvent ignorée. Le coût qui en résulte correspond en fait, à la traduction monétaire de l'ensemble des efforts nécessaires pour que s'autoproduisent et, finalement, émergent un entrepreneur expérimenté et une entreprise performante apte à viabiliser le projet.

Deuxièmement, Le processus de création d'entreprise répond à une série de passages contraints dont la typologie essentielle se fixe autour de quatre données : l'étude de marché, les moyens de financement, le choix des ressources humaines et les arbitrages technologiques. Ces quatre sujets constituent les points d'ancrage indispensables aux aspirations entrepreneuriales pour s'assurer les bases saines de sa mise en œuvre. Faute de ce préalable, l'initiative s'évanouira dans les arcanes d'un marché mal appréhendé, dans les affres d'un financement mal maîtrisé, dans les charges d'un emploi mal ajusté et dans les blocages d'un équipement mal ciblé.

Les éclairages alternatifs entre les principes d'une démarche et les références aux particularités et à l'expérience permettent de repérer ces dangers et de circonscrire les échecs. Ils permettent d'étayer de nouvelles initiatives et de préconiser quelques mesures d'appui qui

pourraient plus aisément encourager certaines aspirations entrepreneuriales encore dans les limbes ou trop peu en prise avec les réalités.

Très souvent, ce sont plus les problèmes d'organisation qui facilitent ou entravent la création des entreprises que les problèmes d'argent et de savoir-faire. L'exemple, souvent occulté, de l'existence de notaires représente, par sa banalité même, l'évidence qu'on ignore. Or, le marché, lieu d'échange de droits de propriété, ne peut fonctionner sans un système d'établissement des contrats. C'est pourquoi, le marché, même lorsqu'il est possible économiquement, peut, faute d'instruments institutionnels, s'atrophier et s'accompagner, dans notre pays d'une économie parallèle qui reste, souvent, la seule manière de pallier à l'absence d'instruments favorisant l'échange et l'entrepreneuriat.

---

**CHAPITRE 3 - LES VARIABLES D'ETUDE DE LA  
DÉCISION DE DÉCLENCHEMENT DU PROCESSUS  
ENTREPRENEURIAL**

---

---

## **CHAPITRE 3- LES VARIABLES D'ÉTUDE DE LA DÉCISION DE DÉCLENCHEMENT DU PROCESSUS ENTREPRENEURIAL**

---

### **INTRODUCTION :**

L'objectif de ce chapitre est de présenter ainsi que d'analyser les différents concepts et théories qui peuvent être mobilisés pour étudier le déclenchement du processus entrepreneurial.

Nous avons envisagé deux sources principales de déclenchement du processus de création d'entreprise, une source interne à l'individu et une source externe. Ce pendant, la raison d'être de ce chapitre est, au-delà de nos préférences intuitives, de présenter les connaissances théoriques issues de la littérature nous permettant de confirmer ou d'infirmier notre vision.<sup>68</sup>

Nous précisons dans un premier temps notre acception du déclenchement du processus entrepreneurial.

Dans un second temps, nous précisons les concepts mobilisés dans cette recherche en distinguant le concept d'intention et la notion de déplacement.

Enfin, dans une dernière section, nous présentons les différents modèles théoriques pris en compte : La théorie du Comportement Planifié d'Ajzen. I (1991, 2002), les travaux de Krueger. N.F et Carsrud. A.L (1993) et enfin les travaux de Bruyat.C (1993).

---

<sup>68</sup> A ce sujet, Weber parle de neutralité axiologique. Le principe de neutralité axiologique n'interdit pas au chercheur d'exprimer ses préférences personnelles dans la mesure où il les présente comme telles et non comme le résultat d'un travail scientifique.

## I. LE DÉCLENCHEMENT DU PROCESSUS ENTREPRENEURIAL

L'objectif est d'indiquer notre acception du déclenchement du processus entrepreneurial. Pour cela, nous devons préciser à quel moment le processus entrepreneurial démarre. C'est une question difficile à laquelle il nous semble très important de répondre.

Le processus entrepreneurial est un phénomène complexe. Il nous semble impossible de déterminer une cause réellement identifiable et nécessaire pour son déclenchement. Plusieurs facteurs semblent imbriqués les uns dans les autres. Le processus peut commencer dans l'esprit de l'individu, sans qu'il en soit toujours conscient (Bruyat. C, 1993)<sup>69</sup>. Pour autant, un déclencheur peut intervenir sous la forme d'un évènement, qu'il soit interne ou externe à l'individu.

Ceci rajoute une difficulté supplémentaire à l'étude du processus. Nous approprions les travaux de Bruyat. C (1993) en parlant de la création d'entreprise et en les adaptant à notre problématique, le déclenchement du processus entrepreneurial est un phénomène :

- **Hétérogène.** Il n'y a pas une façon unique de déclencher un processus. La période avant le déclenchement peut se traduire de façon consciente ou inconsciente. L'environnement joue un rôle primordial.
- **Correspondant à des logiques diverses et évolutives.** La dimension dynamique est à nouveau mise en avant. Les logiques peuvent être de rupture (un changement radical) ou alors de continuité.
- **Aux limites floues.** Comme nous l'avons précisé ci-dessus, le processus peut démarrer dans l'esprit de l'individu. Même si le déclenchement correspond au passage à l'action, à partir de quand faut-il remonter pour étudier les antécédents de ce début d'action ?
- **Éphémère et transitoire.** C'est un moment qui ne dure pas. Chercher à mieux comprendre cette étape nous conduit à rechercher les antécédents.

---

<sup>69</sup> BRUYAT.C, Création d'entreprise : Contributions épistémologiques et modélisation, Thèse pour le doctorat ès Sciences de Gestion, Université Pierre Mendès France de Grenoble, 1993, 431 pages.

- **Difficilement repérable dans le temps.** La période conduisant au déclenchement peut être très brève (apparition d'un déclencheur externe) ou alors être d'une durée très importante (plusieurs mois ou plusieurs années).

De nombreuses recherches ont tenté d'identifier les facteurs permettant à un projet de création d'entreprise de se concrétiser. Par exemple, Katz. J et Gartner. W (1988)<sup>70</sup> suggèrent quatre caractéristiques permettant de reconnaître l'émergence d'un projet : l'intention, la construction d'un rôle d'entrepreneur distinct (évoluant au cours de la construction de l'organisation), l'acquisition des ressources nécessaires et la réalisation de transactions avec son environnement. Nous pouvons également, de façon générale, avancer d'autres facteurs favorisant la concrétisation d'un projet : un environnement favorable, la formation de l'individu, son éducation, ses connaissances, sa perception du risque . . .

Nous pouvons considérer le processus déclenché à partir du moment où l'individu envisage sérieusement de créer, il consacre du temps et des moyens à sa recherche.

À partir du déclenchement, la carrière entrepreneuriale doit correspondre aux aspirations personnelles de l'individu (c'est-à-dire que la voie de carrière entrepreneuriale doit être perçue comme désirable), et l'individu doit se sentir capable de mener ce projet de création au bout (c'est-à-dire que le comportement doit lui apparaître comme faisable) ; en d'autres termes, l'individu doit penser avoir les compétences nécessaires à l'acte de création, mais aussi l'environnement doit sembler fournir une opportunité. Être à la recherche d'une opportunité peut entraîner le déclenchement du processus.

Le déclenchement est un point de rupture qui marque le début de l'action. À partir de ce point, le processus est en mouvement et le temps joue donc un rôle primordial (par exemple en cas de licenciement, un individu peut envisager de créer jusqu'au moment où on lui propose un emploi très intéressant pour lui).

Nous devons préciser que l'étude de la possibilité de créer une entreprise (le déclenchement) ne conduit pas nécessairement à l'engagement total du créateur. L'individu peut renoncer à son projet, de façon définitive ou non. Ceci étant, l'individu, pour avoir

---

<sup>70</sup> KATZ, J., GARTNER, W, Properties of emerging organizations, Academy of Management Review, 13, 1988, PP 429-441.



déclenché le système, doit avoir parcouru différentes étapes (par exemple être à la recherche d'informations, rédiger un business plan, chercher à libérer du temps ...). Une étude de Volery. T, Doss. N et Mazzarol. T (1997)<sup>71</sup> montre même que les principaux facteurs indiquant le déclenchement du processus sont similaires entre deux groupes d'individus (des nouveaux créateurs et des non-créateurs)<sup>72</sup> : rechercher des informations sur la création d'entreprise auprès d'organismes ou auprès de proches (familles, amis ...), préparer un business plan, rechercher des moyens ou des équipements, chercher à épargner pour créer l'entreprise. Au-delà, une analyse factorielle a été réalisée pour identifier les facteurs de déclenchement parmi une liste de 18 items. Six principaux facteurs ont été mis à jour :

- **L'investissement** : motivation pour créer une firme (être à la recherche d'un emploi, investir ses économies, recevoir un salaire basé sur le mérite).
- **La créativité** : développer ses compétences, avoir un emploi intéressant, créer quelque chose de nouveau, réaliser ses rêves.
- **L'autonomie** : indépendance des entrepreneurs.
- **Le statut** : suivre l'exemple de quelqu'un qu'on admire, accroître son prestige, poursuivre une tradition familiale.
- **Les opportunités du marché** : il s'agit de la conjonction de l'identification d'une opportunité et d'un environnement propice.
- **Le financement** : le facteur conducteur du processus.

Il est à noter que certains des facteurs cités ci-dessus sont externes à l'individu. Ces forces sociales provenant de l'environnement sont liées à la vision actuelle de l'individu (statut, prestige de l'entrepreneur) et à la vision de son passé (maintenir une tradition familiale par exemple).

---

<sup>71</sup> VOLERY.T, DOSS. N. and MAZZAROL. T, Triggers and barriers affecting entrepreneurial intentionality : the case of Western Australian nascent entrepreneurs, USASBE Annual National Conference , San Francisco, June 1997, P 14.

<sup>72</sup> C'est-à-dire des entrepreneurs potentiels qui ont déclenché le processus de création d'entreprise mais qui l'ont stoppé avant la création effective.

Par ailleurs, en employant une méthodologie identique, trois principales barrières au déclenchement du processus ont été mises à jour :

- **'Lack of ressource'** : il s'agit de la perception d'un manque d'accès à certaines ressources.
- **'Compliance cost'** : lié à la politique et au droit.
- **'Hard reality'**: les tâches à réaliser et les risques inhérents sont habituellement plus importants que ceux attendus.

Maintenant, il convient de préciser les notions qui nous semblent importantes dans le déclenchement du processus. En effet, l'individu est multi-déterminé, socialement, inconsciemment, biologiquement, et ces déterminations multiples le confrontent à des contradictions qui l'obligent à faire des choix, à trouver des réponses, des issues, des échappatoires.

Cependant, même si l'émergence organisationnelle est un processus intentionnel, certains auteurs avancent que le comportement entrepreneurial est probablement déterminé par des variables plutôt situationnelles que psychologiques.

Fayolle. A (2003)<sup>73</sup> détermine d'ailleurs plusieurs types de facteurs<sup>74</sup> :

- **Les facteurs psychologiques** : caractéristiques individuelles et motivations de l'entrepreneur.
- **Les facteurs sociologiques**: les différents milieux qui peuvent influencer l'individu (famille, amis ...).
- **Les facteurs économiques**: les ressources informationnelles, humaines, cognitives, technologiques, financières, matérielles.
- **Les facteurs contextuels**: le déclenchement ne peut être isolé du contexte dans lequel il se produit. Les facteurs contextuels agissent généralement en

---

<sup>73</sup> FAYOLLE. A, Le métier de création d'entreprise, Ed. D'organisation, Paris 2003, P 233.

<sup>74</sup> Il s'attache à mettre en lumière les facteurs qui 'déterminent' l'entrepreneur. Nous pensons que, dans un but d'illustration, nous pouvons reprendre ce travail dans notre recherche.

provoquant des ruptures psychologiques et/ou matérielles qui peuvent précipiter ou inhiber le déclenchement.

Cet auteur identifie par ailleurs trois pôles de logiques d'actions principales qui peuvent conduire à l'acte d'entreprendre : la dominante de la motivation (désir d'entreprendre, projet passion), la dominante de la carrière (la réinsertion professionnelle, l'étape de carrière, l'opportunité entrepreneuriale) et enfin la dominante de la valorisation du potentiel entrepreneurial (le potentiel sous-exploité, le capital technique au service d'un projet, la transmission familiale).

Dans le cas où il s'agit d'une démarche volontaire, le déclenchement peut découler d'une décision. La décision correspond à l'action de décider, à adopter une conclusion définitive sure, à disposer en maître par son action ou son jugement, se déterminer. « *Le processus de décision est un processus mental ou cognitif tourné vers l'action dans la mesure où la décision est la condition du changement de comportement* »<sup>75</sup> (Emin. S (2003)).

Les recherches sur la prise de décision concernent un conglomerat de différentes disciplines: mathématique, sociologie, psychologie, économie....Cependant, la décision de créer une entreprise ne dépend pas uniquement des connaissances de l'individu à savoir comment s'y prendre.

À l'origine, le travail des économistes a appréhendé l'individu avec une rationalité totale. Cette dernière notion suppose un univers prédictible, calculable et donc contrôlable. L'action vise donc la maximisation de la différence entre avantages et coûts qu'elle entraîne pour le sujet.

Crozier. M et Friedberg. E (1977)<sup>76</sup> définissent une stratégie rationnelle comme la capacité de l'acteur à saisir toute opportunité qui lui permet de maintenir ou d'améliorer sa situation. L'une des clefs du processus stratégique, peut-être la seule, réside dans la pensée des dirigeants (donc de l'entrepreneur potentiel dans notre cas), dans ses contenus et dans ses mécanismes.

---

<sup>75</sup> EMIN. S, L'intention de créer une entreprise des chercheurs publics : Le cas français, Thèse pour le doctorat de Sciences de Gestion, Université Pierre Mendès France (Grenoble), Novembre 2003, P 82.

<sup>76</sup> CROZIER. M, FRIEDBERG. E, L'acteur et le système, Editions du seuil, Points Politique, Paris 1977.

Pour Hernandez. E. M et Marco. L(2006)<sup>77</sup>, il existe trois phases dans le processus décisionnel : identifier les occasions qui justifient les décisions à prendre, recenser les solutions possibles, les actions envisageables, en choisir une.

La littérature concernant le processus de décision insiste sur la non-rationalité totale de la personne prenant une décision, mais plutôt sur la rationalité limitée.

D'autres travaux se concentrent sur le processus de décision. Plusieurs facteurs peuvent affecter ce processus. Les deux facteurs les plus couramment pris en compte sont l'implication de l'individu dans la prise de décision et les expériences antérieures. Le processus de décision dépend aussi de la quantité d'informations à traiter. Nous pouvons distinguer des processus longs et des processus courts.

Hernandez. E. M (1999)<sup>78</sup> propose un modèle avec l'hypothèse sous-jacente selon laquelle la décision de créer est basée sur l'interaction de plusieurs facteurs. Ce modèle a trois composantes principales : un catalyseur dans l'identification d'opportunité de création d'une nouvelle entreprise (la vision entrepreneuriale, c'est-à-dire l'image de ce que le créateur veut réaliser, sa personnalité, le contrôle souhaité), l'effet de ce catalyseur sur les décisions individuelles (les événements vécus, la perception de soi-même, disposer d'un support social, voir la création d'entreprise comme un moyen satisfaisant d'obtenir et d'augmenter le contrôle désiré) et enfin, la probabilité qu'a un individu de créer une nouvelle entreprise.

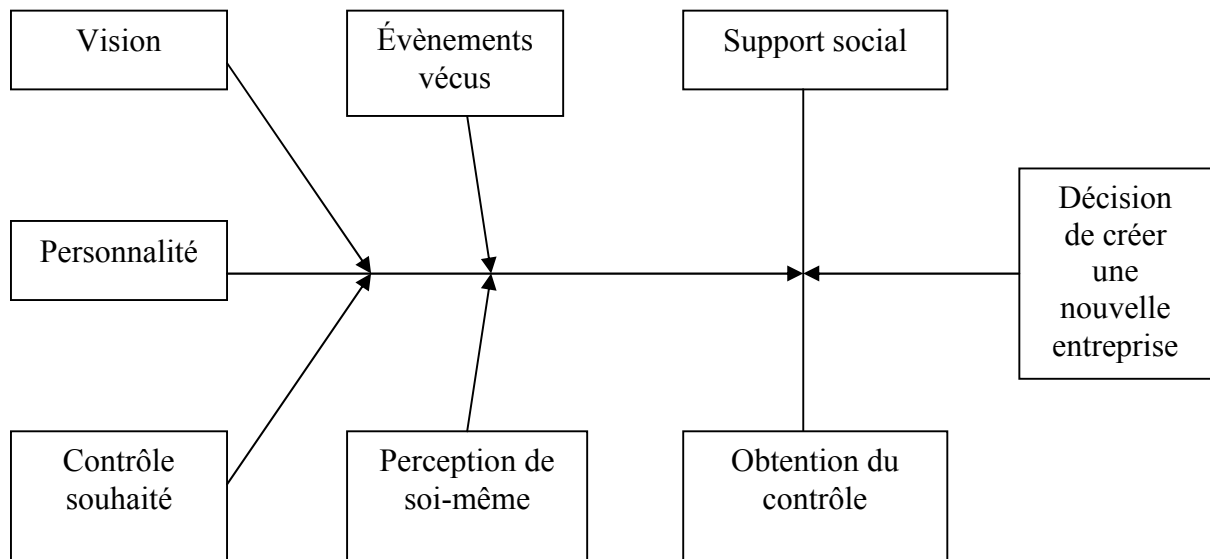
Le schéma suivant (schéma n° 3) retrace ce modèle.

---

<sup>77</sup> HERNANDEZ, E.M., MARCO, L. (2006), *Entrepreneur et décision : De l'intention à l'acte*, Editions Eska, P 190.

<sup>78</sup> HERNANDEZ. E. M, *Le processus entrepreneurial : Vers un modèle stratégique d'entrepreneuriat*, L'Harmattan, 1999, P 56.

Schéma n° 3: La décision de créer une nouvelle entreprise.



Source : HERNANDEZ. E. M, Le processus entrepreneurial : Vers un modèle stratégique d'entrepreneuriat, L'Harmattan, 1999, P 56.

Enfin Hernandez. E. M et Marco. L (2006) reviennent sur l'importance de la décision : « Mais parmi toutes les décisions que le créateur d'entreprise est amené à prendre, l'une est spécifique et n'appartient qu'à lui ; c'est celle que le manager salarié d'une organisation existante n'a pas prise et le plus souvent ne prendra jamais : à savoir la décision de créer une entreprise nouvelle. Voilà en quelque sorte pour l'entrepreneur la décision originelle, la décision fondatrice, celle qui fait que l'on devient entrepreneur ou que l'on ne le devient pas. Cette décision originelle constitue sûrement une dimension essentielle du processus entrepreneurial<sup>79</sup>. Ils parlent de la décision de créer ou non une entreprise nouvelle. Cette décision en question peut arriver en amont ou bien en aval du déclenchement du processus entrepreneurial. La décision de créer une entreprise peut être abordée de deux façons différentes :

<sup>79</sup> HERNANDEZ. E.M, MARCO. L, Entrepreneur et décision : De l'intention à l'acte, Editions Eska, 2006, P7.

- L'intention de créer une entreprise entraîne l'individu à prendre la décision de chercher une idée, de mettre en œuvre un projet. Cette décision arrive avant le déclenchement du processus. Elle est souvent la cause du déclenchement du processus, c'est-à-dire le début de l'action.
- La décision de créer une entreprise est la décision finale qui va entraîner la création effective. Elle arrive donc après le déclenchement du processus. Elle peut correspondre à l'engagement définitif de l'entrepreneur, c'est-à-dire le moment à partir duquel tout retour en arrière lui semble très difficile, voir impossible (dans ce cas, la décision peut entraîner la création effective immédiate de l'entreprise (enregistrement au registre du commerce par exemple) ou le rachat (signature de la vente).

À la suite des précisions apportées ci-dessus sur le déclenchement du processus entrepreneurial, nous présentons dans une seconde partie les différents concepts mobilisés.

## II. LES CONCEPTS MOBILISÉS

Deux concepts principaux sont mobilisés afin de mieux appréhender le déclenchement du processus entrepreneurial. Dans une première partie, nous abordons le concept d'intention. Ensuite, dans une seconde partie, nous présentons la notion de déplacement.

### 1. Le concept d'intention

Tout d'abord, l'approche sociologique de Boudon. R place l'individu au centre: *«Expliquer un fait social, c'est toujours en faire la conséquence d'actions individuelles ... On ne peut comprendre le social qu'à partir des intentions de l'acteur. Les contraintes à l'action existent, mais elles ne sauraient être considérées comme le seul déterminant».*<sup>80</sup>

L'intention est une représentation cognitive de l'individu. Nous détaillons ci-dessous ces deux notions **de cognition et de représentation.**

---

<sup>80</sup> BOUDON. R, Le paradoxe du vote et la théorie de la rentabilité, Revue Française de sociologie, 38 (2), 1994, PP 217-227.

Les **aspects cognitifs** sont de plus en plus considérés par la communauté scientifique comme essentiels dans l'explication et la compréhension du fonctionnement des organisations. Différentes théories dans le champ de l'entrepreneuriat proposent par exemple que des facteurs tels que la perception ou l'interprétation d'un individu jouent un rôle primordial dans le processus de création. Malgré tout, cette notion de cognition reste difficile à cerner dans le champ de l'entrepreneuriat.

Dans notre approche, nous prenons en compte les prédispositions de l'entrepreneur potentiel, c'est-à-dire les caractéristiques personnelles. Ceci inclut les styles cognitifs, les valeurs ou les attitudes, mais aussi l'ensemble des prédispositions en relation avec la personnalité ou les différences individuelles de l'entrepreneur potentiel avant la situation étudiée. Le champ de l'entrepreneuriat cognitif comprend tous les aspects de la cognition qui peuvent, potentiellement, jouer un rôle important dans les différents aspects du processus entrepreneurial.

Précisons maintenant **la notion de représentations**. Différentes recherches, notamment dans les sciences de la cognition, ont mis l'accent sur le rôle important des représentations pour l'action humaine. Elles ont montré que les représentations que se font les individus de problèmes simples peuvent être diverses, entraînant des stratégies de résolution différentes. Les représentations sont les fruits d'une histoire personnelle et d'un environnement actif ou d'un contexte ; de ce fait, elles sont potentiellement variables. Les représentations des individus sont diverses et entraînent des comportements différents.

L'acteur agit à l'aide de ses représentations. L'information n'est pas donnée et pas évidente, mais partielle, construite et coûteuse. Les représentations de l'individu proviennent d'une histoire personnelle et d'un environnement actif ou d'un contexte, de ce fait elles sont potentiellement variables. Le contexte (ou l'environnement actif) constitue donc une source de représentations que se fait l'individu de la situation dans laquelle il se trouve. Dans tout processus de changement, les perceptions qu'a l'individu sont susceptibles d'être éloignées de la 'réalité'. La création d'entreprise est un processus complexe dont l'entrepreneur n'anticipe pas totalement les différents aspects. Cette ignorance favorise parfois l'action. La main cachante '*hiding hand*' permet à l'individu de s'engager dans un grand projet dans lequel il ne

se serait sans doute pas lancé si son information avait été parfaite<sup>81</sup>. Le temps ajoute à cette non anticipation en faisant que l'individu découvre peu à peu les différentes difficultés qu'il tentera de surmonter et qui l'amèneront, parfois, à modifier profondément son projet ou à y renoncer. L'entrepreneur agit dans l'instant, bien qu'il soit doté d'une mémoire (histoire), et de projets (futur projeté). Le manque d'actions entrepreneuriales est la conséquence d'une non perception d'opportunités. L'incertitude perçue joue un rôle important dans la prévention de l'action entrepreneuriale.

Le rôle de l'incertitude sur l'action entrepreneuriale peut être abordé de deux façons distinctes. Premièrement, le niveau d'incertitude est considéré comme une barrière entre l'entrepreneur potentiel et l'action entrepreneuriale. Deuxièmement, la non disposition à se battre contre cette incertitude est un frein à l'action.

Revenons à présent sur l'intention de l'individu. Elle correspond à la disponibilité d'une personne à exécuter un certain comportement. L'intention suppose de prendre en compte les différents facteurs motivationnels qui influencent le comportement ; c'est un indicateur de la disposition d'un individu à essayer de réaliser l'acte en question. L'intention reflète aussi bien le désir d'agir que la croyance selon laquelle on va agir. Ce devrait être l'antécédent le plus proche de l'action ou de la tentative de comportement.

L'intention et les attitudes dépendent des représentations de soi et de son environnement, ainsi que de ses expériences. L'intention est une perception qui permet d'appréhender la création d'entreprise comme une voie de carrière possible. L'intention ne constitue pas une action. Elle représente une pensée. C'est un futur envisagé et préféré, mais non encore certain.

L'intention qui peut déboucher sur une décision peut-être formée à partir de plusieurs facteurs :

- **Les attributs psychologiques** sont considérés comme ayant une influence éventuelle sur la volonté de créer une nouvelle entreprise. Ces attributs sont : la 'propension à prendre des risques', les 'motivations' et les 'attitudes'.

---

<sup>81</sup> Jeu de mots opposant la main invisible d'Adam Smith ('hidden hand') à la main cachante ('hiding hand').



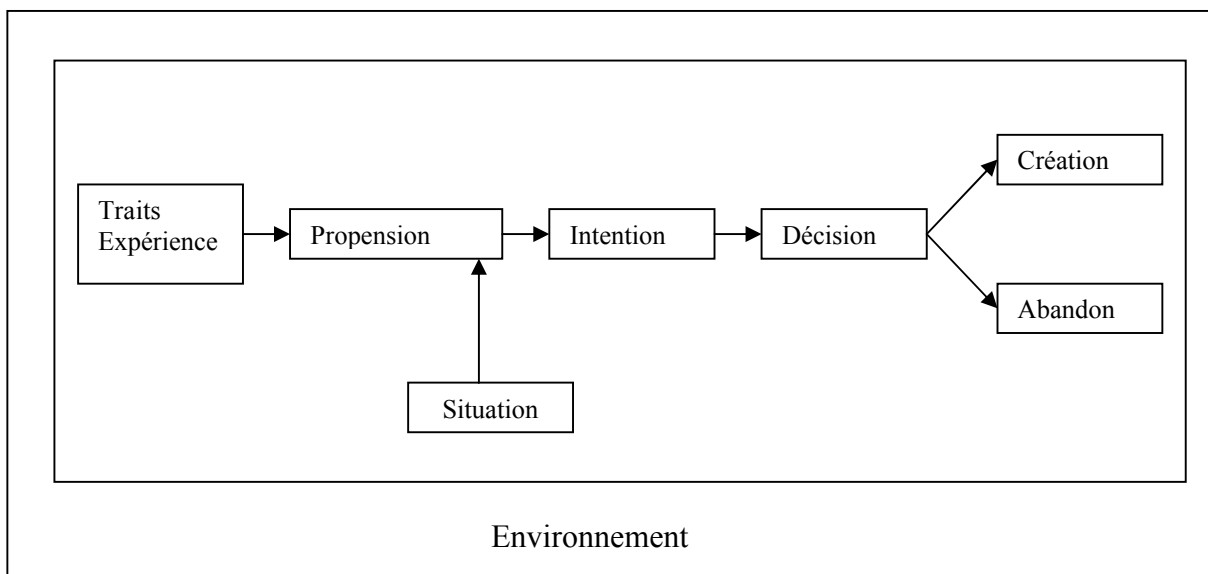
- **La culture et l'environnement social de l'individu** ont un impact sur son intention.

Le contexte culturel d'un pays a un impact sur les différentes phases du processus entrepreneurial (intention entrepreneuriale, recherche d'opportunité, décision de l'exploiter par une création d'entreprise, l'activité en elle-même).

- **L'aspect environnemental** : Les ressources financières, technologiques, humaines, l'aspect marketing...
- **Le temps disponible pour le projet.**

Pour sa part, Learned (1992) propose un modèle de formation d'organisation qui nous permet de positionner les concepts d'intention et de décision.

Schéma n°4 : Un modèle de formation d'organisation



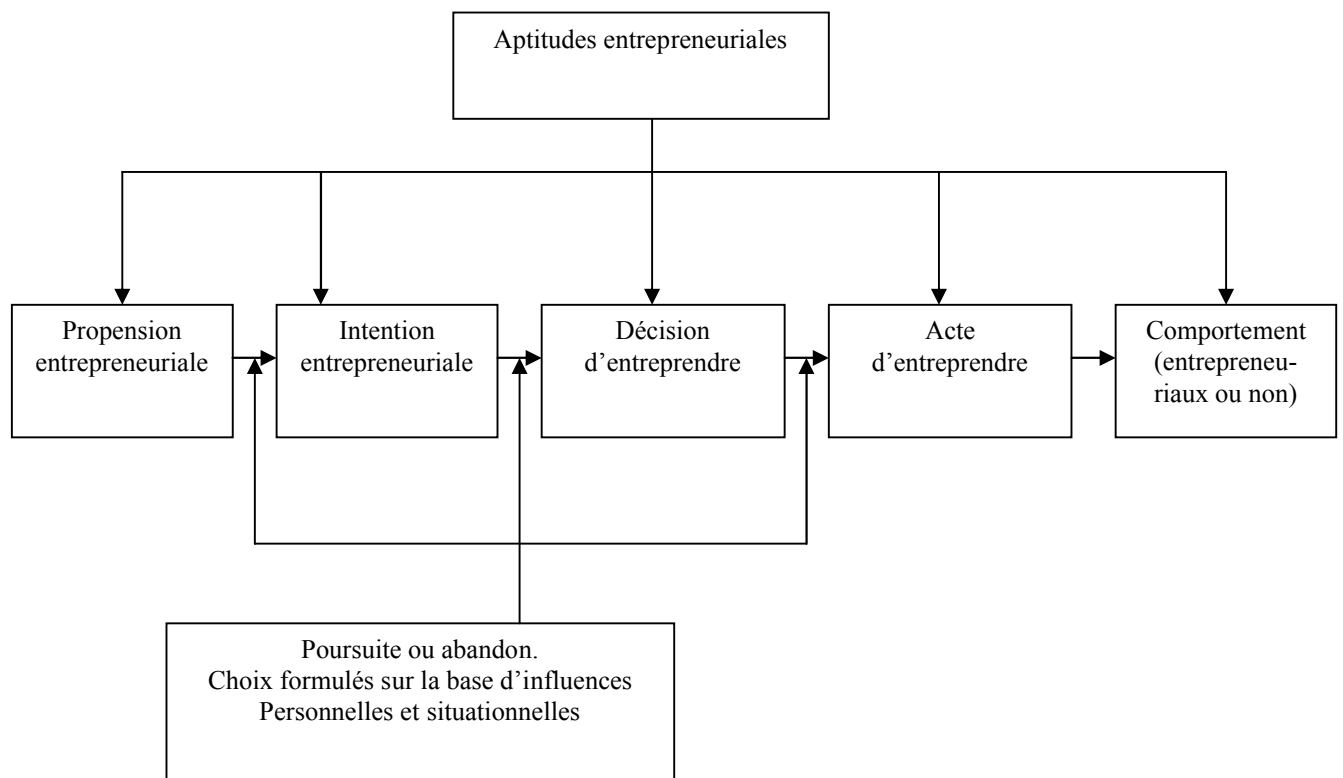
Source : LEGRANND, M, Raconter son histoire, in L'individu contemporain. Regards Sociologiques, Eds Sciences Humaines, 2006, P 39.

Pour Learned (1992), le processus d'émergence commence lorsque les organisations n'existent qu'en pensées, en idées. Ensuite ces pensées sont parfois transformées en intention, puis quelquefois en actions, ce qui peut entraîner le démarrage d'une entreprise. Le modèle

original a été simplifié afin d'illustrer le coeur de notre recherche. Ce modèle correspond à la notion d'émergence organisationnelle et donc à la création d'une organisation nouvelle. Ce processus est obligatoirement intentionnel (un individu ne crée pas effectivement une organisation nouvelle sans en avoir auparavant une intention consciente). C'est là que réside la principale différence par rapport à l'objet de notre recherche. Nous nous concentrons ici sur le déclenchement du processus entrepreneurial, c'est-à-dire avant la création effective ou l'abandon du processus.

L'intention est l'expression d'une volonté (Tounes, 2003). Il souligne que l'intention entrepreneuriale est une phase en amont du processus : « *Nous considérons que le processus en amont est un continuum qui peut être identifié par les quatre temps forts suivants* ». <sup>82</sup>

Schéma n°5 : Les différentes phases du processus entrepreneurial



Source : TOUNES. À, L'intention entrepreneuriale – Une recherche comparative entre des Etudiant suivant des formations en entrepreneuriat (bac+5) et des étudiants en DESS CAAE, Thèse pour le Doctorat en Sciences de Gestion, Université de Rouen, Décembre 2003, P 47.

<sup>82</sup> TOUNES. A (2003), L'intention entrepreneuriale – Une recherche comparative entre des Etudiant suivant des formations en entrepreneuriat (bac+5) et des étudiants en DESS CAAE, Thèse pour le Doctorat en Sciences de Gestion, Université de Rouen, Décembre 2003, P 459.

Nous pouvons associer la notion **de projet à celle d'intention**. Un projet est l'image d'une situation, d'un état que l'on pense atteindre. Il s'agit de ce que l'on se propose de faire à un moment donné. « *Le projet constitue une anticipation opératoire de type flou* »<sup>83</sup>. (Schieb-Bienfait. N, 2006). « *Dans cette perspective, le projet représente un processus de rationalisation fondé sur l'anticipation ...* »<sup>84</sup> (Schieb-Bienfait. N, 2006). Le projet et sa mise en œuvre avant la création d'entreprise semblent être une condition de réussite des start-up technologiques. La rédaction d'un business plan apparaît par exemple primordiale, même si celui-ci change de façon importante au cours de l'évolution du projet. La rédaction d'un business plan est quelque chose qui s'apprend et qui contribue au succès du projet. Le projet d'entreprendre est un concept évolutif puisque tout projet initial d'entreprendre se concrétise s'il y parvient, sous la forme d'une organisation qui le modèle en partie pour l'adapter aux exigences de l'environnement. La stratégie entrepreneuriale est à la fois délibérée et émergente : délibérée dans son orientation et émergente dans ses détails pour permettre les adaptations en cours de route (Bernasconi. M, 2003)<sup>85</sup>. Par exemple, les sources d'écart entre les prévisions (business plan) et les réalisations sont assez nombreuses (évolution technologique, marché ...).

**Les notions d'idées et d'objectifs** sont sous-jacentes à la notion de projet.

Pour sa part, **l'idée** est relative à l'imaginaire, à la pensée. C'est une conception de l'esprit. Il y a une opposition entre l'idée et le réel, le concret, la réalité. L'idée est un point de départ qui peut amener au projet puis à sa réalisation, c'est-à-dire l'action.

Trouver une idée de création d'entreprise est parfois un problème difficile à résoudre. Elle peut provenir de la créativité de l'individu ou alors tout simplement d'une analyse de l'environnement. Les idées qui sont à la base de la création de nouvelles entreprises sont plus ou moins originales. Cela va des idées les plus traditionnelles aux plus innovantes. Il est possible d'avoir une idée de création avant d'en avoir le thème, ce qui peut entraîner la recherche d'une bonne idée. L'idée est-elle personnelle ou provient-elle de l'environnement

---

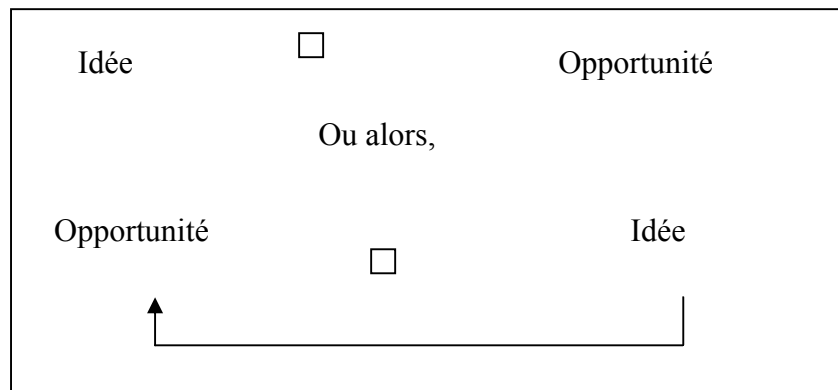
<sup>83</sup> SCHIEB-BIENFAIT. N, Le processus entrepreneurial comme champ de recherche-Logiques d'action et développement d'activités, Habilitations à diriger des recherches en Sciences de Gestion, 2006, P 99.

<sup>84</sup> Ibid., P 100.

<sup>85</sup> BERNASCONI, M. (2003), L'entrepreneur en action, contextes et pratiques, Conférence AIRPME, 23-24 Octobre 2003, Agadir (Maroc), P 22.

pertinent ? D'un côté, l'idée peut être conçue uniquement à partir de l'imaginaire de l'individu. Il n'y a pas encore de notion de marché ou d'opportunité. À l'inverse, une opportunité inhérente à un environnement singulier peut entraîner une idée dans l'esprit d'un individu. Il peut donc, dans ce cas, y avoir un synchronisme entre l'idée de l'individu et une opportunité liée à un marché quelconque. À l'aide du schéma suivant (schéma n° 6) nous pouvons retracer ces deux modes d'apparition de l'idée :

Schéma n° 6 : L'apparition d'une idée entrepreneuriale



Source : Schéma réalisé par nos soins à partir des travaux de : FAYOLLE. A, 2005.

Fayolle. A (2005)<sup>86</sup> précise que l'opportunité est en quelque sorte une idée acceptée. Nous pensons en effet qu'une opportunité dans l'environnement pertinent de l'acteur peut être à la source de la création de l'idée. Toutefois, l'apparition de cette idée va éventuellement entraîner la saisie de cette opportunité (ce n'est pas la saisie d'une opportunité qui peut entraîner une idée) en passant par une évaluation préalable. Il résume ceci par l'équation suivante :

$$\textit{Opportunité} = \textit{idée (s)} + \textit{créativité entrepreneuriale}$$

<sup>86</sup> FAYOLLE. A, Introduction à l'entrepreneuriat, Dunod, Paris, 2005, P 63.

Fayolle.A et Filion.L.J (2006) distinguent d'ailleurs une idée d'une opportunité d'affaires : « Cette dernière revêt à la fois un pouvoir d'attraction et une possibilité de durabilité. Elle correspond à un besoin. Elle arrive sur le marché à un moment propice. Elle s'applique à un produit ou à un service de telle sorte qu'elle représente une valeur additionnelle pour le consommateur »<sup>87</sup>. Bruyat (1993) affirme que le processus entrepreneurial ne devient repérable pour un chercheur qu'à partir du moment où il est suffisamment avancé, c'est-à-dire que l'action de créer est envisagée. Il s'agit de la phase d'initiation pour Hernandez (1999).

Il est également important de préciser **la notion d'objectif**. En effet, « *repérer l'intentionnel implique une identification précoce du but pour comprendre les agissements d'un entrepreneur* »<sup>88</sup> (Verstraete. T, 1999). L'objectif est une cible à atteindre, un but. Les notions d'action, de contexte, d'environnement et de temps ne sont pas prises en compte<sup>89</sup>. Les objectifs sont des entités repérables dans le discours du créateur. Ils sont un moyen de clarifier les aspirations et les désirs de l'entrepreneur. Les buts ne sont qu'une manière commode de désigner le produit d'interactions complexes entre des projets, des phénomènes émergents et des opportunités. L'acteur n'a que très rarement des objectifs clairs et encore moins des projets cohérents : ceux-ci sont multiples, plus ou moins ambigus, plus ou moins explicites, plus ou moins contradictoires. Il en changera en cours d'actions, en abandonnera certains, en découvrira d'autres, chemin faisant, voire après coup, ne serait-ce que parce que des conséquences imprévues et imprévisibles de son action l'obligent 'à reconsidérer sa position' et 'à réajuster son tir' : ce qui est 'moyen' à un moment sera donc 'fin' à un autre, et vice versa. L'individu n'a pas toujours conscience du but qu'il poursuit ou il peut avoir des difficultés à l'exprimer. Malgré cela, les comportements des acteurs sont toujours orientés : ils ne sont pas gratuits, mais inspirés par des objectifs, instables et parfois inconscients.

---

<sup>87</sup> FAYOLLE. A., FILION. L.J. (2006), Devenir entrepreneur-Des enjeux aux outils, Village Mondiale, Pearson Education, 2006, P 87.

<sup>88</sup> VERSTRAETE. T, *Entrepreneuriat : Connaitre l'entrepreneur, comprendre ses actes*, Paris, L'Harmattan /Economie et innovation, 1999, P 104.

<sup>89</sup> Falque et Bougon (2005 : P89) *ont une approche plus précise de cette notion. Ils distinguent l'objectif, du but et de la finalité. « Les objectifs sont indispensables, mais situés à leur juste place, comme des indicateurs de moyens, au sein de projets porteurs de buts spécifiques, eux-mêmes reliés à une finalité ... L'objectif désigne donc la visée d'un résultat précis et positif ... Au sens figuré, le but est une représentation mentale de la réalisation d'un projet. Ainsi, un projet concourt à un but. Il est composé d'objectifs qui servent d'indicateurs. Ces derniers permettent d'évaluer que le projet avance en direction de but souhaité et selon la direction voulue ... La finalité s'exprime comme la vision de ce à quoi la personne désire contribuer ».* (Falque et Bougon, 2005 : PP 89-92).

D'autres approches permettent l'assignation de buts comme la cause d'un changement ; changement nécessaire au déroulement du processus. Bruyat (1993) avance que les projets de création d'entreprise naissent et se développent dans la zone de cohérence de leur Configuration Stratégique Instantanée Perçue (CSIP). Cette CSIP comprend des objectifs, des buts que l'individu, entrepreneur potentiel, confronte avec les possibilités perçues de l'environnement<sup>90</sup>.

Avant de présenter la section suivante, et au-delà de la notion d'intention, nous souhaitons apporter quelques précisions sur **la notion d'engagement**. En effet, même si, comme nous l'avons vu précédemment, notre ancrage théorique nous permet d'envisager l'engagement comme une phase distincte du processus de création ou reprise d'entreprise, la notion d'engagement est également une notion interne à l'individu.

Une première revue de littérature révèle l'existence de nombreux travaux ayant conduit à l'élaboration de théories de l'engagement dans le champ de la psychologie sociale et dans celui de la psychologie cognitive. Ces concepts ont été appliqués dans le domaine de la gestion et du management des entreprises, notamment pour tenter d'expliquer l'engagement dans le travail, dans des projets de développement de nouveaux produits ou dans des projets informatiques. Mais très peu de chercheurs ont utilisé le concept d'engagement dans le champ de l'entrepreneuriat, à l'exception notable de Bruyat. C (1993, 2001) et Gaillard-Giordani.M.L (2004), pour des travaux francophones. L'engagement correspond à l'action de lier (quelqu'un), de se lier par une promesse ou une convention (morale ou formelle). C'est une obligation que l'on se crée. L'engagement concerne la décision et l'action.

D'après Beauvois. J.L et Joule. R.V (1981), au regard d'une situation donnée, plus l'individu agit et plus il s'engage. Ils considèrent également que l'activité comportementale susceptible de provoquer l'engagement est liée au sentiment de liberté qu'éprouve l'individu. C'est parce qu'il dispose d'une latitude dans la prise de décision que l'action consécutive à la décision est engageante. En définitive, la notion d'engagement s'apparente à un processus qui se développe dans le temps et qui oblige l'individu à préserver la consistance de ses actes ou

---

<sup>90</sup> « A un moment donné, le créateur a des perceptions, plus ou moins floues, de son ou de ses environnements, de ses capacités et de ses ressources, de ses aspirations et de ses buts ». (BRUYAT.C, Création d'entreprise : Contributions épistémologiques et modélisation, Thèse pour le doctorat ès Sciences de Gestion, Université Pierre Mendès de Grenoble France, 1993, P 195.

la consonance de ses décisions. L'engagement correspond à une position qu'il n'est pas facile de quitter, voire même il est un choix irrévocable, ou encore, une contrainte qui empêche tout changement de comportement.

Il n'est pas inutile ici de rappeler nos questions de recherche. Nous ne souhaitons pas aborder l'engagement comme une étape du processus, mais plutôt comme un concept permettant de mieux comprendre le cheminement interne de l'individu vers l'action. Dans le champ de l'entrepreneuriat, les théories de l'engagement ont été très peu utilisées par des chercheurs. Gaillard-Giordani. M.L (2004) aborde l'engagement dans le cadre de la relation entre investisseurs et entrepreneurs. La perspective est financière et l'angle d'étude privilégié est celui des engagements réciproques des acteurs du processus entrepreneurial.

Les engagements dont il est question dans ce travail sont représentés par des connaissances et des ressources spécifiques au processus. Si pour Bruyat. C, l'engagement est avant tout individuel, dans la recherche doctorale de Gaillard-Giordani, il apparaît principalement dans une dimension collective. Ce qui réunit néanmoins ces deux auteurs est l'importance du rôle qu'ils reconnaissent à l'engagement.

Dans la littérature anglo-saxonne, l'application des théories de l'engagement dans le champ de l'entrepreneuriat semble s'inscrire dans une toute autre approche. L'engagement n'est pas perçu ici en tant qu'élément (phase ou acte) essentiel du processus, mais plutôt comme un facteur psychologique susceptible de détourner l'entrepreneur des bons chemins de décision, ces derniers étant supposés être la résultante de processus dominés par la rationalité, très souvent économique, de l'acteur.

Comme nous avons essayé de le montrer dans ce travail, la notion d'engagement, prise dans une acception différente de celle correspondante à une phase du processus, nous semble importante pour mieux comprendre le processus entrepreneurial, et particulièrement son déclenchement.

Nous abordons à présent la notion de déplacement.

## 2. La notion de déplacement

De nombreux travaux réalisés dans le champ de la création d'entreprise ont cherché à expliquer l'apparition du phénomène et plus précisément, le passage à l'acte.

Audet. J (2003) n'hésite pas à parler d'une nouvelle perspective à l'intérieur du champ entrepreneurial. L'utilisation de l'intention part du présupposé que la création d'une entreprise correspond à un comportement intentionnel et planifiable. La Théorie du Comportement Planifié appliquée au domaine de la création d'entreprise a permis, depuis le début des années 1990, de renouveler les approches et les modèles basés sur l'intention. Une limite à son utilisation est que même si l'intention est, dans certaines conditions, un prédicteur acceptable du comportement, il n'en demeure pas moins, que s'agissant d'un comportement complexe, comme peut l'être la création d'une entreprise (Bruyat, 1993 ; Bruyat, Julien, 2001; Fayolle et Degeorge, 2007), l'intention n'est pas (et ne peut pas être) le comportement ou l'action.

Étudier l'évolution des antécédents de l'intention et le processus de sa formation contribue très certainement à faire progresser les connaissances dans le champ, mais cela ne permet pas de comprendre le processus qui conduit un individu à passer réellement et concrètement du temps à l'étude d'un projet de création d'entreprise. Pour tenir compte de cette limite, Krueger et Carsrud (1993) enrichissent d'ailleurs leur modèle d'intention, directement inspiré de la Théorie du Comportement Planifié, en faisant figurer entre l'intention et le comportement (assimilé dans leur approche au passage à l'acte) des variables exogènes se comportant comme des déclencheurs, des freins ou des accélérateurs.

Le processus de changement qui peut découler de ces variables exogènes est réalisé par une combinaison de forces : les forces positives (le fait de trouver un financement, la rencontre avec un client potentiel ...) et les forces négatives (un licenciement, un divorce ...). Le changement induit par ces forces est appelé 'déplacement'. Un déplacement marque une discontinuité dans une trajectoire personnelle. Le changement conduisant un individu à l'action provient plus fréquemment de forces négatives, notamment dans le cas de création d'entreprise. Cependant, c'est la combinaison de déplacements positifs et négatifs qui entraînent des changements majeurs dans le cours d'une vie.

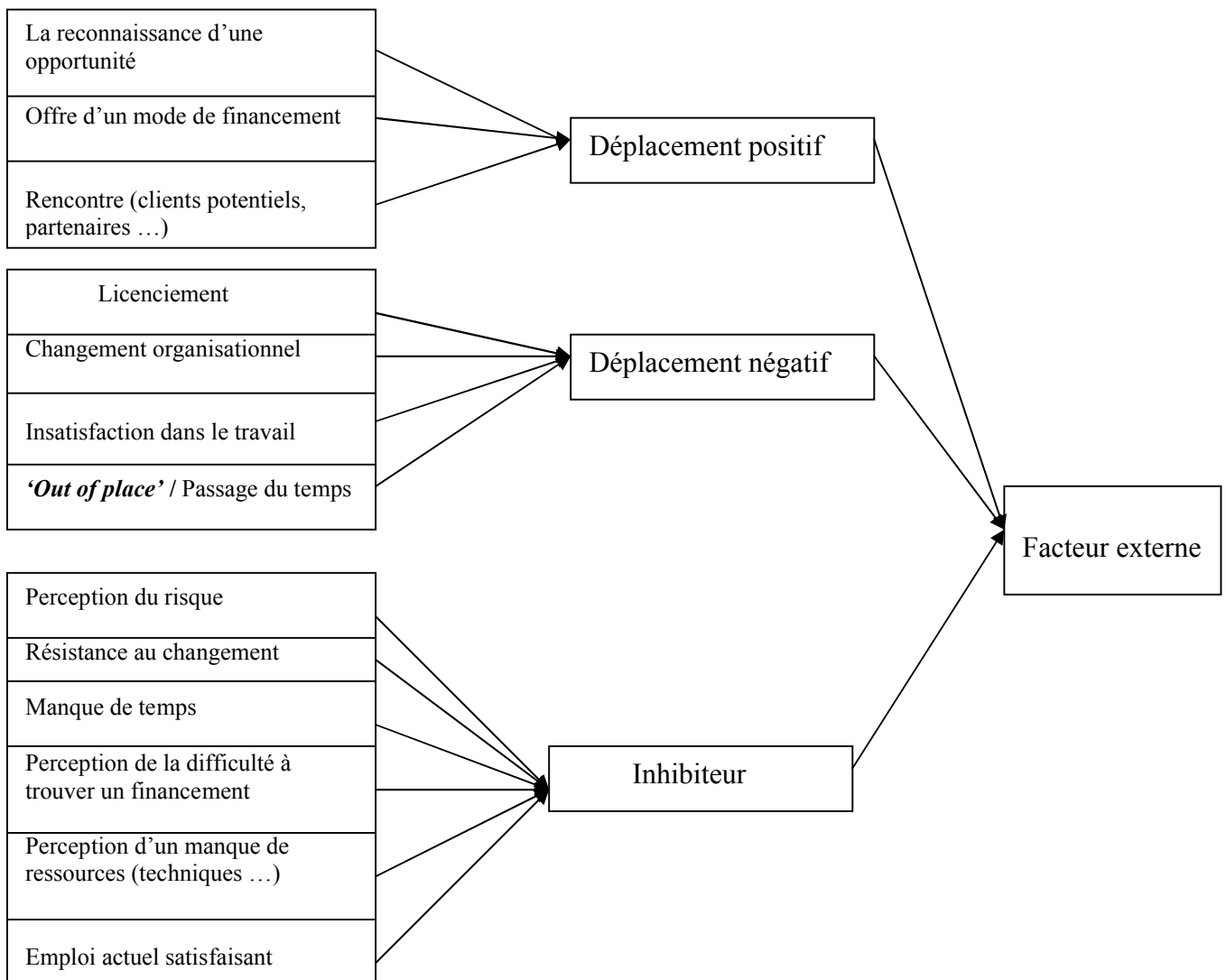


Par ailleurs, les déplacements peuvent être aussi bien internes à l'individu que provenant de l'environnement. Par exemple, des déplacements externes tels qu'une modification dans la carrière professionnelle d'un individu (un licenciement, la vente de la société dans laquelle est employée la personne ...) sont très fréquents. D'autres déplacements sont internes à l'entrepreneur dans la mesure où ils ne proviennent pas d'un changement majeur de l'environnement. Par exemple, le fait de ne pas se sentir à sa place ou le fait d'arriver à un certain âge est souvent à l'origine de la création d'une entreprise. En fait, dans la plupart des cas étudiés, que les déplacements soient positifs ou négatifs, les individus rapportent qu'ils n'avaient aucune intention, ou idée de se tourner vers la création d'entreprise avant le changement.

Les déplacements (positifs, négatifs, internes ou externes) semblent donc être un antécédent important à l'acte entrepreneurial.

Voici donc une présentation schématique correspondant aux facteurs de déplacement pouvant entraîner le déclenchement du processus (schéma n° 7).

Schéma n° 7 : Opérationnalisation des facteurs de déplacement



Source : Schéma réalisé par nos soins à partir des travaux de: Krueger.N.F et Carsrud.A.L (1993).

Dans notre optique, ces déplacements correspondent à des facteurs externes.

Nous abordons, dans la section suivante, les différents modèles mobilisés permettant d'étudier le déclenchement du processus entrepreneurial.

### **III. LES MODÈLES ISSUS DE LA LITTÉRATURE PERMETTANT D'ÉtudIER LE DÉCLENCHEMENT DU PROCESSUS ENTREPRENEURIAL**

Nous présentons dans cette section les principales théories sur lesquelles est basé le déclenchement du processus entrepreneurial. Nous voyons tout d'abord la Théorie du Comportement Planifié (Ajzen, 1991) où le concept d'intention est central. Fondés sur les précédents travaux, nous développons une modélisation essentielle pour cette recherche effectuée en 1993 par Krueger et Carsrud. Enfin, nous abordons les travaux de Bruyat (1993) sur la phase du processus entrepreneurial objet de notre étude, le déclenchement.

#### **1. La Théorie du Comportement Planifié (Ajzen, 1991)**

Initialement suggérée par Ajzen et Fishben (1980), la Théorie du Comportement Planifié s'inscrit donc dans la grande famille des modèles d'intention, largement mobilisée pour tenter d'expliquer l'apparition du comportement entrepreneurial. Au préalable, Fishbein et Ajzen (1975) et Ajzen. I et Fishbein. M (1980) ont développé un modèle théorique retraçant la nature du processus sous-jacent aux actes intentionnels. Il s'agit de la Théorie du Comportement Raisonné en psychologie sociale. Par la suite, Ajzen (1985, 1987, 1991) a développé cette première approche par la Théorie du Comportement Planifié.

Ajzen. I a développé un cadre robuste aussi bien au niveau théorique qu'empirique permettant de mieux comprendre l'intention ; cette dernière apparaissant essentielle dans la plupart des comportements planifiés, qu'ils soient généraux ou plus particuliers. L'objectif est de prédire l'intention puis l'action.

La principale variable de ce modèle est l'intention. Sans intention, l'action est peu probable. La décision de créer une firme peut-être envisagée comme un comportement planifié, la relation entre l'intention et le comportement devrait donc être vraiment forte. Pour de nombreux auteurs, la création d'une entreprise est un comportement planifié et donc intentionnel. Dans ces conditions, l'intention apparaît comme un meilleur prédicteur du comportement que les attitudes, les croyances ou d'autres variables psychosociologiques. Les intentions se forment dans le temps sous l'effet de trois facteurs principaux, dont l'importance relative dépend du cas considéré. Deux de ces antécédents se rapportent à la perception de

désirabilité du comportement et le troisième se rapporte aux perceptions qu'a l'individu que le comportement est sous son contrôle.

Revenons de façon plus précise sur ces trois antécédents :

- **Les attitudes vis-à-vis du comportement** : Dépendent des croyances relatives aux conséquences du comportement et de la valeur accordée à ces conséquences. Il s'agit de l'évaluation que fait l'individu du comportement.

Historiquement, les attitudes font référence à une posture physique. Désormais, le terme attitude se définit comme une disposition, un état d'esprit (à l'égard de quelque chose ou de quelqu'un). C'est un ensemble de jugements ou de tendances qui pousse à un comportement. Une attitude est « *une disposition intérieure de la personne qui se traduit par des réactions émotives modérées qui sont apprises puis ressenties chaque fois que cette personne est en présence d'un objet (ou d'une idée ou d'une activité) ; ces réactions émotives la portent à s'approcher (à être favorable) ou à s'éloigner (être défavorable) de cet objet* »<sup>91</sup> (Emin,2003). Il est primordial de distinguer l'attitude envers un phénomène (la création d'entreprise par exemple) et l'attitude envers un comportement (l'acte de création par exemple). La validité du modèle vue par Ajzen. I souligne que l'attitude doit bien être en correspondance avec un comportement ciblé.

- **La sensibilité aux normes et à la pression sociale** : Elle résulte des croyances liées à ce que les autres (qui ont de l'importance pour l'individu en question) pensent de ce que l'on devrait faire et des motivations à se conformer aux attentes des autres.

*«L'influence sociale est une impulsion qui peut amener les individus à modifier leurs comportements ou leurs attitudes dans la direction des schémas dominants de la culture ou la sous-culture dans laquelle ils sont immergés* ».<sup>92</sup>

(Safavian-Martinon. M). Par exemple, la famille a toujours été le principal

---

<sup>91</sup> EMIN. S, L'intention de créer une entreprise des chercheurs publics : Le cas français, Thèse pour le doctorat de Sciences de Gestion, Université Pierre Mendès France (Grenoble), Novembre 2003, P 137.

<sup>92</sup> SAFAVIAN-MARTINON. M, Le lien entre le diplôme et la logique d'action relative à la carrière : Une explication du rôle du diplôme dans la carrière des jeunes cadres issus des grandes écoles de gestion-Le cas des diplômés de HEC. Comparaison avec des diplômés de Maîtres et DESS de Gestion en Université, Thèse pour le Doctorat de l'Université de Paris I en Sciences de Gestion, 22 décembre 1998, P 277.

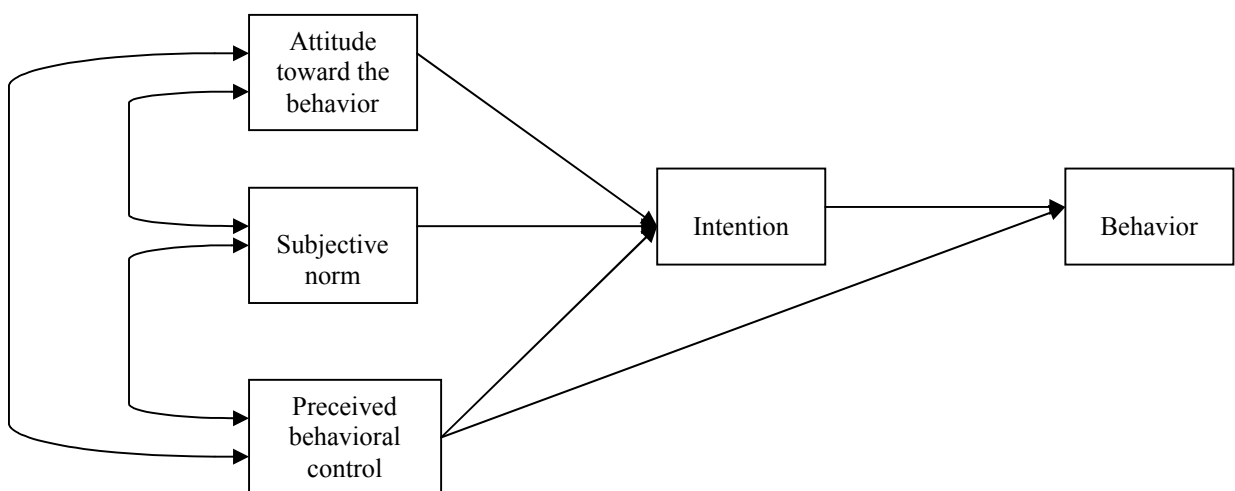
agent de socialisation. Mais cette perception peut également provenir d'un cercle plus large que cet environnement immédiat, les amis, les collègues ont une influence.

- **La perception du contrôle comportemental** : Elle est déterminée, d'une part, par la perception des opportunités et des ressources nécessaires à la réalisation du comportement et, d'autre part, par la croyance qu'il sera possible de disposer de ces ressources. Ceci induit la prise en compte des degrés de connaissance qu'a un individu. Cet antécédent a sans doute le plus d'effet sur l'intention. La relation entre cette perception et l'intention apparaît pertinente. L'un des principaux antécédents contribuant au développement de l'intention entrepreneuriale est sans doute la perception de l'auto-efficacité.

La perception de ses propres capacités à influencer le résultat final est primordiale pour prendre une décision entrepreneuriale. Par ailleurs, les expériences passées (en relation directe ou non avec l'entrepreneuriat) et les influences sociales sont des facteurs qui peuvent affecter l'intention et/ou la décision de créer une entreprise.

Le schéma suivant (schéma n° 8) retrace l'articulation entre ces différentes notions.

Schéma n° 8 : La Théorie du Comportement Planifié



Source: AJZEN. I, The theory of planned behavior, *Organizational Behavior and Human Decision*, 50, 1991, P 182.

En raison de plusieurs erreurs d'interprétations, Ajzen (2002) a re-spécifié le concept de perception de contrôle du comportement. Il l'a divisé en deux autres antécédents. Les recherches empiriques ont permis de mettre en évidence une différence significative entre la notion de '*self-efficacy*' (auto efficacité: "*ease or difficulty of performing a behavior or, confidence in one's ability to perform it*"<sup>93</sup> (Ajzen. I, 2002) et la notion de '*controllability*' ("*belief of having control over the behavior or beliefs about the extent to which performing the behavior is up to the actor*"<sup>94</sup> (Ajzen. I, 2002). Il est à noter que chacune de ces deux notions peuvent dépendre aussi bien de facteurs internes qu'externes.

- '**Controllability**' : il s'agit de la perception de l'individu sur le contrôle du comportement. Est-ce que l'individu pense pouvoir avoir ce comportement facilement ou non ? Cela dépend bien sûr du contexte global dans lequel l'acte pourrait être réalisé.
- '**Self-efficacy**': les '*Self-concept*' sont généralement utilisés pour décrire l'image qu'une personne a d'elle-même à propos de ses capacités, ses intérêts, ses besoins, ses valeurs, ses aspirations. Ici, il s'agit de la perception qu'a l'individu de ses propres compétences sur la réalisation des actions futures.

Retraçant cinq études cherchant à mieux comprendre la structure de la perception de contrôle du comportement, Ajzen. I (2002) a mis en évidence que la perception d'auto efficacité apparaît être un facteur significatif pour prédire l'intention (et parfois le comportement) alors que la perception de contrôlabilité n'est pas un antécédent permettant à lui seul de prédire l'acte.

Le schéma suivant (schéma n° 9) retrace donc les différents liens entre ces concepts :

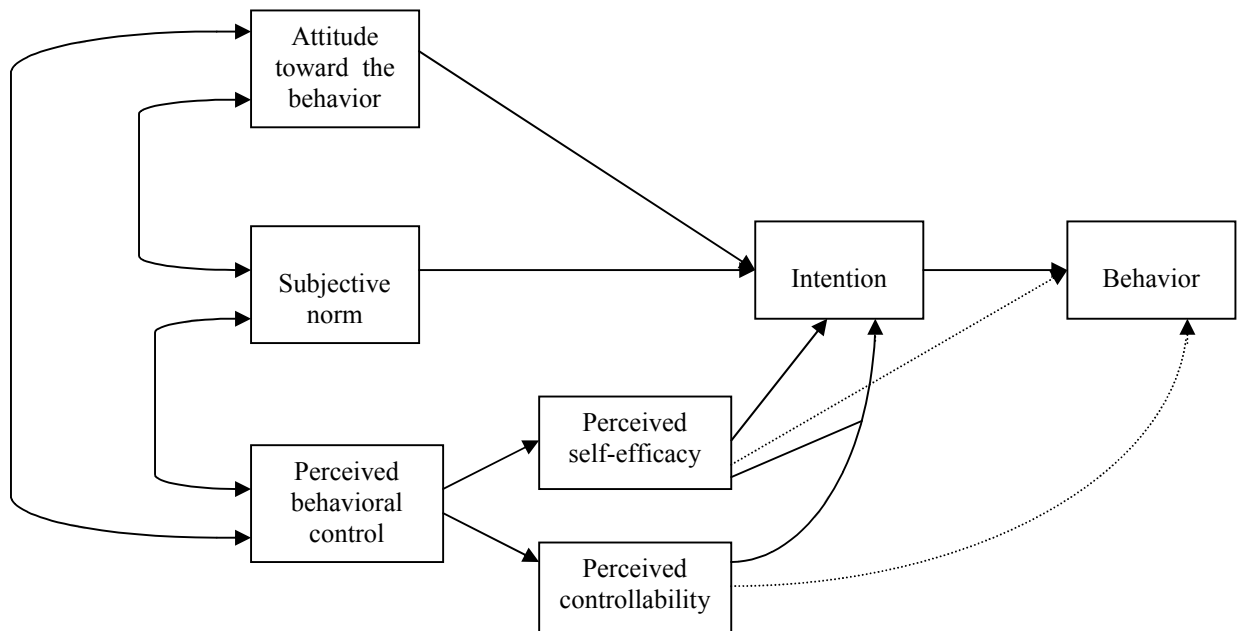
---

<sup>93</sup> AJZEN. I, Perceived Behavioral Control, Self-Efficacy, Locus of Control ,and the theory of Planned Behavior, Journal of Applied Social Psychology,32, 2002, P 7.

<sup>94</sup> Ibid. P7.

Schéma n° 9 : La Théorie du Comportement Planifié : résultats de plusieurs recherches

Empirique



Source: AJZEN. I ,Perceived Behavioral Control, Self-Efficacy, Locus of Control ,and the theory of Planned Behavior, Journal of Applied Social Psychology,32, 2002, P 7.

Les antécédents de l'intention et les déterminants du comportement sont donc des perceptions qui s'élaborent progressivement sous l'effet de croyances. Nous pouvons résumer ces trois antécédents à l'aide des questions suivantes : puis-je réaliser l'acte ? Est-ce que je le veux ? Est-ce que 'les autres' l'approuveraient ?

Ce modèle a d'abord été appliqué à la prédiction de comportement humain dans des contextes variés. Par la suite, il a été testé à plusieurs reprises sur l'intention de se lancer dans une activité entrepreneuriale. Les résultats empiriques ont permis de consolider la relation entre l'intention et les trois antécédents proposés par Ajzen. I.

Par exemple, l'éducation et les formations entrepreneuriales ont un impact immédiat sur les attitudes des étudiants et donc sur leur intention (Fayolle, 2002b)<sup>95</sup>.

Par ailleurs et de ce fait, la relation entre l'intention et le comportement n'est pas automatique. Les facteurs externes et environnementaux ont une influence indéniable lorsqu'il s'agit d'un processus aussi complexe.

Rappelons également que toutes les études réalisées à partir de ce modèle tendent à expliquer la formation de l'intention et ne concernent en aucun cas la relation entre l'intention et l'action.

Nous allons maintenant étudier un modèle proposé par Krueger et Carsrud en 1993 s'appuyant fortement sur cette théorie.

## **2. Le modèle de Krueger et Carsrud (1993)<sup>96</sup>**

Krueger N.F et Carsrud.A.L (1993)<sup>97</sup> ont, les premiers, appliqué la Théorie du Comportement Planifié au champ de l'entrepreneuriat en essayant de rendre compatible le modèle d'Ajzen.I (1991).Le modèle final (Schéma n° 10) qu'ils proposent est la résultante de cette approche.

---

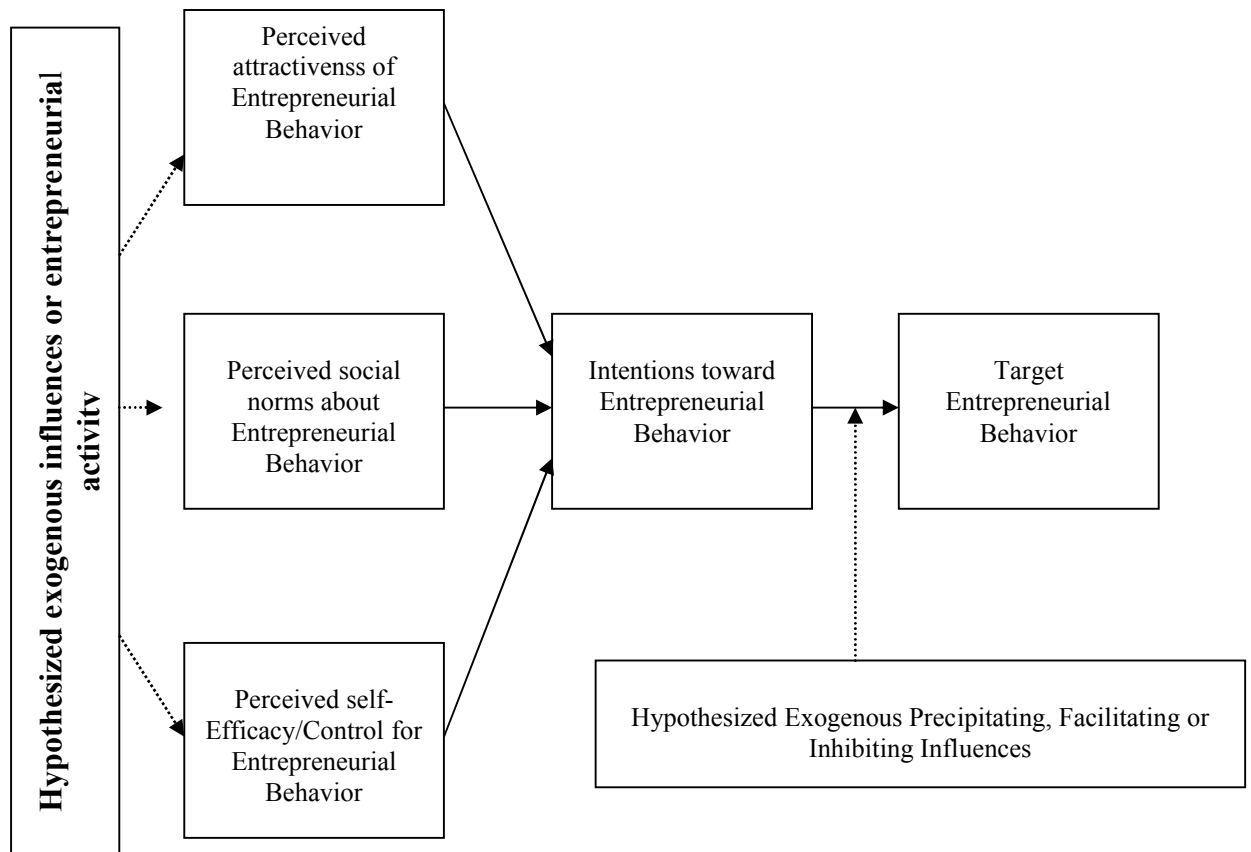
<sup>95</sup> FAYOLLE. A, Les déterminants de l'acte entrepreneurial chez les étudiants et les jeunes diplômés de l'enseignement supérieur français, *Gestion* 2000, 4, 2002b, PP 61-77.

<sup>96</sup>" Intentions toward entrepreneurial behaviour : the theory of planned behaviour (simplified)" (Krueger. N.F et Carsrud.A.L;1993;P323)

<sup>97</sup> KRUEGER. N. F., CARSRUD. A.L, Entrepreneurial intentions: Applying the Theory of Planned Behavior, *Entrepreneurship and Regional development*, 5, 1993, PP 315-330.



Schéma n° 10: Intentions toward entrepreneurial behavior: The theory of planned behavior  
(simplified)



Source: KRUEGER. N. F, CARSRUD. A.L, Entrepreneurial intentions: Applying the Theory of Planned Behavior, Entrepreneurship and Regional development, 5, 1993, P 323.

Ces auteurs reprennent donc le fait que la création d'une entreprise est un comportement planifié qui peut être plus précisément prédit par l'intention au regard du comportement que par, directement, les croyances de l'individu, ses attitudes ou sa personnalité. L'intention devient donc une variable particulièrement intéressante à étudier lorsque l'on cherche à mieux comprendre des phénomènes rares ou non routiniers.

Si d'une part l'intention peut être mieux prédite par des attitudes de l'individu, ces attitudes proviennent de certaines influences exogènes. Ce point est particulièrement

important : les variables exogènes affectent habituellement l'intention et le comportement par l'intermédiaire des attitudes.

Les trois antécédents de l'intention deviennent dans ce modèle.

- **'Perceived attractiveness of entrepreneurial behaviors'**: Ce facteur correspond aux attitudes vis-à-vis du comportement de la Théorie du Comportement Planifié d'Ajzen (1991). Elles dépendent des croyances relatives à l'impact du comportement en termes de conséquences positives ou négatives.
- **'Perceived social norms about entrepreneurial behaviors'**: Ce critère rend compte des perceptions à propos de ce que pensent du comportement visé les personnes ou les groupes qui ont une place importante (pression des collègues, souhaits des amis, de la famille ...). Ces perceptions sont influencées par des croyances normatives et sont d'autant moins pertinentes pour les individus qui ont un fort lieu de contrôle interne et pour ceux qui affichent une forte orientation à l'action.
- **'Perceived self-efficacy/control for entrepreneurial behaviors'**: cet antécédent est tout aussi important dans ce modèle qu'il l'est dans celui de Ajzen (1991). Il a trait aux perceptions relatives à la faisabilité du comportement, lesquelles constituent un prédicteur essentiel du comportement. Les individus choisissent, généralement, de s'orienter vers des comportements qu'ils pensent pouvoir contrôler et maîtriser.

Ce modèle suggère que des facteurs influencent également l'intention d'un individu au travers de ses trois antécédents. Plusieurs facteurs peuvent être cités : l'expérience de l'entrepreneur, les facteurs culturels, économiques, sociaux, l'environnement politique. Ces variables affectent la propension d'un individu à démarrer le processus.

Nous nous concentrons maintenant sur les travaux de Bruyat. C (1993)<sup>98</sup> concernant le déclenchement du processus entrepreneurial.

---

<sup>98</sup> BRUYAT.C, Création d'entreprise : Contributions épistémologiques et modélisation, Thèse pour le doctorat ès Sciences de Gestion, Université Pierre Mendès de Grenoble, France, 1993, 431 pages.

### **3. Les travaux de Bruyat sur le déclenchement du processus entrepreneurial (1993) :**

Bruyat (1993) s'intéresse au passage entre l'étape où la création est envisagée et la phase active de développement du projet de création d'entreprise. À ce stade, le processus n'est pas encore irréversible, le renoncement n'est pas synonyme d'échec.

Les dynamiques de changement sont internes et externes. Elles peuvent donc venir aussi bien de l'individu que de son environnement (la CSIP<sup>99-100</sup> d'un individu change du fait d'impulsions provenant de l'environnement). Ces dynamiques internes et externes ne sont pas indépendantes, mais au contraire enchevêtrées. Ces changements peuvent amener à considérer la création d'entreprise comme possible.

Les conditions du déclenchement sont les suivantes :

- **La 'zone de cohérence de la CSIP'**. L'action de créer doit être considérée comme désirée et possible.
- **La 'CSIP chaude'**. Elle révèle des tensions et des contradictions liées à des insatisfactions professionnelles ou à l'existence de projets concurrents et incompatibles. Ces contradictions peuvent amener l'individu à remodeler ou à reconstruire une nouvelle configuration plus cohérente, de manière consciente ou inconsciente.
- **La 'CSIP manoeuvrante'**. L'individu doit disposer d'un peu de temps pour pouvoir travailler sur son projet.

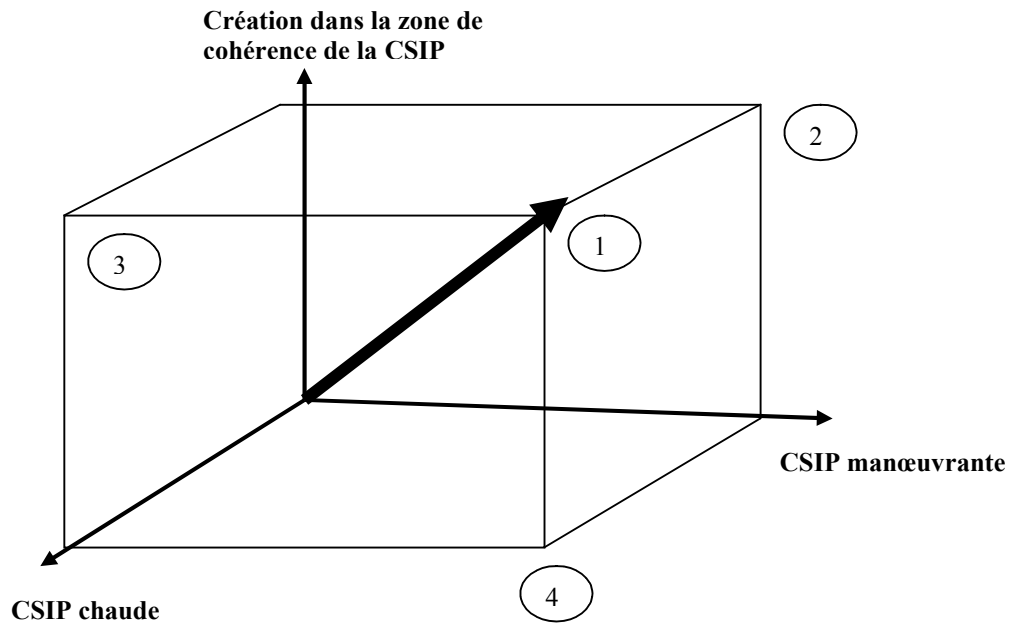
Ces trois conditions ne sont pas indépendantes, mais au contraire elles forment un système. Bruyat. C (1993) les résume à l'aide du schéma suivant :

---

<sup>99</sup> CSIP (Configuration Stratégique Instantanément Perçue) : c'est-à-dire la mise en harmonie et en cohérence des aspirations de l'entrepreneur avec sa perception de ses compétences et de ses ressources et avec sa perception des opportunités ou des possibilités qu'offre l'environnement (Fayolle, 2005).

<sup>100</sup> « La notion de configuration sous-entend une logique conjonctive plutôt qu'analytique ... Elle induit les idées de cohérence nécessaire, de voies multiples conduisant à la réussite, plutôt que l'optimisation et une 'one best way' ... La notion de stratégie suggère les idées de faire face à l'incertitude plus que de gérer le risque, d'engagement à long terme plutôt que d'optimisation à court terme, de temps créateur plus que de temps instantané, de décisions/actions qui s'inscrivent dans une histoire et un futur plutôt que de décisions isolées ...» (Bruyat : 1993 : p239).

Schéma n° 11: Le déclenchement du processus de création d'entreprises



Source: BRUYAT.C, Création d'entreprise : Contributions épistémologiques et modélisation, Thèse pour le doctorat ès Sciences de Gestion, Université Pierre Mendès de Grenoble, France, 1993, P 308.

1. « Le déclenchement du processus de création est très probable.
2. Le processus a peu de chances de se déclencher rapidement. Une opportunité particulièrement attrayante qui 's'impose' à l'individu peut déclencher l'action.
3. Le processus ne pourra pas démarrer du fait du manque de temps ou de moyens. Cependant, la chaleur de sa CSIP poussera l'individu à rechercher des moyens de recouvrer une certaine manœuvrabilité de sa CSIP.

4. L'individu recherchera d'autres moyens que la création d'entreprise pour résoudre son problème. Cependant, s'il ne parvient pas à trouver un projet convenable, la création d'entreprise est susceptible de devenir un projet envisagé. ».<sup>101</sup> (Bruyat. C, 1993).

Bruyat (1993) parle ensuite de 'fenêtres de déclenchement'. Il s'agit de la période pendant laquelle une personne est susceptible d'entrer dans un processus entrepreneurial (plusieurs périodes peuvent exister au cours de la vie d'un individu). Ces périodes peuvent être extrêmement rapides ou au contraire assez longues. Il est en effet nécessaire de réunir les trois conditions du déclenchement en même temps<sup>102</sup>.

Il résume ainsi en formulant les hypothèses suivantes:

- Plus le projet est solidement ancré dans la zone de cohérence de la CSIP, plus la CSIP est manoeuvrante et si la CSIP n'est pas trop chaude, la fenêtre de déclenchement sera large.
- À l'inverse, lorsque la CSIP est très chaude, peu manoeuvrante, et lorsque le projet de créer n'est pas solidement ancré dans la zone de cohérence de la CSIP (d'autres projets étant présents dans cette zone), la fenêtre de déclenchement sera très étroite.

## CONCLUSION :

Ce chapitre avait pour but de présenter les principaux concepts et les principales théories que nous mobilisons par la suite lors de notre étude empirique du déclenchement du processus entrepreneurial.

Dans le but de nous permettre d'expliquer le déclenchement du processus entrepreneurial, le concept principal pris en compte est l'intention. Nous avons également relevé l'importance des variables contextuelles ou environnementales (déplacement).

---

<sup>101</sup> BRUYAT.C, Création d'entreprise : Contributions épistémologiques et modélisation, Thèse pour le doctorat ès Sciences de Gestion, Université Pierre Mendès de Grenoble, France, 1993, P 308.

<sup>102</sup> BRUYAT (1993 : P 311) cite l'exemple d'un individu venant de se faire licencié mais qui doit assurer un revenu à sa famille. Le projet est donc à construire mais la pression du temps est forte. Si un emploi lui est proposé, il renoncera sans doute à rentrer dans le processus.

Les différents modèles proposés ont principalement été utilisés pour expliquer l'apparition d'une intention. De plus, dans une perspective dynamique, les fluctuations de l'intention en termes d'intensité ne sont pas prises en compte. Tout ceci doit être retenu dans notre recherche sur le déclenchement du processus entrepreneurial.

À partir de ces précisions, nous allons maintenant présenter notre approche pour étudier la décision du déclenchement du processus entrepreneurial (chapitre 4).

---

## **CHAPITRE 4 - LE DECLENCHEMENT :**

### **PROPOSITION D'UN MODÈLE DE TRAJÉCTOIRES**

---

---

## CHAPITRE 4 - LE DÉCLENCHEMENT : PROPOSITION D'UN MODÈLE DE TRAJECTOIRES <sup>103</sup>

---

### INTRODUCTION :

Il existe plusieurs définitions du terme modèle. En sciences sociales, un modèle schématise des relations de nature physique ou cognitive entre des éléments. C'est une représentation simplifiée d'un processus ou d'un système. L'objectif est la simulation ou l'explication de l'objet étudié. De ce fait, le nombre de paramètres utilisés doit être suffisamment restreint.

Une variable processuelle est abstraite sans décomposition en sous-variables qui participent à son déroulement dans le temps. Cette première modélisation n'échappe pas à l'écueil relatif à toute tentative de la sorte. Cela suppose un processus de réduction, non pas de la complexité, mais du détail (Bruyat, 1993).

Le cadre théorique que nous utilisons pour étudier le déclenchement du processus de création d'entreprises s'inspire largement de la Théorie du Comportement Planifié, (Ajzen, 1991). En revanche, nous élargissons le concept de variables exogènes. Nous utilisons la notion de déplacement. Le déplacement peut donc être interne ou externe à l'individu. Les détails concernant le déplacement ont été abordés dans le chapitre précédent.

---

<sup>103</sup> Nous nous appuyons sur la notion d'idéaltype de Max Weber qui précise qu'il existe toujours un écart entre le concept et la réalité qu'il est vain de combler. Les concepts ne sont donc pas un but en soi pour la recherche mais ils visent à fournir un instrument d'intelligibilité du réel. L'idéaltype est donc une construction théorique et représente donc un cas limite, que l'on ne rencontre jamais. En faisant apparaître l'écart entre le cours réel des événements et celui construit à partir de l'idéaltype, on pourra déterminer ainsi les motifs réels de l'action. Son élaboration utilise trois procédés : un processus d'abstraction, sélection et recombinaison des faits (on isole quelques traits significatifs en fonction de l'orientation que l'on donne à la recherche). Ensuite, il convient de ne retenir que les éléments susceptibles de se combiner en un ensemble logiquement cohérent. Enfin, il convient d'accentuer les différences pour identifier la singularité, la spécificité du phénomène étudié. (Pour plus de renseignements, cf. Mendras et Etienne, 1996 : P135-P183).



Comme nous l'avons vu précédemment, ce cadre théorique confère au concept d'intention une place centrale et prépondérante dans la prédiction et l'explication d'un comportement humain planifiable, entièrement sous contrôle de la volonté et ne dépendant d'aucun facteur non maîtrisable par l'individu concerné. Cela pose d'emblée une limite dans l'utilisation de ce corpus théorique, tant il apparaît évident que les situations qui réunissent strictement toutes ces conditions sont rares. Cette limite porte essentiellement sur le caractère automatique d'une relation qui lie intention et comportement. Si l'intention, sous certaines conditions, est un bon antécédent du comportement, il ne faut pas pour autant considérer que dès lors qu'il y a intention, il y aura automatiquement comportement. Cela dépend, bien évidemment, du type de comportement. Les exemples cités par Ajzen (1991) correspondent, généralement, à des comportements contrôlables par des individus et pour lesquels la volonté joue un grand rôle, qu'il s'agisse de la décision d'arrêter de fumer, des préférences électorales à court terme ou encore du choix du mode d'allaitement (biberon ou sein maternel). Même si nous sommes convaincus de l'intérêt et de l'utilité de la Théorie du Comportement Planifié dans le champ de l'entrepreneuriat, nous pensons que le comportement entrepreneurial est plus complexe (et donc, peut être, moins facilement prédictible via l'intention) que les cas précédemment évoqués. De plus, ce modèle nous semble présenter une autre limite, moins souvent soulignée, liée au présupposé de départ. Si l'on veut bien admettre que la création d'une entreprise est, en définitive, un comportement intentionnel et planifiable, nous ne sommes pas certains du moment précis où, dans le processus, l'intention apparaît en tant que telle, d'une façon consciente. L'intention peut précéder le déclenchement du processus ou bien elle peut survenir alors que le processus est déjà déclenché (comme conséquence du déclenchement ou d'un facteur externe).

Si l'on suit les modèles d'intention, pour qu'il y ait création, il faut qu'il y ait apparition d'une intention sous l'effet d'un changement d'attitudes au cours du temps. Cette approche nous paraît être un peu simpliste pour un phénomène aussi complexe que l'acte entrepreneurial. D'ailleurs, Danjou (2004) précise que le lien entre l'intention d'entreprendre et le passage à l'acte reste largement ouvert de sorte que les modèles

proposés aujourd'hui s'avèrent incomplets et ne permettent pas vraiment d'expliquer les actions entrepreneuriales.

Pour Hernandez. E.M et Marco. L (2006), « le pont entre l'intention et l'action c'est la décision, le moment du choix, de l'exercice d'une liberté d'acteur »<sup>104</sup>. Ceci nous amène à préciser la distinction que nous opérons entre la décision de se lancer dans un processus entrepreneurial et le déclenchement de ce même processus. Dans certains cas, lorsque le déclenchement fait suite à une intention de l'individu, il y a une synchronie entre ces deux notions. À l'inverse, pour nous, comme nous l'avons vu précédemment et comme nous allons le détailler ultérieurement, le déclenchement, c'est-à-dire le début de l'action, peut survenir sans intention consciente de l'individu, mais par un déclencheur provenant de l'environnement.

En résumé, pour comprendre le passage à l'action, deux types principaux de déterminants ont été mis en avant :

(1) l'individu avec certaines caractéristiques, compétences et perceptions qui lui permettent de se trouver (2) dans un contexte conduisant au comportement.

**Le déclenchement (et non pas le processus dans sa globalité) peut donc être la conséquence d'une dynamique endogène<sup>105</sup> (l'apparition et/ou le développement de l'intention) et/ou d'une dynamique exogène<sup>106</sup> (provenant de l'environnement<sup>107</sup> de l'individu).**

Nous distinguons deux évolutions possibles au regard de la dynamique endogène :

**Des modifications de perceptions de l'individu sans changement dans l'environnement entraînent le déclenchement du processus (évolution, interne<sup>108</sup>).** Il s'agit donc du passage d'une logique d'intention à une logique d'action.

---

<sup>104</sup> HERNANDEZ.E.M, MARCO. L, Entrepreneur et décision : De l'intention à l'acte , Editions Eska, 2006, P 9.

<sup>105</sup> Endogène : qui prend naissance à l'intérieur du corps, qui est dû à une cause interne (Dictionnaire « Le Petit Robert », 2005).

<sup>106</sup> Exogène : qui provient de l'extérieur, qui se produit à l'extérieur (Dictionnaire « Le Petit Robert », 2005).

<sup>107</sup> Sous le terme générique 'environnement' nous retenons tous les facteurs externes à l'individu.

<sup>108</sup> Interne : qui est situé en dedans, est intérieur à ce dont on parle (Dictionnaire « Le Petit Robert », 2005). L'évolution se situe donc uniquement à l'intérieur de l'individu, sans modification de son environnement.

**Des modifications de perceptions de l'individu dues à un changement dans l'environnement** (évolution externe<sup>109</sup>).

Concernant la dynamique exogène pouvant conduire au déclenchement du processus entrepreneurial, il s'agit d'une évolution de l'environnement de l'individu. Cette notion s'apparente à la notion de déplacement externe. Le déclenchement peut donc se faire uniquement par l'intermédiaire de cette dynamique exogène, sans modification de perception de l'individu. Cette éventuelle modification apparaîtra donc comme une conséquence (de façon synchronique ou anachronique) du déplacement et/ ou du déclenchement. Pour nous, le déclenchement n'est donc pas toujours un événement planifié. Les conditions et l'environnement de l'individu donnent une étendue plus large des possibilités de déclenchement du processus.

Par exemple, Deschamps. B et Paturel. R (2005)<sup>110</sup> proposent que la reprise d'une entreprise par une personne physique reste davantage un phénomène induit par la rencontre d'une opportunité que par un choix formulé à partir d'une idée préexistante.

Ces deux dynamiques, endogènes et exogènes ne sont pas obligatoirement indépendantes, mais souvent, bien au contraire, enchevêtrées. Les impulsions de l'environnement sont d'autant plus influentes que la situation de l'individu présente des contradictions. De plus, l'acteur a des intentions qui dépassent la simple recherche automatique ou mécanique d'un équilibre, il s'agit consciemment de modifier sa situation actuelle.

En résumé, nous pensons, que le processus se déclenche sous l'effet de deux dynamiques principales qui apparaissent souvent combinées, sans que l'on puisse affirmer que l'intention précède obligatoirement le déplacement ou le déclenchement. Précisons enfin que l'hétérogénéité des situations et des processus complique fortement l'élaboration de modèle permettant leur extension.

---

<sup>109</sup> Externe : qui est situé en dehors, qui est tourné vers l'extérieur (Dictionnaire « Le Petit Robert », 2005). L'évolution externe correspond donc à un changement dans l'environnement de l'individu (à l'inverse de l'évolution interne) mais qui a des conséquences sur ses propres perceptions.

<sup>110</sup> DESCHAMPS. B, PATUREL. R, Reprendre une entreprise...saine ou en difficulté, Entrepreneurs, Dunod, 2ème éd., 2005, P 264.

C'est pourquoi nous apportons tout d'abord quelques précisions sur la notion de changement. Ensuite, nous présentons l'ensemble des variables retenues dans la définition des trajectoires de carrière identifiées (illustrant la dynamique endogène et exogène). Enfin, nous étudions l'importance du temps au cours du processus, et donc l'enchaînement des variables menant à différentes trajectoires de déclenchement.

## I. LA NOTION DE CHANGEMENT

Le changement nous semble être une notion importante à appréhender dans notre étude du processus entrepreneurial. En effet, dans une perspective dynamique, le changement est une notion centrale dans le choix de carrière d'un individu. Pourtant, le changement en général est un objet difficile à appréhender.

La question centrale est la suivante : le changement provient-il des contraintes extérieures, de l'environnement ou au contraire, n'y a-t-il de changement que lorsque les acteurs concernés ont changé leur système de présentations et de relations, le sens qu'ils donnent à leurs actions ? Le changement peut-il être imposé ... ?

Le changement est en fait un flux de transformations. Le changement est permanent. Ceci justifie notre approche dynamique du processus. C'est le passage d'un état A à un état B qu'il faut étudier. Verstraete utilise le terme d'impulsion : « *S'il ne renvoie pas seulement et forcément à la soudaineté et à la brièveté d'une force exerçant une action en vue de modifier un état donné, en concernant également le développement d'une activité ou d'une entreprise, il suppose le déclenchement d'une dynamique* ». <sup>111</sup> (Verstraete.T, 2002).

Touraine. A(1994) précise qu'au niveau de l'individu, être sujet signifie avoir la volonté d'être un acteur, c'est-à-dire de modifier son environnement plutôt que d'être déterminé par lui. <sup>112</sup>

Concernant le changement, la position de Bernoux est la suivante : « Si la domination et la contrainte sont toujours présentes comme dans toute société, le changement n'a lieu que si les acteurs, même les plus modestes en apparence, s'y

---

<sup>111</sup> VERSTRAETE. T, Essai sur la singularité de l'entrepreneuriat comme domaine de recherche, Les Editions de l'ADREG, Janvier 2002. P 31.

<sup>112</sup> Cette phrase fait référence à un interview d'Alain Touraine réalisé par Jean-François Dortier pour la revue Sciences Humaines. n°42, août/septembre 1994).

impliquent. Pas de changement sans présence des acteurs. »<sup>113</sup> (Bernoux. P, 2004). Il poursuit par l'interaction nécessaire au changement entre des acteurs, des contraintes et des institutions. Quelles que soient les contraintes, l'acteur fait jouer sa liberté pour s'engager dans l'action.

En revanche, « l'autonomie de l'acteur est encadrée dans une foule de contraintes, elle n'existe pas en elle-même ». <sup>114</sup> (Bernoux. P, 2004).

La notion d'extériorité se réfère à un cadre extérieur que nous n'avons pas créé et qui conditionne la plupart de nos comportements. La contrainte sociale quant à elle reprend une multiplicité de significations: le sens de sanction (respect d'une morale obligatoire), l'identification aux conditions de réussite de l'action, un ensemble de facteurs qui orientent le sens de nos actions, la pression exercée par le groupe sur chaque individu, et enfin, les normes de conduites induisant des règles morales qui sont intériorisées.

Au niveau de l'action induite par le changement, l'approche classique sociologique de Max Weber précise que toute action se comprend à partir du sens que l'acteur donne à sa propre action. Expliquer le changement peut donc permettre de connaître le sens que chaque acteur lui donne. « Le changement devra donc être considéré comme un processus s'inscrivant dans une continuité et en même temps comme une rupture ». <sup>115</sup> (Bernoux. P, 2004). Il évoque même le paradoxe entre les racines dont est issu le changement (qui évoque la stabilité) et le mouvement auquel la notion de changement fait implicitement référence.

Comme nous l'avons vu précédemment, l'étude du déclenchement nous conduit à rechercher ce qui amène un individu à rentrer dans un processus entrepreneurial, c'est-à-dire à agir. Cette action se déroule dans un environnement donné. Mais comme le souligne Weber (1965), il faut distinguer une frontière entre le simple comportement dénué de toute signification et l'activité sociale. « Cette frontière demeure floue. La qualification du comportement ne dépend pas tant de la nature de l'acte que de l'orientation que l'individu

---

<sup>113</sup> BERNOUX. P, Sociologie du changement dans les entreprises et les organisations, Editions du Seuil, Septembre 2004, P 12.

<sup>114</sup> Ibid., P 19.

<sup>115</sup> Ibid., P 267.

lui donne ». <sup>116</sup>(Mendras. H et Etienne. J, 1996). Weber distingue quatre modalités de l'action sociale qui permettent une approche théorique (il s'agit souvent d'une combinaison de plusieurs de ces déterminants qui orientent l'action)<sup>117</sup> :

- **Le comportement traditionnel** : repose sur l'attachement aux coutumes, à l'habitude.
- **Le comportement affectuel** : action guidée par l'emprise des sentiments.
- **Le comportement rationnel en valeur** : qui s'oriente en fonction des valeurs majeures (ne prend pas en compte la conséquence de ses actes).
- **Le comportement rationnel en finalité** : la confrontation entre les moyens et les fins oriente l'action.

Cette notion de changement ayant été présentée, nous abordons dans la section suivante les deux dynamiques retenues nous permettant de proposer différentes trajectoires de carrière afin de répondre à notre problématique initiale.

## II. LES VARIABLES RETENUES : INTENTION ET DÉPLACEMENT

Nous présentons successivement la dynamique endogène ainsi que la dynamique exogène.

### 1. L'intention à l'origine de la dynamique endogène

La création d'entreprise est le résultat direct de l'intention d'un individu et des actions correspondantes. L'action doit transformer l'intention en création. Il s'agit d'un processus plus ou moins long. La création d'une organisation n'est pas instantanée, c'est un processus en évolution.

---

<sup>116</sup> MENDRAS, H., ETIENNE, J. (1996), Les grands auteurs de la sociologie: Tocqueville Marx, Durkheim, Weber, Initial, Hatier, 1996, P 146.

<sup>117</sup> WEBER. M, Essais sur la théorie de la science, Plon, Paris 1965.

L'intention transformée en actions peut être à l'origine du déclenchement du processus. L'intention est une perception propre à l'individu qui lui permet d'envisager la voie entrepreneuriale comme une possibilité de carrière.

Comme nous l'avons vu précédemment, l'intention entrepreneuriale peut être définie comme l'intention de posséder son propre business, comme l'intention de démarrer une entreprise.

Notre dynamique endogène débute donc avec l'intention entrepreneuriale ; à laquelle nous ajoutons l'intention de racheter ou de reprendre une firme existante.

L'intention est un état de conscience qui précède l'action, mais qui dirige l'attention vers le but défini, ce facteur va au-delà de celui de la propension entrepreneuriale : l'individu qui a une intention de créer une nouvelle entreprise n'a pas seulement la propension à démarrer, mais en plus, il adopte un comportement rationnel pour atteindre son objectif. L'intention, qu'elle soit formelle ou informelle, peut être au commencement du processus de décision ; mais pas obligatoirement. De ce fait, l'intention peut expliquer une certaine part du déclenchement du processus entrepreneurial. Les relations entre l'intention et l'action demeurent complexes. Le lien n'est pas certain et encore moins immédiat. Des décalages temporels peuvent exister.

Néanmoins, certains processus entrepreneuriaux peuvent être déclenchés sans intention, cette dernière apparaissant durant le processus, durant le déclenchement. Même un haut niveau d'intention ne conduit pas forcément au déclenchement du processus.

La théorie évolutionniste<sup>118</sup>, précise qu'il existe une distinction entre ce que l'acteur désire faire et ce que sont les résultats de ses actions. La seule volonté ne suffit donc pas toujours à atteindre son but. Des éléments extérieurs peuvent survenir et modifier les résultats des actions entreprises. Il existe donc un écart entre les intentions d'un groupe d'individus et le nombre de créations d'entreprises de ce même groupe.

### **Un processus intentionnel peut donc avoir trois issues :**

---

<sup>118</sup> La théorie évolutionniste insiste plus particulièrement sur l'importance des différentes connaissances développées ex ante par les partenaires puis échangées et diffusées lors du processus de création. Elle souligne la nécessité de conjuguer les efforts des partenaires ainsi que le caractère incertain et inconnu du résultat.

- **L'intention se transforme rapidement en actions et le processus entrepreneurial est donc déclenché.**
- **L'abandon de l'intention : l'attractivité d'une autre situation est préférée.**
- **Le niveau de l'intention sous l'effet du temps et de facteurs externes évolue jusqu'à un niveau suffisant permettant le déclenchement du processus entrepreneurial.**

Nous soulignons donc une limite à l'utilisation de l'intention. L'intention n'est pas l'action. Le lien entre l'intention et le début de l'action (c'est-à-dire le déclenchement) n'est pas automatique. L'intention à elle seule n'explique donc pas toujours l'action. Le lien entre l'intention et l'action n'étant pas certain, il convient de déceler les facteurs pouvant renforcer ou au contraire inhiber le passage à l'acte : les facteurs internes et les facteurs externes.

C'est pourquoi nous enrichissons le modèle basé sur une dynamique exclusivement endogène. Des facteurs poussant, ou au contraire inhibant, le passage de l'intention à l'action doivent donc être recherchés. Nous ne sommes pas certains du moment précis où, dans le processus, l'intention apparaît en tant que telle, d'une façon consciente. L'intention peut précéder le déclenchement du processus, ou bien elle peut survenir alors que le processus est déjà déclenché.

Nous présentons donc, dans la section suivante, la dynamique exogène pour étudier le déclenchement du processus entrepreneurial.

## **2. Le déplacement à l'origine de la dynamique exogène**

Même si l'intention apparaît être le premier élément nécessaire pour créer ou reprendre une organisation (qui se traduit souvent par la recherche des informations utiles pour agir), elle ne suffit pas toujours, à elle seule, à entraîner l'action de l'individu.

La recherche doit intégrer plusieurs dimensions dans une approche plus contingente. Les facteurs contextuels doivent être pris en compte (aspects sociaux, politiques, économiques ...).



Les facteurs externes (ceux qui sont externes au processus entre les attitudes, l'intention et le comportement) affectent indirectement les intentions (et donc le comportement) en changeant les antécédents (et non pas en affectant directement l'intention). C'est en fait un changement dans les circonstances qui peut éventuellement changer l'intention uniquement si le changement altère les attitudes du décisionnaire.

Audet. J (2004)<sup>119</sup> propose plusieurs facteurs et événements pouvant influencer l'intention d'un individu sous l'effet du temps. Tout d'abord, au regard de l'inhibiteur concernant la satisfaction au sein de son emploi actuel, elle montre une corrélation négative entre la satisfaction au travail et l'intention entrepreneuriale. Ensuite, elle propose des changements positifs : l'effet de l'expérience sur la confiance en soi, les contraintes en matière de liberté liées au statut salarial, la reconnaissance d'une opportunité ; mais aussi des changements négatifs : la prise de conscience des connaissances et des compétences nécessaires à la création d'une entreprise, la prise de conscience des avantages du statut de salarié (stabilité, salaire, risques moindres).

La frontière entre les déplacements internes et externes conduisant au déclenchement par une dynamique endogène ou exogène reste très floue.

Dans la dynamique exogène, les facteurs externes peuvent influencer le processus en le déclenchant sans intention préalable, en précipitant ce déclenchement (quel que soit le niveau d'intention), ou en l'inhibant. Les variables externes permettant le déclenchement du processus par une dynamique exogène n'affectent donc pas l'intention de l'individu. Elles affectent directement le déclenchement. Par opposition, la dynamique endogène peut également être affectée par un facteur externe. Cependant, dans ce cas, ce facteur provoque une modification des perceptions de l'individu ; le déclenchement n'est pas immédiat.

Comme nous l'avons évoqué précédemment, nous considérons, dans le cadre de cette recherche, le processus entrepreneurial comme le processus de création d'entreprise mais aussi comme le processus de reprise d'entreprise par une personne physique. Nous devons donc vérifier si le déclenchement du processus est identique entre les deux modes d'accès à l'entrepreneuriat. Nous pouvons peut être faire l'hypothèse que le déclenchement du

---

<sup>119</sup> AUDET. J, A longitudinal study of the entrepreneurial intentions of university students, *Academy of Entrepreneurship Journal*, 10 (1-2), 2004, P 10.

processus de reprise d'entreprise provient plus souvent d'un facteur externe qui pourrait être par exemple une opportunité d'achat dans l'environnement de l'entrepreneur potentiel. Ceci nous amène à la question suivante : est-ce qu'une personne doit être à la recherche d'une opportunité pour la percevoir (c'est-à-dire avoir une intention) ou alors est-ce que des informations sur une entreprise à reprendre parvenant à l'individu le conduisent à saisir cette opportunité ? Nous pouvons distinguer deux écoles de pensée pour répondre à cette question. D'un côté, l'école des modèles d'intention prétend que l'entrepreneur potentiel développe une intention de créer ou reprendre une entreprise avant de distinguer une opportunité (Krueger. N. F, 1993)<sup>120</sup>. L'opportunité est donc uniquement saisie par ceux qui sont préparés à la saisir. D'un autre côté, la découverte d'une opportunité peut se faire sans recherche. Cela rejoint le concept de facteurs externes qui n'agissent pas directement sur l'intention, mais qui peuvent agir aussi bien sur les attitudes de l'individu ou directement sur le déclenchement du processus (le début des actions). Cela explique aussi pourquoi l'entrepreneuriat ne correspond pas uniquement à l'étude des capacités ou des dispositions de l'individu à agir.

Hernandez. E.M (1999)<sup>121</sup> propose également un modèle stratégique d'entrepreneuriat prenant en compte les caractéristiques psychologiques et sociologiques du créateur, mais également l'opportunité comme moteur de la décision de création. Ce modèle stratégique comprend quatre phases : l'initiation, la maturation, la décision, la finalisation.

Pour conclure cette section concernant la dynamique exogène, nous citons une formule provocante de Becker (1982) rapportée par Amblard. H et al. (2005): *«Il n'est pas excessif de dire que c'est le monde de l'art plutôt que l'artiste lui-même qui réalise l'œuvre»*.<sup>122</sup> Cela signifie que toute activité humaine fait intervenir les activités conjuguées d'un certain nombre de personnes.

---

<sup>120</sup> KRUEGER. N. F, the Impact Prior Entrepreneurial Exposure on Perceptions of New Venture Feasibility and Desirability, *Entrepreneurship Theory and Practice*, 18 (1), 1993, PP 5-17.

<sup>121</sup> HERNANDEZ. E. M, *Le processus entrepreneurial : Vers un modèle stratégique d'entrepreneuriat*, L'Harmattan, 1999, P 256.

<sup>122</sup> AMBLARD. H., BERNOUX. P., HERREROS. G., LIVIAN. Y.F, *Les nouvelles approches sociologiques des organisations*, Editions du Seuil, 3<sup>ème</sup> édition, 2005, P 243.

L'identification des deux notions prises en compte pour identifier les différentes trajectoires de déclenchement du processus entrepreneurial étant présentée, nous abordons, dans la section suivante, l'importance du temps dans l'enchaînement des différents facteurs.

### III. L'ENCHAÎNEMENT DES VARIABLES ET LA NOTION DE TEMPS

Dans notre approche processuelle, l'aspect dynamique et temporel est essentiel. Le tableau ci-après synthétise quatre groupes de théories sur le développement du processus selon Van de Ven. A.H et Poole. H (1995).

Tableau n° 3: Quatre groupes de théories sur le développement d'un processus

Groupes	Logiques de changement	Progression des événements
Cycle de vie	Le changement est compris comme un phénomène continu : le changement, l'évolution sont des états habituels, des systèmes vivants.	Les événements suivent des séquences d'étapes se succédant naturellement au cours du temps ; l'enchaînement des phases est logique, linéaire.
Téléologie	Le changement est dirigé en fonction de l'état final qu'un système veut atteindre ; c'est un processus volontariste, possible, car le système est capable de s'adapter.	Les événements suivent des séquences cumulatives, multiples, où des moyens alternatifs sont mis en œuvre afin d'atteindre un état final recherché
Dialectique	Le changement se situe selon une dialectique entre thèse et antithèse, ordre/désordre, stabilité/instabilité ... Ce sont de telles forces contraires qui expliquent le déroulement dans le temps du processus.	De nombreux événements contradictoires entre eux se confrontent, résistent ou disparaissent à l'issue de cette confrontation et convergent finalement vers un nouvel état du système étudié.
Évolution	Le changement est un processus de sélection et de rétention d'une solution par l'environnement.	Le système varie, de nombreux événements sont sélectionnés puis retenus dans une nouvelle configuration de ce système.

Source: VAN DE VEN. A.H, POOLE. M, Explaining development and change in organizations , Academy of Management Review, vol. 20 (3), 1995, PP 510-540.

Afin d'aborder l'enchaînement des variables, nous présentons tout d'abord l'importance du temps dans la perspective d'une modélisation dynamique. Nous proposons ensuite les différentes trajectoires identifiées concernant le déclenchement du processus entrepreneurial.

## **1. L'importance du temps dans une perspective dynamique**

Nous attachons une dimension toute particulière à la notion de temps au cours de notre recherche. Le temps est une dimension qui jusqu'alors a été peu prise en compte dans les recherches en entrepreneuriat.

En effet, notre approche processuelle du phénomène entrepreneurial donne au temps une dimension essentielle. L'évolution du processus avec ses différentes étapes se fait sous l'impulsion du temps. Cette notion est donc fortement associée à celle du processus, ce n'est pas qu'une contrainte, c'est l'essence même du processus.

La mise en œuvre d'une idée ou d'un projet entrepreneurial peut durer des années ou alors, à l'inverse ne prendre que quelques semaines. Il ne s'agit pas d'une temporalité linéaire, parfaitement rationnelle et séquentielle, mais d'une temporalité faite de retour en arrière, de boucles et d'itérations. Selon les cas, la pression du temps sera plus ou moins marquée.

En préambule nous devons distinguer la création d'entreprise de la reprise. Même si sous certains aspects (profils, motivations ...), «créateurs et repreneurs sont proches, reprendre s'avère un exercice très différent de la création »<sup>123</sup> (Deschamps. B, Paturel. R, 2005). Les temps forts du processus ne se situent pas au même moment. Ceci étant, l'importance que nous apportons au temps dans cette partie se situe principalement ante déclenchement du processus ; c'est-à-dire non pas le temps qui permet de gérer les différentes actions nécessaires à la création ou à la reprise, mais plutôt le temps de maturation du projet, la phase qui se situe avant le passage à l'action.

---

<sup>123</sup> DESCHAMPS. B, PATUREL. R, Reprendre une entreprise...saine ou en difficulté, Entrepreneurs, Dunod, 2ème éd., Paris, 2005, P 4.

Pour Bruyat. C et Julien. P.A (2001)<sup>124</sup> le temps est une dimension incontournable en entrepreneuriat. Le temps est la conséquence de la notion de changement prise en compte dans l'étude du processus dans une perspective dynamique. Un individu ne naît pas entrepreneur, certains le deviennent pour un laps de temps plus ou moins long.

Paradoxalement, à ce jour, les variables temporelles ont été assez peu prises en compte dans les recherches en sciences de gestion, et particulièrement en entrepreneuriat<sup>125</sup>. La plupart des modèles utilisés dans ce domaine ont une approche linéaire du processus. À la suite de plusieurs auteurs (Bruyat, 1993 ; Hernandez et Marco, 2006), pour nous, le processus entrepreneurial est un processus diachronique. Il en est de même avant le déclenchement : même si l'entrepreneur potentiel a un projet, ce projet initial évolue souvent bien avant sa tentative de mise en œuvre. Dans le cas inverse où l'individu n'a ni projet ni intention de créer ou reprendre une entreprise, de fortes évolutions dans ses propres perceptions, attitudes ..., ou dans l'environnement peuvent amener cette personne à déclencher un processus de création ou de reprise d'entreprise.

Fayolle. A (2005)<sup>126</sup> précise que derrière cette notion de temps, nous trouvons :

- **Les notions d'irréversibilité et de réversibilité** : des étapes successives ou qui peuvent se recouvrir, de rythme et d'organisation de ces étapes.
- **Le changement possible** : le temps étant une condition nécessaire du changement.
- **Une durée qui s'écoule** : des étapes qui durent plus ou moins longtemps.
- **Les perceptions et les mesures du temps** : le temps étant vécu différemment par les acteurs. Le temps est en effet un concept relatif. Par exemple, l'échelle de temps d'un individu n'est pas a priori la même échelle de temps d'une organisation ou d'un autre individu. Tout d'abord, les

---

<sup>124</sup> BRUYAT. C, JULIEN. P.A, Defining the field of research in entrepreneurship, Journal of Business Venturing, 16, 2001, PP 165-180.

<sup>125</sup> A ce sujet, Hernandez et Marco (2006:P21) proposent une explication : même si la dimension temporelle amène à souhaiter le développement d'études longitudinales en entrepreneuriat, « *l'impérieuse nécessité de publier (surtout aux Etats Unis) amène souvent les chercheurs à préférer les études ponctuelles (photographie) excluant la dimension temporelle aux études longitudinales (film) la prenant en compte* ».

<sup>126</sup> FAYOLLE. A, Introduction à l'entrepreneuriat, Dunod, Paris, 2005, P 128.

perceptions des individus évoluent dans le temps. Aussi, comme nous l'avons vu précédemment, plusieurs décisions doivent être prises au cours du processus : certaines étant indépendantes entre elles alors que d'autres sont dépendantes (une décision ne pouvant être prise qu'après la fin d'une étape précédente). Une des caractéristiques majeures du processus est le grand nombre de variables à prendre en compte et la difficulté majeure de leurs mesures. De plus, la présence d'influences environnementales, en perpétuelle mutation, avec des changements rapides et incessants affecte le fonctionnement global du système. Ensuite, le temps n'est pas perçu de la même façon par tous les individus. À un niveau personnel, le temps peut avoir un effet positif pour le créateur potentiel ou à l'inverse, le temps peut affaiblir sa volonté (modification des perceptions : mesure des risques perçus, résistance au changement, menaces ...).

En revenant sur la notion de projet, là aussi, le temps prend une importance toute particulière. Un projet doit parfois se concrétiser très rapidement en raison de la nécessité de saisir une opportunité donnée sur un marché (sinon le risque de la perdre est trop important), ou à l'inverse, le cycle de l'émergence ou du développement du marché peut être long et les coûts inhérents à ces développements importants. Dans ce cas, le processus va s'étendre sur une durée plus longue.

En matière de création d'entreprise, il apparaît nécessaire de définir le moment où l'on pourra dire que le processus de création démarre et celui où l'on considère la phase de création terminée (Fayolle, 2005)<sup>127</sup>. Ses travaux s'attachent à définir la borne antérieure délimitant le processus, c'est-à-dire à partir de quel moment le processus démarre, et surtout quels en sont les antécédents et les causes. Notre recherche se focalise uniquement sur le déclenchement du processus et non pas sa globalité. L'impact du temps est donc concentré sur la période avant le déclenchement (avant la prise de décision), ce qui rend très difficile la prise en compte de cette variable pourtant incontournable. Le déclenchement marque le début du processus.

---

<sup>127</sup> FAYOLLE. A, Introduction à l'entrepreneuriat, Dunod, Paris, 2005, PP 128-141.

Dès 1993, Bruyat. C<sup>128</sup> proposait deux approches permettant d'étudier le processus dans sa globalité en prenant en compte le temps. Dans une perspective synchronique, Bruyat identifie six positions représentant chacune un type d'actions :

- **Position 0** : l'action de créer n'est pas perçue.
- **Position 1** : l'action de créer est perçue.
- **Position 2** : l'action de créer est envisagée.
- **Position 3** : l'action de créer est recherchée.
- **Position 4** : l'action est lancée.
- **Position 5** : l'action est réalisée.

Ensuite, Bruyat. C(1993) propose une vision diachronique du processus entrepreneurial. Il s'agit ici d'expliquer le déroulement de celui-ci. Il propose la notion de CSIP, c'est-à-dire la mise en harmonie et en cohérence des aspirations de l'entrepreneur avec sa perception de ses compétences et de ses ressources et avec sa perception des opportunités ou des possibilités qu'offre l'environnement. Donc, toute évolution de la CSIP peut provoquer des changements dans le processus. La pression du temps doit s'analyser sous deux angles : du point de vue du créateur (menace sur un emploi, situation insatisfaisante ...) et du point de vue du projet (marché visé turbulent, opportunité à saisir rapidement...).

Comme nous l'avons vu précédemment (section 2), deux familles de variables principales sont prises en compte : l'intention et le déplacement.

Premièrement, la question à se poser, dans le cas où l'intention est présente, concerne la stabilité de cette intention sur une période plus ou moins longue. Est-ce que l'évolution du niveau d'intention a un impact sur l'évolution du processus entrepreneurial ? Nous avons vu précédemment que la formation de l'intention provenait de plusieurs antécédents. La construction de ces antécédents tient aussi bien de caractéristiques psychologiques, que sociales. La formation de l'intention peut donc provenir de l'enfance des individus. Dans le cadre de cette recherche, rappelons que nous n'avons pas pu suivre les individus au cours du temps.

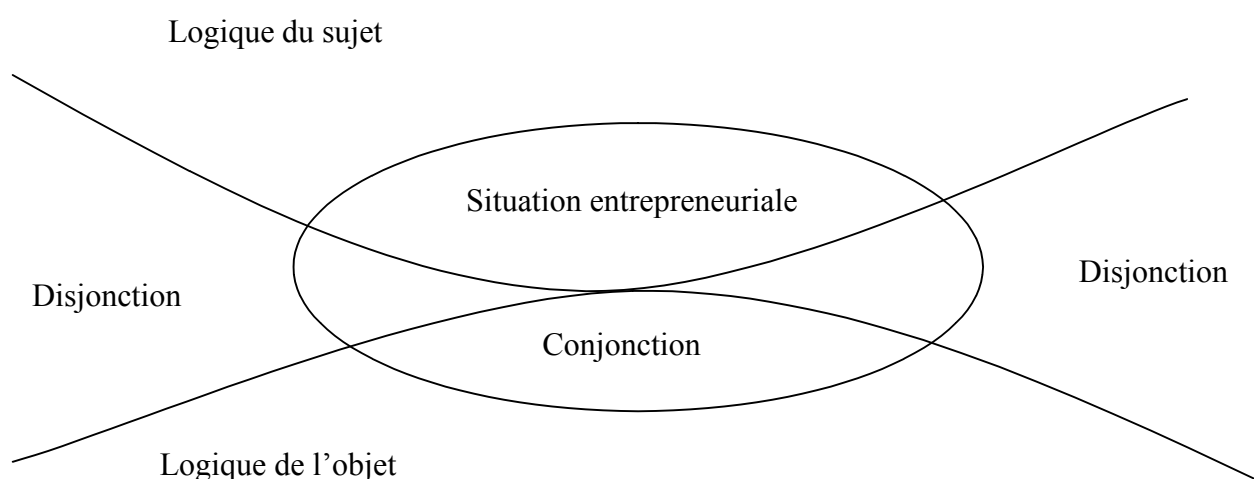
---

<sup>128</sup> BRUYAT.C, Création d'entreprise : Contributions épistémologiques et modélisation, Thèse pour le doctorat ès Sciences de Gestion, Université Pierre Mendès de Grenoble, France, 1993, 431 pages.

Deuxièmement, les variables externes peuvent avoir une influence immédiate, ou alors, elles peuvent engendrer une modification de perceptions qui, à terme, peut conduire au déclenchement du processus. Il n'y a pas de phénomène d'instantanéité.

Précisons qu'être entrepreneur est quelque chose qui se construit au cours de la vie. On ne naît pas entrepreneur. Le fait de se retrouver dans une situation entrepreneuriale qui peut engendrer le déclenchement du processus n'est pas un phénomène stable. Le temps influence cette situation qui peut durer de quelques jours à plusieurs mois, voire plusieurs années. Fayolle. A (2005) propose le schéma suivant pour représenter ce concept de situation entrepreneuriale.

Schéma n° 12 : Représentation du concept de situation entrepreneuriale.



Source : FAYOLLE. À, Introduction à l'entrepreneuriat, Dunod, Paris, 2005, P 36

Le temps joue donc un rôle primordial dans l'évolution aussi bien du projet de l'individu que de l'environnement. Il affecte donc aussi bien le niveau d'implication de l'individu dans le projet (intensité de l'intention) que les facteurs externes qui peuvent influencer aussi bien les perceptions de l'individu que le processus en lui-même. Nous en déduisons donc qu'une situation peut être entrepreneuriale pour un individu et pas pour un autre. Cette situation n'est pas figée. Elle implique un changement pour l'individu. Ce



changement peut donc être à venir (les perceptions de l'individu ont été modifiées et il perçoit une possibilité de changement) ou peut être constaté après son apparition (le processus est dans ce cas déjà déclenché).

Fayolle. A (2005) résume les différentes variables temporelles à prendre en compte dans l'évolution du processus entrepreneurial :

- **L'ordre** : il est important de déceler l'ordre des différentes étapes identifiées lors du déroulement du processus. Ces étapes peuvent correspondre à des actions, à des évolutions de perception (attitudes, intentions ...). Certaines étapes nécessitent la réalisation et l'achèvement d'étapes précédentes alors que d'autres sont totalement indépendantes des autres étapes du processus. Certaines étapes sont conscientes alors que d'autres ne le sont pas. Souvent, les travaux sur le processus entrepreneurial présentent la tentative d'exploitation d'une opportunité comme découlant d'une étape intangible, celle de l'intention. Nos travaux nous engagent à penser que parfois, des étapes (dans ce cas l'apparition de l'intention et la découverte d'une opportunité) sont concomitantes, voire inversées. La perspective n'est pas forcément linéaire. Notre tentative pour créer une typologie du déclenchement s'inscrit dans une voie de recherche permettant l'intégration et la prise en compte de la notion d'ordre.
- **La durée** : d'une façon générale, la durée peut être prise en compte sur la mesure de la globalité du processus (du démarrage à la création (ou à la reprise) qui peut être symbolisée par la création juridique effective). Dans la perspective de mieux connaître ce qui amène un individu à déclencher un processus entrepreneurial, nous considérons la durée correspondante à la période qui prend en compte l'apparition consciente d'une volonté de l'individu de tenter de se lancer dans un processus entrepreneurial. Cette durée peut être très longue (une intention peut ne jamais entraîner le déclenchement du processus) ou alors le temps à mesurer avant le déclenchement est quasi nul si le déclenchement est opéré uniquement par des facteurs externes à l'individu (dans ce cas là, l'intention de poursuivre le processus entrepreneurial est concomitante au déclenchement). Au niveau des différentes étapes ante déclenchement, les durées peuvent varier considérablement. Nous

prenons en compte dans notre étude la durée de l'intention. Est-ce une intention récente ou alors est-elle présente consciemment dans l'esprit de l'individu depuis très longtemps ? Dans les deux cas, il faut distinguer si cette intention est à l'origine ou non du déclenchement du processus. Dans le cas d'une intention récente par rapport au déclenchement du processus, nous pouvons postuler que des facteurs environnementaux sont à l'origine de l'apparition de cette intention. Lorsqu'une intention existe depuis un temps assez long, nous pouvons penser que la durée de cette intention a permis d'en augmenter l'intensité jusqu'au déclenchement du processus.

- **Le rythme** : il s'agit d'évaluer la vitesse d'enchaînement des activités du processus. Concernant le déclenchement, le rythme pris en compte correspond au décalage temporel pouvant exister entre l'apparition de l'intention et le déclenchement, l'apparition d'une influence externe et le déclenchement (ce qui permet de tisser une relation éventuelle entre le facteur externe et le déclenchement) ou alors entre le facteur externe et l'apparition (ou l'augmentation ou la baisse du niveau) de l'intention.
- **Le timing** : le timing est une notion qui présuppose que certains événements doivent apparaître au bon moment. La notion d'opportunité est associée au timing. Il convient, suivant les cas, de développer l'idée permettant de répondre à une opportunité ni trop tôt ni trop tard. Il en est de même aussi bien pour l'individu que pour les informations nécessaires à la mise en œuvre du projet. Pour envisager une carrière entrepreneuriale, l'individu doit se trouver dans une période qui peut le lui permettre. Cette éventuelle carrière doit lui apparaître réalisable.

Selon nous, Hernandez. E.M et Marco. L (2006)<sup>129</sup> semblent s'accorder avec ces différentes notions sous-jacentes à la temporalité puisque, pour eux, la temporalité n'est pas forcément linéaire et séquentielle. Ils postulent que l'horizon temporel de l'entrepreneur joue un rôle sur la nature de la décision. Rapporté à notre recherche et d'après leur conclusion, dans le cas où un individu a l'intention de créer ou reprendre une entreprise, un

---

<sup>129</sup> HERNANDEZ.E.M, MARCO. L, Entrepreneur et décision : De l'intention à l'acte, Editions Eska, Paris, 2006, P 34.

horizon éloigné implique un rythme lent (ce qui peut expliquer la présence d'une intention sur une longue période sans tentative de concrétiser cette intention) et, un horizon rapproché induit un rythme beaucoup plus rapide (ce qui peut correspondre par exemple à la nécessité de créer son propre emploi à court terme).

Le temps rajoute une dimension contingente au déroulement du processus. Il n'y a pas une seule bonne méthode ou façon de déclencher, puis ensuite de poursuivre, le processus.

Arriver à l'acte entrepreneurial dépend de diverses variables que la recherche d'une seule trajectoire nous semble utopique et non pertinente.

Nous inscrivant dans le processus entrepreneurial, la prise en compte de l'évolution du processus nous apparaît primordiale même si cette recherche se concentre uniquement sur le démarrage du processus, c'est-à-dire le déclenchement. En effet, comme nous l'avons vu le temps joue un rôle majeur, et ce même avant le déclenchement du processus. Il ne s'agit pas, dans cette recherche, d'essayer de mieux comprendre le rôle du temps sur l'enchaînement et l'évolution des actions, mais plutôt de tenter d'avoir une meilleure compréhension du processus interne conduisant à la mise en place d'actions dans une perspective entrepreneuriale.

Au sein du cheminement conduisant un individu à rentrer dans le processus entrepreneurial, il y a une combinaison étroite et permanente d'une composante stratégique (projet, environnement, ressource) et d'une composante psychologique (entrepreneur, comportement, aptitudes, motivations). La création d'entreprise fait interagir une multitude d'éléments et se développe dans le temps avec de nombreuses rétroactions. Il se cache donc derrière cette combinaison une très grande complexité dans le sens développé par Hernandez et Marco(2006).<sup>130</sup>

La non linéarité de ce processus ante déclenchement ne nous permet pas d'avoir une approche 'mécaniste'. Le système (entrepreneur potentiel/environnement) ne fonctionne pas

---

<sup>130</sup> « La pensée de la complexité vise à construire des concepts et des modes de raisonnement aptes à appréhender des phénomènes où interagissent une multitude de facteurs, où se combinent des principes de régulation et de déséquilibre, où se mêlent contingence et déterminisme, création et destruction, ordre et désordre, où enfin s'échafaudent des systèmes composés de niveaux d'organisation » (HERNANDEZ.E.M, MARCO. L, Entrepreneur et décision : De l'intention à l'acte, Editions Eska, Paris, 2006, P 22).

comme un système cause/effet. Il n'y a pas d'étanchéité entre l'individu et son environnement.

L'utilisation du temps peut jouer un rôle primordial. Il permet d'appréhender de façon nouvelle un phénomène. Le temps peut alors jouer un rôle de médiateur ou de modérateur. À l'inverse, il existe de nombreux obstacles à la prise en compte du temps dans une recherche. En effet, le passage d'un événement à l'autre n'est pas toujours stable et linéaire. Les phénomènes étudiés sont sujets à des interférences, des points de rupture ... Ces facteurs de dynamique sont susceptibles de créer des accélérations, des ralentissements, des retours en arrière ou des ruptures au sein de l'évolution d'un même phénomène.

Nous allons maintenant présenter les différentes trajectoires identifiées conduisant au déclenchement du processus entrepreneurial.

## **2. Proposition de trajectoires conduisant au déclenchement**

Afin de présenter différentes hypothèses de trajectoires conduisant au déclenchement du processus entrepreneurial (c'est-à-dire un changement au niveau de l'individu), nous nous appuyons sur l'idée qu'il faut prendre en compte les relations sociales et le contexte dans lequel les individus sont impliqués ; le comportement humain seul ne suffisant pas.

Avant de proposer les différentes trajectoires retenues conduisant (ou ne conduisant pas) au déclenchement du processus entrepreneurial et afin d'illustrer certains mécanismes du déclenchement, nous reprenons à notre compte quelques illustrations classiques proposées par Bruyat (1993) cherchant à expliquer l'engagement d'un individu dans le processus entrepreneurial. Nous appliquons ces situations à la phase de déclenchement :

- **La création programmée** : lorsque l'individu a l'intention depuis longtemps de créer une entreprise. Le déclenchement s'opère donc lorsque l'intention conduit l'individu à essayer de mettre en œuvre son projet entrepreneurial.
- **Le renoncement inévitable** : malgré une intention, la peur d'engendrer une situation inconnue et la résistance au changement entraînent la baisse de l'intensité de cette intention. Le processus n'est jamais déclenché.

- **Le dilemme du renoncement** : l'individu a un projet qui semble répondre à une opportunité sur le marché. Ce projet est en concurrence avec une situation salariée actuelle intéressante ou gratifiante. Les résistances au changement sont donc très importantes. La perception du risque doit être précisée. Le déclenchement est peu probable dans un avenir proche.
- **Le dilemme de projets concurrents** : il s'agit par exemple du cas d'une personne licenciée (facteur externe) qui perçoit deux opportunités : reprendre un emploi salarié ou créer une entreprise. La pression du temps (le fait de retrouver un emploi rapidement, la perception d'une opportunité ...) et le hasard jouent un rôle important sur un éventuel déclenchement du processus.

Par ailleurs, Bouchikhi. H et Kimberly. J.R (1994)<sup>131</sup> proposaient une genèse de l'acte entrepreneurial suivant cinq types de décision :

- **La décision réfléchie** : processus d'examen et d'évaluation de plusieurs options.
- **La décision par défaut** : la création est le seul choix possible pour l'individu afin de poursuivre sa carrière et s'assurer un revenu.
- **La décision opportuniste** : une opportunité est saisie par un individu sans qu'il ait auparavant prévu de se lancer dans une telle aventure.
- **La décision impulsive** : l'individu agit puis réfléchit ensuite, souvent sous l'effet d'un facteur externe.
- **La décision programmée** : sous l'impulsion d'une culture familiale forte. Une création apparaît presque comme le seul choix possible de carrière.

Il est maintenant possible d'envisager les hypothèses quant aux différentes voies de déclenchement du processus entrepreneurial :

---

<sup>131</sup> BOUCHIKHI. H, KIMBERLY. J.R, De la libre entreprise à la libre personne, Expansion Management Review, 94, 1994, PP 6-14.

1. **L'intention entrepreneuriale d'un individu, sous l'effet du temps, augmente peu à peu jusqu'à ce que cet individu prenne une décision et commence à agir afin de tenter de créer ou reprendre une entreprise (stratégie délibérée<sup>132</sup>).** Le temps permet à l'entrepreneur potentiel de préciser ses attitudes et intentions jusqu'à une éventuelle décision de se lancer dans un processus entrepreneurial, ce qui correspond au déclenchement. La décision peut être vue comme une décision rationnelle. Nous nous situons au sein d'une dynamique endogène.
  
2. **En dépit d'une intention, l'individu ne prend aucune décision pour tenter de concrétiser cette intention. Un déplacement (facteur externe) apparaît et deux cas de figure se présentent donc :**
  - a. **Ce déplacement augmente le niveau d'intention jusqu'au déclenchement du processus. Dans ce cas, nous pouvons postuler que le temps entre le déplacement et le déclenchement du processus est relativement long (stratégie délibérée).** La décision peut à nouveau être vue comme un processus rationnel. « Situation de non décision stratégique, au sens où il n'y a pas de grand virage, de saut dans l'inconnu, mais une politique des petits pas » (Hernandez et Marco, 2006)<sup>133</sup>.
  
  - b. **Ce déplacement, combiné à l'intention préalable, permet le déclenchement du processus (le processus est immédiatement déclenché à l'apparition du déplacement) (stratégie semi-émergente).**
  
3. **Sans intention préalable, le processus entrepreneurial est déclenché sous l'effet d'une influence externe. L'intention apparaît donc comme une conséquence du déplacement (et du déclenchement) (stratégie émergente). Il s'agit d'une dynamique exogène de déclenchement.** La situation de

---

<sup>132</sup> « Entre stratégie délibérée et stratégie émergente, les stratégies réelles se positionnent sans doute » (Koenig ; cité par Bruyat : 1993 : P 278).

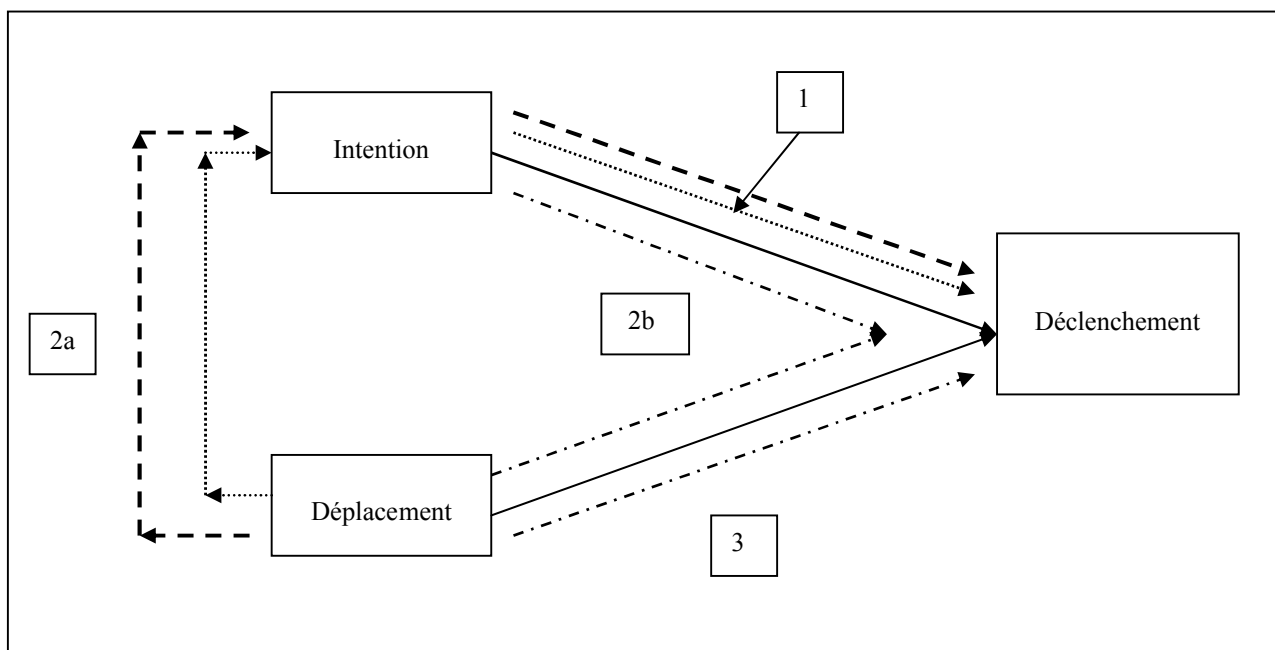
<sup>133</sup> HERNANDEZ.E.M, MARCO. L, Entrepreneur et décision : De l'intention à l'acte, Editions Eska, Paris, 2006, P 68.

décision se produit dans l'urgence pour faire face à un événement majeur. La décision est une décision de rationalisation a posteriori de ses nouvelles actions et de ses actions futures.

Afin de préciser les trajectoires 2a et 2b, nous avançons la question posée par Weber pour ce qu'il appelle 'l'imputation causale' : que ce serait-il passé si le facteur que l'on a isolé ne s'était pas produit ou s'il s'était produit sous une forme différente ? Il distingue donc la 'cause adéquate' (la cause agit comme un véritable déclencheur, sans ce fait ou cette circonstance, l'action qui en découle ne se serait pas produite) de la 'cause accidentelle' (les circonstances de départ sont telles que n'importe quel incident aurait pu produire les mêmes effets) (Mendras.H et Etienne.J, 1996)<sup>134</sup>.

Le schéma n°13 résume ces différentes voies de déclenchement.

Schéma n° 13 : Les voies de déclenchement du processus entrepreneurial



Source: Schéma réalisé par nos soins à partir des hypothèses de trajectoires formulées.

<sup>134</sup> MENDRAS. H, ETIENNE. J, Les grands auteurs de la sociologie: Tocqueville Marx, Durkheim, Weber, Initial, Hatier, 1996, P 149.

Au regard de ces différentes hypothèses de trajectoires, nous postulons qu'un changement d'orientation de carrière peut intervenir à partir d'une intention personnelle de l'individu et/ou d'un déplacement provenant de l'environnement. En revanche, l'interaction entre l'acteur et l'environnement est sans doute le facteur explicatif central. Le changement intervient donc à la rencontre de contraintes et d'acteurs pris dans un cadre spécifique.

Les hypothèses de trajectoires formulées répondent cependant à certains critères que nous précisons ci-après :

Tableau n° 4 : Le domaine de validité des hypothèses de trajectoires formulées

Forte validité	Faible validité
Acteur unique	Groupe d'acteurs
Acte unique	Acte déjà réalisé
Créateur potentiel salarié ou sans emploi	Créateur potentiel patron d'entreprise
Entreprise indépendante	Entreprise dépendante
Pérennité recherchée	Opération temporaire
Secteur privé marchand	Secteur non marchand
Création potentielle conduisant à la création de son propre emploi	Création potentielle correspondant à une activité secondaire, de soutien vis-à-vis d'un tiers ou à un placement financier

Source : Tableau réalisé par nos soins à partir des hypothèses de trajectoires formulées.

Le cadre théorique retenu dans notre approche et les hypothèses de trajectoires formulées nous conduisent à aborder notre problématique sous l'angle particulier de l'entrepreneur en tant qu'individu. En effet, les différents concepts mobilisés, issus du domaine de l'entrepreneuriat, mais également d'autres disciplines telles que la sociologie et la psychologie, orientent notre recherche sur le déclenchement d'un processus entrepreneurial par un acteur unique. Cette réduction de la complexité ne doit pas nous



faire oublier la multitude et la diversité des situations pouvant conduire un individu, ou un groupe d'individus, à déclencher ce processus.

### **CONCLUSION :**

Comme nous venons de le voir, nous avons formulé des hypothèses de trajectoires pouvant conduire un individu au déclenchement d'un processus entrepreneurial.

Deux dynamiques principales ont été répertoriées. La première correspond à une dynamique endogène, le déclenchement se produit sous l'impulsion d'une modification des perceptions de l'individu ; cette évolution pouvant être conduite uniquement par l'individu sans modification de l'environnement (évolution interne) ou alors avec une modification de l'environnement (évolution externe). La seconde est une dynamique exogène, le déclenchement se produit suite à un déplacement dans l'environnement de l'individu. Entre ces deux dynamiques, le temps joue un rôle essentiel.

Nous avons retenu plusieurs variables afin de prendre en compte ces deux dynamiques. Au niveau de l'intention de l'individu, nous reprenons les mesures de l'intention et des trois antécédents avancés par Ajzen (1991). Nous retenons donc des déplacements positifs ainsi que des déplacements négatifs auxquels nous rajoutons des facteurs inhibiteurs (proposés par Krueger et Carsrud (1993)).

---

**CHAPITRE 5 – LA CRÉATION D’ENTREPRISES EN  
ALGÉRIE : ÉVOLUTION ET DISPOSITIFS**

---

---

## **CHAPITRE 5 - LA CRÉATION D'ENTREPRISES EN ALGÉRIE : ÉVOLUTION ET DISPOSITIFS**

---

### **INTRODUCTION :**

L'Algérie a connu une mutation économique très importante en raison 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 -encore inachevées – ont permis au secteur privé de voir le jour. Sitôt né, le jeune secteur privé doit évoluer dans un cadre institutionnel instable, et en même temps faire face au phénomène de mondialisation qui le menace sérieusement. Les entreprises non préparées à l'invasion de leur marché par des concurrents étrangers doivent impérativement réagir pour survivre.

Depuis une dizaine d'années, l'Algérie vit une transformation radicale de son environnement économique. 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 de PME dans un cadre encore en transformation. Les jeunes PME évoluent dans un environnement particulièrement turbulent, notamment à cause d'une transition encore inachevée et d'une intégration rapide dans l'économie mondiale.

## **I. L'ENTREPRENEURIAT ET L'ENVIRONNEMENT ENTREPRENEURIAL**

Bien qu'il soit passé dans le vocabulaire de tous les jours dans le monde anglo-saxon et que son équivalent francophone soit un thème d'actualité pour de nombreux acteurs, le concept d'entrepreneuriat, et par conséquent son personnage principal l'entrepreneur, semble difficilement trouver une définition qui puisse faire l'unanimité. Il est en effet admis que l'entrepreneuriat est un concept difficile à définir, car les entrepreneurs et les activités entrepreneuriales ne sont pas aisés à identifier et à étudier tant que le phénomène est compliqué, et vague.

### **1. L'entrepreneur et l'entrepreneuriat**

Étudier l'entrepreneur signifie s'intéresser à ce qu'il est, et à ce qu'il fait. Ces deux aspects sont précisés dans deux approches distinguées par Fayolle. A(2004)<sup>135</sup> à savoir ; l'approche descriptive et comportementale, ou l'approche par les traits et les faits.

#### **1.1. L'entrepreneur**

De nos jours l'entrepreneur est considéré comme l'un des acteurs principaux des sphères sociale et économique, ayant fait ses preuves dans les pays développés, il est devenu l'une des préoccupations de l'Etat algérien qui mise sur l'entrepreneur dans sa politique de développement local.

Il n'existe pas de définition unique à l'entrepreneur. En effet, la notion d'entrepreneur a évolué dans le temps et a été sujet d'études de différents économistes. Selon l'OCDE (1998) : l'entrepreneur peut être considéré comme celui ou celle qui prend des risques, associe des ressources de manière cohérente et efficiente, innove en créant de nouveaux services, produits ou procédés à long terme par la définition d'objectifs et matérialise des bénéfices au-delà de l'allocation courante des ressources.

Pour Marseille. J (2000), l'entrepreneur « est dans tous les cas un innovateur, grâce aux nouvelles combinaisons qu'il met en œuvre, il est à l'origine de la continuelle réorganisation, recomposition du système économique capitaliste. Dans la mesure où cette action créatrice

---

<sup>135</sup> FAYOLLE. A, entrepreneuriat : Apprendre à entreprendre, Edition Dunod, Paris 2004.

s'exerce en partie (et en partie seulement par la création de nouvelles entreprises, on est enclin à considérer que toute création d'entreprises est une contribution aux progrès ». <sup>136</sup>

### **1.1.1. L'entrepreneur dans la pensée économique**

Richard Cantillon (1755) est le premier à définir l'entrepreneur : Ce dernier n'exerce pas ses talents dans un secteur économique spécifique, tels l'industrie, le commerce ou l'agriculture. Il représente celui qui assume le risque de l'incertain peu importe le secteur.

Verstraete. T(1999), quant à lui, définit l'entrepreneur comme celui qui réunit et combine des moyens de production. Il le présente comme un coordinateur. L'entrepreneur « met à profit les facultés les plus élevées et les plus humbles de l'humanité. Il reçoit les directions du savant et les transmet à l'ouvrier ». <sup>137</sup> Pour cet auteur, l'entrepreneur est un personnage central, qui peut être un chef d'entreprise, propriétaire ou non, et plus largement un responsable d'une ou plusieurs organisations.

Pour Schumpeter. J(1935), l'entrepreneur est celui qui introduit et conduit l'innovation tout en prenant des risques. L'innovation ou l'utilisation de nouvelles combinaisons de moyens de production peut revêtir différents aspects. Il peut s'agir de la fabrication d'un bien nouveau, d'une nouvelle méthode de production, de la conquête d'un nouveau débouché, de l'introduction d'une nouvelle matière première ou de produit semi œuvre, de la réalisation d'une nouvelle organisation de la production. Il accorde donc une grande place à l'innovation qui engendre ce qu'on appellera « la destruction créatrice », essence même du développement économique et de la croissance à long terme.

### **1.1.2. Les types d'entrepreneurs**

Verstaete. T (2000) définit les entrepreneurs selon leur capital social et en dégage ainsi trois types <sup>138</sup> :

---

<sup>136</sup> MARSEILLE. J, Créateur et création d'entreprise, de la révolution industrielle à nos jours, ADHE, Paris 2000. P 22

<sup>137</sup> VERSTAETE. T, Connaître l'entrepreneur, comprendre ses actes, Edition: l'harmattan, Paris1999. P 83.

<sup>138</sup> VERSTAETE. T, Histoire d'entreprendre : les réalités de l'entrepreneuriat, Editions Management et Société, Paris 2000, P 30.

- **L'entrepreneur technologique :** Il crée son entreprise dans le secteur des technologies de pointe. Sa réussite ne s'improvise pas, mais elle est le résultat d'une politique publique de longue haleine qui combine enseignement, recherche et industrie.
- **L'entrepreneur de proximité :** Il est le produit des mesures de politiques publiques mises en œuvre depuis le milieu des années 1980 dans certains pays industriels pour tenter de remédier à la précarité économique de certains individus.
- **L'entrepreneur traditionnel ou routinier :** L'entrepreneur routinier se trouve évidemment partout, tant en période de croissance que de crise. Il se positionne sur des marchés à l'abri de la concurrence des grandes entreprises.
- **L'entrepreneur social :** son rôle n'est pas différent de l'entrepreneur habituel, en effet celui-ci associe des ressources de manière cohérente et efficiente, innove en créant de nouveaux services, produits ou procédés, mais à but non lucratif et au profit de l'intérêt général.
- **L'entrepreneur virtuel :** preneur de risque et créatif, l'entrepreneur virtuel est le résultat du développement du réseau d'Internet, et de l'explosion des Nouvelles Technologies de l'Information et de la Communication (NTIC). Son lieu de travail est souvent son domicile.

## 1.2. L'entrepreneuriat

Tout comme l'entrepreneur, il semble difficile de trouver une définition unanime à son activité qui est « l'entrepreneuriat ». Mais cependant c'est l'acte de créer une entreprise qui est le plus souvent assimilé à ce phénomène.

Schumpeter (1935) qualifié de père du champ de l'entrepreneuriat voit en l'entrepreneur l'agent du changement économique, le vecteur de l'innovation. L'entrepreneuriat est alors défini comme la compréhension de comment sont découvertes, créées et exploitées, les opportunités de mettre sur le marché de nouveaux bien et service, par qui et avec quelles conséquences.

### 1.2.1. Les dimensions liées à l'entrepreneuriat

D'après les travaux Fayolle. À(2003)<sup>139</sup>, il est possible d'identifier trois dimensions génériques liées à l'entrepreneuriat : un phénomène économique et social, un objet de recherche et un domaine d'enseignement.

- **Un phénomène économique et social :** Cette dimension voit que l'entrepreneur a un rôle particulier et indispensable dans l'évolution du système économique libéral, ainsi les apports de l'entrepreneuriat à l'économie et à la société concernent la création d'emplois, l'innovation, le développement de l'esprit d'entreprendre dans les entreprises et les organisations et l'accompagnement de changements structurels.
- **Un objet de recherche :** De cette dimension découle trois courants de pensée, à savoir :
  - L'émergence d'une nouvelle organisation : Ce premier courant de pensée est initié par W. B. Gartner, qui défend l'idée que l'entrepreneuriat est la création d'une nouvelle organisation. Ce courant rassemble notamment des chercheurs français dont : T. Verstraete. Pour ce dernier, « 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. Selon le mode d'exploitation retenu, le processus sera entrepreneurial ou non ».
  - L'identification d'opportunités est considérée comme le point de départ du processus entrepreneurial.
  - Ce troisième courant souligne que l'individu est une condition nécessaire pour la création de valeur, qu'il en détermine les modalités de production et l'ampleur. Il est l'acteur principal et l'entreprise en est le support.

---

<sup>139</sup> FAYOLLE. A, Le métier de création d'entreprise, Ed. D'organisation, Paris, 2003, P 223.

- **Un domaine d'enseignement :** Ses auteurs renvoient à une question à savoir ; si l'entrepreneuriat peut s'enseigner? Car l'esprit d'entreprendre ne peut être uniquement inné, et l'acquisition de la connaissance permet de développer l'esprit d'initiative et sortir de l'esprit d'assistanat et la recherche d'un « statut » qui incite trop souvent à intégrer le secteur public ou les grandes entreprises privées. Ainsi, la culture d'entreprise doit faire partie intégrante de notre culture générale.

### 1.2.2. Valeurs et type de l'entrepreneuriat

L'entrepreneuriat est une culture à laquelle on rattache cinq valeurs à savoir :

- *La créativité :* L'entrepreneur doit être créatif, et doit savoir exploiter sa créativité, en commencer déjà par se faire confiance.
- *L'autonomie :* L'entrepreneur doit créer son propre emploi, être indépendant, tant sur le plan professionnel que sur le plan financier.
- *Le sens des responsabilités :* *Le sens des responsabilités permet d'être partenaire avec d'autres personnes, ainsi qu'il permet d'obtenir la confiance des autres.*
- *Le leadership :* Un leader doit donner envie aux autres de le suivre et cela par, sa vision et des projets stimulants.
- *La solidarité :* Un entrepreneur est solidaire de ses investisseurs, de son personnel, des fournisseurs et des autres entreprises.

On distingue aussi cinq types d'entrepreneuriat :

- *Entrepreneuriat de type autocréation:* Qui est l'autocréation d'emploi.
- *Entrepreneuriat non marchand ou social:* Le principe de base ici est de créer des entreprises dont l'activité économique a été conçue de manière à créer de la « valeur sociale », à mettre en œuvre des solutions innovantes à des problèmes sociaux.
- *Entrepreneuriat public:* Les entreprises publiques et les différents établissements des gouvernements au niveau national, ou local, orientés vers le service aux citoyens, constituent l'essentiel de l'entrepreneuriat public.
- *Intrapreneuriat:* Ce sont les activités entrepreneuriales au sein même d'une organisation établie.
- *Essaimage ou extrapreneuriat:* C'est la création d'entreprises par des salariés. En effet, il s'agit de la création d'une entreprise à partir de technologies développées



essentiellement dans l'organisation d'où l'origine de cette entreprise : Université / Centre de recherche / Entreprise privée.

### 1.2.3. L'impact de l'entrepreneuriat

- **Impact spatial** : Grâce à la dispersion des PME et à l'emploi généré, la population ne prouve plus le besoin de se déplacer et de changer de milieu, en effet le tissu industriel contribue à la fixation des populations.
- **Impact économique** : Les nouvelles entreprises créent de nouveaux emplois par contre les anciennes remplacent ou même diminuent leurs embauches en se modernisant. Les nouvelles entreprises sont un facteur de compétitivité des territoires.
- **Impact social** : La création d'emplois stables engendre la stabilité et le bien-être global des familles. L'entrepreneuriat freine l'exode des jeunes en offrant des alternatives à l'emploi.
- **Impact environnemental** : La densité des PME peut provoquer des effets néfastes sur l'environnement (importance des déchets industriels ; pollution des eaux, de l'air... etc.).

## 2. L'environnement entrepreneurial

Le bon fonctionnement d'une entreprise dépend considérablement de l'état de son environnement, en effet, celui-ci se divise en trois niveaux qui englobent des facteurs pouvant influencer positivement ou négativement sur l'émergence et le développement des entreprises. Ainsi à travers ces trois niveaux nous allons essayer de développer l'essentiel des éléments qui constituent l'environnement entrepreneurial.

### 2.1. Le macro environnement

Le macro environnement englobe les caractéristiques globales du lieu d'action de l'entrepreneur qu'on peut distinguer à travers cinq dimensions :

- **La dimension socioéconomique** : Dans cette dimension se rassemblent des facteurs tels que le taux d'inflation, l'évolution du pouvoir d'achat, l'évolution de la population,

la pyramide des âges, le climat social, la concentration des entreprises, la mondialisation des affaires, etc.

- **La dimension technologique :** L'environnement de l'entrepreneur est aussi touché par le monde de la recherche et des nouvelles technologies qui lui permettent d'adopter de nouvelles méthodes de gestion et de coordination. Ajouter à cela l'importance qu'occupe la recherche dans la croissance économique, en effet, celle-ci dépend en grande partie de la dynamique de la productivité qui trouve sa source dans la recherche-développement (R&D). Le premier rôle dans le domaine de recherche et développement revient à l'Etat par son intervention qui peut être, directe par des dépenses de R&D publique, ou indirecte (financement ou défiscalisation de la R&D privée).

- **La dimension culturelle :** La culture détermine de façon significative l'habileté d'une nation à prospérer parce qu'elle module la pensée des individus au sujet des risques, des récompenses et des opportunités.

À une échelle moindre, le territoire dans lequel l'entrepreneur passe sa vie personnelle et/ou professionnelle joue également un rôle non négligeable. Un territoire peut en effet constituer un pôle d'attraction entrepreneuriale.

- **La dimension écologique :** La multitude des réflexions sur le sort de la planète, a fait jaillir la notion du développement dit, **durable** à qui on consacre aujourd'hui une place de plus en plus importante. Pendant longtemps, l'industrie a puisé les ressources et les énergies non renouvelables, par conséquent, maintenant elle peine à survivre dans cette époque où les ressources risquent de périr, et les pratiques industrielles de consommation intensive des ressources (ressource naturelle et énergie) dont les coûts sont de plus en plus élevés engendrent des effets néfastes sur la planète.

- **La dimension institutionnelle :** La dimension (contexte) institutionnelle couvre trois types d'institutions à savoir :

- *L'institution cognitive :* Il s'agit de l'ensemble des contrats et des modes de pensée qui peuvent définir un certain type de comportement chez les entrepreneurs dans un secteur d'activité.

- *L'institution coercitive* : C'est l'ensemble des établissements s'occupant de la régulation des activités de l'entrepreneur dans son environnement tel que : l'administration fiscale, le plan comptable, les lois, les tribunaux.
- *L'institution normative* : Son rôle n'est pas de sanctionner l'institution coercitive, mais d'écarter les acteurs, dont les activités ne répondant pas aux normes.

## 2.2. Le micro environnement

Constitue l'ensemble des partenaires directs dont dépend l'entrepreneur et son entreprise, ces partenaires sont : les fournisseurs, les clients, les distributeurs, actionnaires, banquier, etc....

- **Le réseau de financement et le capital humain** : Dans l'environnement entrepreneurial le réseau de financement est représenté par les différents prêteurs de capitaux représentés en grande majorité par les banques, et d'autres membres tels : la famille, les amis, les clients, ou fournisseurs voir mêmes concurrents.

La disponibilité et la qualification de la main-d'œuvre est aussi un élément important au développement d'un environnement entrepreneurial qui permettra d'une part d'améliorer l'attractivité du territoire et d'autre part d'assurer aux entreprises leurs besoins en main-d'œuvre, d'adopter de nouvelles technologies, et d'accroître leurs aptitudes à exploiter de nouvelles opportunités de marché.

- **Les proches collaborateurs, les entreprises et les clients** : Ce sont les employés, et associés qui participeront aux différentes activités de l'entrepreneur.

L'emplacement d'une nouvelle entreprise est aussi un facteur important pour sa faisabilité. Il influence non seulement les coûts de transport, mais surtout la création de groupes d'entreprises qui s'achètent et se vendent leurs produits.

La concurrence et la diversification de l'offre ont mis le client au centre des préoccupations de l'entreprise. Ainsi sa satisfaction et sa fidélisation constituent un enjeu à relever pour l'entrepreneur.

- **Les structures locales de soutien à la création d'entreprises** : Les structures locales de soutien à la création d'entreprises et, les politiques publiques en faveur des

investissements sont autant d'éléments qui influencent l'environnement de l'entrepreneur.

- **L'infrastructure** : Beaucoup de facteurs influents sur la localisation des entreprises, en effet l'entrepreneur cherche toujours à s'installer dans un milieu des plus commodes possible. Le facteur infrastructure constitue sans doute le premier élément d'attractivité pour l'investisseur. On compte alors : L'infrastructure technique (l'infrastructure de base et l'infrastructure énergétique.) Et l'infrastructure socio-économique (urbanisme et habitat, santé et protection sociale, activité de commerce, services et administration.). La concentration, le manque ou l'insuffisance de ces facteurs infrastructurels entraînera des conséquences sociales, spatiales et économiques.

- **L'université** : Tout comme la famille, l'enseignement et la formation jouent un rôle important qui peut éveiller des vocations et sensibiliser un large public à l'entrepreneuriat. Une étude de cas menée au Québec sur le développement de l'entrepreneuriat a démontré que les jeunes sensibilisés à *l'entrepreneurship* en bas âge sont davantage attirés par une carrière en *entrepreneurship* et sont moins susceptibles de quitter leur région.

- **La communication** : La télévision, la radio et la presse écrite sont autant de moyens qui peuvent avoir un impact plus au moins positif sur l'entrepreneuriat, et l'entrepreneur. En effet, les études ont démontré que les médias ont la capacité d'accroître l'intérêt de la population pour l'entrepreneuriat, d'améliorer l'image de l'entrepreneuriat et des chefs d'entreprise, à travers la sensibilisation et l'information des individus à ce sujet.

On note aussi l'importance du rôle des nouvelles technologies de l'information et de la communication (NTIC) qui constituent un nouvel outil de diffusion de l'information et, qui peut être source de nombreux avantages aux PME par l'utilisation du commerce électronique qui permet à l'entrepreneur de diminuer les coûts et d'accroître la vitesse et la fiabilité des transactions, en particulier sur de grandes distances.

### 2.3. L'environnement interne de l'entrepreneur

La famille, les amis, les relations personnelles et professionnelles ont un rôle important dans l'initiation et le déclenchement même de l'idée d'entreprendre, l'entrepreneur dispose d'autres ressources qui sont évoquées dans le capital social de ce dernier.

- **La famille :** La famille a un rôle déterminant dans le désir et la faisabilité de l'acte d'entreprendre, elle est la première structure de soutien moral et/ou financier ; aussi l'individu issu d'une famille ou ayant un parent entrepreneur peut avoir une vision plus valorisée de l'entrepreneuriat ce qui augmente son potentiel.
- **Le capital social de l'entrepreneur :**<sup>140</sup>
  - *Le capital financier:* qui est l'ensemble des ressources financières effectives (épargne propre, patrimoine familial, héritage), et potentielles ;
  - *Le capital connaissance:* qui correspond à l'ensemble des connaissances de l'entrepreneur qu'elles soient matérialisées par un diplôme ou par une expérience professionnelle ;
  - *Le capital relations:* Le réseau de soutien s'étend et rassemble ainsi les amis auprès desquels l'entrepreneur sollicitera de l'aide en cas de besoin. Les ressources relationnelles constituent aussi des éléments facilitateurs et des catalyseurs qui permettent de gagner du temps. Ces relations peuvent aussi être entretenues avec différentes institutions telles ; les banques, les organismes d'aides...etc.

### 3. L'entrepreneuriat en Algérie : Etat des lieux

La mondialisation a provoqué de profondes modifications dans l'environnement économique notamment en Algérie qui longtemps dominé par le secteur public, se veut aujourd'hui plus ouverte avec une politique visant une économie plus stable et diversifiée. Dans ce but l'Etat Algérien a visé le développement du secteur privé. Désormais c'est la PME qui est au cœur des préoccupations et qui est surtout vue comme une alternative au développement. De ce fait, nous avons jugé nécessaire de consacrer ce point au

---

<sup>140</sup> VERSTAETE. T, Histoire d'entreprendre : les réalités de l'entrepreneuriat, Editions Management et Société, Paris, 2000, P 30.

développement de quelques éléments portant sur la PME, puis nous donnerons un aperçu sur le développement de la création des entreprises en Algérie.

### 3.1. Définitions, forces et faiblesses de la PME

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. M (1988), « *Les entreprises sont différentes par la taille, le métier, la nature du capital (personnel, familial, étranger...), mais aussi par le degré d'autonomie (indépendante, filiale, sous-traitance...), 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* »<sup>141</sup>.

Beaucoup de définitions ont été proposées pour la PME. Il y a celles qui se réfèrent aux critères qualitatifs, elles mettent l'accent sur les éléments distinctifs et les caractéristiques d'une entreprise de petite échelle. La CGPME (confédération générale des PME) retient que « les PME sont des entreprises pour lesquelles le chef assume personnellement et directement les responsabilités financières, techniques, sociales et morales de l'entreprise, quel que soit son statut juridique ». Et d'autres définitions qui se réfèrent aux critères quantitatifs, elles mettent l'accent sur le critère de la taille, la PME est définie au moyen de paramètres quantitatifs tels que le chiffre d'affaires, le total du bilan, le nombre d'effectifs.... Qui est utilisé dans les analyses statistiques ainsi que dans la plupart des législations qui touchent les PME. Ces définitions restent dominantes puisque la plupart des pays se sont attachés à distinguer les entreprises selon le critère de la taille, mesurée le plus souvent en termes d'effectif ou le chiffre d'affaires.

Les PME présentent bien des forces d'une part, il y a quelques années, les Américains avaient lancé le slogan « small is beautiful »<sup>142</sup>, ainsi les qualités associées aux PME résident dans : La capacité à s'adapter aux besoins des clients, à faire du sur-mesure ; la proximité du client, la faculté de développer une relation étroite et personnalisée avec lui ; la faculté de tenir ses engagements, d'assurer un service de qualité ; la présence d'une structure simple et flexible qui lui permet d'être réactive à toute modification de l'environnement. Ce type

---

<sup>141</sup> Cité par, COLOT .O, La transmission des PME familiales non cotées : approche de la transmission en Wallonie et impact sur la performance des entreprises, Thèse de doctorat en Sciences de Gestion, Université de MONS-HAINAUT, 2006-2007, P 19.

<sup>142</sup> MEUNIER. A, PME : les stratégies du succès, DUNOD, Paris, 2008, P 150.

d'organisation entraîne de faibles coûts de structure ce qui peut lui donner un avantage concurrentiel par rapport à la Grande Entreprise. Cependant, dans une phase d'expansion qui pourrait entraîner des modifications de sa structure, la PME devra faire en sorte que ces coûts soient absorbés par les ventes futures ; 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. Dans les PME, 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 entreprise de grande dimension en cas de licenciement.

Mais d'autre part les PME présentent aussi des faiblesses, leur taille est aussi un handicap. En effet, la PME est vulnérable de par son domaine d'activité. Si la PME est mono-produit, une chute de la demande entraînera une baisse des revenus que la PME ne pourra pas compenser par un autre produit. Une PME qui dépend d'un seul client, par exemple dans la grande distribution, ou d'un seul fournisseur s'expose à un risque économique très important.

L'agressivité de la Grande Entreprise doit conduire la PME à mettre en place une "veille" pour maintenir sa position de leader dans son secteur d'activité. Cette "veille" peut être coûteuse à la PME. Aussi, les petites et moyennes entreprises peuvent également rencontrer des problèmes de financement liés à leur développement. En effet, les banques sont souvent réticentes à accorder des crédits quand les PME ne sont pas adossées à de grands groupes.

En cas d'évolution, la PME peut rencontrer des rigidités au changement. Dans une PME, les salariés ont des évolutions de carrière (verticales et horizontales) moins importantes que dans les grandes entreprises. Un changement pourrait les conduire à assumer de nouvelles fonctions pour lesquelles ils ne sont pas formés et ainsi modifier le climat social.

### **3.2. La PME algérienne : Évolution et développement**

Le secteur de la PME connaît en Algérie un essor remarquable depuis les réformes économiques engagées vers la fin des années quatre-vingt. L'accélération des créations des PME est un phénomène visible dans le paysage économique national. En Algérie, il n'existait pas de définition officielle décrivant les PME avant l'adoption de la loi d'orientation sur la

PME en décembre 2001<sup>143</sup>, il n'existe pas de définition officielle de ce type d'entreprise. Avant cette date, l'Office National des Statistiques a pris en considération le critère de l'effectif pour arriver à effectuer un classement des entreprises. La définition attribuée est la suivante : la PME étant une entreprise de production de biens et de services employant de 1 à 250 personnes, ce qui rend difficile la comparaison entre les périodes.

L'ordonnance N°01-18 du 12 décembre 2001 portant sur la loi d'orientation sur la PME a conduit à une définition plus officielle. Le tableau n° 5 nous le démontre :

Tableau n° 5 : Indicateurs de mesure de la taille des PME.

Taille	Effectif employé	Chiffre d'affaires (DA)	Total du bilan (DA)
<b>Micro-entreprise</b>	1 à 9	< 20 millions	< 10 millions
<b>Petite</b>	10 à 49	< 200 millions	<100 millions
<b>Moyenne</b>	50 à 250	200 millions - 2 milliards	100 millions-500 millions

Source : Le J O. n°77, du 15 décembre 2001. P4, L'ordonnance n°01-18 du 12 décembre 2001, portant sur la loi d'orientation sur la PME.

Cette définition s'inspire de celle adoptée par l'UE en 1996 et qui a fait l'objet d'une recommandation à l'ensemble des pays membres. Elle est notamment basée sur trois critères qui sont les suivants ; les effectifs, le chiffre d'affaires, le bilan annuel et l'indépendance de l'entreprise.

Concernant le critère d'indépendance, le capital ou le droit de vote dans toute PME ne doivent pas être détenus à 25% et plus autrement dit seul un pourcentage inférieur à 25% est toléré pour une détention par une autre entreprise ou conjointement par plusieurs entreprises qui elles-mêmes ne correspondent pas à la définition de la PME.

<sup>143</sup> Le JORA N°77, du 15 décembre 2001. P4.



### 3.3. Évolution de la population des PME en Algérie <sup>144</sup>

L'accélération des créations des PME est un phénomène visible dans le paysage économique national notamment depuis le début de ce siècle.

- **Présentation des principales composantes :** La population des PME algérienne comporte principalement trois composantes, à savoir : Les PME privées, les PME publiques et les artisans.

- **Les PME privées :** À la fin de l'année 2009, le nombre de PME privées déclarées s'élève à 455 398 PME. À ce chiffre s'ajoutent plus de 169 080 artisans enregistrés auprès des 31 Chambres de l'Artisanat et des Métiers (CAM). Sur ceux, les PME privées auxquelles s'ajoute le nombre des artisans constituent la composante majeure de la population des PME et représente plus de 99% de l'ensemble selon le ministère de la PME et de l'Artisanat.

En ce qui concerne la catégorie des Personnes morales, le nombre de créations s'élève à 30 541 nouvelles PME, après les mouvements de réactivations et de radiations, le chiffre retombe jusqu'à atteindre 24 515 PME. Aussi, un autre point qui montre que les PME en situation d'activités ne le sont, généralement, que sur le plan administratif et ceci est démontré au niveau des organismes d'enregistrement et de déclarations. En effet, les changements les plus fréquents qui peuvent survenir dans la vie économique des entreprises et qui peuvent les entraîner dans une radiation sont : Changement de statut et /ou de siège social, changement de domaines d'activités, création de nouvelles entreprises...etc.

Les PME privées ont connu une évolution remarquable, elles ont enregistré le nombre de 606 737 PME en 2010, soit 398 788 nouvelles PME ont été créées depuis l'année 2003.

Pour ce qui est de la catégorie des "Personnes physiques" et des chefs d'entreprises considérés comme "non-salariés" permettent d'observer les mouvements des catégories de "professions libérales" généralement non astreintes à l'inscription au Registre du Commerce. Dans ces catégories on retrouve

---

<sup>144</sup> MOULOUD .A, La problématique de la promotion de l'entrepreneuriat face aux contraintes socioéconomiques de l'environnement local en Algérie : Cas de la wilaya de Béjaïa. Mémoire de magistère en sciences de gestion, option : Dynamique économique, développement local et territoires, université de Béjaïa, 2010, P 67.

notamment : les notaires, les avocats, les huissiers de justice, les médecins, les architectes et les agriculteurs... Les PME des " professions libérales ", dont le nombre total est de 109 496 exercent particulièrement dans les secteurs de la santé, de la justice et dans les services fournis aux exploitations agricoles (cf. tableau n°6).

Tableau n° 6: Présentation des principaux secteurs des PME des « Professions libérales »

Principaux secteurs	Nombre de PME
<b>Santé</b>	29 301
<b>Justice</b>	10 125
<b>Exploitants agricoles</b>	70 070
<b>TOTAL</b>	<b>109 496</b>

Source : Bulletin d'information statistique N°16 du ministère de la PME et de l'Artisanat, 2009, P4.

Par rapport à 2008, les PME privées dites « personnes physiques » ont connu une évolution de 38 870 entreprises.

- **Les PME publiques** : Concernant les PME du secteur public, elles ne représentent qu'une minime partie de la sphère des PME et TPE algériennes. Durant l'année 2010, leur nombre a diminué par rapport à l'année 2009 de 38 unités, passant ainsi de 598 à 560 PME et les effectifs passent de 51635 à 48 656 salariés. Aussi leur nombre a enregistré une diminution de 228 unités, en 07 années passant de 788 à 560 PME (de 2003-2010)<sup>145</sup>. Il est clair que 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.

<sup>145</sup> Bulletin d'information statistique n°18 du ministère de la PME et de l'artisanat, 2011.

Évidemment, dans un nombre total de PME qui s'élève à 625 069, le nombre PME du secteur public ne représente qu'une infime partie de la sphère des PME et des TPE.

Tableau n° 7 : Présentation des secteurs d'activités des PME publiques en 2009

Secteurs d'activités	Nombre de PME	Effectifs
- Industrie	185	21 653
- Services	219	15 441
- BTPH	63	7 730
- Agriculture	113	5 619
- Mines et carrières	11	1 192
<b>TOTAL</b>	<b>591</b>	<b>51 635</b>

Source : Bulletin d'information statistique n°16 du ministère de la PME et de l'Artisanat, 2009, P5.

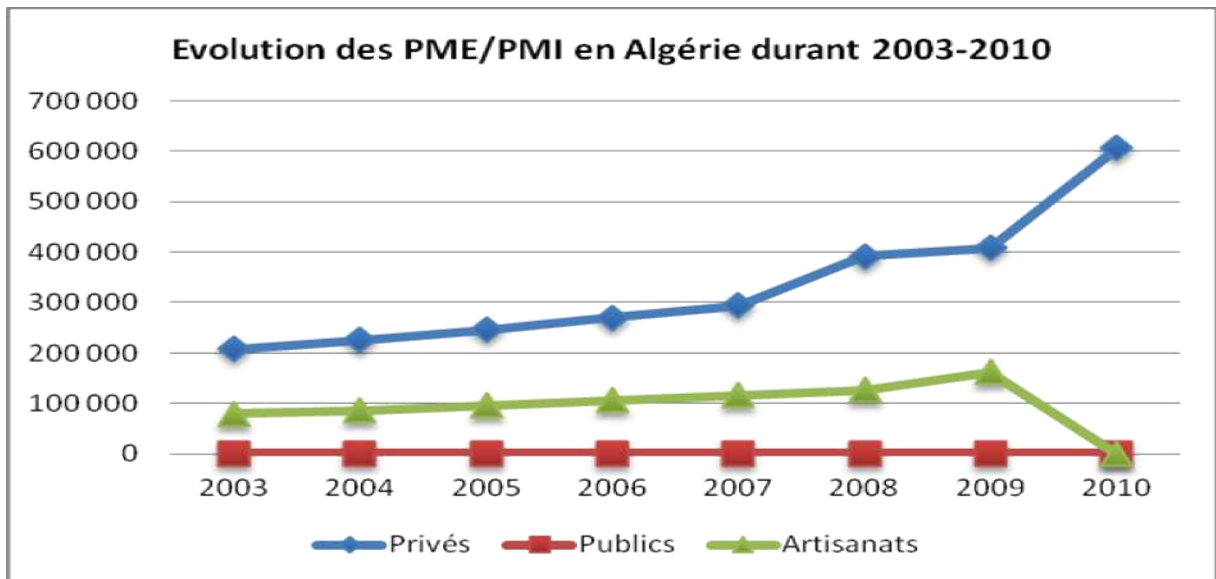
- **Les activités artisanales** : Fin 2009-début 2010, 169 080 activités artisanales sont déclarées par les CAM (la Chambre de l'artisanat et des métiers). Ainsi, les nouveaux inscrits sont totalisés à 18 875 et les radiés à 4 442. Soit une croissance annuelle de 14 433 artisans.

Tableau n° 8 : Répartition des nouveaux inscrits dans l'artisanat sur trois filières

<b>l'artisanat traditionnel et d'art</b>	3 633 artisans
<b>l'artisanat de production de biens</b>	4 728 artisans
<b>l'artisanat de production de services</b>	10 514 artisans
<b>Total</b>	18 875

Source : Bulletin d'information statistique n°16 du ministère de la PME et de l'Artisanat, 2009, P5.

Schéma n° 14 : Evolution des PME /PMI en Algérie durant 2003-2010



Source : Figure réalisée par nos soins à partir du Bulletin d'information statistique n°18 du ministère de la PME et de l'artisanat, 2011.

Les entreprises privées forment la composante principale et majeure de la population du secteur des PME et de l'artisanat (72, 86%), par contre, ce taux reste inférieur à celui de l'année qui précède (2009 : 75,46%). Leur nombre total s'élève à 606 737. La dynamique de cette catégorie d'entreprises s'est traduite par une croissance annuelle (2009-2010) de 198582. Les PME publiques connaissent un déclin continu puisque leur nombre d'évolution (2003-2010) reste négatif avec (-288) PME et une évolution qui reste toujours négative, notamment, en ce qui concerne l'année (2009-2010) avec (-38) PME. Cette diminution est certainement due, comme nous l'avons déjà souligné, au processus de privatisation des entreprises publiques engagées dans le cadre de la restructuration et la réorganisation du secteur public.

- **Caractéristiques du secteur de la PME algérienne :** Les wilayas les plus dynamiques dans le secteur de la PME sont présentées par ordre d'importance selon le tableau n° 9.

Tableau n° 9 : Répartition des PME dans les 10 premières wilayas du pays

<b>Rang</b>	<b>Wilaya</b>	<b>Nombre des PME Année 2009</b>
<b>1</b>	ALGER	41 006
<b>2</b>	TIZI OUZOU	19 785
<b>3</b>	ORAN	16 204
<b>4</b>	BEJAIA	15 517
<b>5</b>	SETIF	14 960
<b>6</b>	TIPAZA	13 093
<b>7</b>	BOUMERDES	12 006
<b>8</b>	BLIDA	11 250
<b>9</b>	CONSTANTINE	11 049
<b>10</b>	ANNABA	8 933

Source : Bulletin d'information statistique n°16 du ministère de la PME et de l'Artisanat, 2009, P15.

À partir de ce tableau, nous retrouvons Alger en premier lieu représentative d'un bon nombre de PME égalisant les 41 006 PME, proche d'elle, Tizi Ouzou, Oran et Béjaïa.

Par secteur d'activité, les PME se concentrent sur un certain nombre d'activités telles que le BTP, industrie, hôtellerie et restauration, commerce et distribution...etc. toute fois, les services et le BTP restent les deux secteurs les plus dynamiques et qui prennent la tête avec respectivement 46,10% et 35,34% chacun. Le secteur du BTP qui était à un pourcentage environnant les 7% en 1995 a atteint les 35,34% en 2009. Bouyacoub. A, explique cela par le fait que le marché des BTP est énorme et que l'économie enregistre un déficit important en terme de capacité de réalisation de gros chantiers, mais aussi par le fait que les taux de profits dans ce secteur sont très élevés, et la concurrence étrangère est quasiment absente »<sup>146</sup>.

Le tableau n° 10 démontre une concentration des PME sur les activités relevant de la branche des services (commerce, hôtellerie et restauration, transport et communication...etc.). Preuve qu'un phénomène de tertiarisation prend place.

<sup>146</sup> ABEDOU ABDERRAHMANE et al. De la gouvernance PME/PMI, regards croisés France Algérie. Ed L'Harmattan, Paris, 2006. P 119.

**Tableau n° 10 : Répartition des PME par Groupes de Branches d'Activité**

Groupes de branches	Nombre des PME- privés	Taux	Contenu
<b>Services</b>	159 444	46,10%	-Transport, communication et commerce -Hôtellerie et restauration -Services fournis aux entreprises, ménages -Établissements financiers, affaires immobilières
<b>B.T.P</b>	122 238	35,34%	-Bâtiment et travaux publics(BTP)
<b>Industries</b>	59 670	17,25%	-Mines et carrières, ISMME -Matériaux de construction, chimie et plastique -Industrie agroalimentaire, textile, cuir, bois, papier et autres.
<b>Agriculture et pêche</b>	3 642	1,05%	-Agriculture et pêche
<b>Services aux industries</b>	908	0,26%	-Services et travaux pétroliers -Eau et énergie et Hydrocarbures
<b>Total</b>	345 902	100 %	

Source : Bulletin d'information statistique N°16 du ministère de la PME et de l'Artisanat, 2009, P11.

**Tableau n° 11 : Les secteurs d'activités dominants**

N°	Secteurs d'activités	Nombre d'entreprises Année 2008	Nombre d'entreprises Année 2009	Taux occupé par chaque secteur à l'année 2009 %	Taux d'évolution %
1	<b>Bâtiment et travaux publics</b>	111 978	122238	35,34	9,16 %
2	<b>Commerce et distribution</b>	55 551	60138	17,39	8,26 %
3	<b>Transport et communication</b>	28 885	30871	8,92	6,88%
4	<b>Services fournis aux ménages</b>	22 529	24108	6,97	7,01%
5	<b>Services fournis aux entreprises</b>	18 473	20908	6,04	13,18 %
6	<b>Hôtellerie et restauration</b>	18 265	19282	5,57	5,57%
7	<b>Industrie agroalimentaire</b>	17 045	17679	5,11	3,72%
8	<b>Autres secteurs</b>	48 661	50 678	14,65	4,15%
	<b>Total</b>	<b>321 387</b>	<b>345 902</b>	<b>100</b>	<b>7,63%</b>

Source : Bulletin d'information statistique N°16 du ministère de la PME et de l'Artisanat, 2009, P12.

Les trois secteurs qui ont pris la tête en évolution annuelle sont le secteur des services fournis aux entreprises, le BTP et le secteur de commerce et distribution avec respectivement les taux de 13,18%, 9,16% et 8,26%. En dernier lieu, nous retrouvons le secteur de l'Industrie agroalimentaire avec un pourcentage de 3,72%.

### 3.4. Importance et rôle des PME/PMI pour le développement économique algérien :

La PME/PMI est un outil qui permet et contribue à la croissance et au développement économique, cela par :

- **La création d'emplois :** Ces dernières années, il est important à signaler la contribution des PME à la création de l'emploi et à la diminution du taux de chômage<sup>147</sup>, plus particulièrement par le secteur privé et les artisans.

Entre grande et petite entreprise, il existe une relation de complémentarité<sup>148</sup>. Cette situation permettra de construire plusieurs unités pouvant répondre à la demande progressive de l'emploi, en créant des postes permanents à moindre coût. L'Algérie a pris conscience de l'importance des PME et son apport important pour l'emploi, dont on touche à des réalisations très importantes comme le montre le tableau n° 12:

Tableau n° 12: Evolution des emplois/PME en Algérie durant 2004/2010

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
<b>Privés</b>	225 449	245 842	269 806	293 946	392 013	408 155	606 737
<b>Publics</b>	778	874	739	666	626	589	560
<b>Artisanats</b>	86 732	96 072	106 222	116 347	126 887	162 085	---
<b>Total</b>	312 959	342 788	376 767	410 959	519 526	570 383	607 297

Source : Direction des systèmes d'information et des statistiques, ministère de l'Industrie, de la PME et de la promotion de l'investissement, 2010.

<sup>147</sup> Ainsi, les données des taux de chômage en Algérie ont connus un déclin durant les deux années successives 2005/2006 de 15.3% à 12.3%, par contre ce taux a enregistré une légère augmentation de 1.5% en 2007.

<sup>148</sup> La PME sert comme une unité de sous-traitance pour la grande, dont cette dernière fait profiter la petite de son expérience, de ces unités de recherches...

Les chiffres du tableau (2004/2010) montrent d'un côté la hausse des postes d'emplois créés par le secteur privé et artisanal, et d'un autre côté une baisse générée par le secteur public, ce qui est dû en premier lieu à la privatisation dictée par la loi de l'économie de marché.

- **La création de la valeur ajoutée :** La valeur ajoutée se mesure par la différence des biens qu'elle vend et ce qu'elle a dû acheter pour produire ces ventes.

En 1994, la valeur ajoutée du secteur public était de 617.4 milliards de dinars représentant 53.5 % du total national, alors que celle dégagée par le secteur privé avec 534,01 milliards de dinars soit 46.5 % du total national.

À partir de 1998, les parts respectives se sont inversées faisant passer en tête le secteur privé avec 1 178 milliards de dinars soit 53.6 % et 1 019.8 milliards de dinars soit 46.4 % pour le secteur public. Par ailleurs, Il est à noter que plus de 65 % de la valeur ajoutée et de l'emploi des pays développés proviennent des PME.

- **La distribution des revenus :** Généralement la valeur ajoutée créée par les PME sert à recouvrir l'ensemble des coûts de fonctionnement des différents services de l'entreprise à savoir :

- Rémunérer les services, forces de travail, capitaux, moyens financiers (il s'agira alors des salariés, de dividendes ou d'intérêts).
- Contribuer au fonctionnement des administrations en particulier en versant des impôts.

Malgré sa taille, la PME remplit un rôle essentiel dans l'activité économique d'un pays en créant de la valeur ajoutée et en redistribuant ce surplus sous des formes diverses aux autres. Il est à signaler que la PME prend plus d'ampleur dans les sociétés modernes, grâce à d'autres missions qui lui sont attribuées : sociales, humaines et culturelles...

## **II. L'ENVIRONNEMENT ENTREPRENEURIAL EN ALGÉRIE**

L'objet de cette section est de relever l'importance de l'environnement socioéconomique dans la création d'entreprise. L'intérêt porté à la PME est apparu dès le début de la décennie 90 en Algérie, dans ce sens une panoplie d'instruments et de mesures a



été mise en œuvre afin de garantir aux jeunes créateurs un environnement, des plus favorables. Toutefois, certains obstacles persistent et entravent ainsi, le bon déroulement du processus entrepreneurial, voire même rebute certains initiateurs de projets.

Plusieurs chercheurs ont soutenu l'idée de l'entrepreneuriat comme ordonnance à la croissance et au développement à long terme, on évoque parmi eux : Lamiri. A (2010)<sup>149</sup> qui explique dans son article intitulé "Keynes ou Schumpeter, lequel est super star ?" tout l'intérêt de l'Etat à suivre la conception de Schumpeter qui se résume selon lui en trois recommandations : Disposer d'institutions cohérentes dotées d'un management efficace, développer l'esprit entrepreneurial et organiser la nation pour son épanouissement et l'innovation.

Une entreprise qu'elle soit au stade de projet ou déjà en opération, évolue dans un environnement qui, d'une part, va l'influencer et d'autre part, sera influencé par elle. À ce sujet on retrouve le travail de : Gasse. Y (2003)<sup>150</sup> qui porte sur : " l'influence du milieu dans la création d'entreprise " qui soutient l'idée que l'entrepreneuriat n'est pas seulement une affaire liée à la personnalité, mais aussi à l'environnement qui englobe selon l'auteur: la culture, la famille, la religion, l'éducation, les structures sociales, la communauté d'affaires, les médias et les réseaux de communication, les associations : professionnelles, industrielles, et consulaires, les institutions « université », organismes de soutien. Ce qui explique que la propension au développement peut être plus forte dans certaines localités plutôt que d'autres.

Ajoutons à ceux-là les travaux multiples des chercheurs du CREAD dont on retrouve les résultats des travaux de : Ferfera. M.Y, Souidi. R et Akrouf. T (2000)<sup>151</sup> intitulé " les entrepreneurs, le territoire et la création d'entreprise : enquête à Boghni " où ils démontrent clairement l'importance du capital humain et de sa motivation dans la réussite de l'entrepreneuriat d'une part, et pour d'autre par l'importance du facteur territoire dans la vie de l'entrepreneur, ainsi que la mise en valeur de l'entrepreneuriat comme auteur principal du développement local.

---

<sup>149</sup> LAMIRI. A, "Keynes ou Schumpeter, lequel est super star ? ", In *El watan économie du 22 au 28 février*, Alger, 2010, P 5.

<sup>150</sup> GASSE. Y, " L'influence du milieu dans la création d'entreprises", In *Revue Organisations et Territoires*, vol.12, n° 2, Québec, printemps-été 2003.

<sup>151</sup> FERFERA. M.Y, SOUIDI. R, AKROUF. T, " les entrepreneurs, le territoire et la création d'entreprise : enquête à Boghni ". In *Revue du CREAD*, n° 51, Alger, 1<sup>er</sup> trimestre 2000.

Toutes ces lectures ont éveillé notre curiosité d'en savoir plus sur l'entrepreneuriat, l'environnement entrepreneurial qui est le déterminant même de la création de l'entreprise et de son développement. Ce qui nous amène à nous interroger sur les obstacles liés à la création et à la croissance des entreprises en Algérie. Ces obstacles sont-ils liés : Aux politiques et réformes de l'Etat qui ne conviennent pas aux besoins de l'environnement de l'entreprise, aux collectivités locales qui manquent d'engagement à ce sujet ou à l'esprit entrepreneurial qui n'est pas encore ancré dans la population.

Dans ce sens nous allons présenter dans ce qui suit les éléments essentiels qui constituent l'environnement de l'entrepreneur algérien, à travers la présentation de quelques mesures de création d'entreprises en Algérie, et l'identification des contraintes liées à l'entrepreneuriat en Algérie.

## **1. Les mesures de création d'entreprises en Algérie**

La définition de la PME retenue par l'Algérie tient compte des nouvelles données imposées par la mondialisation et la globalisation de l'économie. Dans ce contexte la signature de l'accord d'association avec l'Union européenne en 2004 dans la perspective de la création de la zone de libre échange en 2017 et la future adhésion à l'organisation mondiale du commerce (OMC) sont pour permettre l'intégration de la PME du réseau international des PME.<sup>152</sup> Dans ce cadre, la définition retenue par l'Algérie est celle définie par l'Union européenne en 1996 et entérinée par l'OCDE et les pays non membres dans la charte de Bologne sur les PME de juin 2000. La loi n°01-18 du 12 décembre 2001 portant loi d'orientation sur la promotion de la petite et moyenne entreprise (PME) consacre cette définition. Elle repose sur les critères : les effectifs, le chiffre d'affaires et le bilan annuel et l'indépendance.

La PME est ainsi définie, quel que soit son statut juridique, comme une entreprise de production de biens ou de services de 1 à 250 personnes, dont le chiffre d'affaires annuel ne dépasse pas 2 milliards de dinars ou dont le total du bilan annuel ne dépasse pas 500 millions de dinars et qui respecte le critère d'indépendance.<sup>153</sup>

---

<sup>152</sup> RIPME : instituée sur proposition de l'Italie lors de la conférence de Bologne de juin 2000.

<sup>153</sup> Entreprise indépendante dont le capital ou les droits de vote ne sont pas détenus à 25% et plus par une autre entreprise ou conjointement par plusieurs autres entreprises ne correspondant par elles même la définition de PME.

Cette définition reprend les typologies quantitatives de la PME. Elle a pour but d'homogénéiser une catégorie d'entreprises marquées par leur hétérogénéité. Les PME ne sont identifiées directement à aucune catégorie juridique de l'entreprise algérienne (EURL, SARL, SNC, Société par actions, etc.). Ces typologies permettent de définir les catégories d'entreprises éligibles aux différents programmes des pouvoirs publics : formation, expertise, mise à niveau programme européen à travers les financements MEDA par le truchement EDPME (Euro développement PME), ONUDI, ministère de la PME, la mise en place des pépinières et incubateurs, l'intégration du réseau international des PME... il est aussi question de tirer avantage des différents plans et objectifs gouvernementaux à travers la politique fiscale (surtout les allègements fiscaux), les facilitations financières, l'accès au foncier, l'encouragement à la création de ce genre d'entreprises...etc.

Enfin en identifiant et en procédant au classement de ces entreprises, on peut mesurer leur contribution aux différents indicateurs macro-économiques : croissance économique, création d'emploi, volume du chiffre d'affaires, la valeur ajoutée dégagée, le volume des exportations...etc.

### **1.1. Les dispositifs d'aides à la création d'entreprises**

Un nouveau code des investissements et une nouvelle loi d'orientation sur la PME viennent renforcer la promotion de l'entrepreneuriat en Algérie en 2001 ainsi, plusieurs dispositifs sont nés pour œuvrer dans ce sens.

- **L'Agence Nationale de Développement des Investissements (ANDI)**

Après APSI, l'Agence de promotion, de soutien et de suivi des investissements créée en 1993, l'ANDI a été mise en œuvre en 2001 après l'ordonnance 10-03 du 20 août 2000. Cette agence a pour but principalement :

- D'assurer la promotion, le développement et le suivi des investissements ;
- De faciliter l'accomplissement des formalités constitutives des entreprises et de concrétiser les projets ;
- D'octroyer les avantages liés à l'investissement dans le cadre du dispositif en vigueur.

- **L'Agence Nationale de Soutien à l'Emploi de Jeune (ANSEJ)**

L'ANSEJ est une agence publique créée en 1996<sup>154</sup> pour encourager, soutenir et accompagner les jeunes chômeurs porteurs d'idée de projet de création d'entreprise.

Cette agence a pour missions :

- Soutenir, conseiller et accompagner les jeunes promoteurs dans le cadre de la mise en œuvre de leurs projets d'investissement ;
- De gérer, conformément à la législation, et à la réglementation en vigueur, les dotations du Fonds National de Soutien à l'Emploi de Jeunes, notamment les aides et la bonification des taux d'intérêt, dans la limite des enveloppes mises à sa disposition par le ministre chargé du travail et de l'emploi ;
- D'assurer le suivi des investissements réalisés par les jeunes promoteurs en veillant au respect des clauses des cahiers des charges qui les lient à l'agence et en les assistant, en cas de besoin, auprès des institutions et organismes concernés par la réalisation des investissements.

- **L'Agence Nationale de Gestion du Micro Crédit (ANGEM)**

L'ANGEM<sup>155</sup> est un dispositif créé en 2004, donnant la chance à une certaine catégorie de citoyens (sans revenus ou disposant de petits revenus) d'avoir des prêts leur permettant l'achat d'un équipement ou de matière et de ce fait les intégrer dans la vie économique et sociale.

- **LA Caisse Nationale d'Assurance Chômage (CNAC)**

En 1994, un décret<sup>156</sup> institue l'assurance chômage en faveur des salariés susceptibles de perdre leur emploi de façon involontaire et pour raison économique.

Cette décision a fait naître la Caisse nationale d'assurance chômage (CNAC).

Cette institution a pour missions :

- D'aider et de soutenir, la réinsertion dans la vie active des chômeurs régulièrement admis au bénéfice des prestations de l'assurance chômage;

---

<sup>154</sup>Décret exécutif n°96-296 du 08 décembre 1996 fixant les statuts de l'ANSEJ.

<sup>155</sup>Décret exécutif n° 04-14 du 22 janvier 2004.

<sup>156</sup>Décret exécutif n°94-188 du 06 juillet 1994 publié dans le JO n° 44 du 07 juillet 1994.

- De constituer et maintenir un fonds de réserve pour lui permettre de faire face en toute circonstance à ses obligations vis-à-vis des bénéficiaires;
- Enfin dans le cadre de ses missions, la caisse, en relation avec les institutions financières participe au développement de la création d'activités au profit des chômeurs dont elle a la charge notamment les chômeurs promoteurs âgés de 35 à 50 ans, et cela par le financement des investissements ou l'octroi de prêt non rémunéré.

## 1.2. Les services d'aide et d'accompagnement des entreprises

Nous allons présenter dans ce qui suit les organismes essentiels qui constituent les services d'aides et d'accompagnement de l'entrepreneur algérien.

- **L'Agence Nationale de développement de la PME**

Créée par le décret exécutif n° 05-165 du 3 mai 2005, dans le cadre de la politique nationale de développement de la petite et moyenne entreprise, elle a pour missions :

- De mettre en œuvre la stratégie sectorielle en matière de promotion et de développement de la PME ;
- De mettre en œuvre le programme national de mise à niveau des PME et d'assurer son suivi ;
- De définir et de mettre en œuvre le plan d'action pour le développement et de la compétitivité de la PME algérienne.

Tableau n° 13 : Bilan du plan national de mise à niveau des PME

Les bénéficiaires	Nombre	%
PME	137	45%
TPE	168	55%
Total	305	100%

Source : ANDPME, bilan des actions du programme national de mise à niveau, arrêté au 30.09.2008.

Notons que le plan de mise à niveau n'a pas été réparti de façon égale sur les différents secteurs d'activité et a même délaissé certains secteurs, étant donné que c'est l'industrie et la construction qui sont les plus grands bénéficiaires avec des taux de 21% et 35% respectivement. Par contre, on enregistre que neuf (9) entreprises bénéficiaires dans l'hôtellerie, restauration et la pêche et aucune dans l'agriculture.

- **Le Fonds de Garantie des Crédits aux PME (FGAR)**

Le FGAR est une organisation créée en application de la loi d'orientation sur les PME. L'organisme a pour missions:

- D'intervenir dans l'octroi de garanties en faveur des PME réalisant des investissements en matière de création et extension d'entreprises, rénovation des équipements prise de participation ;
- D'assurer le conseil et l'assistance technique en faveur des PME bénéficiaires de la garantie du fonds ;
- D'entreprendre tout projet de partenariat avec les institutions activant dans le cadre de la promotion et le développement de la PME.

Le montant minimal de la garantie par projet est de 5 millions de dinars et montant maximal est de 50 millions de dinars, pour une durée de 7 ans maximum pour un crédit d'investissement et de 10 ans pour un crédit-bail (Leasing).

Sont admissibles à cette garantie<sup>157</sup> toutes les entreprises manufacturières (les commerces sont exclus) et toutes les PME visant la fabrication de biens ou l'offre de service inexistant en Algérie, dans le but d'utiliser les ressources naturelles disponibles dans le pays réduisant de ce fait les importations et augmentant les exportations.

- **La Caisse de Garantie de Crédits d'Investissement (CGCI)**

Du fait des contraintes posées par le financement des investissements dans la PME, une caisse de garantie des crédits d'investissements (CGCI) a été instituée en 2004<sup>158</sup>. Cette garantie porte sur la défaillance de remboursement des crédits, et le redressement ou la liquidation judiciaire de l'emprunteur.

---

<sup>157</sup>Décret exécutif n°373-02 du 11.11.2002.

<sup>158</sup>Décret présidentiel n°04-134 du 19 avril 2004.

- **Les pépinières d'entreprises et les centres de facilitations**

Les pépinières d'entreprises et les centres de facilitations sont des structures d'accueil temporaire spécialement conçues pour aider les entreprises à se développer.

## **2. Les contraintes de création d'entreprises en Algérie**

La multitude de dispositifs mis en place par les pouvoirs publics en vue de promouvoir l'entrepreneuriat laisse à croire que la création d'entreprise en Algérie est chose facile. Mais une fois sur le terrain le créateur rencontre des difficultés qui peuvent parfois le décourager, voire même le dissuader. En effet, d'après un rapport de la banque mondiale, l'accès au crédit, les procédures administratives et la corruption seraient les premiers obstacles à lever afin d'améliorer l'environnement. On peut résumer dans ce qui suit les principales contraintes liées à la création d'entreprise en Algérie:

### **2.1. Les contraintes de financement**

La création d'entreprise est un processus dont la réussite dépend du degré de coordination entre les différents acteurs socio-économiques qui rentrent en jeu. Ainsi la divergence de but entre les dispositifs d'aide à la création qui sont des structures à optique sociale et les banques publiques mises en œuvre qui cherchent plutôt la rentabilité financière empêche un bon nombre d'entreprises de voir le jour. En effet ces banques sont toujours réticentes à l'accord de crédit aux PME, souvent à cause de l'incapacité du jeune créateur à mobiliser les fonds propres et les garanties nécessaires à l'acceptation de sa demande de crédit. Notons aussi que l'historique des banques algériennes incite celles-ci aujourd'hui à une prudence excessive dans la politique de crédit.

### **2.2. Les contraintes du foncier**

Une enquête menée par le ministère de la PME et de l'Artisanat a, en effet, révélé que pour près de 35% des promoteurs, le foncier constitue l'une des principales contraintes à l'investissement. Ces derniers protestent l'absence d'informations sur les disponibilités foncières, les difficultés d'accès au foncier, la mauvaise gestion des zones d'activités et industrielles, les prix inaccessibles, la non-régularisation des titres de propriété, le manque d'entretien des infrastructures situées dans les zones industrielles.

### 2.3. L'environnement des affaires

Toutefois, si le cadre réglementaire assoupli a permis l'essor du secteur privé, la réforme de la fiscalité, du droit des affaires et de l'administration reste encore inachevée et trop lente pour répondre aux exigences du marché. En effet, le climat des affaires s'analyse sous trois volets : les indicateurs de gouvernance publique, les évaluations du climat d'investissement et les indicateurs de la pratique des affaires.

- **Les indicateurs de gouvernance :**

Ces indicateurs rassemblent les indices de la qualité de l'administration publique (tels que la corruption et la prévisibilité des politiques) aux indices qui produisent la gouvernance. Une étude réalisée par le FMI (2006) a analysé le climat des affaires en Algérie tout en la comparant avec les pays de l'EUPERI. Selon cette étude l'Algérie est classée l'avant dernière de son groupe juste devant l'Ukraine avec une qualité de gouvernance faible.

- **Les évaluations du climat d'investissement (ECI) :**

Cet indice mesure la vision des chefs d'entreprises concernant la gravité des obstacles au fonctionnement et à la croissance de leurs entreprises, telles que : les politiques et les services de l'administration publique ; la qualité et la quantité des infrastructures physiques ; la structure et les fonctions des marchés de main-d'œuvre; de capitaux et de produits; les relations entre les entreprises et les réseaux d'entreprises; l'exécution des contrats; l'efficacité de la réglementation ; la fiscalité et la réglementation douanière et l'ordre public et autres aspects de la gouvernance.

Selon l'ECI réalisée par la Banque Mondiale en 2008, l'Algérie est classée derrière tous ses concurrents comme lieu d'attractivité pour l'exercice d'une activité d'entreprise.

- **Les indicateurs de la pratique des affaires (IPA) :**

Ils mesurent le poids de la réglementation sur les PME. L'IPA regroupe plusieurs indicateurs : création d'entreprises, obtention d'autorisation, embauche et licenciement de travailleurs, enregistrement de la propriété, obtention de crédit, protection des



investisseurs, exécution des contrats, paiement des impôts et fermeture d'entreprises. Selon l'IPA de l'année 2008 effectué par Doing business (Banque Mondiale), l'Algérie dispose d'un climat des affaires le moins attractif pour les PME par rapport à la région Afrique du Nord et Moyen-Orient. C'est au regard de la pression fiscale sur les entreprises que la différence est prononcée entre l'Algérie et les autres pays.

Sur les 181 pays comparés dans le cadre de l'IPA, l'Algérie figure parmi les pays où la pression fiscale est la plus élevée (166èmes). En ce qui concerne la facilité de paiement des taxes et impôts, l'Algérie est à la place 166 loin devant le Maroc et la Tunisie qui sont classés 119<sup>ème</sup>s, et 106<sup>ème</sup>s respectivement.

En Algérie le jeune initiateur de projet se retrouve seul tout au long du processus de création de son entreprise, il ne pourra compter sur aucun accompagnateur qui lui servira de guide dans ce Nouveau Monde qu'il cherche à exploiter. Il est à noter que l'expérience d'accompagnement a fait ses preuves dans certains pays de l'Europe notamment en France. Elle peut consister en la présence d'associations permettant aux entrepreneurs de partager leurs expériences professionnelles dans le but d'échanger des idées et de bénéficier de conseils. En effet, le manque d'encadrement des jeunes promoteurs n'est pas du seul ressort de l'Etat mais cela concerne aussi les entrepreneurs déjà sur le terrain qui pourront leur être d'une importante aide étant donné leur expérience. On dira donc que cette contrainte est aussi liée aux caractéristiques de l'entrepreneur algérien qui ne voit en le nouvel entrant qu'un concurrent dont il faudra se méfier.

Toujours dans le but de promouvoir l'entrepreneuriat au niveau national, et de lever les obstacles liés à la création, l'Etat a procédé en année 2011 à de multiples améliorations. Mais beaucoup d'économistes sont perplexes quant aux retombées de ces nouvelles réformes et soutiennent l'idée, qu'une décision conjoncturelle ne peut être une solution durable, et préconisent plutôt, comme issue, la formation et l'orientation des jeunes initiateurs de projet dans des créneaux que l'Etat aura à définir, en vue de diversifier et de créer une certaine performance dans le secteur de la PME qui est jugée jusque là, comme limitée.

Il est vrai qu'aujourd'hui la PME joue un rôle indiscutable, source d'emplois et d'intégration sociale, elle contribue de manière significative à la croissance économique locale et nationale. Ainsi, l'Etat Algérien dans sa politique de lutte contre le chômage a mis en œuvre les dispositifs énumérés précédemment qui se sont révélés très avantageux, car ils ont permis la création de plus d'un <sup>159</sup>million d'emplois à travers le développement du secteur de la PME. Mais si l'Algérie a marqué des points en sa faveur en matière de diversité de structures d'appui aux PME et de promulgation de lois encourageant le secteur privé, il lui reste encore un long chemin à parcourir pour assainir l'environnement de l'entrepreneur afin de lui réserver les meilleures conditions pour son développement, car dans un contexte de mondialisation, un environnement peu propice aux affaires ne peut qu'affaiblir la côte des PME en terme de compétitivité d'une part, et d'autre part, il ne jouera guère en faveur du territoire en terme d'attractivité.

## CONCLUSION

L'intérêt pour la PME est dicté par le rôle que peuvent jouer ces entreprises dans tout développement socio-économique local ou régional. La PME constitue l'élément indispensable à l'intégration industrielle et à la diversification économique. Elle constitue, en effet, un moyen d'impulsion du développement économique en période de crise ou d'ajustement structurel, de décentralisation économique, de résorption du chômage et de lutte contre la pauvreté.

La PME a besoin d'un environnement favorable pour son développement, comme nous avons pu le constater tout au long de ce travail, les dispositions des facteurs de l'environnement sont déterminantes pour l'activité entrepreneuriale, que ce soit au niveau macroéconomique, microéconomique, ou au niveau interne.

En outre, la création et la croissance des entreprises dépendent essentiellement de deux acteurs, à savoir; l'Etat et l'entrepreneur. L'Etat à travers ses actions, ses politiques, et l'ensemble des programmes d'aides à la création et au développement des entreprises influence l'opportunité, la propension, et la capacité à entreprendre. L'entrepreneur à travers

---

<sup>159</sup> D'après les données du bulletin d'information du ministère de la PME et de l'artisanat, 2009.

la création d'entreprise et d'emplois, le développement de l'esprit entrepreneurial et l'innovation, il véhicule et valorise l'image de l'entrepreneuriat.

Il est vrai que l'Algérie a marqué assez de points en sa faveur en matière de diversité de structures d'appui aux PME, en matière de promulgation des lois encourageant le secteur privé, cependant, il reste beaucoup à faire pour assainir l'environnement entrepreneurial de ses défaillances. Les obstacles que nous avons relevés sont ; les contraintes de financement, les lourdeurs administratives, la mauvaise gestion du foncier, et le manque d'implication des collectivités locales.

L'entrepreneur algérien est loin d'être cet entrepreneur schumpetérien qui est l'initiateur de nouvelles activités économiques et qui contribue incontestablement à l'ouverture de nouveaux marchés, car il n'occupe pas des secteurs innovants et à forte intensité technologique. De ce fait, le secteur de la PME est loin de jouer son rôle, du fait de sa concentration dans certaines activités génératrices de rentes et de gains faciles telles que l'agroalimentaire, le transport et certains segments de construction.

Un autre déterminant environnemental qui pourrait contourner les difficultés de l'environnement est l'organisation des entreprises en réseaux, sous forme de système productif local (SPL), ou de district. En effet, les regroupements d'entreprises peuvent contribuer à améliorer l'environnement entrepreneurial notamment à travers ; la création d'un marché de travail plus performant, les entreprises bénéficient également d'économies d'agglomération du fait de la mise en commun des infrastructures, des services (collaboration formelle) et du savoir-faire de chacun (collaboration informelle). La seconde économie d'agglomération est due à des relations internes spécialisées, variées et à moindre coût et à des relations interentreprises qui sont particulièrement denses, puisque cette organisation est basée non seulement sur la concurrence, mais aussi sur la coopération, les régions sont aussi en concurrence pour attirer les entrepreneurs, ce qui favorise la création de nouvelles entreprises. Enfin, un des avantages notables est que l'agglomération est un facteur de diffusion et de circulation de l'information, un terrain propice aux idées nouvelles, grâce à la proximité des acteurs, à la division du travail et à la spécialisation des acteurs. Les entreprises bénéficient donc d'effets externes positifs, liés à la présence d'autres firmes. Tout cela est particulièrement favorable à l'innovation, et à l'accumulation des compétences.

---

**CHAPITRE 6- ANALYSE DES FACTEURS**

**DÉCISIONNELS DU DÉCLENCHEMENT**

**DU PROCESSUS ENTREPRENEURIAL :**

**CAS DE LA WILAYA DE BEJAÏA.**

---

---

## **CHAPITRE 6- ANALYSE DES FACTEURS DÉCISIONNELS DU DÉCLENCHEMENT DU PROCESSUS ENTREPRENEURIAL: CAS DE LA WILAYA DE BEJAÏA.**

---

### **INTRODUCTION**

Ce chapitre constitue un axe principal de la présente recherche dont l'objectif est de déterminer à l'aide d'un modèle économétrique la relation entre la décision d'investir et les différents facteurs pouvant être à l'origine de cette dernière, en prenant le cas de la wilaya de Bejaia. Pour y parvenir, une méthodologie de recherche sera d'abord présentée, et qui se base sur la technique d'échantillonnage reposant sur la distribution d'un questionnaire sur un échantillon aléatoire de la population ciblée (les entrepreneurs et non entrepreneurs de la wilaya de Béjaïa).

La collecte d'informations, l'élaboration et l'administration du questionnaire seront tout d'abord abordées dans la première section, dans laquelle la méthodologie adoptée dans l'approche quantitative sera présentée. L'analyse vise à déterminer l'implication de deux variables essentielles qui sont l'intention et un facteur de déplacement dans la stimulation de la décision d'investir. Par ailleurs, des tests préliminaires visant la vérification de la fiabilité des outils de mesures s'imposent, puis les données recueillies seront soumises à de différents tests statistiques tout en prenant en considération les éléments de réponses représentant les deux variables citées précédemment.

Une fois les tests et la discussion des résultats des tests sont présentés et analysés, on présentera dans la seconde section la conclusion générale à retenir de la partie empirique.

Cette analyse respecte un nombre important de limites ne visant pas à restreindre son objectif, mais à bien la situer par rapport à la littérature économique. Ces limites sont les suivantes : Primo, l'analyse n'a pas pour but la généralisation des résultats sur l'ensemble de la population ciblée, mais plutôt la compréhension et de tester empiriquement l'implication des variables citées précédemment dans la décision de déclenchement du processus

entrepreneurial d'un échantillon de ladite population. Secundo, l'analyse ne repose pas forcément sur une maîtrise parfaite de l'outil économétrique utilisé, mais à la compréhension des résultats dégagés. Finalement, l'analyse économétrique se limite uniquement aux tests essentiels pour la validation du modèle tout en ne négligeant pas certains tests préliminaires.

## **I- MÉTHODOLOGIE ET SPÉCIFICATION DU MODÈLE DE DÉTERMINATION DES FACTEURS DÉCISIONNELS DE CRÉATION D'ENTREPRISES : LE CAS DE LA WILAYA DE BEJAIA.**

L'objectif de cette section est de présenter ainsi que de vérifier le modèle de trajectoires adopté dans la présente recherche. Ce dernier prend en compte un nombre restreint de paramètres afin de conserver son caractère explicatif et simulatif. Dans ce même contexte, il ne faut pas confondre les tests d'hypothèses et les tests de modèle, de fait que même si la première approche s'avère très utile, mais reste insuffisante pour aborder le modèle de notre recherche. De ce fait, l'intérêt majeur de notre approche n'est pas de tester le modèle en sa globalité, mais de se limiter à déterminer les synergies et les interactions pouvant exister entre les paramètres et qui peuvent expliquer et permettre de bien comprendre et appréhender les facteurs incitant à la prise de décision d'investir.

Cette section scindée en deux parties, où on présentera dans la première la méthodologie de la recherche quantitative en expliquant les conditions et les circonstances de la collecte d'informations (l'échantillonnage), puis on passe dans la deuxième au traitement statistique des questionnaires recueillis en exposant les procédures de validation du modèle (les tests préliminaires) ainsi que les différents tests de détermination des voies de carrière par rapport à la population ciblée.

### **1. Présentation de la méthodologie de recherche empirique**

L'échantillon de départ prend en compte 100 entreprises de différentes tailles et d'activités. Deux groupes d'individus nous intéressent plus particulièrement dans cette base. Le premier concerne les personnes entrepreneurs<sup>160</sup> au moment de l'enquête, c'est à dire de

---

<sup>160</sup> Dans ce travail, l'entrepreneur est tout individu ayant soit créé ou repris une entreprise pour son propre compte.

mars à septembre 2011. Le second sous-ensemble de la base comprend des personnes non-entrepreneurs.

À partir de cet échantillon, nous avons réalisé une enquête quantitative par questionnaire.

La collecte des données et le choix de l'échantillon est un élément crucial du processus de recherche en management, pour cela nous présentons notre enquête quantitative comme suit : une première sous section présente l'échantillon et la méthode d'échantillonnage. Une seconde aborde l'élaboration et l'administration du questionnaire.

### 1.1. Échantillon et méthode d'échantillonnage

Notre base de travail est constituée à partir d'un échantillon de 200 individus (entrepreneurs et non-entrepreneurs) exerçant dans la région de Béjaïa, 192 questionnaires ont été distribués, 165 questionnaires remplis ont été récupérés et 131 ont été retenus (taux de retour de 68%). De ce fait, notre méthode d'échantillonnage repose fondamentalement sur le jugement (méthode du choix raisonné). L'ensemble des données a été collecté pendant la période considérée.

Comme nous l'avons évoqué précédemment, nous avons décomposé notre échantillon en deux groupes d'individus : ceux d'entrepreneurs et, ceux de non-entrepreneurs. A ce stade de notre recherche, notre échantillon est formé de 131 individus (39 femmes et 92 hommes). La moyenne d'âge est de 39 ans. Il se décompose de la façon suivante :

Tableau n° 14 : Récapitulatif de la distribution de l'échantillon par le critère du genre.

	Entrepreneurs		Non-entrepreneurs		Total
	Nombre	%	Nombre	%	
Hommes :	45	76.2	47	65.2	92
Femmes :	14	23.7	25	34.7	39
Total :	59	100%	72	100%	131

Source : Tableau réalisé par nos soins à partir des résultats de notre enquête.

- **72 individus non-entrepreneurs (INE)** : Il s'agit des personnes non entrepreneurs durant la période considérée, soit 36 % de l'échantillon de départ. L'âge moyen était de 40 ans. L'orientation de carrière de ce groupe était 'la voie professionnelle'. Cet échantillon était principalement constitué de salariés, ces derniers occupaient des fonctions dans des différents domaines. La stabilité professionnelle était un facteur important dans le choix de leur carrière.
- **59 individus entrepreneurs (IE)** : Les individus de ce groupe sont des entrepreneurs; soit 29,50 % de l'échantillon de départ. L'âge moyen était de 36 ans en 2011, ce qui fait quand même une différence par rapport à la moyenne d'âge de l'échantillon total de l'étude (39 ans) ainsi qu'aux individus non-entrepreneurs (40 ans). Ils sont principalement célibataires (58,5%). L'enseignement reçu était souvent moins technique. Ces individus étaient à la recherche d'un emploi ou d'un salaire élevé et d'un statut social. L'attachement professionnel était faible.

## **1.2. L'élaboration et l'administration du questionnaire**

Un soin extrême a été apporté à cette phase de la recherche. L'élaboration du questionnaire a pris un temps important. Plusieurs versions ont été prétestées puis corrigées avant d'adopter le questionnaire final<sup>161</sup>.

Dans ce qui suit, on présentera les critères de l'élaboration du questionnaire ainsi que son administration.

### **1.2.1. L'élaboration du questionnaire**

Le questionnaire a été élaboré sur une période d'environ six mois. Les questions se présentent avec une certaine progressivité dans une succession logique au niveau de l'ordre. La version finale se décompose en deux questionnaires distincts en fonction de la situation du répondant : un questionnaire destiné aux personnes entrepreneurs et un questionnaire pour les personnes non-entrepreneurs.

---

<sup>161</sup> La version finale du questionnaire est présentée dans les annexes.



Le premier questionnaire (Q1) destiné aux personnes entrepreneurs comprend sept(07) pages avec trois parties distinctes. La première partie concerne la situation générale du répondant (diplôme, expérience ...). La deuxième partie traite du processus entrepreneurial. Après des questions générales sur le déroulement de la carrière, une première sous-partie permet de mesurer l'influence d'un éventuel facteur externe alors qu'une seconde sous-partie évalue le niveau de perception de l'intention du répondant au moment du déclenchement du processus. Enfin, une dernière partie concerne la fiche signalétique du répondant.

Le questionnaire (Q2) destiné aux individus non-entrepreneurs, comprend 14 pages et trois parties distinctes : une première partie concerne la situation générale du répondant ; une deuxième partie porte sur les déterminants du processus entrepreneurial, enfin, une dernière partie concerne la fiche signalétique du répondant.

Par ailleurs, nous nous sommes engagés, pour ceux qui le souhaitent, à fournir un résumé des principaux résultats de cette recherche (dernière question de la fiche signalétique). Nous avons assuré également la confidentialité des réponses (première page).

L'articulation du questionnaire répond à la volonté de démarrer par des questions d'ordre général et de centrer progressivement l'interrogation sur des questions plus précises en finissant par des questions d'identification.

La majorité des questionnaires utilisés en management regroupe un grand nombre d'échelles de mesure. Dans notre cas, nous avons utilisé des échelles à 3 positions.

Le traitement des données et les analyses ont été faits à l'aide du logiciel SPSS (17).

La présentation générale du questionnaire étant réalisée, nous abordons maintenant le test de validation du questionnaire ainsi que l'opérationnalisation des variables mesurées.

- **Le test de validation du questionnaire**

Le questionnaire a été prétesté afin d'améliorer sa qualité et d'augmenter la fiabilité de ses résultats. Cette phase nous permet de s'assurer que les questions, telles que nous les avons formulées, sont bien comprises par les éléments de notre échantillon. Nous avons aussi pu vérifier l'ordonnancement des questions.

Les deux types de biais quant à la construction du questionnaire sont le biais lié à la formulation de la question (compréhension) et le biais lié à l'architecture du questionnaire (l'ordre des questions).

Le test du questionnaire vise à répondre principalement aux objectifs suivants :

- Vérifier que les pages de consignes et d'introduction sont claires et précises.
- S'assurer que les questions sont bien comprises (dans le sens que nous le souhaitons).
- Vérifier le temps nécessaire de réponse au questionnaire.

Ainsi, nous avons prétesté une première version de notre questionnaire auprès de dix personnes de notre échantillon.

Pour ce faire, nous avons procédé en deux temps; tout d'abord, rencontrer des cadres d'entreprises afin de leur soumettre le questionnaire. Ils ont ainsi rempli le questionnaire en notre présence et en nous indiquant les questions qu'ils avaient du mal à comprendre; ceci afin de lever d'éventuelles ambiguïtés. Dans un second temps, nous avons testé et corrigé notre questionnaire auprès des individus de notre échantillon dans les conditions de l'enquête finale, c'est-à-dire par auto-administration.

Cette procédure de prétest nous a permis de modifier quelques questions mal formulées. Par ailleurs, nous avons décidé de segmenter notre questionnaire de départ en deux parties distinctes : une pour les non-créateurs et une pour les personnes ayant créé ou repris une entreprise. Ceci a permis de faire face à une autre remarque concernant la longueur du questionnaire. De façon générale, les répondants ont trouvé le questionnaire trop long, certaines questions ne concernant qu'une partie des individus (entrepreneurs ou non-entrepreneurs). Le temps de réponse au questionnaire a été estimé finalement à environ 30 minutes.

#### ● **L'opérationnalisation des variables**

Toutes les variables ont été mesurées à l'aide de questions à échelle de 1 à 3, où le niveau « 1 » représente le niveau le plus faible par rapport à la question, alors que le niveau « 3 » est le niveau le plus élevé, or le niveau « 2 » est la médiane de la réponse. Le questionnaire adressé aux individus ayant déjà créé ou repris une entreprise mesure

uniquement, et a posteriori, l'influence d'un facteur externe et la perception de l'intention avant la mise en œuvre du projet.

### **1.2.2. L'administration du questionnaire**

Afin de présenter l'administration de notre questionnaire, nous précisons le choix effectué quant au mode d'administration, l'administration du questionnaire en elle-même ainsi que l'optimisation du taux de retour.

- **Le choix d'un mode d'administration**

Nous devons choisir parmi plusieurs possibilités d'administration du questionnaire. Les principaux types sont la voie postale, le questionnaire en face à face, l'enquête par téléphone ou enfin par courriel.

La longueur du questionnaire ainsi que la culture (pas de réponse par téléphone ou par courriel) des membres de notre échantillon nous ont conduits à choisir la voie en face à face (questionnaire en face à face).

- **L'administration du questionnaire**

Le questionnaire a été administré en face à face pour le plus grand nombre d'individus de l'échantillon.

Malgré toutes les difficultés, nous sommes relativement satisfaits des résultats obtenus et plus particulièrement du taux de retour obtenu (68%). Cette phase s'est achevée à la fin du mois d'octobre de l'année 2011 lorsque nous avons acquis la certitude que très peu de questionnaires nous seraient retournés au-delà de cette date.

- **L'optimisation du taux de retour**

Certaines actions ont été mises en œuvre afin de renforcer le taux de retour.

Comme nous l'avons cité précédemment, le questionnaire a été scindé en deux parties afin de raccourcir le temps nécessaire au remplissage de celui-ci.

Nous avons également garanti la confidentialité des réponses. Même si les coordonnées personnelles des administrés étaient demandées dans le questionnaire, nous avons garanti la divulgation des réponses uniquement sous une forme agrégée.

Nous pensons que ce taux de réponse est plutôt satisfaisant. En effet, il s'agit d'une enquête d'opinion sans l'introduction d'une éventuelle institution ou d'une personne de l'environnement proche des répondants. La totalité des questionnaires reçus a été exploitable. Quant à l'explication des non-réponses, certains individus ont refusé de collaborer ne souhaitant pas participer à une étude sur la création ou la reprise d'entreprise (le thème étant peut-être trop éloigné de leurs préoccupations de carrière). D'autres n'ont pas pu répondre par manque de temps.

Les non-réponses peuvent créer un biais constitué du taux de non-réponse et l'écart existant entre les comportements des répondants et des non-répondants (Evrard et al., 1997 ; cité par Emin, 2003 : P184). Malgré le taux de non-réponse assez faible, il est difficile d'évaluer l'écart de comportement entre les répondants et les non-répondants.

Cette section a détaillé notre méthodologie de recherche ainsi que les caractéristiques de notre méthode d'échantillonnage.

Nous avons également, dans cette section, présenté la rédaction du questionnaire ainsi que ses différentes composantes. Nous avons ainsi obtenu deux questionnaires distincts en fonction du statut d'entrepreneur ou non des individus interrogés. Ces questionnaires ont été auto-administrés en face à face. Des relances ont été effectuées afin d'accroître le taux de retour.

## **2. Le déclenchement du processus entrepreneurial face au parcours de carrière: analyse des données de l'enquête**

À l'aide des hypothèses de trajectoires présentées dans le premier chapitre, nous testons les différents parcours suivis par les membres de notre échantillon. Notre analyse est donc bien de type causal dans le sens où elle cherche à établir des liens de causalité entre les différentes variables.

Dans un premier temps, nous exposons la procédure de validation statistique, dans un second temps, nous procédons aux tests des différentes voies de carrière.

## **2.1. La procédure de validité statistique**

Nous réalisons une étude de la fiabilité du questionnaire. Afin de présenter la procédure de validation adoptée, nous avons vérifié la fiabilité des échelles utilisées dans notre questionnaire. Pour ceci, nous avons utilisé le test de l'alpha de Cronbach.

Un instrument de mesure est fiable s'il reproduit des résultats très proches quand il est administré plusieurs fois sur une même population. Plusieurs techniques permettent de vérifier cette fiabilité : le test/re-test (administrer une deuxième fois le questionnaire sur une même population), les deux moitiés (scinder la population en deux et vérifier que les réponses sont similaires au sein de deux échantillons ainsi obtenus) et les échelles multiples (mesurer un phénomène par plusieurs items). Nous avons choisi cette dernière méthode lors de notre étude.

Il convient de tester la cohérence interne de l'échelle constituée pour mesurer chaque variable (*'internal consistency reliability'*). La méthode utilisée est celle de l'Alpha de Cronbach ; un coefficient qui permet de vérifier que les items d'une même échelle partagent des notions communes, autrement dit qu'il existe une certaine cohérence sur l'ensemble de l'échelle. Ainsi, lorsqu'un instrument de mesure est 'fiable', un phénomène mesuré plusieurs fois avec le même instrument doit aboutir au même résultat. Cette fiabilité permet de réduire l'erreur aléatoire. La cohérence interne nous informe sur le degré de corrélation de chaque item d'une échelle avec au moins un autre item de celle-ci. Le coefficient de l'alpha estime la variance du score total des facteurs communs propres aux items de l'échelle testée.

Lorsque ce coefficient est inférieur à un seuil déterminé, il est nécessaire d'éliminer certains items pour améliorer la cohérence globale. Lorsque l'alpha d'une échelle est inférieur au seuil retenu, il faut s'intéresser au score de chaque item (corrélation entre l'item et le score de l'échelle) en vérifiant si le score total de l'échelle augmente au-delà de ce seuil après suppression de l'item qui lui est le moins corrélé. Dans ce cas, l'item en question peut être éliminé et la cohérence globale s'en trouve rehaussée.

Le coefficient est compris entre 0 et 1. Il est proportionnel à la cohérence interne de l'échelle. Il se pose alors la question du seuil. Se fixer un seuil entre 0,50, 0,60 et 0,80 modifie profondément le nombre d'items à éliminer. Certaines heuristiques donnent un seuil acceptable supérieur à 0,7. Evrard et al. (1997 : P 92) considèrent quant à eux que « *pour une étude exploratoire, l'alpha est acceptable s'il est compris entre 0,60 et 0,80 ; pour une étude confirmatoire, une valeur supérieure à 0,80 est recommandée* » nous retenons donc un seuil acceptable de 0,70.

Nous scindons ce test de Cronbach en deux parties en fonction des trajectoires des entrepreneurs et de non-entrepreneurs, puis en fonction des différents concepts mesurés.

### 2.1.1. La fiabilité du questionnaire pour les non-entrepreneurs

Nous présentons dans cette section la fiabilité de notre questionnaire concernant les concepts suivants : les attitudes, les normes sociales, la contrôlabilité du comportement (avec la perception d'auto-efficacité) et l'intention. Nous vérifions donc le caractère unidimensionnel de nos échelles. Les informations précises concernant le contenu de chacune des échelles et les modifications successives apportées aux échelles sont reportées en annexe.

#### • Les attitudes

La fiabilité des échelles utilisées lors de la mesure des attitudes vis-à-vis de la création ou de la reprise d'entreprise a été effectuée à partir de 32 questions à échelle. Le tableau suivant retrace la mesure de l'Alpha de Cronbach concernant ces questions (cf. annexes, questionnaire n°2).

Tableau n°15 : Alpha de Cronbach de la variable 'Attitudes' (échantillon 'non-entrepreneurs')

Coefficient de cohérence interne	
Test d'Alpha Cronbach	
Nombre de cas = 72	Nombre d'items = 32
<b>Alpha = 85,08</b>	

Source : Tableau réalisé par nos soins à partir des résultats de notre enquête.

Le résultat du test de cohérence interne d'Alpha Cronbach montre que la cohérence globale du questionnaire concernant le critère 'Attitude'<sup>162</sup> est assez satisfaisante par rapport à sa valeur retenue dans notre recherche (soit 70%), ainsi que par rapport au nombre d'items utilisé (de plus le nombre d'items est grand de plus la cohérence interne peut être susceptible de baisser). La valeur déterminée (85.08%) signifie que les items composant le questionnaire représentent le phénomène étudié à hauteur de 85%. Cette constatation nous permet d'adopter la constitution finale dudit questionnaire sans élimination de certaines questions pouvant diminuer la valeur de L'Alpha Cronbach. Néanmoins, une vérification par approche d'élimination s'avère intéressante en appliquant le même test après suspension progressive de questions pour déterminer les questions superflues où qui amoindrissent la cohérence interne du questionnaire. Cette approche d'élimination sera effectuée sur l'ensemble des items en respectant les différentes variables.

- **La perception des normes sociales**

La procédure de détermination du degré de cohérence interne pour le critère de perception des normes sociales s'articulant sur 16 items et 72 cas et nous donne un degré de cohérence inférieur à 70% (soit 0.6445). Cette situation ne nous permet pas d'admettre les 16 items en leur intégralité. Pour faire augmenter la cohérence interne, on procède dans ce qui suit à sa détermination en éliminant progressivement les items un par un.

---

<sup>162</sup> Cf. annexes, questionnaire n° 2.





l'étude considère uniquement des 15 items restants dans la mesure de la perception des normes sociales.

• **La perception du contrôle du comportement**

Contrairement à la perception des normes sociales, l'échelle de la perception du contrôle du comportement mesuré par deux (02) sous échelles qui sont la contrôlabilité et l'auto efficacité requiert des degrés de cohérences internes très satisfaisantes voire excellentes. Le tableau suivant (Tableau n° 17) nous résume les résultats du test d'Alpha Cronbach par les deux sous échelles :

Tableau n° 17: Alpha de Cronbach de la variable 'Perception du contrôle du comportement'

(Échantillon 'non-entrepreneurs')

Coefficient de fiabilité de la contrôlabilité		Coefficient de fiabilité de l'auto-efficacité	
Nombre de cas = 72	Nombre d'items = 10	Nombre de cas = 72	Nombre d'items = 14
<b>Alpha = ,8628</b>		<b>Alpha = ,9450</b>	

Source : Tableau réalisé par nos soins à partir des résultats de notre enquête

A la lumière des informations synthétisées dans le tableau n°17, on constate que les deux échelles adoptées pour la mesure des réponses des questionnés quant à leur perception de la contrôlabilité ainsi qu'à l'auto efficacité sont aussi très satisfaisantes. Les réponses des 72 questionnés aux 10 items mesurant la contrôlabilité ont un degré de cohérence interne s'élevant à 86.28%, soit 16.28% en dessus de la norme retenue (70%). Par ailleurs, pour l'échelle mesurant l'auto efficacité portant sur 14 items et concernant 72 sujets (questionnés) représente un degré de cohérence interne qualifié d'excellent du fait qu'il est très proche de 100% et très satisfaisant en dépassant le seuil retenu de 24% (soit un degré total de 94.50%). Par conséquent la détermination d'un autre degré de cohérence interne par approche d'élimination n'a plus d'importance vu la significativité des degrés déterminés tout en prenant en considération l'intégralité des deux échelles. De ce fait, l'étude actuelle se voit satisfaite par les degrés de cohérence internes déterminés et développés précédemment.

## • L'intention

L'étude porte sur une échelle de 11 questions mesurant l'intention des questionnés quant à la décision de déclencher le processus l'investissement<sup>163</sup>. Pour valider l'échelle en question, on présente ci-après (tableau n°18) les résultats du test d'Alpha Cronbach de la cohérence interne de ladite échelle.

Tableau n° 18 : Alpha de Cronbach de la variable 'Intention' (échantillon 'non-entrepreneurs')

Coefficient de fiabilité	
Nombre de cas = 72	Nombre d'items = 11
<b>Alpha =,9538</b>	

Source : Tableau réalisé par nos soins à partir des résultats de notre enquête.

En prenant en considération les 11 questions mesurant l'intention chez les non-entrepreneurs, le coefficient d'Alpha Cronbach indique un degré de cohérence interne très satisfaisant et qui s'approche de 100% (soit 95.38%). Ce qui indique la fiabilité d'items choisis pour la mesure de l'intention des questionnés. De même, l'approche d'élimination des items paraît moins intéressante vu la significativité des résultats du test d'Alpha Cronbach, et ainsi l'étude se verra satisfaite du degré déterminé.

L'étude considère que la vérification de la fiabilité des échelles retenues pour la mesure du déplacement positif et le déplacement négatif, ainsi que les inhibiteurs est inutile, étant donné que les questions à échelle utilisées pour ces concepts mesurent chacune un facteur différent. Par conséquent, l'étude suppose et considère que le coefficient de cohérence interne de chacun des trois concepts est acceptable par rapport au seuil retenu.

### 2.1.2. La fiabilité du questionnaire pour les entrepreneurs

Le questionnaire adressé aux entrepreneurs est composé de 33 questions réparties sur trois facteurs qui sont : le déplacement positif, le déplacement négatif, et l'intention. Pour

<sup>163</sup> Cf. Annexes questionnaires n°2, question n°5.

mesurer la fiabilité du questionnaire, on s'intéressera davantage aux items consacrés à l'intention vu la différence des échelles retenues pour la mesure des deux facteurs restants (le déplacement positif et le déplacement négatif)<sup>164</sup>.

Tableau n° 19: Alpha de Cronbach de la variable 'Intention' (échantillon 'entrepreneurs')

Coefficient de fiabilité	
Nombre de cas = 59	Nombre d'items = 11
<b>Alpha = ,8530</b>	

Source : Tableau réalisé par nos soins à partir des résultats de notre enquête.

La valeur recensée du coefficient d'Alpha Cronbach pour la cohérence des items mesurant l'intention d'entreprendre un investissement chez les entrepreneurs nous renseigne sur une cohérence interne très satisfaisante par rapport au seuil retenu. La cohérence interne étant supérieure à 70% (soit 85.30%) nous permet d'admettre le questionnaire adressé aux entrepreneurs.

En procédant par le test d'Alpha Cronbach pour la cohérence interne des deux questionnaires nous renseigne sur des taux de cohérence interne sur tous les facteurs pris en considération dans lesdits questionnaires nous indique la fiabilité de la mesure retenue (les deux questionnaires), et par conséquent, l'étude adopte les résultats recueillis dans le restant de cette approche économétrique.

## **2.2. Le test des différentes trajectoires de carrière**

Comme nous l'avons précisé précédemment, plusieurs variables permettant d'appréhender le déclenchement du processus entrepreneurial ont été identifiées en fonction de deux parcours génériques (entrepreneurial et non entrepreneurial). Dans ce qui suit, on tentera d'expliquer l'enchaînement et l'influence de ces différents facteurs sur la décision d'entreprendre un investissement à l'aide des résultats de certains tests : tout d'abord, nous vérifierons pour les non-entrepreneurs l'existence d'une relation entre les trois antécédents de

<sup>164</sup> Cf. Annexes questionnaires n°1, question n°12.

l'intention sur leur décision entrepreneuriale, puis nous testerons le modèle de déclenchement du processus entrepreneurial pour les non-entrepreneurs, et finalement, nous testerons le même modèle pour les entrepreneurs.

### **2.2.1. L'intention des non-entrepreneurs**

Vérifier le lien entre les antécédents de l'intention identifiés par Ajzen (1991) et l'intention revient, dans le cadre de cette étude, à déterminer l'influence des variables explicatives sur la variable à expliquer : l'intention entrepreneuriale. Aussi, nous souhaitons déterminer l'importance et la signification des contributions des variables indépendantes sur les variations de la variable dépendante. Autrement dit, nous cherchons à démontrer l'impact éventuel des attitudes associées au comportement, des perceptions des normes sociales et des perceptions du contrôle comportemental sur l'intention entrepreneuriale.

Nous recourons à la technique de régression. Ce type d'analyse est l'une des méthodes explicatives les plus utilisées. Elle permet de vérifier la relation de cause (variable explicative) à effet (variable à expliquer) entre deux variables quantitatives (métriques) dont nous avons postulé l'existence. L'interprétation des résultats d'une régression se fait au niveau de l'intensité de la relation (grâce au coefficient de corrélation linéaire 'R') et au niveau de la significativité de la liaison et de la qualité de l'ajustement du modèle dont les indicateurs sont le coefficient de détermination linéaire ( $R^2$ ) et le test F de Fisher-Snedecor.

Nous réalisons également un test de colinéarité (tableau n°21) afin de mesurer l'indépendance des trois variables indépendantes. La colinéarité (ou multicollinéarité) est la situation indésirable dans laquelle les corrélations entre les variables indépendantes sont fortes.

Tableau n° 20: Régression linéaire du modèle d'intention

Variables / Constante	Paramètre estimé	R	R <sup>2</sup>	R <sup>2</sup> Ajusté	F
Constante	-03.944				
SE+PBC Moyenne	00.581	0.746	0.556	0.535	26.350
Attitude moyenne	00.469				
Normes Sociales Moyenne	00.566				

Source : Tableau réalisé par nos soins à partir des résultats de notre enquête.

Modèle estimé : Intention = F (SE+PBC Moyenne, Attitude Moyenne, Normes Sociales Moyennes).

SE+PBC = Self-efficacy (auto efficacité) et contrôlabilité.

La régression linéaire effectuée aux moyennes des réponses par variable estimée nous montre que les trois facteurs affectent positivement l'intention des non entrepreneurs quant à leur décision d'entreprendre un investissement, mais leurs ampleurs restent très faibles (les paramètres varient entre 0 et 1). Par ailleurs, la constante du modèle (-3.944) signifie que les questionnés peuvent être affectés négativement par d'autres facteurs qui ne sont pas pris en considération.

Le modèle a été validé par les coefficients de détermination R, R<sup>2</sup> et R<sup>2</sup> Ajusté qui sont acceptables (supérieurs de 50%) ainsi que par le test de Fisher estimé à 26.350. L'intérêt de cette régression n'étant pas de mesurer l'importance de l'effet de chacun des facteurs constituant les variables indépendantes du modèle, néanmoins, elle s'accroît sur le sens de l'effet de ses derniers sur l'intention des non-entrepreneurs quant à l'entrepreneuriat ; le sens de l'effet est positif sur les trois facteurs.

Tableau n° 21 : Test de colinéarité

<b>Coefficient <sup>a</sup></b>						
Modèle	Coefficients non standardisés			Corrélations		
	B	Erreur standard	t	Corrélation simple	Partielle	Partie
I constante)	-3,944	,966	-4,080			
SE+PBC moyen	,581	,126	4,620	,650	,503	,388
Attitudes moyennes	,469	,217	2,161	,519	,263	,181
Normes sociales moyennes	,566	,183	3,096	,540	,363	,260

a. Variable dépendante : Intention moyenne

<b>Diagnostics de colinéarité <sup>a</sup></b>						
Modèle Dimension	Valeur propre	Index de conditionnement	Proportions de la variance			
			(constante)	SE+PBC moyen	Attitudes moyennes	Normes sociales moyennes
1	3,925	1,000	,00	,00	,00	,00
2	4,627 <sup>E</sup> -02	9,210	,05	,92	,01	,04
3	2,061 <sup>E</sup> -02	13,799	,13	,00	,09	,96
4	8,45 <sup>E</sup> -03	21,431	,81	,08	,89	,00

a. Variable dépendante : Intention moyenne

Source : Tableau réalisé par nos soins à partir des résultats de notre enquête.

L'index de conditionnement fournit une indication du nombre de dimensions qu'il y a parmi les variables indépendantes. Quand plusieurs valeurs sont proches de zéro, les variables sont probablement intercorrélées, ce qui signifie que peu de changement dans les données peut entraîner de profonds changements des coefficients. Par ailleurs, un index de conditionnement plus élevé que 15 indique un problème éventuel et un index supérieur à 30 signifie un problème sérieux de colinéarité. Nous constatons donc un éventuel problème qui peut s'expliquer par la faible taille de notre échantillon.

Comme le suggèrent les tableaux ci-dessus, la relation entre les trois antécédents de l'intention entrepreneuriale et cette intention est statistiquement très significative ( $F=26.350$ ). La corrélation entre les attitudes, les normes sociales et la perception du contrôle comportemental est statistiquement significative (respectivement  $t=2.161$ ;  $t=3.096$ , et  $t=4.620$ ).

Ces résultats nous conduisent à confirmer l'utilisation du modèle d'Ajzen (1991) ; ce modèle d'intention nous permettant de valider l'utilisation de cette variable pour la suite de notre recherche. La Théorie du Comportement planifié (Ajzen, 1991) inspire très largement le modèle de Krueger et Carsrud (1993) qui est à la base de nos hypothèses de trajectoires de carrière.

### **2.2.2. Le test du modèle de déclenchement pour les non-entrepreneurs**

Nous utilisons un test de comparaison des moyennes qui va nous permettre de visualiser de quelle manière l'intention et les facteurs externes influent sur le déclenchement.

L'analyse des moyennes correspond à la forme la plus simplifiée d'analyse de la variance. Le test se formule par l'hypothèse nulle selon laquelle la valeur moyenne de la variable à expliquer est la même pour toutes les modalités de la variable explicative. Si cette hypothèse nulle est démentie par le test, l'existence d'une liaison sera établie. L'hypothèse nulle peut être formulée de deux façons : sous forme d'inégalité (par exemple  $moyD > moyND$ , il s'agit dans ce cas d'un test unilatéral), ou sous forme d'égalité ( $moyD = moyND$ , il s'agit ici d'un test bilatéral). L'hypothèse nulle est testée par le test de Student (t). La valeur numérique du t et le seuil de significativité permettent donc de repérer les influences significatives.

Nous utilisons un test à échantillons indépendants qui compare la moyenne des variables indépendantes en fonction de la variable dépendante (le déclenchement). Une faible valeur de significativité pour le test t (généralement inférieur à 0,05) indique qu'il y a une différence significative entre les deux groupes (déclenchement ou non déclenchement). Si l'intervalle de confiance pour la différence moyenne ne contient pas de valeur zéro, cela indique également que la différence est significative.

Nous cherchons à démontrer le lien éventuel entre des variables indépendantes (l'intention, les facteurs externes et des inhibiteurs) et le déclenchement.

Le tableau suivant propose les analyses de la moyenne.

Tableau n° 22 : Test du déclenchement pour les non-entrepreneurs

**Statistiques de Groupe**

DECLENCHEMENT (N .E)	Nbre question	Moyenne De réponse	Ecart-type	Erreur standard moyenne
Intention moyenne	11	2,8121	0,90353	,23329
DP_NC_MOY	06	2,7833	0,64626	,52059
DN_NC_MOY	16	1,8688	0,76549	,24207
INHIB_NC_MOY	08	2,7000	0,645	,25986

DP : déplacement positif

DN : déplacement négatif

INHIB: inhibiteurs

Source : Tableau réalisé par nos soins à partir des résultats de notre enquête.

Ces analyses statistiques nous permettent de vérifier l'écart de moyenne, pour chaque variable indépendante, entre les individus ayant déclenché un processus entrepreneurial et ceux n'étant pas passés à l'action.

Nous constatons que l'intention est très fortement corrélée au déclenchement, il n'en est pas de même pour les autres variables indépendantes que sont les déplacements et les inhibiteurs. Nous ne montrons donc pas de relation statistique entre le déclenchement et ces variables explicatives. L'effet de ces variables, s'il existe, n'est donc pas démontré. Nous pouvons avancer plusieurs pistes d'explication ; tout d'abord, la faible taille de notre échantillon rend les tests statistiques difficiles à exploiter. De plus, l'utilisation d'échelles de mesure avec un test de comparaison des moyennes nous semble quelque peu aléatoire. En effet, un individu peut déclencher le processus sous l'effet d'un seul facteur parmi les deux variables de déplacement. Dans ce cas, le score des autres variables peut être très faible. Il peut donc réellement exister une relation entre cette variable de déplacement et le déclenchement, mais le test statistique ne peut la démontrer.



### 2.2.3. Le test du modèle de déclenchement pour les entrepreneurs

Nous rappelons en introduction que les mesures concernant le déclenchement ainsi que ses antécédents ont été prises *a posteriori*. En effet, en 2011 lors de l'administration du questionnaire, les individus de cet échantillon étaient déjà entrepreneurs et nous leur avons donc demandé quelles étaient leurs perceptions, à l'époque du déclenchement. Pour ce faire, ils ont dû reconstruire leur parcours. Ceci peut entraîner un biais dans la mesure (reconstruction de parcours, rationalisation ...). Le tableau ci-après propose les résultats de cette régression linéaire.

La régression linéaire effectuée sur les réponses des entrepreneurs vise à déterminer l'implication des trois facteurs de déplacement positif, déplacement négatif ainsi que l'intention sur la situation actuelle du questionné. L'estimation nous a donné les résultats récapitulés dans le tableau n° 23 :

Tableau n° 23 : Régression linéaire du déclenchement pour les entrepreneurs

Variables / Constante	Paramètre estimé	R	R <sup>2</sup>	R <sup>2</sup> Ajusté	F
Constante	02.934	0.511	0.261	0.123	0.288
DP_C_Moyenne	05.463				
DN_C_Moyenne	00.129				
I_C_Moyenne	-06.32				

Source : Tableau réalisé par nos soins à partir des résultats de notre enquête.

Modèle estimé : Situation Actuelle = F (DP\_C\_Moyenne, DN\_C\_Moyenne, I\_C\_Moyenne)

DP\_C\_Moyenne : Moyenne des réponses sur le facteur du déplacement Positif.

DN\_C\_Moyenne : Moyenne des réponses sur le facteur du déplacement négatif.

I\_C\_Moyenne : Moyenne des réponses sur le facteur Intention.

La régression faite de la fonction de la situation actuelle mesurée par la moyenne des réponses des questionnés sur le facteur de déplacement positif, le déplacement négatif et l'intention montre une implication positive du facteur de déplacement positif ainsi que le facteur du déplacement négatif du processus entrepreneurial. Par ailleurs, une relation

inattendue entre la situation actuelle et l'intention du déclenchement est déterminée ; la régression nous renseigne sur l'existence d'une relation négative du facteur « intention » sur la situation actuelle, alors que la relation était supposée être positive (par rapport à la littérature économique). Cette situation peut être expliquée ou justifiée par le fait que les questionnés étaient dans l'obligation de se déplacer dans le temps et de se repositionner dans la situation d'avant 2011 ce qui peut affecter, voire, biaiser leurs réponses de façon à avoir le critère de subjectivité. Ainsi, les intentions ne sont pas toujours concrétisées ce qui peut expliquer l'inachèvement du processus décisionnel de déclenchement d'un investissement.

L'analyse précédente de la régression ne peut hélas mener à des résultats fiables vue l'insignificativité de la forme finale de la régression. Même si le coefficient de détermination est supérieur à 50%, mais le test de Fisher ainsi que R-deux et R-deux ajusté ne sont pas significatifs. Cela ne nous permet pas d'adopter le modèle estimé, néanmoins, le sens des paramètres estimés s'avère intéressant.

L'objectif de cette section était de présenter les différents tests statistiques relatifs au déclenchement du processus entrepreneurial. Nous avons présenté dans un premier temps la fiabilité des instruments de mesure utilisés ; les résultats (test de l'alpha de Cronbach) nous paraissent satisfaisants. Nous avons ensuite testé la modélisation conceptuelle établie dans le chapitre 4. Pour ce faire, nous avons tout d'abord vérifié le modèle d'Ajzen sur notre échantillon de non- entrepreneurs. Les résultats montrent une relation entre l'intention et ses trois antécédents.

Nous avons également testé le déclenchement du processus entrepreneurial (pour les non-entrepreneurs) au regard des variables identifiées (l'intention, les déplacements "positifs ou négatifs" et les inhibiteurs). Les résultats montrent une forte corrélation entre l'intention et le déclenchement du processus. Aucune relation statistique n'apparaît entre le déclenchement et les autres variables explicatives. Enfin, nous avons réalisé un test de régression, pour les entrepreneurs, sur une relation éventuelle entre le déclenchement du processus et les deux antécédents (l'intention et les déplacements). Les résultats ne permettent pas de montrer une relation statistique.

## **II. ANALYSE DES RÉSULTATS RELATIFS A LA DÉCISION DU DÉCLENCHEMENT DU PROCESSUS ENTREPRENEURIAL : CAS DE LA WILAYA DE BEJAÏA**

Nous avons réalisé notre recherche sur la décision de création d'entreprises et entrepreneuriat c'est-à-dire la phase de déclenchement du processus entrepreneurial. Nous avons mené une enquête quantitative qui nous a permis de vérifier la pertinence des variables identifiées lors de notre approche de la littérature. A partir de ces premiers résultats, nous avons pu mettre à jour les enchaînements de faits et les évolutions des perceptions des individus.

Nous souhaitons à présent analyser les résultats précédents afin de proposer une lecture originale du déclenchement du processus entrepreneurial. Cette section a donc pour objet de synthétiser les apports de notre recherche.

Nous présentons tout d'abord le "processus de déclenchement". Nous analysons ensuite plus précisément les différents processus identifiés. Enfin, nous proposons une synthèse des processus de déclenchement.

### **1. Le processus de déclenchement**

Nous avons jusqu'à lors abordé le déclenchement du processus entrepreneurial d'après notre revue de littérature qui nous a permis de retenir deux principaux types de variables : la variable 'intention' et les variables 'externes'. Nous avons également insisté sur la notion de temps et sur son importance sur le déroulement du processus, aussi bien en terme d'évolution des perceptions de l'individu qu'en terme d'évolution de l'environnement et du contexte.

Cette approche nous a conduits à un choix méthodologique nous permettant de mesurer, à un niveau quantitatif, ces différentes variables et leurs éventuelles influences sur le déclenchement du processus. À l'issue de cette analyse, nous confirmons l'influence des différentes variables, mais nous constatons notamment un écart important du poids qui leur est donné, par l'individu, en fonction de ses perceptions.

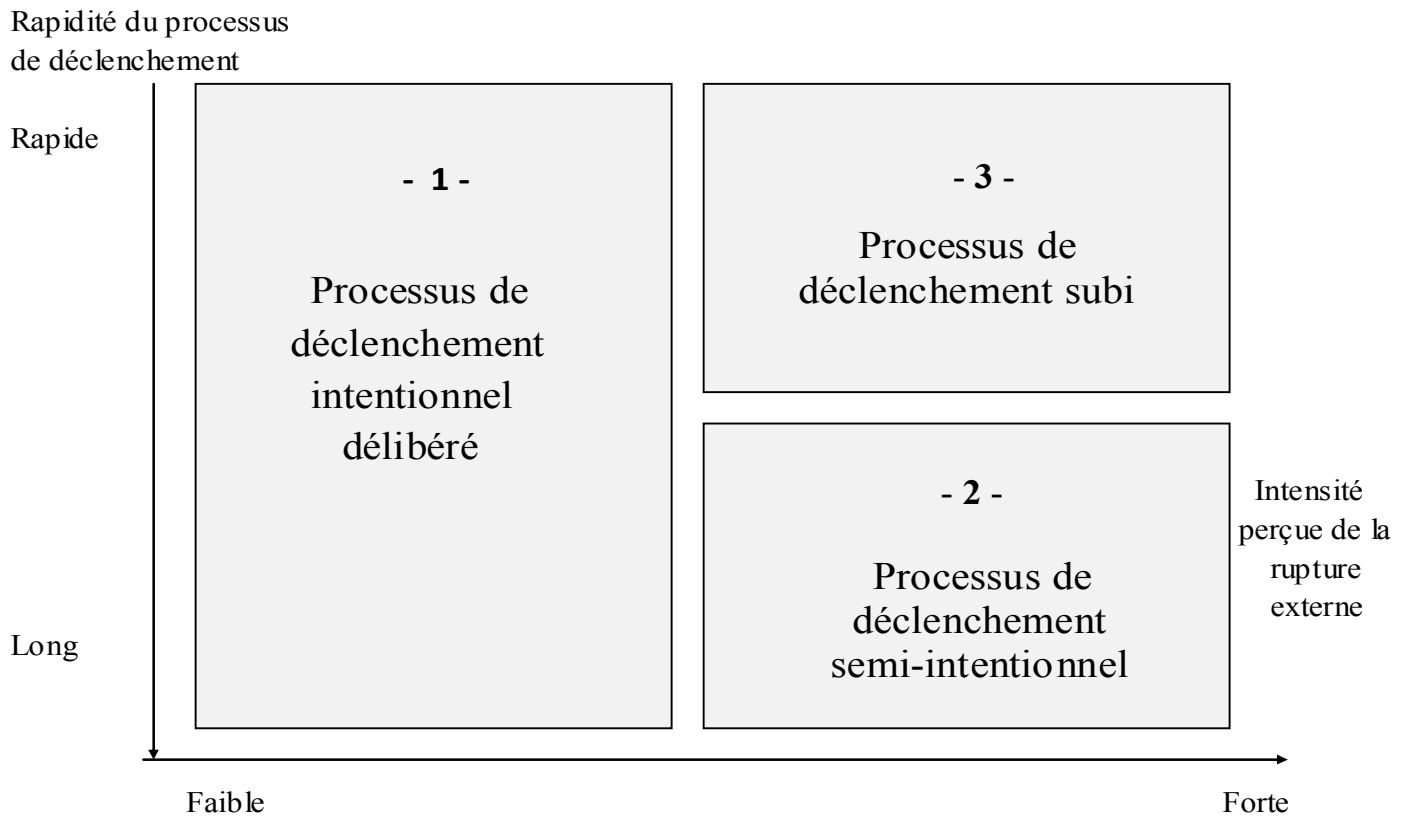
Ceci nous conduit à aborder la décision du déclenchement non pas uniquement en fonction des variables pré-identifiées, mais de façon plus globale. Deux dimensions déterminantes s'imposent. Premièrement, nous constatons que les parcours de déclenchement

se construisent au cours du temps. Il est parfois très long ou au contraire très court. Cette durée évolue en fonction des perceptions des individus, de l'environnement et du contexte, des déplacements qu'ils peuvent subir au cours de leur carrière. Ces derniers ont des conséquences plus ou moins importantes ou plus ou moins rapides sur l'individu et sur un éventuel déclenchement. L'intensité de ce déplacement est perçue différemment par les individus, et donc les conséquences peuvent fluctuer.

À la lumière de ces propos et de façon à renforcer cette approche, nous nous focalisons sur la notion de temps et sur l'enchaînement des variables. Nous nous apercevons que l'évolution de carrière ne peut pas être analysée uniquement suivant un processus téléologique. Les objectifs ne sont pas toujours prédéterminés. Les logiques de progression de carrière s'analysent plutôt en termes d'évolutions et de dialectique. Nous confirmons que de nombreux événements, parfois contradictoires, se présentent et ont une incidence provisoire ou définitive. Ainsi, les perceptions de l'individu sont modifiées et peuvent converger, ou non, vers un nouvel état et vers de nouvelles perspectives. La configuration de ce système est ouverte sur l'environnement qui parfois, et à lui seul, peut entraîner la rétention d'une unique solution perçue. Nous parlons donc désormais de **processus de déclenchement** (et non de déclenchement). En effet, analyser la décision de déclenchement ne peut se faire en adoptant une vision statique. Le déclenchement d'un processus entrepreneurial est une construction au cours du temps. Différentes variables entraînent des évolutions de perceptions de l'individu et des modifications de l'environnement.

Cette réflexion nous amène à présenter le schéma suivant :

Schéma n° 15: Une typologie du processus de déclenchement



Source : Schéma réalisé par nos soins à partir des résultats de notre enquête.

Nous retrouvons sur cette figure trois types du processus de déclenchement :

- Le premier type : Correspond à un **déclenchement par l'intention**, sans influence de facteur externe lors du déclenchement. Il n'y a pas de rupture forte dans le parcours de l'individu au moment du passage à l'action. Le processus de déclenchement peut être plus ou moins long suivant les individus. Dans le cas d'un parcours court, le déclenchement peut s'opérer par la recherche d'une opportunité lorsque l'individu se sent prêt. À l'inverse, un parcours de déclenchement plus long peut être entraîné par une hausse de l'intention au cours du temps. Cette hausse est provoquée aussi bien par des

facteurs internes qu'externes. Les facteurs internes correspondent à des modifications de perceptions de l'individu (nouvelles motivations, prise de recul sur sa carrière, volonté de changement...). Les facteurs externes concernent des modifications dans l'environnement qui affectent, à plus ou moins long terme, les perceptions.

Dans ce cas, ces facteurs ne sont pas perçus comme une rupture. Ceci explique notamment que, suivant les périodes, un licenciement peut être perçu comme une véritable rupture alors que dans d'autres circonstances ou à d'autres périodes de la carrière, il peut être perçu comme un simple aléa.

- Le deuxième type : Conduit au **déclenchement par une combinaison de l'intention de l'individu et d'influences externes**. Il s'agit d'un processus de déclenchement long. L'intention fluctue donc au cours du temps. Elle peut évoluer de façon linéaire. Cependant, malgré ces transformations, elle seule ne permet pas d'atteindre le seuil de déclenchement. L'apparition d'un déplacement lui permet d'atteindre ce seuil. Ce facteur externe est perçu comme une rupture puisqu'il déclenche immédiatement le processus entrepreneurial. Néanmoins, c'est l'intention qui, associée à ce facteur, permet l'action. La même influence externe, sans intention, n'aurait pas les mêmes conséquences. Il se peut d'ailleurs que des facteurs de ce type soient déjà apparus dans le parcours de l'individu, mais sans avoir, dans ce cas, entraîné un démarrage de l'action. Leurs influences se sont portées sur les perceptions de l'individu (de façon positive ou négative).

- Le troisième type : Correspond à une **rupture brutale** dans la vie de l'individu. Sans désir entrepreneurial, l'individu se dirige toutefois vers cette trajectoire sous l'impulsion de ce déplacement. L'intention, la volonté, n'est qu'une conséquence de cette rupture et elle apparaît donc au moment du passage à l'action. Nous sommes dans un processus de rationalisation.

Nous souhaitons analyser, dans la section suivante, les différents processus de déclenchement étudiés lors de notre recherche.

## **2. Une analyse des différents processus de déclenchement**

Nous reprenons dans cette section les différents parcours du déclenchement identifiés lors de notre approche conceptuelle.

Pour de nombreux chercheurs, la création d'entreprise est le résultat direct de l'intention d'un individu qui transforme cette dernière en actions (Bird, 1998). De ce point de vue, le processus entrepreneurial est un processus intentionnel. Nous relevons trois issues possibles : l'intention se transforme rapidement en actions (le processus est donc déclenché), l'intention est abandonnée (une autre situation est préférée) ou alors, sous l'effet du temps, le niveau d'intention augmente jusqu'au déclenchement du processus.

Notre approche nous pousse à éclairer le passage d'une phase passive de l'individu (l'intention) à une phase active (l'individu agit). Cependant, nous avons démontré que dans certains cas, ce n'est ni l'intention qui se transforme en actions ni le niveau d'intention qui se rehausse jusqu'au déclenchement. Des variables externes peuvent intervenir sur le processus de déclenchement sans volonté prédéterminée de l'individu. La création d'entreprise est un phénomène complexe (Gartner, 1989 ; Bruyat, 1993). Le lien entre l'intention et le passage à l'action (le déclenchement) n'est donc pas un processus linéaire. Des facteurs provenant de l'environnement peuvent renforcer ou inhiber les perceptions de l'individu quant à la volonté de passage à l'acte. Ceci nous a conduits à enrichir les voies de déclenchement proposées de variables externes pouvant agir aussi bien sur l'intention que sur le déclenchement.

Nous rapprochons, ci-après, les différentes hypothèses de trajectoires de déclenchement formulées de notre approche du terrain.

### **2.1. Le processus de déclenchement intentionnel délibéré :**

L'intention conduit l'individu à l'action. La démarche est donc totalement volontaire et délibérée. L'individu agit librement. La décision est rationnelle, anticipée et planifiée. Les perceptions de l'individu évoluent au cours du temps. L'intensité d'intention varie, mais cependant, le passage à l'action est uniquement conduit par la volonté de l'individu. La recherche volontaire ou la recherche d'une opportunité peut illustrer ce cas.

Par exemple, dans un secteur d'activité proche de celui de sa formation où un individu évolue au sein de la même société. Cette évolution rapide le conduit rapidement à voir les limites inhérentes à sa position dans un grand groupe. De cette réflexion naît son intention de se diriger vers les plus petites structures. De ce fait il perçoit une opportunité qu'il décide de saisir tout en restant salarié de l'entreprise dans laquelle il évolue depuis de longues années.

Il nous apparaît que l'intention, et elle seule, est à la source du déclenchement. Le fait de saisir une opportunité provient juste du fait que l'intention l'a amené à être prêt à envisager un tel projet.

Le déclenchement s'opère sous l'influence d'une intention qui rend l'individu suffisamment ouvert à la saisie d'une opportunité qu'il s'approprie. Ce niveau d'intention permet de dépasser le seuil de déclenchement.

## **2.2. Le processus de déclenchement intentionnel renforcé :**

Malgré des attitudes positives de l'individu et une intention envers la création ou la reprise d'entreprise, aucune action n'est entreprise. Certains inhibiteurs peuvent avoir un rôle important (perception du risque, résistance au changement, manque de moyens ...). Un déplacement provenant de l'environnement intervient et modifie les perceptions de l'individu. L'intensité de l'intention est rehaussée jusqu'au moment du passage à l'action. Ce processus est donc également un processus intentionnel. La stratégie demeure délibérée, la décision est anticipée. Toutefois, il se peut que sans l'intervention de ce facteur externe, le déclenchement ne soit pas possible. Le temps entre le déplacement et le passage à l'acte est relativement long. Ce déplacement, qu'il soit positif ou négatif, n'est pas vécu comme une rupture majeure. Son effet n'est pas immédiat.

Le cas de reprise d'entreprise en difficulté correspond à ce déclenchement. C'est uniquement lorsqu'une opportunité de reprise se présente qu'on s'engage totalement dans le processus, on abandonne donc les autres voies potentielles.



Ce déclenchement est conduit par une évolution permanente du niveau d'intention. Cette volonté entrepreneuriale se développe au cours du temps et au gré des perceptions de l'individu. L'augmentation de l'intensité de l'intention est incrémentale. Il n'y a pas de baisse du niveau d'intention. Cependant un déplacement négatif est nécessaire au véritable déclenchement du processus. Nous ne pouvons prédire si, sans le déplacement négatif, l'individu se serait lancé dans l'aventure entrepreneuriale.

L'intensité d'intention augmente au cours de l'évolution de la carrière de l'individu. Toutefois le déclenchement se fait sous l'influence à long terme d'un déplacement négatif. Il est impossible de connaître l'évolution de la situation sans ce facteur externe.

### **2.3. Le processus de déclenchement semi-intentionnel :**

En dépit de la présence d'une intention, l'individu ne passe pas à l'action. Au cours du temps, des facteurs externes peuvent venir affaiblir ou rehausser le niveau d'intention. Malgré tout, le déclenchement ne se produit pas. Un déplacement surgit qui entraîne rapidement le déclenchement du processus. C'est donc la combinaison d'une intention et d'un déplacement qui conduit au passage à l'action. L'intention à elle seule ne suffit pas et le déplacement représente une rupture assez forte. D'autres voies de carrière peuvent donc être envisagées même si c'est l'intention associée au déplacement qui permet rapidement à l'individu de privilégier la voie entrepreneuriale (même si un retour en arrière est toujours possible).

Cette intention formulée n'était qu'une déclaration, une modalité parmi d'autres sans réelle volonté de se lancer dans une voie entrepreneuriale. Plusieurs facteurs ont cependant des influences importantes sur son intention.

Tout d'abord, les perceptions de l'individu peuvent être modifiées au cours du temps et plus particulièrement lors de l'expérience acquise. Les besoins de liberté d'autonomie peuvent être accrus lors du déroulement de la carrière. La création d'entreprise s'est donc peu à peu imposée comme une hypothèse réalisable afin d'atteindre ses objectifs. Ensuite, plusieurs facteurs externes peuvent affecter les perceptions d'un individu. Chômage, licenciement, la rencontre simultanée d'un associé et des clients potentiels. Donc cette succession de facteurs externes peut faire évoluer l'intention sans jamais faire croître cette dernière jusqu'au seuil de déclenchement.

Il nous semble donc que le déroulement du processus de déclenchement peut se résumer de la façon suivante : plusieurs facteurs peuvent modifier les perceptions d'un individu (par le biais d'une augmentation momentanée du niveau d'intention) sans jamais permettre d'atteindre le seuil minimum de déclenchement. L'apparition d'un déplacement positif combiné peut faire que l'individu déclenche immédiatement le processus entrepreneurial.

Les variations de l'intensité de l'intention ne suffisent pas à déclencher le processus. Un déplacement positif permet d'atteindre le seuil de déclenchement.

## **2.4. Le processus de déclenchement subi**

Sans intentions, le processus est déclenché sous l'effet d'un facteur externe. L'intention est donc une conséquence du déclenchement et du déplacement. C'est un déclenchement par rationalisation a posteriori. Le déplacement est perçu comme une rupture. Le passage à l'action est immédiat. La décision est prise dans l'urgence pour faire face à un événement majeur. La stratégie est émergente.

Le déclenchement provient d'une rupture importante dans la vie. Il s'agit d'un déclenchement accidentel avec un niveau d'intention presque inexistant. Le processus est déclenché par la seule force du déplacement.

L'intention est concrètement très faible même si elle est parfois déclarée. Sans l'intervention d'une rupture forte dans le parcours d'un individu, le niveau d'intention n'atteint jamais le seuil de déclenchement.

À la suite de cette présentation des différents déclenchements, nous proposons plusieurs remarques.

Le seuil de déclenchement ne correspond pas à un niveau fixe d'intention, il varie suivant les perceptions des individus. Le seuil de déclenchement au regard de l'intensité d'intention varie donc énormément.

Ensuite, nous notons une influence variable des facteurs externes. En effet, les conséquences de ces facteurs dépendent des dispositions de l'individu en fonction du contexte et de ses perceptions. Alors que certaines variables entraînent une rupture forte dans le parcours d'un individu, d'autres peuvent avoir des conséquences importantes sur

les perceptions sans que l'intensité de la rupture perçue soit élevée. Il n'y a donc pas de corrélation systématique entre le niveau de rupture du déplacement et les conséquences sur les perceptions d'un individu ou sur le déclenchement du processus.

Ceci nous permet d'aborder la section suivante.

### **3. Une synthèse des différents processus de déclenchement**

Dans un but explicatif, il nous semble enrichissant de présenter notre analyse des processus de déclenchement pour permettre de mieux comprendre les différences et l'articulation qui peuvent exister entre les différents processus de déclenchement. Ensuite de façon à clôturer notre analyse, nous souhaitons apporter quelques précisions sur les parcours des individus n'ayant pas déclenché un processus entrepreneurial.

Nous segmentons donc nos propos en deux sous sections distinctes. Nous présentons tout d'abord notre analyse des processus de déclenchement puis nous abordons une réflexion sur les parcours n'entraînant pas de déclenchement du processus entrepreneurial.

#### **3.1. Analyse des processus de déclenchement**

Nous obtenons donc quatre processus de déclenchement identifiés en fonction de deux axes : la rapidité de ce processus et l'intensité perçue de la rupture. Revenons à présent sur chacun de ces cas.

- **Le processus de déclenchement intentionnel délibéré :**

Le déclenchement se fait sous l'impulsion d'une intention qui augmente au fur et à mesure de l'avancement de la carrière de l'individu. Cette intention permet ainsi de dépasser le seuil de déclenchement. Aucune perception de rupture importante n'affecte les perceptions de l'individu à la période du déclenchement. L'intention augmente en permanence lors de la construction de la carrière. Le futur lui apparaît clair. Le déclenchement est programmé. L'individu a une vision précise de son futur. Il n'évolue pas pour autant dans un milieu fermé. Il est sujet aux évolutions de l'environnement. Mais, de façon rationnelle, il met au service de son intention, et de façon positive, chaque évolution et modification de l'environnement. Sa vision à long terme de ses objectifs lui permet de gérer son intention comme une gestion de projet. Lorsqu'il se

considère prêt, son niveau d'intention et sa volonté lui permettent de passer à l'action. Le passage à l'action est déterminé par son unique volonté. L'individu peut encore renoncer à son projet, mais, cependant, il s'agit d'une construction réfléchie qui peut indiquer un 'engagement' assez fort de la part de l'individu, même si tout retour en arrière est encore possible.

- **Le processus de déclenchement intentionnel renforcé :**

Le processus de déclenchement se produit à la suite des évolutions de perceptions de l'individu. Il s'agit d'un processus de décision délibéré. En ce sens, l'individu possède une intention au moment du déclenchement. Le passage à l'action n'est pas la conséquence d'une rupture majeure 'contraignant' l'individu. La volonté de l'individu l'entraîne vers l'action. Cependant, le niveau de l'intention fluctue au cours du temps en fonction des évolutions de l'environnement. Un évènement particulier vient augmenter l'intensité de l'intention sans toutefois déclencher immédiatement le processus entrepreneurial. Néanmoins, le niveau d'intention s'en trouve rehaussé, ce qui permet, à terme, le passage à l'action.

- **Le processus de déclenchement semi-intentionnel :**

L'intention évolue au cours du temps. Cette évolution peut être négative ou positive en fonction des changements de l'environnement. Un déplacement peut augmenter de façon très significative le niveau d'intention pour une période donnée. Dans l'exemple d'un licenciement, ce niveau peut devenir brutalement très fort. Le fait de retrouver un emploi salarié peut très rapidement faire redescendre ce niveau. Dans ce processus très long, le niveau d'intention ne permet jamais de dépasser le seuil de déclenchement. Dans le cas d'une évolution 'incrémentale', chaque déplacement que subit l'individu renforce le niveau de son intention. Dans le cas d'une évolution 'sinusoïdale', l'intensité de l'intention fluctue au cours des évolutions de l'environnement. Une variable externe à l'individu, perçue comme une rupture forte, entraîne immédiatement le passage à l'action. Il est difficile de prédire l'évolution de l'intention sans cette intervention puisqu'elle constitue le véritable déclencheur du processus entrepreneurial. Nous avons constaté qu'avant l'intervention de cette rupture, l'hypothèse de se tourner vers une trajectoire entrepreneuriale était formulée par les individus. Toutefois, il s'agit d'une alternative parmi d'autres. L'individu n'est pas

totalemment engagé. Il se peut qu'une alternative salariale se présente et le processus est alors abandonné.

- **Le processus de déclenchement subi :**

Il s'agit d'un processus rapide qui se déclenche sous l'impulsion d'une rupture. L'intention de départ est très faible même si elle est parfois déclarée. Aucune volonté réelle n'est manifestée par l'individu pour s'orienter de lui-même dans une trajectoire entrepreneuriale. Au regard de l'intensité d'intention, le seuil de déclenchement est très faible. Les mouvances de l'environnement n'ont pas jusqu'alors affecté les perceptions de l'individu concernant l'acte entrepreneurial. Le déclenchement se produit donc sous l'effet d'une rupture considérée comme majeure par l'individu. Le processus se trouve déclenché, l'individu passe à l'action sans réelle préparation. Il lui semble alors que la voie entrepreneuriale est peut-être la meilleure solution face au nouveau contexte créé par la rupture. Dans ce cas, il peut s'agir d'un choix par défaut.

Après la présentation de cette analyse du processus de déclenchement, nous abordons, dans cette dernière sous-section, le cas des individus n'ayant pas déclenché un processus entrepreneurial.

### **3.2. Un approfondissement par le non-déclenchement**

Nous avons remarqué que de nombreux individus déclaraient une intention depuis une longue période. Nous constatons un écart important entre l'intention énoncée et la volonté qui pourrait en découler. Il s'agit du principal frein au déclenchement par l'intention. Les personnes de notre échantillon envisagent la carrière entrepreneuriale uniquement comme une modalité éventuelle de carrière. Ce n'est pas un véritable souhait. Avec cette intention, il se prépare juste à une éventuelle rupture dans leur carrière. Il rationalise un éventuel comportement futur. L'intention apparaît avec l'ancienneté de carrière. De ce fait, la mesure longitudinale du niveau d'intention montrerait certainement des fluctuations en fonction des modifications de l'environnement de l'individu, particulièrement au niveau de la lisibilité de son évolution professionnelle.

De ce fait, malgré des ruptures importantes pour certains individus déclarant une intention, le déclenchement ne s'est jamais opéré. Ces ruptures ont été gérées sans envisager sérieusement la trajectoire entrepreneuriale. Ceci nous confirme le fait que l'intention n'est pas toujours une condition suffisante au déclenchement du processus. Même lorsqu'une opportunité concrète se présente à un individu qui déclare une intention, le processus ne se déclenche pas pour autant. Les principaux facteurs évoqués concernent la perception du risque. Le risque apparaît trop important par rapport à une situation salariale. De ce fait, les individus privilégient une recherche d'emploi salarié, pour pallier à une rupture ou à un manque d'évolution, plutôt qu'une voie entrepreneuriale.

Enfin, les individus présentent généralement une vision d'évolution de carrière ascendante. L'entrepreneuriat ne semble pas remplir cette condition. Ceci nous ramène aux attitudes des individus vis-à-vis du comportement entrepreneurial.

Cette section avait pour ambition de proposer une analyse des résultats de notre recherche. Il apparaît que les quatre types de processus de déclenchement préidentifiés sont confirmés. À la lumière de l'explication sur les enchaînements des faits (et donc avec la prise en compte du temps), nous avons proposé quatre types de processus de déclenchement :

- **Le processus de déclenchement intentionnel délibéré :**

Le niveau de l'intention de l'individu augmente au cours de son évolution de carrière jusqu'à ce qu'il décide de passer à l'acte. Le processus est déclenché par son unique volonté. Des déplacements peuvent survenir et faire fluctuer l'intensité de l'intention sans avoir une conséquence directe et à court terme sur le déclenchement.

- **Le processus de déclenchement intentionnel renforcé :**

Le niveau d'intention évolue au cours du temps. Un déplacement se produit et rehausse ce niveau. Les effets de ce déplacement permettent, à terme, de déclencher le processus entrepreneurial.

- **Le processus de déclenchement semi-intentionnel :**

Ce processus correspond à un déclenchement où l'intention évolue au cours du temps sans jamais atteindre un seuil suffisant pour permettre le passage à l'action. Un déplacement survient et, combiné à l'intention de l'individu, déclenche le processus.

- **Le processus de déclenchement subi :**

Sans véritable intention, une rupture forte intervient dans le parcours de l'individu. Ce déplacement déclenche le processus.

Nous avons abordé le processus de déclenchement de manière globale. Nous avons utilisé un angle de vue différent (où l'analyse était menée en fonction de deux variables : l'intention et les facteurs externes). Nous avons pris en compte la durée du processus de déclenchement (celle-ci évoluant en fonction des perceptions des individus et des éventuels déplacements) ainsi que la perception de l'intensité de la rupture induite par ces déplacements. Nous avons ainsi proposé une typologie du processus de déclenchement entrepreneurial ; cette dernière regroupant les quatre voies indiquées ci-dessus.

## **CONCLUSION :**

Ce chapitre regroupe les résultats de notre recherche. Nous avons donc, dans un premier temps, présenté les résultats de notre enquête quantitative, pour se faire on a testé la fiabilité de notre questionnaire. Nous avons ensuite testé les différents modes de déclenchement envisagés pour les entrepreneurs.

Les résultats obtenus ont permis de mettre en évidence l'importance de plusieurs facteurs. Nous retenons principalement des facteurs liés aux perceptions des individus et des facteurs liés à l'environnement externe, qui peuvent avoir une influence aussi bien sur les perceptions des individus que sur le processus en lui-même. Nous retenons en outre la prise en compte du temps comme élément incontournable dans toute tentative d'explication et de compréhension du déclenchement du processus entrepreneurial.

En fait, nous avons mis à jour le lien entre le stade de l'intention et le début de l'action. Les interactions entre des variables personnelles et contextuelles complexifient le phénomène. Les facteurs contextuels et environnementaux jouent donc un rôle primordial dans le

déclenchement du processus entrepreneurial. Nous confirmons donc que l'intention de l'individu, prise comme facteur unique, ne permet pas toujours d'expliquer le passage à l'action. Nous avons montré l'influence de variables externes, venant modifier les perceptions de l'individu, mais pouvant contribuer également et directement au déclenchement du processus. Ceci nous encourage à mener une réflexion sur l'utilisation de ce concept d'intention. Par ailleurs, nous avons montré que l'intention évolue au cours du temps. Ceci doit donc nous pousser à conduire des recherches avec des perspectives dynamiques.



---

## **CONCLUSION GENERALE**

---

## CONCLUSION GÉNÉRALE

Nous arrivons au terme de cette recherche qui visait d'étudier et d'analyser le processus entrepreneurial, et plus particulièrement la phase de décision. Elle cherchait d'expliquer la décision du déclenchement du processus entrepreneurial. Au-delà d'une approche exploratoire, nous avons voulu approfondir le mécanisme de changement de trajectoire de carrière des individus de notre échantillon. Cela passait par l'identification des facteurs exerçant une influence sur le déclenchement du processus. Outre leur identification, il était nécessaire de comprendre leurs enchaînements.

Les résultats obtenus ont permis de mettre en évidence le rôle de plusieurs facteurs. Nous retenons principalement des facteurs liés aux perceptions des individus et des facteurs externes qui peuvent avoir une influence aussi bien sur les perceptions des individus que sur le processus en lui-même. Nous retenons en outre la prise en compte du temps comme élément incontournable dans toute tentative d'explication et de compréhension du déclenchement du processus entrepreneurial.

La conclusion de ce travail entend répondre à une triple interrogation : quels sont nos apports ? Quelles sont les limites de notre travail ? Quelles voies de recherche possibles sont envisageables ?

### 1. Les principaux apports de la recherche

- Nous avons apporté un éclairage sur le processus entrepreneurial, particulièrement sur les facteurs qui peuvent mener un individu à passer de l'intention à un stade plus avancé du processus (la décision). En fait, nous avons mis à jour le lien entre le stade de l'intention et le début de l'action. Également, au-delà des facteurs internes, on a apporté une contribution sur l'éclairage de certaines influences externes. En Algérie, la création "subie", envisagée et réalisée par nécessité vitale, pour échapper aux affres du chômage et pour se réinsérer socialement, représente une proportion très importante des statistiques annuelles de la création d'entreprises. Par ailleurs, la création d'entreprise "par hasard" est une réalité que connaissent bien les personnes qui se sont intéressées à la création d'entreprise.

Les interactions entre des variables personnelles et contextuelles complexifient le phénomène. Les facteurs contextuels et environnementaux jouent donc un rôle

primordial dans le déclenchement du processus entrepreneurial. Nous confirmons donc que l'intention de l'individu, prise comme facteur unique, ne permet pas toujours d'expliquer le passage à l'action. Nous avons montré l'influence de variables externes, venant modifier les perceptions de l'individu, mais pouvant contribuer également et directement au déclenchement du processus. Ceci nous encourage à mener une réflexion sur l'utilisation de ce concept d'intention. Par ailleurs, nous avons montré que l'intention évolue au cours du temps. Ceci doit donc nous pousser à conduire des recherches avec des perspectives dynamiques. Les modèles d'intention, statiques par nature, doivent donc être revisités afin de prendre en compte la dimension temporelle.

Concernant l'utilisation de l'intention, nous avons remarqué que la perception, par les acteurs, de ce concept est liée à leur position (entrepreneur, en cours de mise en œuvre d'un projet, intention entrepreneuriale déclarée ou non-intention). Une réflexion majeure doit donc s'ouvrir sur la mise en œuvre et la mesure de ce concept lors de recherches futures.

Nous avons vu aussi que, parfois, l'intention, à elle seule, peut déclencher le processus entrepreneurial. En réalité, le temps permet d'influer sur l'intensité de ce niveau d'intention. Nous avons mesuré ce concept d'intention à l'aide de trois antécédents à partir du modèle d'Ajzen (1991). Ces trois antécédents sont les attitudes associées au comportement, les normes sociales et la perception du contrôle comportemental. Même nous avons validé de façon statistique ce modèle d'intention et que les échelles utilisées se sont avérées pertinentes.

- Notre travail apporte une contribution à l'explication des facteurs décisifs du choix de parcours. De plus, les explications concernant l'enchaînement de ces facteurs permettent aux individus d'intégrer les situations auxquelles ils vont devoir faire face et donc permettre de mieux préparer leur orientation. Une meilleure connaissance de leur trajectoire de carrière et des facteurs influençant (positivement ou négativement) le comportement entrepreneurial peut aussi leur permettre de mieux se préparer à un éventuel acte entrepreneurial.

Les écoles, et donc le système de formation, sont également concernées dans la mesure où elles peuvent adapter leurs formations et leurs discours concernant les

possibilités de carrières. Les enseignants sont donc en tout premier intéressés. Nous avons montré l'importance des facteurs externes qui peuvent conduire un individu à déclencher un processus entrepreneurial sans volonté particulière. Les écoles doivent donc préparer leurs étudiants à ces situations. Il nous semble primordial que chaque individu ait un minimum de connaissances sur la création et la reprise d'entreprise. Ces actions de sensibilisation à l'entrepreneuriat nous paraissent essentielles. Les dirigeants des écoles et instituts nous semblent donc également concernés. Le contenu et l'organisation des études peuvent être modifiés. Le développement de l'esprit entrepreneurial nous apparaît aussi être un enjeu de taille. Les modalités d'enseignement doivent donc s'adapter à ces enjeux.

Les implications pratiques s'adressent également aux entreprises qui doivent manager les dirigeants et leur proposer des évolutions de carrière en adéquation avec leurs désirs et leurs attentes. Une carrière se prépare et se construit. Toute information sur ce sujet (problématiques, enjeux, évolutions possibles...) concerne directement les dirigeants d'entreprise. Nous apportons une connaissance supplémentaire sur les facteurs favorisant le démarrage d'un processus entrepreneurial. Les entreprises peuvent donc mieux appréhender leurs déterminants de carrière. Nous montrons que certains facteurs (insatisfaction au travail, volonté d'indépendance, désir de diriger...) sont directement liés à l'orientation entrepreneuriale.

Enfin, l'État et les institutions publiques sont directement concernés par l'entrepreneuriat. Avoir une meilleure compréhension du début du processus entrepreneurial et particulièrement des causes et antécédents déclenchant ce processus peut permettre de mieux prédire et accompagner les entrepreneurs potentiels. Le début du processus entrepreneurial semble mieux connu, il sera donc, lors de formation de sensibilisation, plus aisé d'expliquer les parcours des individus qui se lancent dans l'aventure de la création ou de la reprise d'entreprise.

## **2. Les limites de la recherche**

- La première limite est liée à la structure de notre échantillon. Sa taille restreinte ne nous permet pas d'aborder la notion de représentativité. L'objectif s'inscrit dans une perspective exploratoire afin d'expliquer la décision de déclenchement du processus

entrepreneurial. De plus larges études sur des échantillons plus vastes devront être conduites.

Nous soulignons encore une limite importante concernant la reprise d'entreprise. Ce travail avait pour objectif d'étudier le déclenchement du processus de création et de reprise d'entreprise. Nous n'avons pas pu mettre à jour de différences significatives entre le déclenchement d'un processus de reprise et d'un processus de création ex nihilo. Des recherches comparatives futures pourraient éclaircir ce point. Nous espérons ainsi pouvoir ouvrir une discussion fructueuse.

- Enfin dans notre recherche, nous n'avons pas mesuré le niveau d'intention de départ ainsi que son évolution. Nous avons vu que l'intention, dans certains cas, peut à elle seule déclencher le processus entrepreneurial. En fait, le temps joue un rôle primordial et peut augmenter ou au contraire diminuer le niveau d'intention. Mais, comment peut-on mesurer précisément ce niveau et son évolution ? Les réponses à apporter semblent être d'autant plus complexes et que chaque processus est différent pour chaque individu (temps, évolution...). Les individus réagissent différemment. Le même évènement peut avoir des conséquences différentes suivant le contexte et les représentations de l'individu.

### **3. Les voies de recherches futures**

En conclusion, notre recherche s'enrichirait de la comparaison de notre population avec d'autres individus au cours de leurs carrières.

Les différents processus de déclenchement identifiés doivent être testés avec d'autres types d'échantillons. Il serait enrichissant de choisir un échantillon en dernière année d'un cursus de formation et de pouvoir les suivre sur une période assez longue de façon à voir évoluer leur carrière. Ceci éliminerait certains biais identifiés ci-dessus quant à notre méthodologie.

Une perspective de recherche future serait également d'inscrire ce travail de façon longitudinale dans un contexte national afin de réaliser des études comparatives.

Il serait également intéressant de se concentrer sur les implications économiques et sociales des comportements entrepreneuriaux ou non des individus (développement de l'innovation, contribution à la lutte contre le chômage, dynamisation des entreprises). Ces

implications pourraient être ensuite comparées aux autres acteurs de la création ou de la reprise d'entreprise en Algérie. Un accent particulier pourrait aussi être mis sur le lien éventuel entre l'activité du projet de création d'entreprise et le mode de déclenchement.

Les pistes de recherche évoquées ci-dessus pourraient également être mises en œuvre auprès d'autres échantillons ; par exemple des diplômés de l'enseignement supérieur et de la formation professionnelle...

Enfin, nous pourrions rapprocher le déclenchement de l'aboutissement du processus entrepreneurial : la réussite d'un processus de création ou de reprise d'entreprise est-elle liée au cheminement intention /déclenchement ? En d'autres termes, si le déclenchement se réalise sous l'effet d'un fort niveau d'intention, le processus aboutit-il plus souvent (réussite du projet) ? Si le processus est déclenché suite à un déplacement positif, les probabilités de concrétisation du projet sont-elles plus fortes ? Et enfin, si le déclenchement s'opère à la suite d'un déplacement négatif, cela amoindrit-il les chances de réussite du projet ? Il nous semble que nous pourrions tester des hypothèses permettant d'établir un lien éventuel entre le mode de déclenchement et l'aboutissement du processus. Outre ces hypothèses, nous souhaiterions mieux comprendre les modalités permettant au processus d'évoluer de phase en phase avec une mise en perspective particulière du temps. Des recherches peuvent être effectuées en fonction de chaque processus de déclenchement.

De nombreuses pistes d'études comparatives s'ouvrent donc. Au-delà des perspectives que nous venons de présenter, les recherches sur le processus entrepreneurial et plus particulièrement sur son déclenchement sont nombreuses.

---

## **REFERENCES BIBLIOGRAPHIQUES**

---

## RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES

### I- LES OUVRAGES :

- 1- ABEDOU A, BOUYACOUB A, LALLEMENT M ET MADOUÏ M (Ouvrage Collectif), (2004), " Entrepreneur et PME : Approches algéro- françaises", L'Harmattan, Paris.
- 2- ABEDOU ABDERRAHMANE et al (2006), De la gouvernance PME/PMI, regards croisés France Algérie. Ed L'Harmattan, Paris.
- 3- ABRAHAMSSON, P. (2002), The role of commitment in software process improvement, Academic Dissertation, University of Oulu, Finland.
- 4- AJZEN, I., FISHBEIN, M. (1980), Understanding attitudes and predicting social behavior (Englewood Cliffs: Prentice Hall).
- 5- ALBERT, P., BERNASCONI, M., GAYNOR, L. (2003), Incubateurs et pépinières d'entreprises-Un panorama international, L'Harmattan.
- 6- ALDRICH, H (1999), Organization evolving, London: Sage Publications.
- 7- AMBLARD, H., BERNOUX, P., HERREROS, G., LIVIAN, Y.F. (2005), Les nouvelles approches sociologiques des organisations, Editions du Seuil, 3<sup>ème</sup> édition augmentée.
- 8- ANDERSON. J.R. (1990), Cognitive Psychology and its implications, New York: W.H. Freeman and Company.
- 9- ANASTASSOPOULOS, J.P., BLANC, G., NIOCHE, J.P., RAMANANSTOA, B. (1985), Pour une nouvelle politique d'entreprise : Contingence et liberté, Paris, Presse Universitaires de France.
- 10- BACHELARD. , YI, Y. (1968), La formation de l'esprit scientifique, contribution à la psychanalyse de la connaissance objective, Paris, J. Vrin.
- 11- BANDURA, A. (1986), The Social Foundations of Thought and Action, Englewood Cliffs: Prentice hall.
- 12- BARDIN, L. (2005), L'analyse de contenu, Eds .PUF, Le Psychologue, Juillet 2005.
- 13- BASSO, O., DORNIER, P.P., MOUNIER, J.P. (2004), Tu seras patron, mon fils-les grandes écoles de commerce face au modèle américain, Village Mondial, Pearson Education, France, 328 p.



- 14- BAUDELLOT, C., ESTABLET, R. (2000), *Avoir trente ans en 1968 et 1998*, Seuil, Paris.
- 15- BELLEY, A. (1990), *Les milieux incubateurs de l'entrepreneurship*, Fondation de l'entrepreneurship, Québec Canada, Deuxième édition 1990 .
- 16- BERNASCONI, M., MONSTED, M. et al. (2000) , *Les start-up high tech - Création et développement des entreprises technologiques* , Bernasconi , Monsted et al. (Eds), Dunod, 231 p.
- 17- BERNOUX, P. (2004), *Sociologie du changement dans les entreprises et les organisations*, Editions du Seuil, Septembre, 312p.
- 18- BLANCHET, A ., GOTMAN , A. (1992), *L' enquête et ses méthodes : L' entretien , sous la direction de F . de Singly , Nathan , Paris, 128p.*
- 19- BOUDON, R. (1998), *Au –delà du modèle du choix rationnel ?*, Les modèles de l'action, dirigé par Saint-Cernin, Pi cavet, Filleule et Demeulenaere, 21-49.
- 20- BOUFFARTIGUES, P., GRELON. A., GROUX, G., LAUFER, J., LIVIAN, Y.F. (2001) , *Cadres : La grande rupture, La Découverte, Recherches*, 348p.
- 21- BOURDIEU, P. (1992), *Réponses*, Paris, Seuil.
- 22- BOUTINET, J.P. (1993), *Anthropologie des conduites à projet*, Paris, PUF.
- 23- BRIECKMAN, P. (1987), *Commitment, conflict and caring*, Englewood Cliffs. NJ: Prentice Halle.
- 24- CABIN, P. (200), *Introduction générale, La sociologie-Histoire et idées*, Editions sciences Humaines, 362 p.
- 25- CAHIER, M. (1980) , *Les impatients ou la folie de créer*, Eds Robert Laffont, Paris , 305 p.
- 26- CANTILLON, R. (1755) , *Essai sur la nature du commerce en général*, Augustus M. Kelley, New York,1964 .
- 27- CASSON, M. (1982), *The entrepreneur: An economic theory*, Totowa, NJ: Barnes & Noble Books.
- 28- CYERT, R.M., MARCH, J.G. (1963), *A behavioral theory of the firm*, Englewood Cliffs: Prentice Hall.
- 29- COOPER, A.C. (1971), *Spin-offs and technical entrepreneurship*, IEEE Transactions of Engineering Management, EM 18 (1), February.
- 30- CROZIER, M., FRIEDBERG, E. (1977), *L'acteur et le système*, Paris, Editions du seuil, Points, Politique.

- 31- DANJOU, I. (2004), *Entreprendre : La passion d'accomplir ensemble*, Paris, Editions L'Harmattan /Dynamiques D'entreprise.
- 32- DERR, C.B., (1986), *Managing the New Careerist*, Jossey-Bass, San Francisco, CA.
- 33- DESCHAMPS. B, PATUREL, R. (2005), *Reprendre une entreprise...saine ou en difficulté*, Entrepreneurs, Dunod, 2<sup>ème</sup> éd., 264 p.
- 34- D'IRIBARNE, P. (1989), *La logique de l'honneur-Gestion des entreprises et traditions nationales*, Editions du seuil, 289 p.
- 35- DUBAR, C. (2000), *La crise des identités*, Paris, PUF.
- 36- DUPUY, J.P. (1982), *Ordres et désordres*, Editions du Seuil.
- 37- EVRRARD, Y., PRAS, B., ROUX, E., CHOFFRAY, J.M., DUSSAIX, A.M. (1997) ,*Market,études et recherches en marketing-Fondement, Méthodes*, 2<sup>ème</sup> édition, Paris : Nathan, 672 p.
- 38- FALQUE, L., BOUGON, B ; (2005), *Pratique de la décision-Développer ses capacités de discernement*, Dunaux, 209 p., ISBN2100487485.
- 39- FAYOLLE, A (2003), *Le métier de création d'entreprise*, Ed. D'organisation, 233 p.
- 40- FAYOLLE, A. (2005), *Introduction à l'entrepreneuriat*, Dunod, 128 p., ISBN210048411.
- 41- FAYOLLE, A., FILION, L.J. (2006), *Devenir entrepreneur-Des enjeux aux outils*, Village Mondiale, Pearson Education, 267 p.
- 42- FAYOLLE, A., HERNANDEZ, E.M. (2007), *Des avancées majeures dans les champs et toujours une grande diversité des situations*, Editorial, Gestion 2000, Mai- Juin (3), 15-23.
- 43- FEYERABEND, P. (1979), *Contre la méthode*, Paris,Le Seuil.
- 44- FIRKOLA,P.(2004), *Career research issues in Japan*, Econ. Jof Hokkaido unv., vol 33, 135-150.
- 45- FISHBEIN, M., AJZEN,I. (1975), *Belief, attitude, intention and behavior: An introduction to theory and research*. Reading, MA: Addison-Wesley.
- 46- GERARD, H.B. (1965), *Déviation, conformity and commitment*, In R.P. Steiner et M. Fishbein (Eds), *Current Studies in Social Psychology (263-277)*, New-York: Holt, Rinehart et Winston.
- 47- GERARD, J.K.JUTRAS, S. GRGEN, M.M., (1992), *Psychologie sociale*, Québec, Editions Etudes Vivantes.

- 48- GIDDENS, A. (1987), La constitution de la société-Éléments de la théorie de la structure, trad. Fr., Paris, PUF (1<sup>ère</sup> éd. 1984).
- 49- GOFFMAN, E. (1961), The moral career of the mental patient, In E. Goffman, Asylums, P.127, New York: Anchor Books.
- 50- GOODMAN, P.S. (2000), Missing organizational linkages: Tools for cross level research, Thousand Oaks, CA: Sage.
- 51- GRANOVETTER, M. (1994), Les institutions économiques comme constructions sociales : un cadre d'analyse, Eds, A. Orléans, L'analyse économique des conventions, Paris, PUF, 79-94.
- 52- GRANOVETTER, M. (2000), Le marché autrement, Essais, Paris, Descellé de Brouwer.
- 53- GRAWITZ, M. (1996), Méthodes des sciences sociales, Edition Dalloz, Paris, 10<sup>ème</sup>, 920p.
- 54- GUEGUEN, G ; (2001), L'administration des enquêtes par internet, IX<sup>ème</sup> Conférence Internationale de Management Stratégique (AIMS), Montréal, Canada.
- 55- HALL, D.T. et associés (1996), The career is dead. Long live the career. A relational approach to careers, Jossey-Bass Publishers, San Francisco.
- 56- HAMEL, J. (1997), Étude de cas et sciences sociales, Paris, L'Harmattan.
- 57- HERNANDEZ , E. M. (1999). Le processus entrepreneurial\_ Vers un modèle stratégique d' entrepreneuriat, L' Harmattan, 256 p.
- 58- HERNANDEZ, E. M. (2001), L'entrepreneuriat. Approche théorique, Paris , Editions L' Harmattan, 270 p.
- 59- HERNANDEZ.E.M, MARCO. L. (2006), Entrepreneur et décision : De l'intention à l'acte , Editions Eska, 190p.
- 60- HIRSCMAN, A. (1967), Développement projets observed , Washington, Brookings Institution.
- 61- HISRICH, R.D., PETERS, M.P. (1991), Entrepreneurship, Paris, Economica.
- 62- HOLSTI, O.R. (1969), Content analysis for the social sciences and humanities, Addison Wesley Publishing Company.
- 63- HOURQUET, P.G., ROGER, A. (2003), Les ingénieurs français et l'entrepreneuriat comme orientation de carrière, Cadres et entrepreneuriat : Mythes et réalités, n<sup>o</sup>3.
- 64- JOULE, R.V., BEAUVOIS, J.L. (2002), Petit traité de manipulation à l'usage des honnêtes gens, Presses Universitaires de Grenoble, 286 p.

- 65- KALIKA, M., (1991), De l'organisation réactive à l'organisation anticipative, *Revue Française de Gestion*, septembre-Décembre, 46-50.
- 66- KATZ, G., (1989), Intentions, hurdles, and start-ups: An analysis of entrepreneurial follow-through, *Frontiers of Entrepreneurship Theory research*, Wellesley, MA: Babson College.
- 67- KATZ, J. (1994), Modeling entrepreneurial career progressions: Concepts and considerations', *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol. 19 (2), 16 p.
- 68- KAUFMANN, J.C. (1996), L'entretien compréhensif, sous la direction de F. De Singe, Nathan, Paris, 128 p.
- 69- KIESLER, C.A. (1971), *The psychology of commitment*, New York, Academic Press.
- 70- KIRCHHOFF, B.A. (1991), Entrepreneurship's contribution to economics, *Entrepreneurship Theory and Practice*, 15, 93-112;
- 71- KIRZNER, I.M. (1979), *Perception Opportunity and Profit: Studies in the theory of Entrepreneurship*, University of Chicago Press, Chicago, II.
- 72- KIRZNER, I.M. (1997), Entrepreneurship discovery and the competitive market process: An Austrian approach, *Journal of Economic Literature*, 35, 60-85.
- 73- KNIGHT, F.H. (1921), *Risk, uncertainty and profit*, Washington D: Beard Books.
- 74- KOENIG, G. (1990), *Management stratégique*, Nathan.
- 75- KOENIG, G. (1993), Production de la connaissance et constitution des pratiques organisationnelles, *Revue de Gestion des Ressources Humaines*, 9 novembre, p. 4-17.
- 76- KOLVEREID, L. (1996a), Organization employment versus self-employment : Reasons for career choice intentions, *Entrepreneurship Theory and Practice*, 20 (3), 23-31.
- 77- KOLVEREID, L.(1996b), Prediction of employment status choice intentions, *Entrepreneurship Theory and Practice*, 21 (1), 47-57.
- 78- KRUEGER, N. F (1993), the Impact Prior Entrepreneurial Exposure on Perceptions of New Venture Feasibility and Desirability, *Entrepreneurship Theory and Practice*, 18 (1), 5-17.
- 79- KRUEGER, N. F (1997), Organizational Inhibitions: Perceptual Barriers to Opportunity Emergence, paper presented at the 42<sup>nd</sup> world conference, International Council for Small Business, San Francisco, 17 p.

- 80- KRUEGER, N. F., CARSRUD. A.L. (1993), Entrepreneurial intentions: Applying the Theory of Planned Behavior, *Entrepreneurship and Regional development*, 5, 315-330.
- 81- KRUEGER, N.F., BRAZEAL, D. (1994), Entrepreneurial potential entrepreneurs, *Entrepreneurship Theory and Practice*, 18 (3), 91-104.
- 82- KRUEGER, N. F., DICKSON, P (1993), perceived self efficacy and potential opportunity and threat, *Psychological reports*, 72, 1235-1240.
- 83- KRUEGER, N. F. & DICKSON, P (1993), How believing in Ourselves Increases Risk Taking: Perceived Self-Efficacy and Opportunity Recognition, *Decision Sciences*, 25 (3), p. 385-400.
- 84- LANSTROM, H. (1998), the roots of entrepreneurship research: the intellectual development of a research field, *Communication de la conférence RENT XII (Research in Entrepreneurship and Small Business) Lyon*, 26-27 November, 18 p.
- 85- LAROCHE, H., NIOCHE, J.P. (1994), 'approche cognitive de la stratégie d'entreprise, *Revue Française de Gestion*,99.
- 86- LASSERRE, H. (1989), *Le pouvoir de l'ingénieur*, Paris : Edition L'harmattan.
- 87- LEANA, C.R., FELDMAN, D.C. (1992), *Coping with job loss: How individuals, organizations and communities respond to layoffs*, New York: Lexington Books.
- 88- LEARNED, K.E. (1992), what happen before the organization? A model of organization formation, *Entrepreneurship Theory and Practice*, 17 (1), 39-48.
- 89- LEGRANND, M. (2006), Raconter son histoire, in *L'individu contemporain. Regards Sociologiques*, Eds Sciences Humaines, 345 p., 73-85.
- 90- LEMOIGNE, J.L. (1990), *La modélisation des systèmes complexes*, Paris, Dunod, 178 p.
- 91- LEMOIGNE, J.L. (1991), Sur les fondements épistémologiques de la science de la cognition : contribution de la systémique aux constructivismes, in *Systémique et Cognition*, Afcet Systèmes, Dunod, p.11-50.
- 92- LINAN, F. (2005), Development and validation of an entrepreneurial intention questionnaire (EIQ), 15<sup>th</sup> Internationalizing Entrepreneurship Education and Training Conference (INTENT), July, 14 p.
- 93- MAIR, J., NOBOA, E. (2005), How intentions to create a social venture are formed-a case study, Working Paper n°593, June, IESE Business School, Universidad de Navarra, 29 p.

- 94- MARCH, J.G., SIMON, H. A. (1964), *Organizations*, New-York, Wiley and sons, 1958 (trade. Fr., Dunod, (1964)
- 95- MAURICE, M., SELLEIR, F., SILVESTRE, J.J. (1982), *Politique d'éducation et organisation industrielle en France et en Allemagne*, Paris : PUF.
- 96- MARRY, C. (2001), *La féminisation de la profession d'ingénieur, en France et en Allemagne*, *Cadres : La grande rupture*, La Découverte, Recherches, 281-296, 348 p.
- 97- MARTINEAU, Y., WILS, T., TREMBLAY, M. (2001), *La multiplicité des ancrés des carrières chez les ingénieurs québécois : impact sur les cheminements et le succès de carrière*, Série scientifique CIRANO, Montréal, Avril 2001, ISSN1198è8177.
- 98- MARTINET, A.C. (1990), *Epistémologies et Science de Gestion*, Coordonné par A.C. Martinet, Paris, Economico (Eds).
- 99- MARX, K. (1965), *Œuvres, Economie*, 2<sup>ème</sup> vol., Coll. Pléiade, Paris, Gallimard.
- 100- MAYER, D., GARTNER, W.B. and VENKATARAMAN, S. (2000), *the research domain entrepreneurship*, *Entrepreneurship Division Newsletter*, 15, 6.
- 101- Mc CLELLAND, D. A. (1961), *the achieving society*, Princeton, D. Van Nostrand, P 512.
- 102- MENDRAS, H., ETIENNE, J. (1996), *Les grands auteurs de la sociologie: Tocqueville Marx, Durkheim, Weber*, Initial, Hatier, 190 p.
- 103- MESSEGHEM, K. (2006), *L'entrepreneuriat en quête de paradigme : apport de l'école autrichienne*, CIFEPM, Fribourg (Suisse), 25-26-27 octobre, 17 p.
- 104- MESSEGHEM, K., SAMMUT, S. (2007), *Processus entrepreneurial et pépinières d'entreprises : quand l'accompagnement conduit à l'isolement*, AIMS, XVIème conférence, Montréal, 6-9 juin 17 p.
- 105- MESSEGHEM, K., SAMMUT, S. (2007), *Poursuite d'opportunité au sein d'une structure d'accompagnement : entre légitimité et isolement*, *Gestion 2000*, 3, 65-81.
- 106- MEYER, j. P., ALLEN, N.J. (1997), *Commitment in the workplace: Theory, research, and application*, Sage Publications, 150 p.
- 107- MIDDLEL, C. (1993), *Le responsable de projet, portrait d'un home d'influence*, *Gestion 2000*, n°2.
- 108- MIGUET, G., OSTY, F. (2003), *Redéfinir la réussite : Observations sur les formes plurielles de carrières d'ingénieurs, Cadres et Entrepreneuriat : Mythes et Réalités*, n°3.

- 109- MINTZBERG, H., (1979), An emerging strategy of 'direct' research, *Administrative Science Quarterly*, 24, 582-589.
- 110- MINTZBERG, H., RAISINGHANI, D., THEORET, A. (1976), the structure of "unstructured" decision processes, *Administrative Science Quarterly*, vol. 21 (2), 246-275.
- 111- MITCHELL, R. K., BUSENTZ. L., LANT, T., Mc DOUGALL, P.P., MORSE, E. A. and SMITH, J.B. (2000), toward a theory on entrepreneurial cognition: rethinking the people side of entrepreneurship research, *Entrepreneurship Theory and Practice*, 27 (2), 93-104.
- 112- MOREAU, R. (2006), Quelle stabilité pour l'intention entrepreneuriale ?, 8<sup>ème</sup> Congrès International Francophone en Entrepreneurial et PME (CIFEPME), 25/26/27 Octobre 2006, Fribourg (Suisse), 18 p.
- 113- MOREAU, F., BERNASCONI, M. (2004), La temporalité comme critère différenciateur des modes de développement des jeunes entreprises innovantes à fort potentiel de croissance, *Gestion* 2000, 2, 107-124.
- 114- MORIN, E. (1984), Peut-on concevoir une science de l'autonomie ?, in *L'auto-organisations*, Colloque de Sérisy, Editions du Seuil, p. 317-325.
- 115- MORIN, E. (1991), *La méthode 4-Les idées*, Editions du Seuil.
- 116- MORIN, E. (1989), *Diriger dans la complexité*, Colloque du 9 mars 1989, *Entreprise et Progrès* Juin 1989.
- 117- MORIN, E. (1990), *Introduction à la pensée complexe*, Paris, ESF Editeur.
- 118- MORIN, E. (1995), *Vers un nouveau paradigme*, *Sciences Humaines*, n°47, Février 1995, 20-23.
- 119- MORISSETTE, D., GRINGAS, M. (1989), *Enseigner des attitudes ? : Planifier, intervenir, évaluer*, Collection universitaires, E., Bruxelles : De Boeck Université.
- 120- MULLINS, J.W., FORLANI, D., WALKER Jr, O.C. (1999), the effects of organizational and decision-maker factors on new risk product risk taking: An exploratory study, *J. Prod. Innov. Manag.*, 16 (3), 282-294.
- 121- MUSTAR, P. (1994), *L'entrepreneur Schumpetérien a t-il jamais existé? Gérer et Comprendre*, 30-37.
- 122- NEUFELDT, V., SPARKS, A.N. (1995), *Webster's new world compact school and office dictionary*, New York: Wiley.
- 123- PENROSE, E.T. (1980), *the theory of the growth of the firm*, Oxford, Basil Blackwell (1ère ed. 1959, trad. Française, 1963).

- 124- PETERS, T.J., WATERMAN, R.H. Jr (1982), In search of excellence, New York: Happen and Row.
- 125- PETTIGREW, A. (1992), the character and significance of strategy process research, Strategic Management Journal, vol. 13, 5-16.n
- 126- PIAGET, J. (1926), La représentation du monde chez l'enfant, rée, Paris, PUF, 1976.
- 127- PIAGET, J. (1967), Logique et connaissance scientifique. Paris : Gallimard.
- 128- POCHIC, S. (2000), L'honneur des cadres à l'épreuve du chômage, Convention IRES/CFE-CGC, novembre.
- 129- REITTAN, B. (1996), Entrepreneurial intentions- A combined models approach, Paper presented at the 9<sup>th</sup> Nordic Small Business Research Conference, Lillehammer, Norway.
- 130- REITTAN, B. (1997), Where do we learn that entrepreneurship is feasible, desirable and/or profitable?-a look at the processes leading to entrepreneurial potential, Paper presented at the USASBE/ICSB World Conference, 21-24 Jun, San Francisco (California), 19 p.
- 131- ROBIN, J.Y. (1994), Radioscopie de cadres. Itinéraire professionnel et biographie éducative, Paris : Editions de l'Harmattan, 188 p.
- 132- ROBINSON, P.B., STIMPSON, D.V., HUEFNER, J.C. and, HUNT, H.K. (1991), An attitude approach to the prediction of entrepreneurship, Entrepreneurship Theory and Practice, 15 (4), 13-31.
- 133- ROKEACH, M. (1973), the Nature of Human Values, New-York: Free Press.
- 134- ROYER, I. (1996), L'escalade de l'engagement dans le développement de produits nouveaux, Recherche et Applications en Marketing, 11 (3), 7-22.
- 135- RYNES, S.L., TOLBERT, P.S., STRAUSSER, P.G. (1988), Aspirations to manage : A comparison of engineering student and working engineers, Journal of Vocational Behavior, 32, 239-253.
- 136- SAPORTA, B., VERSTRAETE, T. (2000), Réflexions sur l'enseignement de l'entrepreneuriat dans les composantes en sciences de gestions dans les universités françaises, Gestion 2000, Mai-Juin, 97-121.
- 137- SCHEIN, E.H. (1978), Career Dynamics: Matching individual and organizational needs, Reading, MA. : Addison-Wesley.
- 138- SCHEIN, E.H. (1983), Role of founders in creating organizational culture, Organizational dynamics, 12, 3-28.



- 139- SCHEIN, E.H. (1990), *Career anchors: Discovering your real values*, San Diego, CA: Pfeiffer and Company.
- 140- SCHEIN, E.H. (1994), what is an entrepreneur, *Entrepreneurship Theory and Practice*, winter, vol. 19, Issue 2, 87-88.
- 141- SCHERER, R.F., ADAMS, J.S., CARLEY, S.S., and WIEBE, F.A. (1989), Role model performance effects on development of entrepreneurial career preference, *Entrepreneurship Theory and Practice*, 13 (3), 53-71.
- 142- SCHUMPETER, J. (1935), *Théorie de l'évolution économique*, Paris, Dalloz.
- 143- SECORD, P.F. BACKMAN, C.W. (1974), *Social Psychology*, New Jersey: McGraw-Hill.
- 144- SERVAIS, O. (2004), Dispositions et détermination de l'action dans la théorie de la régulation, *Cahiers d'épistémologie*, 321<sup>ème</sup> numéro, n° 2004-09, 48 p.
- 145- SEXTON, D.L., BOWMAN, N. (1985), the entrepreneur: A capable executive and more *Journal of Business Venturing*, 1(1), 129-139.
- 146- SHANE, S. (2000), Prior knowledge and the discovery of entrepreneurial opportunities, *Organization Science*, 11, 448-469.
- 147- SHAPERO, A. (1975), the displaced, uncomfortable entrepreneur, *Psychology today*, 9 (November), 83-88, 133.
- 148- SHAPERO, A., SOKOL, L. (1982), the dimensions of entrepreneurship,, in C. Kent, D. Sexton, & K. Vesper (EDS), *Encyclopedia of entrepreneurship*, Englewood Cliffs, N.J.: Prentice-Hall.
- 149- SHEPHERD, A. (1997), Entrepreneurial attitudes and intentions of career decision makers, *USASBE*, 21-24 juin, San Francisco (California), 13 p.
- 150- SHEPHERD, A., KRUEGER, N.F. (2002), An intentions- based model of entrepreneurial teams 'social cognition, *Entrepreneurship Theory and Practice*, winter 2002, 167-185.
- 151- SILVESTRE, J.J (1990), Systèmes hiérarchiques et Analyse sociétale, *Revue Française de Gestion*, N°77, 107-115.
- 152- SIMON, H.A. (1960), *The New science of management decision*, News-Yor, Harper & Row.
- 153- SIMON, H.A. (1976), De la rationalité substantive à la rationalité procédurale , in *Method and appraisal in Economics*, S.J. Latsis Editor , trad. Ernst & Miermont, 129-148.

- 154- SMITH, A. (1776), Recherche sur la nature et les causes de la richesse des nations , W. Strahan and T.Cadell, Londres.
- 155- SPENDER, J.C. (1994), Workplace knowledge : the individual and collective dimensions, 2<sup>nd</sup> international workshop on managerial and organizational cognition , Brussels .
- 156- STEVENSON, H.H. (1985), A new paradigm for entrepreneurial management ,In J. Kao, & H. S tevenson (Eds ), Entrepreneurship : What it is and how to teach it . Boston: Harvard Business School.
- 157- STEVENSON, H .H (2000), Why entrepreneurship has won , coleman white Paper, USASBE Plenary Adress, 17 février, 8 p.
- 158- STRONG , K.C. (1992) A cognitive model of downstructuring strategy, Unpublished doctoral dissertation : University of Colorado, Boulder.
- 159- SUTTON, S. (1998), Predicting and explaining Intentions and Behavior : How Well Are We Doing?, Journal of applied Social Psychology ,28 (15), 1317- 1338.
- 160- TKACHEV, A. & KOLVEREID, L.(1999), Self-employment intentions among Russian students ,Entrepreneurship & Regional development , 11,p. 269-280.
- 161- THIETART.R.A. (2003), Methodes de recherché en management. 2<sup>nde</sup> edition, Dunod, 537 p.
- 162- THOM,R. (1980). Modèles mathématiques de la morphogènèse, Christian Bourgeois éditeur, Nouvelle edition revue et augmentée.
- 163- THORNTON,P.H.(1999), The sociology of entrepreneurship, Annual Review of Sociology, 25,19-46.
- 164- TREMBLAY, M., WILS, T., PROULX,C.(1995), Etude des determinants de l'orientation de carrière chez une population d'ingegnieurs , Actes du 6<sup>ème</sup> congrès de l'AGRH, Poitiers : IAE de Poitier , 530-540.
- 165- USUNIER,J.C., EASTERBY-SMITH, M., THORPE,R. (2000), Introduction à la recherché en gestion, Economica, 2<sup>nde</sup> edition, 271 p.
- 166- VALLERAND,R.J. (1994). Les fondements de la psychologie sociale, (sous la direction de ) Gaetan Morin, 888 p.
- 167- VENKATARAMAN, S. (1997), The distinctive domain of entrepreneurship research:
- 168- An editor's perspective , In J. Katz & R. Brockhaus (Eds) , Advances in entrepreneurship, firm emergence, and growth, Greenwich, CT: JAI Press, 119-138.
- 169- VERIN,H . (1984), Le mot: ingénieur, Culture technique, N°12, Mars, Paris, 19-27.

- 170- VERSTRAETE, T. (1999), *Entrepreneuriat : Connaitre l'entrepreneur, comprendre ses actes*,
- 171- Paris, L'Harmattan /Economie et innovation, 207 p. VERSTRAETE. T. (2002), *Essai sur la singularité de l'entrepreneuriat comme domaine de recherche*, Les Editions de l'ADREG, Janvier 2002.
- 172- VERSTRAETE, T. (2006) , *A la recherche des sciences de gestion*, Actes du congrés de IAE, Montpellier, Avril 2006, 20 p.
- 173- VERSTRAETE, T., FAYOLLE, A. (2004) , *Quatre paradigmes pour cerner le domaine de recherche en entrepreneuriat*, 7<sup>ème</sup> CIFEPME, Montpellier ,27-29 octobre.
- 174- VERSTRAETE, T ., FAYOLLE, A. (2005), *Paradigmes et entrepreneuriat* , *Revue de l'entrepreneuriat* , 4(1), 33-52.
- 175- VERSTRAETE, T., SAPORTA, B. (2006), *Création d'entreprise et entrepreneuriat*, Editions de l'ADREG, Janvier, 518 p.
- 176- VESPER, K.H. (1982) , *Introduction and summary of entrepreneurship research*, in *Encyclopedia of entrepreneurship*, C.A. Kent , D.L. Sexton et K.H. Vesper, Prentice Hall, Englewood Cliffs, New Jersey, 31-38.
- 177- VESPER, K. (1989). *When's the big idea*, *Frontiers of Entrepreneurship Research*, Babson College, 334-343;
- 178- WALKER, J.W. (1980), *Human Resource Planning* , New York : McGraw-Hill.
- 179- WEBER, M. (1922/1971), *Wirtschaft and Gesellschaft*, Tubingen, J.C.B Mohr; trad. Fr., *Economie et société*, Paris, Plon.
- 180- WEBER. M. (1965), *Essais sur la théorie de la science*, Paris, plon.
- 181- WEICK, K. (1979), *The social psychology of organizing*, 2<sup>nd</sup> edition (Reading MA: Addison-Wesley).
- 182- WEICK ,K. (1996), *Enactement and the boundaryless career : Organizing as we work*, in Arthur M.B. et Rousseau D.M.(eds), *The boundaryless career, a new employment principle for a new organizational era* , Oxford University Press, New York, 40-57.
- 183- ZACHARAKIS, A.L., DALE MEYER, G (2000). *The potential of actuarial decision models : can they improve the venture capital investment decision ?*, *Journal of Business Venturing*, 15(4), 323-346.

## II- ARTICLES ET COMMUNICATIONS :

- 1- AMES, M., RUNCO, M.A. (2005), Predicting entrepreneurship from ideation and divergent thinking, *Creative and Innovation Management*, 14 (3), 311-315.
- 2- ALVESSON, M. (1999), The meaning and meaninglessness of postmodernism: Some ironic remarks, *Organization Studies*, vol.16, n°6, 1047-1075.
- 3- ANCONA, DG. GOODMAN, P.S., LAWRENCE, B.S., TUSHMAN, M.L. (2001), Time: A new research lens, *Academy of Management Review*, vol.26 (4), 645-663.
- 4- ALBOUY, V., WANECQ, T. (2003), Les inégalités sociales d'accès aux grandes écoles, *Economie et statistique*, n°361, p.27-45.
- 5- AJZEN, I., FISHBEIN, M. (2000), Attitudes and the Attitude-Behavior Relation: Reasoned and Automatic Processes, in W. Stroebe & M. Hewstone (Eds), *European Review of Social Psychology*, John Willey & Sons.
- 6- ALBERT, P. (1998), Pourquoi la France a du mal à produire des entrepreneurs, *L'entreprise*, Mars, n°150, p92-94.
- 7- AJZEN, I. (1985), From intentions to actions: A theory of planned behavior, In J. Kuhl & J. Beckmann (Eds), *Action-Control: From cognition to behavior*, p.11-39, Heidelberg : Springer
- 8- AJZEN, I. (1987), Attitudes, traits, and actions: Dispositional prediction of behavior in social psychology, *Advances in Experimental Social Psychology*, 20, p.1-63.
- 9- AJZEN, I. (1991), The theory of planned behavior, *Organizational Behavior and Human Decision*, 50, p.179-211.
- 10- AVENIER, M.J.(1989), Méthodes recherche de terrain et recherche en management stratégique, *Economies et Sociétés, série sciences de gestion*, 14, 199-218 .
- 11- AJZEN, I. (2002), Perceived Behavioral Control, Self-Efficacy, Locus of Control ,and the theory of Planned Behavior, *Journal of Applied Social Psychology*, 32, p.1-20.
- 12- AUTIO, E. & KEELEY, R.H & KLOFSTEN, M.& ULFSTEDT, T.(1997), Entrepreneurial intent among students :Testing an intent model in Asia, Scandinavia, and USA, *Frontiers of Entrepreneurship Research*, p. 133-147.
- 13- AUDET, J. (2004) A longitudinal study of the entrepreneurial intentions of university students, *Academy of Entrepreneurship Journal*, 10 (1-2), 3-16.
- 14- AUDET, J. (2003), L'intention de créer sa propre entreprise : in désir bien ancré en soi ou un état d'âme passager ?, Conférence de L'Association des sciences Administratives du Canada (ASAC), Halifax, Canada.

- 15- AURIFELLE, J.M., HERNANDEZ, E.M. (1991), Detection du potentiel entrepreneurial d'une population étudiante, *Economies et Sociétés, série Sciences de Gestion*, 17 p.
- 16- BADURA, A. (1977), Self-efficacy: Toward a unifying theory of behavior change, *Psychological Review* , 84, p. 191-215.
- 17- BAGOZZI, R. , YI, Y.(1989) ,The degree of intention formation as a moderator of the attitude-behavior relationship, *Social Psychology Quarterly*, 52, 266-279
- 18- BANDURA, A. (1988), Organizational applications of social cognitive theory, *Australian Journal of Management*, 13(2),275-302.
- 19- BANDURA, A. (1991), Social-cognitive theory of self regulation, *Organizational Behavior and Human Decision Processes* ,50, 248-287.
- 20- BANDURA, A.(1982), self-efficacy mechanism in human agency, *American Psychologist*, 37,p. 122-147
- 21- BARBOSA, S.D., KICKUL, J. (2007), Differing Pathways to Intentionality : The Role of Cognitive Style and Risk Propensity, Papier présenté a la 4<sup>th</sup> AGSE International Entrepreneurship Research Exchange Conference, Brisbane Graduate School of Business, Queensland University of Technology, Brisbane, Queensland , Australie, 6-9 fevrier 2007
- 22- BARDON, RA . (1998), Cognitive mechanisms in entrepreneurship: why and when entrepreneurs think differently than other people, *Journal of Business Venturing*, 13(4), July, 275-294.
- 23- BOISSIN, J.P., CHOLLET, B., EMIN, S. (2005), Les croyances des étudiants envers la création d'entreprise : un état des lieux, 4<sup>ième</sup> congrès de l'Académie de l'Entrepreneuriat, Novembre, 20 p.
- 24- BOUCHIKHI, H., KIMBERLY, J.R. (1994), De la libre entreprise à la libre personne, *Expansion Mangement Review*, 94,6-14.
- 25- BARDON, R.A., WARD,T.B. (2004), Expanding entrepreneurial cognition's toolbox: Potential contributions from the field of cognitive science , *Entrepreneurship Theory and Practice*,553-573.
- 26- BARLEY, S., ORR, J. (1997), *Between Craft and Science, Technical Works in US Settings*, Cornell University Press, ILR Press, Ithaca and London.
- 27- BAUCUS, D.A., HUMAN, S.E. (1994), Second career entrepreneur: A multiple case study analysis of entrepreneurial processes and antecedent variables, *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol.19 (2), 41-71.

- 28- BAUMOL, W .J. (1993), Formal entrepreneurship theory in economics: existence and bounds, *Journal of Business Venturing*, Vol. 3, pp. 197-210.
- 29- BAYAD, M., NEBENHAUS, D. (1994), Recherches sur la GRH en PME : proposition en vue d'un modèle théorique, *Actes du 5<sup>o</sup> congrès de L'AGRH*, Montpellier, 235-242.
- 30- BEAUVOIS J.L., JOULE, R.V. (1981), *Soumission et idéologies*, Psychologie de la rationalisation Paris, Presses Universitaires de France.
- 31- BERNASCONI, M. (2003), L'entrepreneur en action, contextes et pratiques, *Conférence AIRPME*, 23-24 Octobre 2003, Agadir (Maroc), 22p.
- 32- BECKER, H.S. (1960), Notes on the concept of commitment, *American Journal of Sociology*, 66, 32-40.
- 33- BEGLEY, T.M., BOYD, D.P. (1987), Psychological characteristics associated with performance in entrepreneurial firms and smaller businesses, *Journal of Business Venturing*, 2, P79-93.
- 34- BERNASCONI, M., MOREAU, F. (2005) , From forecast to realisation-a systemic approach to understanding the evolution of high-tech start-ups, in *Entrepreneurship Research in Europe – Outcomes and Perspectives*, Fayolle , Kyro and Ulijn (Eds), 174-192, 366p.
- 35- BHAVE, M.P. (1994), A process model of entrepreneurship venture creation , *Journal of Business Venturing*, 9,223-242.
- 36- BIRD,B. (1988), Implementing entrepreneurial ideas: The case of intentions, *Academy of Management Review*, 13 (3), 442-453.
- 37- BIRD , B. (1992), The operation of intention in time : The emergence of the new venture , *entrepreneurship Theory and Practice* , 17 (1) , 11-20.
- 38- BIRD, B., JELINEK, M. (1988) , The operation of entrepreneurial intentions , *Entrepreneurial , Theory and Practice*, 88, 21-29.
- 39- BLOODGOOD, J.M., SAPIENZA, H.J., CARSRUD, A.L. ( 1995), The dynamics of new business start-ups : person, context, and process, *Advances in Entrepreneurship, Firm Emergence, And Growth*, Volume2, JAI Press Inc., p. 123-144.
- 40- BOYD, N.G., VOZIKIS, G.S. (1994), The influence of self-efficacy on the development of entrepreneurial intentions and actions, *Entrepreneurship Theory and Practice*, 18 (4), 63-77.
- 41- BOUDON, R. (1994), Le 'paradoxe du vote 'et la théorie de la rentabilité, *Revue Française de sociologie*, 38 (2), 217-227.

- 42- BOUCHIKHI, H (1993), A constructivist framework for understanding entrepreneurship performance, *Organization Studies*, 14 (4), 549-570.
- 43- BRAND, M. (1984), *Intending and acting*, New York: Free Press.
- 44- BRANNBACK, M., CARSRUD, A., KICKUL, J., KRUEGER, N. (2007), 'Watch out, Isaac!!'- Re -constructing entrepreneurial intentions, Papier présenté à la 4<sup>th</sup> AGSE International Entrepreneurship Research Exchange Conférence, Brisbane Graduat School of Business, Queensland University of Technology, Brisbane, Queensland, Australie, 6-9 février 2007
- 45- BROCKHAUS, P. (1986), The psychology of the entrepreneur, in D.L.Sexton and R. W. Similar , *the Art and Science of Entrepreneurship*, Cambridge, Mass : Ballinger Publishing, 49-63.
- 46- BROCKHAUS, R.H. (1987), Entrepreneurial folklore, *Journal of Small Business Management*, 25, 1-6
- 47- BRECHET, J.P. (1994), Du projet d'entreprendre au projet d'entreprise, *Revue Française de Gestion*, 99, -5-13.
- 48- BRUYAT, C., JULIEN, P.A. (2001), Defining the field of research in entrepreneurship, *Journal of Business Venturing*, 16, 165-180.
- 49- BUCHANAN, L., O'CONNELL, A. (2006), A brief history of Decision Making, *Havard Business Review*, January , Vol. 84, N°1, 33-41, 136p.
- 50- BUSENITZ, L.W., LAU, C. (1996), A cross cultural cognitive model of new venture creation, *Entrepreneurship Theory and Praticce*, 20(4), 25-39.
- 51- BYGRAVE, W .D. (1989 a), The entrepreneurship paradigm (I): A philosophical look at its research methodologies, *Entrepreneurship Theory and practice*, 14 (1), 7-26.
- 52- BYGRAVE, W.D. (1989b), The entrepreneurship paradigm(II) : chaos and catastrophes among quantum jumps? *Entrepreneurship Theory and Praticce* , 14 (2), 7-30.
- 53- BYGRAVE, W. D ., HOFER, C. W. (1991), Theorizing about entrepreneurship, *Entrepreneurship Theory and Practice*, 13-22.
- 54- COOPER, A.C., WOO, C.Y., DUNKELBERG, W.C. (1989), E entrepreneurship and the initial size of firms, *Journal of Business Venturing*, 4 (5), 317-332.
- 55- CROMIE, S. (1987), Motivations of aspiring male and female entrepreneurs, *Journal of Occupational Behavior*, 8 (3), 251-261.

- 56- COSSETE, P. (1997), Cognition as a research object in the scientific literature on small business and entrepreneurship, USASBE Annual National Conference, San Francisco, California, June 1997.
- 57- DANY, F. (2001), La carrière des cadres à l'épreuve des dispositifs de gestion, Cadres : La grande rupture, La Découverte, Recherches, 207-219, 348 p.
- 58- DANY, F., LIVIAN, Y. F. (1991), Quelles carrières pour les cadres diplômés à l'horizon 2010 ?, Futuribles, juin, 3-16.
- 59- DAVIDSSON, P. (2003), The domain of entrepreneurship research : Some suggestions, in J. Katz and D Shepherd (EDS), Advances in Entrepreneurship, Firm Emergence and Growth (vol. 6), Greenwich, CT : JAI Press
- 60- DAVIDSSON, P. (2005), Method in the study of start-up processes, in Entrepreneurship Research in Europe-Outcomes and Perspectives, Fayolle, Kyro and Ulijn Eds, Edward Elgar, 35-54, 366 p.
- 61- DAVIDSSON, P., LOW, M. B., WRIGHT, M. (2001), Editor's introduction: Low and MacMillan ten years on: achievements and future directions for entrepreneurship research, Entrepreneurship Theory and Practice, 25 (4), 5-15.
- 62- DAY, C. R. (1978), the making of mechanical engineers in France, The ecoles des Arts et Métiers: 1803-1914, French Historical studies, vol. 10 (3), 439-460.
- 63- DE GAULEJAC, V. (2006), Histoires de vie- Héritage familial et trajectoire sociale, in L'individu contemporain. Regards sociologiques, Eds Science Humaines, 345 p., 87-94.
- 64- DUBE, L., JODOIN, M., KAIROUZ, S. (1997), Development and validation of three factor model of commitment, From dynamic to, personal disposition, Manuscrit soumis pour publication, University de Montréal.
- 65- DUPREZ, J. M., GRELON, A., MARRY, C. (1991), Les ingénieurs des années quatre-vingt-dix : mutations professionnelles et identité sociale, Sociétés contemporaines, n°6, 41-64
- 66- DELMAR, F. (2005), The entrepreneurial process : emergence and evolution of new firms in the knowledge-intensive economy, in Entrepreneurship Research in Europe-Outcomes and Perspectives, Fayolle, Kyro and Ulijn Eds, Edward Elgar, 55-79, 366 p.
- 67- DENNIS, W. I., Jr. (1996), Self-Employment: When nothing else is available?, Journal of Labor Research, 17, 645-661.
- 68- DYER, W.G., Jr. (1994), Toward a theory of entrepreneurial careers, Entrepreneurship Theory and Practice, Winter, vol.19, n°2, 7-21.



- 69- EISENHARDT, K.M. (1989), Building theories from case study research, *Academy of Management Review*, 14 (4), 532-550.
- 70- DAVIDSSON, P. (1991), Continued entrepreneurship: ability, need and opportunity as determinants of small firm growth, *Journal of Business Venturing*, 6 (6).
- 71- DAVIDSSON, P. (1995), Determinants of entrepreneurial intentions, Paper presented at the RENT IX conference, workshop in Entrepreneurship research, Piacenza, Italy, November 23-24.
- 72- FAYOLLE, A., GAILLY, B. (2004), using the theory of planned behavior to assess entrepreneurship teaching programs: A first experimentation, *INTENT 2004 Conference*, Napoli (Italy), 4-7 July.
- 73- FAYOLLE, A., DEGEORGE, J.M. (2007), Création d'entreprise et théories psychosociales de l'engagement : Une approche exploratoire, *Gestion 2000*, 4, 95-112.
- 74- FONROUGE, C. (1999), Formation des créateurs d'entreprise à la stratégie : pour une description des facteurs cognitifs agissant à chaque étape de la décision, *Actes du 1<sup>er</sup> congrès de l'Académie de l'Entrepreneuriat*, Coorg. Fontaine, Saporta, Verstraete, Novembre 1999, 192-200.
- 75- FAYOLLE, A. (2002a), Quelques idées et suggestions pour étudier le processus entrepreneurial, *La Revue des Sciences de Gestion*, 200, p. 15-31.
- 76- FAYOLLE, A. (2002b), Les déterminants de l'acte entrepreneurial chez les étudiants et les jeunes diplômés de l'enseignement supérieur français, *Gestion 2000*, 4, p. 61-77.
- 77- FAYOLLE, A. (1994), La trajectoire de l'ingénieur entrepreneur, *Revue Française de Gestion*, 101, 113-124.
- 78- FAYOLLE, A. (2004a), Entrepreneuriat, de quoi parlons-nous ?, *Expansion Management Review*, 114, Septembre, p. 67-74.
- 79- FAYOLLE, A. (2004b), A la recherche du cœur de l'entrepreneuriat : vers une nouvelle vision du domaine, *Revue Internationale PME*, 17 (1), p. 101-121.
- 80- FAYOLLE, A., ULJN, J., DEGEORGE, J.M. (2005), the entrepreneurial and innovative orientation of French, German and Dutch engineers: The proposal of a European context based upon some empirical evidence from two studies, in *Entrepreneurship Research in Europe- Outcomes and Perspectives*, Fayolle, Kyrö and Ulijn (Eds), 227-253, 366 p.

- 81- FELDMAN, D., C., BOLINO. M.C. (1997), Careers within careers: Reconceptualizing the nature of careers anchors and their consequences, *Human Resource Management Review*, 6 (2), 89-112.
- 82- FELDMAN, D., C., BOLINO. M.C. (2002), Careers patterns of the self- employed: Careers motivations and career outcomes, *Journal of Small Business Management*, July, 53-67.
- 83- FERFERA M.Y, SOUIDI R, AKROUF T. (2000)," les entrepreneurs, le territoire et la création d'entreprise : enquête à Boghni ".*In Revue du CREAD*, n° 51, Alger.
- 84- FESTINGER, L. (1957), *A theory of cognitive dissonance* Stanford, Stanford University Press.
- 85- FESTINGER, L. (1964), *Conflict, decision and dissonance*, Stanford. CA: Stanford University Press.
- 86- FILION, L.J,(1997), le champ de l'entrepreneuriat :historique, évolution, tendances, *Cahier de Recherche n°97.01*,HEC Montreal, 36p.
- 87- FORBES, D.P (1999), Cognitive approaches to new venture creation, *International Journal of Management review*, 1(4), 415-439.
- 88- FORBES, D.P (2005), Are some entrepreneurs more overconfident than others? *Journal of Business Venturing*, 20,623-640.
- 89- FORLANI, D., MULLINS, J.W. (2000), Perceived risks and choices in entrepreneurs' new venture decisions, *Journal of Business Venturing*; 15 (4), 305-322.
- 90- FREYSSINET, J. (1991), Trois années de croissance forte de l'emploi en France 1988-1990, *Revue de L'IRE*S, n°,29-58.
- 91- FRICKEY, A., PRIMON, J.L. (2001), Du diplôme à, l'emploi : Des inégalités croissantes, in *Cadres : La grande rupture, La Découverte, Recherches*, 163-187, 348 p.
- 92- GAILLY, B. (2006), Can you teach entrepreneurs to write their business plan? An empirical evaluation of business plan competitions, in *International Entrepreneurship Education- Issues and Newness*, Falloye and Klandt (Eds), 133-154, 306 p.
- 93- GARTNER, W.B., CARTER, N. (2003), Entrepreneurial behavior and firm organizing processes, in A.Z.J. and D. B. Audretsch (eds), *Handbook of Entrepreneurship Research*, Dordrecht, NL: Kluwer.
- 94- GARTNER, W.B. (1985), A conceptual framework for their business plan describing the phenomenon of new Venture creation, *Academy of Management Review*, 10,696-706.

- 95- GARTNER, W.B. (1988), 'Who is an entrepreneur?' Is the wrong question, *American Journal of Small business*, 12 (4), 11-32.
- 96- GARTNER, W.B. (1990), what are we talking about when we talk about entrepreneurship? *Journal of Business Venturing*, 5, 15-28.
- 97- GARTNER, W.B. (1993), Words lead to deeds: towards an organizational emergence vocabulary, *Journal of Business Venturing*, 8 (3), 231-239.
- 98- GATTIKER, U.E., LARWOOD, L. (1986), Subjective career success: A study of managers and support personnel, *Journal of Business and Psychology*, 1 (2), 78-84.
- 99- GARTNER, W.B. (1989), Some suggestion for research on entrepreneurial traits and characteristics, *Entrepreneurship Theory and practice*, 14 (1), 27-37.
- 100- GARTNER, W.B., SHAVER, K.G., GATEWOOD, E., and KATZ, J.A. (1994), Finding the entrepreneur in entrepreneurship, *Entrepreneurship Theory and Practice*, 19 (3), 5-9.
- 101- IFOURAH, H., KAÏD TLILANE, N. (2007), Impact de l'étude de marché sur la création d'entreprises, communication lors d'un colloque international 'Entrepreneuriat et innovation dans les pays en voie de développement', 13 et 14 novembre, université Khemis Miliana, Algérie.
- 102- IFOURAH, H., KAÏD TLILANE, N. (2008), Particularités de démarrage d'activités nouvelles en Algérie : aléas, contraintes et processus, communication lors d'un colloque international 'L'entrepreneuriat et développement territorial et rural', 03 et 04 décembre, université Tlemcen, Algérie.
- 103- IFOURAH, H., KAÏD TLILANE, N. (2008), Particularités de démarrage d'activités nouvelles en Algérie : aléas, contraintes et processus, cahiers du MECAS, n°4, Tlemcen, Algérie, P.130-139.
- 104- MULLINS, J.W., FORLANI, D. (2005), missing the boat or sinking the boat: a study of new venture decision making, *Journal of Business Venturing*, 20, 47-69.
- 105- MOWDAY, W.H. (1998), Reflections on the study and relevance of organizational commitment, *Human Resource Management Review*, 8 (4), 387-401.
- 106- Mc MULLEN, J.S., SHEPHERD, D.A. (2006), Entrepreneurial action and the role of uncertainty in the entrepreneur, *Academy of Management Review*, vol. 31 (3).
- 107- Mc CLELLAND, D.A. (1962), Business drive and national achievement, *Harvard Business Review*, vo. 40(4), P 99-112.
- 108- Mc CLELLAND, D. A. (1965), Achievement and enterprise, *Journal of Personal Social Psychology*, 1, P 389-392.

- 109- Mc CLELLAND, D. A. (1987), Characteristics of Successful Entrepreneurs, *Journal of Creative Behavior*, 21(3), P 219-233.
- 110- Mc CARTHY, A.M. SCHOORMAN, F.D., COOPER, A.C. (1993), Reinvestment decisions by entrepreneurs: Rational decision-making or escalation of commitment? , *Journal of Business Venturing*, 8 (1), 9-24.
- 111- LORINO, P. (1995), Le déploiement de la valeur par les processus, *Revue Française de Gestion*, juin-juillet-août, 55-71.
- 112- LUZZO, D. A. (1996), A psychometric evaluation of the career decision-making self-efficacy scale, *Journal of Counseling & Development*, Vo. 74, 276-279.
- 113- LONG, W., Mc MULLAN, R. (1984), Mapping the new venture opportunity identification process, *Frontiers on Entrepreneurship Research*, 567-591.
- 114- LEMOIGNE, J.L. (1995), *Les épistémologies constructivistes*, Presses Universitaires de France, Paris.
- 115- LICHTENSTEIN, S., FISCHOFF, B. (1977), Do those who know also know more about how much they know? *Organ. Behave. Hum. Perform.* 20 (2), 159-183.
- 116- LAWRENCE, B.S. (1988), New wrinkles in the theory of age: Demography, norms, and performance ratings, *Academy of Management Journal*, 31, 309-337.
- 117- KIESLER, C.A., SAKAMURA, J. (1966), A test of a model of commitment, *Journal of Personality and Social Psychology*.
- 118- KRUEGER, N. F., REILLY, M.D., CARSRUD, A.L. (2000), Competing models of entrepreneurial intentions, *Journal of Business Venturing*, 15, 411-432.
- 119- KRUEGER, N. F., KICKUL, J. (2006), So you thought the intentions model was simple? Navigating the complexities and interactions of cognitive style, culture, gender, social norms, and intensity on the pathway to entrepreneurship, Paper presented at the 2006 United States Association Small Business and Entrepreneurship Conference.
- 120- KRUEGER, N. F., REILLY, M.D., CARSRUD, A.L. (2000), Competing models of entrepreneurial intentions, *Journal of Business Venturing*, 15, 411-432.
- 121- KOLVEREID, L., MOEN, O. (1997), Entrepreneurship among business graduates: does a major in entrepreneurship make a difference? , *Journal of European Industrial Training*, vol. 21, n° 4.
- 122- KEIL, M. (1995), Escalations of commitment in information systems development: A comparison of three theories, *Academy of Management Journal*, 348-352.

- 123- KATZ, J., GARTNER, W. (1988), Properties of emerging organizations, *Academy of Management Review*, 13, 429-441.
- 124- LAMIRI. A.(2010), "Keynes ou Schumpeter, lequel est super star ? ", In *El watan économie du 22 au 28 février*, Alger.
- 125- JOULE, R.V., BEAUVOIS, J.L. (1989), Une théorie psycho-sociale : la théorie de l'engagement, *Recherches et Applications en Marketing*, 4 (1), 79—90.
- 126- HERNANDEZ, E.M. (2006), Extension du domaine de l' entrepreneur ..... et limites , *La Revue des Sciences de Gestion*, 219, 17-26.
- 127- HANNAN, M.T., FREEMAN, J.H. (1977), The Population Ecology of Organizations, *American Journal of Sociology*, 82, p. 929-964.HASTIE,R. (2001)
- 128- HASTIE, R. (2001), Problems for judgment and decision making, *Annual Review Of Psychology*, 52 :653-683;
- 129- HOBBS.B, POUPART.R (1998). L'organisation entrepreneuriale : est-ce possible ?, *revue de gestion*, septembre.
- 130- GAILLY, B. (2002), La pertinence des plans d'affaires en phase de pré-démarrage : étude quantitative et implications pour les structures d'appui, *Actes du 2<sup>ème</sup> congrès de l'Académie de l'Entrepreneuriat*, Bordeaux, 184-199.
- 131- GROUX, G. (2001), Des « classes moyennes » aux « nouvelles classes », *Cadres : La grande rupture*, La Découverte, Recherches, 303-313, 348p.
- 132- GREENBERGER,D.B., SEXTON, D.L. (1988), An interactive model of new venture initiation, *Journal of Small Business Management*,vol.26 (3), 1-7
- 133- GRANOVETTER, M. (1985), Economic action and social structure. The problem embeddings, *American Journal of Sociology*, vol.91, n°3, 481-510.
- 134- VINCENT, V.C.(1996),Decision-making policier among Mexican-American small business entrepreneurs, *Journal of Small Business Management*, 34(4), 1-13.
- 135- VOGLER, E. (1996) , De la logique dominante de management a la logique dominante d'activité, *Vème Conference Internationale de Management Strategique* , Lille ,13-14-15 Mai,27 p.
- 136- VOLERY,T., DOSS, N. and MAZZAROL, T. (1997), Triggers and barriers affecting entrepreneurial intentionality : the case of Western Australian nascent entrepreneurs, *USASBE Annual National Conference* , San Francisco, June 1997, 14 P.
- 137- VESPER , K.H. (1988). Entrepreneurial academic –How can we tell when the field is getting somewhere? , *Journal of Business Venturing*, vol.3 (1),1-10.

- 138- VERSTRAETE, T. (2001), *Entrepreneuriat : Modélisation du phénomène*, *Revue de l'Entrepreneuriat*, 1(1), 5-24.
- 139- VAN DE VEN, A.H., HUDSON, R., SCHROEDER, D.M. (1984), *Designing new business startups : entrepreneurial, organizational and ecological considerations* , *Journal of Management*, 10, 87-107 .
- 140- VAN DE VEN, A.H., POOLE, M. (1995) *Explaining development and change in organizations* , *Academy of Management Review*, vol. 20 (3), 510-540.
- 141- TUBBS,M., EKEBERG, S. (1991), *The role of intentions in work motivation: Implications for goal-setting theory and research*, *Academy of Management Review*, 16(1),180-199.
- 142- STEVENSON, H.H., JARILLO , J.C. (1990), *A paradigm of entrepreneurship: entrepreneurial management*, *Strategic Management Journal*, 11, pp.17-27.
- 143- STAW, B. M. (1981), *The escalation of commitment to a course of action*, *Academy of Management Review*, 6, 577-587
- 144- SIMON, M., HOUGHTON, S.M. and AQUINO, K. (1999), *Cognitive biases risk perception and venture formation : How individuals decide to start companies* , *Journal of Business Venturing*, 15,113-134.
- 145- SIMON, H.A., HOUGHTON, S.M., AQUINO, K. (2000), *Cognitive biases, risk perception, and venture formation : how individuals decide to start companies* , *Journal of Business Venturing*, 12(2), 113-134.
- 146- SIMON,H.A. (1955), *A behavioral model of rational choice*, *Quarterly Journal of Economics*,69,99-118.
- 147- SHANE, S., VENKATARAMAN, S. (2000), *the promise of entrepreneurship as a field of research* *Academy of Management Review*, 25(1), 217-226.
- 148- SHOOK, C.L., PRIEM, Mc GEE, J.E. (2003), *Venture creation and the enterprising individual: A review and synthesis*, *Journal of Management*, 29(3), 379-399.
- 149- SCHMIDT, T.B., CALANTONE, R.J. (2002), *Escalation of commitment during new product development*, *Journal of the Academy of Marketing Science*, 30, PP 103-118.
- 150- SCHEIN, E.H. (1996), *Career anchors revisited: implications for development in the 21st century*, *Academy of Management Executive*, PP 80-88.
- 151- POCHIC, S. (2001), *Chômage des cadres : Quelles déstabilisations ? Cadres : La grande rupture*, *La Découverte, Recherches*, 189-206, 348 p.

- 152- POPPER, K.R. (1991), La connaissance objective, Paris, Aubier, 2<sup>ème</sup> éd., 1991. Traduit de : Objectif Knowledge, Londres, Oxford University Press, 1972.
- 153- RIBELL, G. (1984), Entreprendre hier et aujourd'hui : la contribution des ingénieurs, Culture Technique, 12, 77-92.
- 154- ROTTER, J.B. (1966), Generalized expectancies for internal versus external control of reinforcement, Psychological Monographs (General and Applied), 80, 1-28.
- 155- NASZALYI, P. (2006), L'entreprise est une chose trop sérieuse pour être confiée à des économistes, La Revue des Sciences de Gestion, Editorial, 219, 5-6.
- 156- MUELLER, S. L., GOIC, S. (2002), Entrepreneurial Potential in Training in Transition Economies: A View from Tomorrow's leaders, Journal of Developmental Entrepreneurship, 7, n°4.

### III- THESES ET MÉMOIRES

- 1- BRUYAT.C., (1993), Création d'entreprise : Contributions épistémologiques et modélisation, Thèse pour le doctorat ès Sciences de Gestion, Université Pierre Mendès France de Grenoble, 431 pages.
- 2- DESCHAMPS, B. (2000), Le processus de reprise d'entreprise par les entrepreneurs personnes physiques, Thèse pour le doctorat en Science de Gestion, Grenoble II, 7 décembre.
- 3- EMIN, S. (2003), L'intention de créer une entreprise des chercheurs publics : Le cas français, Thèse pour le doctorat des Sciences de Gestion, Université Pierre Mendès France (Grenoble), Novembre 2003, 453 p.
- 4- FAYOLLE, A. (1996), Contribution à l'étude des comportements entrepreneuriaux des ingénieurs française, Thèse pour le Doctorat en Science de gestion, Université Jean Moulin Lyon III, Décembre 1996, 575 p.
- 5- GAILLARD-GIORDANI, M.L. (2004), Les modalités transactionnelles et la création et du financement des nouvelles organisations : La dynamique des engagements et des désengagements, Thèse pour le doctorat en Sciences de Gestion, Université de Nice Sophia Antipolis.
- 6- MARION, S. (1999), L'évolution de projet de création d'entreprise dans le contexte d'une intervention financière, Thèse pour le doctorat de Science de Gestion, Université Jean Moulin Lyon 3, Janvier 1999, 1200 p.
- 7- SAFAVIAN-MARTINON, M. (1998), Le lien entre le diplôme et la logique d'action relative à la carrière : Une explication du rôle du diplôme dans la carrière des jeunes cadres issus des grandes écoles de gestion-Le cas des diplômés de HEC.

Comparaison avec des diplômes de Maîtres et DESS de Gestion en Université, Thèse pour le Doctorat de l'Université de Paris I en Sciences de Gestion, 22 décembre 1998, 466 pages

- 8- SCHIEB-BIENFAIT, N. (2006), Le processus entrepreneurial comme champ de recherche-Logiques d'action et développement d'activités, Habilitations à diriger des recherches en Sciences de Gestion, 147p.
- 9- TOUNES, A.(2003), L' intention entrepreneuriale – Une recherche comparative entre des Etudiant suivant des formations en entrepreneuriat (bac+5) et des étudiants en DESS CAAE,Thèse pour le Doctorat en Sciences de Gestion, Université de Rouen, Décembre 2003,459 p.
- 10- VERSTRAETE,T.(2003), Modélisation de l'organisation initiée par un créateur s'inscrivant dans une logique d'entrepreneuriat persistant. Les dimensions cognitive, praxéologique et structurale de l'organisation entrepreneuriale, Thèse pour le doctorat en sciences de gestion, Université des sciences et technologies de Lille (Institut d'Administration des Entreprises), Juillet 1997,563 p.
- 11- MOULOUD .A, La problématique de la promotion de l'entrepreneuriat face aux contraintes socioéconomiques de l'environnement local en Algérie : Cas de la wilaya de Béjaïa. Mémoire de magistère en sciences de gestion, option : Dynamique économique, développement local et territoires, université de Béjaïa, 2010, P 67.



---

## **ANNEXES**

---

## ANNEXE 1 : DETAILS SUR LES DIFFÉRENTS DISPOSITIFS D'AIDE À LA CRÉATION D'ENTREPRISE

### ▪ Agence National à l'Emploi de Jeune « ANSEJ » :

#### a) Le Financement triangulaire :

C'est une formule structurée sur deux niveaux, dans laquelle l'apport personnel du jeune promoteur est complété par un prêt sans intérêt accordé par l'ANSEJ et par un crédit bancaire ;

**Niveau 1** : le montant de l'investissement ne doit dépasser 5 millions de dinars, l'apport du jeune promoteur est fixé à 5%, l'ANSEJ participe avec 25%, et la banque finance les 70% restant du montant global de l'investissement.

**Niveau 2** : dans le cas où le montant de l'investissement est supérieur à 5 et égale ou inférieur à 10 millions de dinars, l'apport personnel est fixé à 8% du montant global de l'investissement dans les zones spécifique, et à 10% dans les autres zones, ainsi le financement porté par la banque sera de 72% et 70%, les 20% restant seront financé par l'ANSEJ dans les deux zone.

#### b) Le financement mixte :

Dans ce type de financement seul un prêt sans intérêt accordé par l'ANSEJ vient compléter l'apport personnel du jeune promoteur, il est alors structuré sur deux niveaux :

**Niveau 1** : quand le montant de l'investissement est inférieur ou égale à 5 millions, l'apport du jeune promoteur est de 75% du montant global et le prêt sans intérêt accordé par l'ANSEJ est de 25%.

**Niveau 2** : quand le montant de l'investissement est supérieur à 5 millions de dinars, l'apport personnel est fixé à 80% du montant global de l'investissement et l'ANSEJ accorde le reste du financement soit 20%, par un crédit sans intérêt.

Les avantages financiers et fiscaux accordés aux jeunes promoteurs éligibles en phase sont :

### ▪ Aides financières :

- Un crédit sans intérêt : qui est un crédit de long terme accordé à la micro entreprise.
- La bonification des taux d'intérêts : l'ANSEJ, par le biais du FNSEJ prend en charge sous forme de bonification une partie des intérêts des crédits accordés par la banque à la micro entreprise, la bonification varie selon la nature et la localisation de l'activité.

### ▪ Aides fiscales et parafiscales : La micro entreprise bénéficie des aides en :

- Phase de réalisation : durant cette phase le promoteur bénéficiera de :

- La franchise de la TVA pour l'acquisition des biens d'équipement et de services entrant dans le cadre de la réalisation du projet ;
- L'application du taux réduit de 05% en matière de droits de douane pour les biens d'équipement importés entrant directement dans la réalisation de l'investissement ;
- Exemption de droit de mutation de 08% sur les acquisitions immobilières ;
- Exonération des droits d'enregistrement sur les actes constitutifs des micro-entreprises.

➤ Phase d'exploitation : Des avantages fiscaux sont accordés à la micro-entreprise pour une période de trois (03) ans à partir du démarrage de l'activité, ou de six (06) quand le projet est implanté dans une zone spécifique. Cette période est prolongée de deux (02) lorsque le jeune promoteur s'engage à recruter au moins (3 ou 5) employé pour une durée indéterminée. Ces exonérations sont organisées comme suit :

- Exonération totale de l'IBS (l'impôt sur les bénéficiaires des sociétés), l'IRG (l'impôt sur le revenu global), et la taxe sur l'activité professionnelle (TAP).
- Exonération de la taxe foncière sur les constructions et additions de construction destinées aux activités de la micro-entreprise.
- Exonération de la caution de bonne exécution pour les artisans et les petites entreprises qui interviennent dans la restauration des biens culturels.
- Un fond de Caution Mutuelle de Garantie risques/Crédit garantie a été créé afin de garantir les crédits accordés par les banques et les établissements financiers aux micros entreprises créés dans le cadre de ce dispositif.

La garantie du fond complète celle déjà fournie par le jeune adhérent, aux établissements du crédit à savoir :

- Le nantissement des équipements au premier rang au profit de la banque ou de l'établissement financier et au profit de l'ANSEJ au deuxième rang.
- L'assurance multirisque subrogée au profit de la banque.
- Le gage du matériel roulant.

Les adhérents du fond de garantie sous les banques, les établissements financiers, et les micro-entreprises ayant opté pour le financement triangulaire. Aussi bien pour les investissements de création que de ceux de l'extension.

L'adhésion de la micro-entreprise au fond se fait après la notification de l'accord bancaire et avant la délivrance de la décision d'octroi des avantages par les services de l'ANSEJ.

- Le montant de la cotisation est de 0,35 % du montant du crédit accordé par la banque.
- Le paiement de la cotisation au profit du fond est effectué en une seule fois et intégralement au moment de l'adhésion de la micro-entreprise.

**Caisse National d'assurance chômage « CNAC » :**

Les modalités de financement<sup>1</sup> sont comme suite :

Le seuil minimum de fonds propre est fixé selon le montant de l'investissement envisagé comme suite :

**Niveau 1 :** 5% du montant global lorsque celui-ci est supérieur à 2 deux millions de dinars ;

**Niveau 2 :** 10% du montant global de l'investissement lorsque celui-ci est supérieur à deux (02) millions de dinars et inférieur à cinq (05) millions de dinars, et 08% lorsque ces investissements sont réalisé en zone spécifique.

Et pour le montant des prêts non rémunérés (PNR) cela varie selon le coût de l'investissement ;

- 25% du coût global de l'investissement lorsque celui-ci est inférieur ou égale à deux (02) millions de dinars ;

- 20% du coût global de l'investissement lorsque celui-ci est supérieur à deux (02) millions de dinars et inférieur ou égale à cinq (05) millions de dinars, le taux est de 22% lorsque ces investissements sont réalisés en zones spécifiques au dans les wilayas du Sud et des Hauts Plateaux. La bonification des taux d'intérêt sur ces crédits d'investissement consentis par les banques et les établissements financiers au chômeur promoteur est fixée à :

\* 75% du taux débiteur appliqué par les banques et les établissements financiers au titre des investissements réalisés dans le secteur de l'agriculture, l'hydraulique et de la pêche ;

\* 50% du taux débiteur appliqué par les banques et établissement financiers au titre des investissements réalisés dans tous les autres secteurs d'activité. Ces deux bonifications sont portées respectivement à 90% et à 75% lorsque les investissements sont situés en zones spécifiques, ou dans les wilayas du sud et des hauts plateaux.

---

<sup>1</sup> Décret exécutif n°04-01 du 03 janvier 2004 complétant le décret exécutif n°94-188 du 06 juillet 1994 portant statut de la CNAC, publié dans le JO n° 03 du 11 janvier 2004.

## **ANNEXE 2 : LES PRINCIPALES DÉCISIONS DU CONSEIL DES MINISTRES DU 22/02/2011<sup>2</sup> :**

### **I. Mesures relatives au foncier industriel**

1. Concession de gré à gré comme mode unique à l'accès au foncier industriel sur la base d'un cahier des charges.
2. Redevance locative déterminée par les services des domaines.
3. Abattement de 90% sur la redevance locative pendant la durée de réalisation du projet d'investissement (03 années maximum).
4. Abattement de 50% sur la redevance locative pendant la phase de démarrage de l'exploitation (03 années maximum).
5. Redevance locative de 01 DA/M<sup>2</sup> pendant 10 années pour les wilayas du sud et les hauts plateaux.
6. Redevance locative de 50% de la valeur domaniale au-delà des 10 années pour les wilayas du sud et les hauts plateaux.
7. Dotation annuelle de 15 milliards de DA au profit des collectivités locales (2011 et 2012) pour réhabiliter et aménager les zones d'activités.
8. Concours budgétaire et crédit Long Terme à travers le FNI «Fond National de l'Investissement» pour la réalisation de 30 zones industrielles totalisant environ 4.000 Ha.

### **II. Mesures relatives au financement des investissements**

1. Crédit à long terme de 100 milliards de dinars renouvelable sera mis à la disposition des banques publiques par le trésor pour financer les projets à maturité longue.
2. Mobilisation des sociétés d'investissement pour gérer les fonds d'investissement des wilayas, et leur participation initiale au capital des PME qui le souhaitent.
3. Allègement du coût de location-vente des équipements pour les nouvelles PME par des sociétés de leasing à partir de mars 2011.
4. Dynamisation des mécanismes pour garantir le crédit aux PME et allègement des procédures avec le concours de l'autorité monétaire.
5. Dynamisation de la création des PME par l'intervention du FNI avec une participation à hauteur de 34% dans le capital et le financement.

---

<sup>2</sup> Principales décisions du Conseils des Ministres du 22/02/2011 Relatives à l'économie et l'emploi disponible sur [www.aniref.dz](http://www.aniref.dz)

6. Abattement des charges patronales de cotisation à la sécurité sociale, pris en charge par l'état pour le recrutement des jeunes soit 80% dans les wilayas du nord, et 90% dans les wilayas du haut plateau et du sud du pays.

### **III. Mesures relatives à la création d'activités et d'emploi par le biais des micros investissements.**

#### **Dans le cadre de l'ANSEJ et la CNAC :**

1. Réduction de l'apport personnel du financement de l'investissement à 1% au lieu de 5% pour les investissements ne dépassant pas 5 millions DA, et à 2% au lieu de 10% pour les investissements allant jusqu'à 10 millions DA.

2. Elargissement des taux d'intérêts sur le crédit bancaire (activités dans le bâtiment, travaux publics et hydraulique BTPH et l'industrie de transformation) à savoir 80% au nord et 95% au sud et les hauts plateaux.

#### **Dans le cadre de l'ANGEM :**

- Relèvement du montant crédit sans intérêt pour l'acquisition de matières premières (de 30.000 DA à 100.000 DA) pour une activité destinée à améliorer le revenu familial.

- Relèvement du montant du crédit destiné à l'acquisition de petits matériels et équipement (de 400.000 DA à 1 million DA) pour l'activité manuelle.

**ANNEXE 3 : DETAILS SUR LES QUESTIONNAIRES**

**Annexe 3a : Détails sur le questionnaire destiné aux entrepreneurs**

**Questionnaire n°1 : Destiné aux personnes ayant créé et/ou repris une entreprise**

**PARTIE II : EVALUATION DU PROCESSUS ENTREPRENEURIAL**

**11. Que pensez-vous des affirmations suivantes concernant la période avant la mise en œuvre de votre projet de création ou de reprise de votre entreprise ?**

**Déplacement positif(DP) +Déplacement négatif(DN)**

Indiquer vos réponses sur une échelle de 1 (totalement en désaccord) à 3 (totalement en accord).

	1	2	3
Le fait de trouver un financement m'a permis d'étudier la faisabilité de mon projet (mfin : moyens financiers) <b>DP</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
La possibilité de rencontrer un client potentiel m'a permis de démarrer l'étude de mon projet (clt : clients) <b>DP</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
La possibilité d'un partenariat avec un ami m'a permis d'étudier la faisabilité de mon projet (partA : partenariat avec un ami) <b>DP</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
La possibilité d'un partenariat avec un collègue m'a permis d'étudier la faisabilité de mon projet (partC : partenariat avec un collègue) <b>DP</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
La possibilité d'un partenariat avec un client m'a permis d'étudier la faisabilité de mon projet (partel : partenariat avec un client) <b>DP</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mon expérience, associée à ma situation professionnelle, m'a permise de reconnaître facilement une opportunité de création ou de reprise d'entreprise (expsit : expérience et situation professionnelle) <b>DP</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
L'insatisfaction liée à ma situation actuelle m'a conduit à étudier concrètement un projet de création ou de reprise d'entreprise (insitac : situation actuelle) <b>DN</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
J'ai entrepris différentes actions envers la création ou la reprise d'entreprise après mon licenciement (aplic : après mon licenciement) <b>DN</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
J'ai entrepris différentes actions envers la création ou la reprise d'entreprise après que mon patron ait vendu la société dans laquelle je travaillais (soven : société vendu) <b>DN</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
J'ai entrepris différentes actions envers la création ou la reprise d'entreprise après avoir été muté (mt : mutation) <b>DN</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
L'absence de possibilité d'évolution dans mon emploi m'a orienté vers un projet de création ou de reprise d'entreprise (padev : pas d'évolution) <b>DN</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Le manque d'intérêt de mon travail m'a conduit à étudier mon projet de création ou de reprise d'entreprise (padint : pas d'intérêt) <b>DN</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Le manque d'épanouissement dans mon emploi m'a conduit à étudier mon projet de création ou de reprise d'entreprise (manép : manque d'épanouissement) <b>DN</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Le manque d'écoute à mon égard dans mon emploi (solutions proposées, innovations, demandes d'évolution ...) m'a conduit à chercher concrètement à mettre en place mon projet (manéc : manque d'écoute) <b>DN</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Le besoin de liberté m'a conduit à vouloir me libérer des contraintes d'un	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

emploi salarié (règles, horaires, autorité, salaire fixe ...).(ind : indépendance) <b>DN</b>			
Le refus d'une promotion m'a conduit à chercher à créer ou à reprendre ma propre entreprise (abspro : absence de promotion) <b>DN</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
L'arrivée à un certain âge m'a conduit à revoir ma carrière et donc à étudier précisément mon projet de création ou de reprise d'entreprise (âge) <b>DN</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Une prise de recul sur ma carrière m'a conduit à étudier concrètement mon projet de création ou de reprise d'entreprise (precul : prise de recul) <b>DN</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mon divorce m'a conduit à envisager concrètement la création ou la reprise d'une entreprise (div : divorce) <b>DN</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Un évènement malheureux dans ma famille (décès ...) m'a conduit à vouloir réorienter ma carrière et à envisager de créer ou reprendre mon entreprise (évmal : évènement malheureux) <b>DN</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
L'arrivée dans une nouvelle région (déménagement ...) m'a conduit à étudier un projet de création ou de reprise d'entreprise (dém : déménagement) <b>DN</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
La fin d'un projet ou d'une mission dans mon emploi m'a conduit à réorienter ma carrière et à étudier concrètement la création ou la reprise de ma propre entreprise (fipr : fin d'un projet) <b>DN</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**12. Que pensez-vous des affirmations suivantes concernant la période avant la mise en œuvre de votre projet de création ou de reprise de votre entreprise ?**

**L'intention(I)**

Indiquer vos réponses sur une échelle de 1 à 3.

	1	2	3
Si vous aviez à choisir entre devenir votre propre employeur et être employé par une entreprise ou une administration, que préféreriez-vous avant de décider de créer ou reprendre votre entreprise ? (1 : Je préférerais être employé à 3 : Je préférerais créer et diriger ma propre entreprise) (yéyeur : employé-employeur) <b>I</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Quel degré de vraisemblance accordiez-vous à l'hypothèse que vous soyez votre propre patron pour la plus grande partie de votre carrière ? (1 : très invraisemblable à 3 : très vraisemblable) (pat: patron) <b>I</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Quel degré de vraisemblance accordiez-vous à l'hypothèse que vous travailliez pour une entreprise ou une administration pour la plus grande partie de votre carrière ? (1 : très invraisemblable à 3 : très vraisemblable) (empl : employé) <b>I</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Je vais probablement créer et gérer ma propre entreprise un jour (1 : très invraisemblable à 3 : très vraisemblable) (cré : créateur) <b>I</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Je vais probablement acquérir et gérer ma propre entreprise un jour (1 : très invraisemblable à 3 : très vraisemblable) (acq : acquéreur) <b>I</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Il est très probable que je crée et gère ma propre entreprise dans un futur proche (1 : très invraisemblable à 3 : très vraisemblable) (créf : créateur futur) <b>I</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>



Il est très probable que j'acquiers et gère ma propre entreprise dans un futur proche ( <i>1 : très invraisemblable à 3 : très vraisemblable</i> ) ( <i>acqf : acquéreur futur</i> ) <b>I</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Je pense souvent à créer et gérer ma propre entreprise ( <i>1 : pas du tout d'accord à 3 : tout à fait d'accord</i> ) ( <i>pencl : je pense à créer</i> ) <b>I</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Je pense souvent à acquérir et gérer ma propre entreprise ( <i>1 : pas du tout d'accord à 3 : tout à fait d'accord</i> ) ( <i>penac : je pense à acquérir</i> ) <b>I</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Je suis prêt à faire des sacrifices pour créer et diriger ma propre entreprise ( <i>1 : pas du tout d'accord à 3 : tout à fait d'accord</i> ) ( <i>sacr : sacrifices pour création</i> ) <b>I</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Je suis prêt à faire des sacrifices pour reprendre et diriger ma propre entreprise ( <i>1 : pas du tout d'accord à 3 : tout à fait d'accord</i> ) ( <i>sare : sacrifices pour reprise</i> ) <b>I</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

### Annexe 3b : Détails sur le questionnaire destiné aux non – entrepreneurs

#### Questionnaire n° 2 : Destiné aux personnes non - entrepreneurs

#### PARTIE II : MESURE DES DETERMINANTS DU PROCESSUS ENTREPRENEURIAL :

##### 1. Que pensez-vous des affirmations suivantes concernant vos attitudes à l'égard de votre carrière ?

##### Les Attitudes

Indiquer vos réponses sur une échelle de 1 (totalement en désaccord) à 3 (totalement en accord).

	1	2	3
Je recherche la sécurité de l'emploi (sémp : sécurité de l'emploi)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Je recherche la stabilité de l'emploi (stmp : stabilité de l'emploi)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Je ne souhaite pas passer ma vie au travail (svt : sacrifier ma vie au travail)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Je souhaite avoir des loisirs (avl : avoir des loisirs)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Je souhaite travailler sur des horaires bien définis (vhf : volume horaire fixe)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Je ne veux pas un emploi trop stressant (pst : pas de stress)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Je recherche un emploi simple, pas compliqué (emps : emploi simple)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Je souhaite m'impliquer dans un environnement social (impls : implication sociale)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Je veux être membre d'un groupe social (mgsl : membre d'un groupe social)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Je souhaite éviter les responsabilités (pret : pas de responsabilité)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Je ne veux pas prendre trop de responsabilités (mret : moins de responsabilité)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Je souhaite éviter de m'engager trop fortement (pengt : pas d'engagement)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Je souhaite avoir des opportunités pour progresser régulièrement dans ma carrière (poport : plus d'opportunités)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Je recherche vivement la promotion (pprompt : plus de promotion)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Je souhaite trouver des opportunités afin d'être récompensé financièrement (récof : récompense financière)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Je voudrais recevoir des compensations basées sur mon mérite (recomp : recevoir des compensations)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Je souhaite qu'une grande part de ma rémunération soit liée aux résultats de mon travail (rémsrt : rémunération selon les résultats)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Je recherche un emploi où je devrais relever des défis (empdf : emploi défis)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Je recherche un emploi intéressant (empist : emploi intéressant)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Je recherche un emploi motivant (empmt : emploi motivant)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Je voudrais être libre de travailler quand je veux sur ce que je veux (trlib : travail libre)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Je recherche l'indépendance (ind : indépendance)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Je voudrais être mon propre patron (prop : propre patron)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Je voudrais pouvoir choisir les tâches et les activités de mon travail (col : choix libre)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Je voudrais pouvoir prendre des décisions (prip : prise de décisions)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Je recherche des positions d'autorité (posaut : positions d'autorité)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Je souhaite travailler sur quelque chose que j'ai toujours souhaité faire (trsh : travail à mon souhait)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Je voudrais réaliser mes rêves (rérev : réaliser mes rêves)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Je voudrais créer quelque chose (crq : créer quelque chose)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Je voudrais tirer profit de mes besoins créatifs (trpf : tirer profit)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Je voudrais participer à l'ensemble des activités d'un processus de création et non être uniquement spécialisé sur une tâche particulière (espart : esprit participatif)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Je voudrais suivre un ensemble d'activités de A à Z, plutôt que d'être spécialisé sur un petit bout de l'une d'entre-elles (suidiv : suivi diversifier)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**2. Que pensez-vous des affirmations suivantes concernant l'avis de votre entourage à l'égard de la création ou la reprise d'entreprise ?**

**Perception des normes sociales**

Indiquer vos réponses sur une échelle de 1 (totalement en désaccord) à 3 (totalement en accord).

	1	2	3
Je crois que ma famille proche pense que je m'orienterais vers la création de ma propre entreprise (opif : opinion familiale)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Je crois que mes meilleurs amis pensent que je m'orienterais vers la création de ma propre entreprise (opiam : opinion des amis)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Je crois que des gens importants pour moi pensent que je m'orienterais vers la création de ma propre entreprise (opig : opinion des gens)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pensez-vous que parmi votre famille la position d'entrepreneur soit plus appréciée que le statut de salarié ? (aprff : appréciation par la famille)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pensez-vous que parmi vos meilleurs amis la position d'entrepreneur soit plus appréciée que le statut de salarié ? (apram : appréciation par les amis)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pensez-vous que parmi les gens importants pour vous la position d'entrepreneur soit plus appréciée que le statut de salarié ? (aprg : appréciation des gens)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
L'activité entrepreneuriale est en accord avec la culture de mon pays (entc : entrepreneuriat-culture)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Le rôle de l'entrepreneur dans l'économie n'est pas assez reconnu (enteco : entrepreneuriat-économie)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Il est reconnu communément que les entrepreneurs ont des avantages sur les autres (avent : avantages des entrepreneurs)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**2bis. Que pensez-vous des affirmations suivantes ?**

**Perception des normes sociales suite.**

Indiquer vos réponses sur une échelle de 1 à 3.

	1	2	3
Jusqu'à quel point tiendrez-vous compte de l'avis de votre proche famille pour prendre la décision de créer ou non votre propre entreprise ? (1 : Je ne me soucie pas de leur point de vue à 3 : leur point de vue compte énormément) (famd : famille et la décision)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Jusqu'à quel point tiendrez-vous compte de l'avis de vos meilleurs amis pour prendre la décision de créer ou non votre propre entreprise ? (1 : je ne me soucie pas de leur point de vue à 3 : leur point de vue compte énormément) (amd : amis et la décision)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Jusqu'à quel point tiendrez-vous compte de l'avis des personnes importantes pour vous pour prendre la décision de créer ou non votre propre entreprise ? (1 : je ne me soucie pas de leur point de vue à 3 : leur point de vue compte énormément) (perd : personnes importantes et la décision)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Si vous décidiez de créer ou reprendre une entreprise, pensez-vous que les personnes de votre famille approuvent cette décision ? (1 : non, pas du tout à 3 : oui, tout à fait) (enf : engagement et la famille)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Si vous décidiez de créer ou reprendre une entreprise, pensez-vous que vos meilleurs amis approuvent cette décision ? (1 : non, pas du tout à 3 : oui, tout à fait) (enam : engagement et les amis)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Si vous décidiez de créer ou reprendre une entreprise, pensez-vous que les personnes importantes pour vous approuvent cette décision ? (1 : non, pas du tout à 3 : oui, tout à fait) (enpi : engagement et les personnes importantes)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**3. Que pensez-vous des affirmations suivantes concernant votre perception quant à votre capacité à créer ou reprendre une entreprise?**

**La perception du contrôle du comportement : La contrôlabilité et l'auto-efficacité.**

**A/ La contrôlabilité**

Indiquer vos réponses sur une échelle de 1 à 3

	1	2	3
pour moi, créer et diriger mon entreprise serait : (1 : très facile à 3 : très difficile) (crent : création d'entreprise)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pour moi, acquérir et diriger mon entreprise serait : (1 : très facile à 3 : très difficile) (acqent : acquisition d'entreprise)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
si je le voulais vraiment, je pourrais facilement poursuivre une carrière de créateur et dirigeant propriétaire d'entreprise : (1 : en total accord à 3 : en total désaccord) (volcr : volonté de création)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Si je le voulais vraiment, je pourrais facilement poursuivre une carrière de repreneur et dirigeant propriétaire d'entreprise : (1 : en total accord à 3 : en total désaccord) (volrep : volonté de reprise)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Les événements que je ne contrôle pas actuellement et qui pourraient m'empêcher de créer et diriger ma propre entreprise sont : (1 : peu nombreux à 3 : très nombreux) (obcr : obstacles de création)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Les événements que je ne contrôle pas actuellement et qui pourraient m'empêcher d'acquérir et diriger ma propre entreprise sont : (1 : peu nombreux à 3 : très nombreux (obre : obstacles de reprise))	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Si je me lance aujourd'hui dans un projet de création d'entreprise, mes chances de succès sont : (1 : très faibles à 3 : très élevées) (sucr : succès de création)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Si je me lance aujourd'hui dans un projet d'acquisition d'entreprise, mes chances de succès sont : (1 : très faibles à 3 : très élevées) (sucaq : succès d'acquisition)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Si je me lance aujourd'hui dans un projet de création d'entreprise, la probabilité d'échec est : (1 : très faible à 3 : très élevée) (éccr : échec de création)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Si je me lance aujourd'hui dans un projet d'acquisition d'entreprise, la probabilité d'échec est : (1 : très faible à 3 : très élevée) (écaq : échec d'acquisition)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
--	--------------------------	--------------------------	--------------------------

**4. Que pensez-vous des affirmations suivantes concernant votre degré de confiance à l'égard de la création ou la reprise d'entreprise?**

**B/ L'auto-efficacité**

Indiquer vos réponses sur une échelle de 1 (pas du tout confiant) à 3 (très confiant).

	1	2	3
Quel degré de confiance avez-vous dans votre capacité à détecter des opportunités sur un marché nouveau ? (opsm: opportunités sur marché)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Quel degré de confiance avez-vous dans votre capacité à détecter de nouvelles pistes de croissance pour votre propre entreprise ? (npc : nouvelles pistes de croissance)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Quel degré de confiance avez-vous dans votre capacité à créer des produits ou services en adéquation avec les attentes d'un marché ? (nvps : nouveau produits-services)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Quel degré de confiance avez-vous dans votre capacité à obtenir les fonds nécessaires pour développer votre propre entreprise ? (foner : fonds nécessaires)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Quel degré de confiance avez-vous dans votre capacité à développer des relations avec des investisseurs pour votre propre entreprise ? (reliv : relation avec investisseurs)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Quel degré de confiance avez-vous dans votre capacité à identifier des sources potentielles de financement pour votre propre entreprise ? (souf : sources de financement)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Quel degré de confiance avez-vous dans votre capacité à travailler durement et sous des contraintes de stress et de conflit au sein de votre propre entreprise ? (trd : travail dure)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Quel -degré de confiance avez-vous dans votre capacité à travailler dans l'incertitude au sein de votre propre entreprise ? (incr : incertitude)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Quel degré de confiance avez-vous dans votre capacité à persévérer au sein de votre propre entreprise ? (capr : capacité à persévérer)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Quel degré de confiance avez-vous dans votre capacité à prendre des risques calculés au sein de votre propre entreprise ? (rical : risques)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

calculés)			
Quel degré de confiance avez-vous dans votre capacité à prendre les bonnes décisions dans un contexte d'incertitude et de risque au sein de votre propre entreprise ? (décin : décision -incertitude)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Quel degré de confiance avez-vous dans votre capacité à manager votre propre entreprise ? (capmg : capacité à manager)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Quel degré de confiance avez-vous dans votre capacité à assurer la pérennité financière de votre entreprise ? (capéf : capacité à assurer la pérennité financière)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Quel degré de confiance avez-vous dans votre capacité à gérer votre propre entreprise ? (capgt : capacité de gestion)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**5. Que pensez-vous des affirmations suivantes concernant votre position à l'égard de la création ou la reprise d'entreprise ?**

**L'intention**

Indiquer vos réponses sur une échelle de 1 à 3.

	1	2	3
Si vous aviez à choisir entre devenir votre propre employeur et être employé par une entreprise ou une administration, que préféreriez-vous ? (1 : carrière d'employé à 3 : carrière de créateur ou repreneur d'entreprise) (yéyeur : employé-employeur)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Quel degré de vraisemblance accordez-vous à l'hypothèse qui voudrait que vous soyez votre propre patron pour la plus grande partie de votre carrière ? (1 : très invraisemblable à 3 : très vraisemblable) (pat: patron)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Quel degré de vraisemblance accordez-vous à l'hypothèse qui voudrait que vous travailliez pour une entreprise ou une administration pour la plus grande partie de votre carrière ? (1 : très invraisemblable à 3 : très vraisemblable) (empl : employé)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Je vais probablement créer et gérer ma propre entreprise un jour (1 : très improbable à 3 : très probable) (cré : créateur)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Je vais probablement acquérir et gérer ma propre entreprise un jour (1 : très improbable à 3 : très probable) (acq : acquéreur)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Il est très probable que je crée et gère ma propre entreprise dans un	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

futur proche (1 : très improbable à 3 : très probable) (créf : créateur futur)			
Il est très probable que j'acquiers et gère ma propre entreprise dans un futur proche (1 : très improbable à 3 : très probable) (acqf : acquéreur futur)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Je pense souvent à créer et gérer ma propre entreprise (1 : non, jamais à 3 : oui, très souvent) (pencr : je pense à créer)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Je pense souvent à acquérir et gérer ma propre entreprise (1 : non, jamais à 3 : oui, très souvent) (penac : je pense à acquérir)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Je suis prêt à faire des efforts pour créer et diriger ma propre entreprise (1 : pas du tout d'accord à 3 : tout à fait d'accord) (efcr : efforts pour création)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Je suis prêt à faire des efforts pour reprendre et diriger ma propre entreprise (1 : pas du tout d'accord à 3 : tout à fait d'accord) (efre : efforts pour reprise)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**6. Quel est votre avis concernant les affirmations suivantes ? (Questions réservées aux personnes qui ont démarré l'étude d'un projet de création ou de reprise d'entreprise)**

**Déplacement positif(DP)**

Indiquer vos réponses sur une échelle de 1 (tout à fait en désaccord) à 3 (tout à fait d'accord).

	1	2	3
Le fait de trouver un financement m'a permis d'étudier la faisabilité de mon projet (mfin : moyens financiers) <b>DP</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
La possibilité de rencontrer un client potentiel m'a permis de démarrer l'étude de mon projet (clt : clients) <b>DP</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
La possibilité d'un partenariat avec un ami m'a permis d'étudier la faisabilité de mon projet (partA : partenariat avec un ami) <b>DP</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
La possibilité d'un partenariat avec un collègue m'a permis d'étudier la faisabilité de mon projet (partC : partenariat avec un collègue) <b>DP</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
La possibilité d'un partenariat avec un client m'a permis d'étudier la faisabilité de mon projet (partel : partenariat avec un client) <b>DP</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>



Mon expérience associée à ma situation professionnelle m'ont permis de reconnaître facilement une opportunité de création ou de reprise d'entreprise (expsit : expérience et situation professionnelle) <b>DP</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**7. Quel est votre avis concernant les affirmations suivantes ? (Questions réservées aux personnes qui ont démarré l'étude d'un projet de création ou de reprise)**

**Déplacement négatif(DN)**

Indiquer vos réponses sur une échelle de 1 (tout à fait en désaccord) à 3 (tout à fait d'accord).

	1	2	3
L'insatisfaction liée à ma situation actuelle m'a conduit à étudier concrètement un projet de création ou reprise d'entreprise (insitac : situation actuelle) <b>DN</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
J'ai entrepris différentes actions envers la création ou la reprise d'entreprise après mon licenciement (aplic : après mon licenciement) <b>DN</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
J'ai entrepris différentes actions envers la création ou la reprise d'entreprise après que mon patron ait vendu la société dans laquelle je travaillais (soven : société vendu) <b>DN</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
J'ai entrepris différentes actions envers la création ou la reprise d'entreprise après avoir été muté (mt : mutation) <b>DN</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
L'absence de possibilité d'évolution dans mon emploi m'a orienté vers un projet de création ou de reprise d'entreprise (padev : pas d'évolution) <b>DN</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Le manque d'intérêt de mon travail m'a conduit à chercher à créer ou reprendre ma propre entreprise (padint : pas d'intérêt) <b>DN</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Le manque d'épanouissement dans mon emploi m'a conduit à étudier mon projet de création ou de reprise d'entreprise (manép : manque d'épanouissement) <b>DN</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Le manque d'écoute à mon égard dans mon emploi (solutions proposées, innovations ...) m'a conduit à chercher concrètement à mettre en place mon projet (manéc : manque d'écoute) <b>DN</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Le besoin de liberté m'a conduit à vouloir me libérer des contraintes d'un emploi salarié (règles, horaires, autorité, salaire fixe ...) (ind : indépendance) <b>DN</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Le refus d'une promotion m'a conduit à chercher à créer ou à reprendre ma propre entreprise (abspro : absence de promotion) <b>DN</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
L'arrivée à un certain âge m'a conduit à revoir ma carrière et donc à étudier précisément mon projet de création ou de reprise d'entreprise (âge) <b>DN</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Une prise de recul sur ma carrière m'a conduit à étudier concrètement mon projet de	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

création ou de reprise d'entreprise (precul : prise de recul) <b>DN</b>			
Mon divorce m'a conduit à envisager concrètement la création ou la reprise d'une entreprise (div : divorce) <b>DN</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Un événement malheureux dans ma famille (décès ...) m'a conduit à vouloir réorienter ma carrière et à envisager de créer ou reprendre mon entreprise (évmal : évènement malheureux) <b>DN</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
L'arrivée dans une nouvelle région (déménagement ...) m'a conduit à étudier un projet de création ou de reprise d'entreprise (dém : déménagement) <b>DN</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
La fin d'un projet ou d'une mission dans mon emploi actuel m'a conduit à réorienter ma carrière et à étudier concrètement la création ou la reprise de ma propre entreprise (fipr : fin d'un projet) <b>DN</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**8. Quel est votre avis concernant les affirmations suivantes ?**

**Inhibiteurs(INHIB)**

Indiquer vos réponses sur une échelle de 1 (tout à fait en désaccord) à 3 (tout à fait d'accord).

	1	2	3
Pour moi, la création ou la reprise d'entreprise est une aventure trop risquée (avris : aventure risquée) <b>INHIB</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
L'incertitude liée à l'étude d'un projet de création ou de reprise d'entreprise me conduit à éviter d'envisager cette solution pour la suite de ma carrière (incr : incertitude) <b>INHIB</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Les situations professionnelles qui m'ont été proposées ont toujours été en adéquation avec mes attentes (salaire, stabilité ...) (sitad : situation adéquate) <b>INHIB</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Il m'a toujours été très difficile d'envisager de changer d'emploi ou de situation professionnelle (difc : difficulté de changement) <b>INHIB</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Je réalise que mes connaissances sont inférieures à ce que je pensais et que le processus de création ou reprise d'entreprise n'est pas aussi simple que je l'imaginai (prscr : le processus de création est difficile) <b>INHIB</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Malgré une attirance pour la création ou la reprise d'entreprise, le manque de temps m'a toujours empêché d'étudier concrètement un projet de création ou reprise d'entreprise (contps : contrainte du temps) <b>INHIB</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

<p>Malgré une attirance pour la création ou la reprise d'entreprise, le manque de moyens financiers m'a toujours empêché d'étudier concrètement un projet de création ou reprise d'entreprise (confi : contrainte financière) <b>INHIB</b></p>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<p>Malgré une attirance pour la création ou la reprise d'entreprise, l'absence de moyens techniques et (ou) humains m'a toujours empêché d'étudier concrètement un projet de création ou reprise d'entreprise (conth : contraintes techniques et humaines) <b>INHIB</b></p>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

## ANNEXE 4: LES QUESTIONNAIRES D'ENQUÊTE

### **Annexe 4a : Questionnaire destiné aux personnes ayant créé et/ou repris une entreprise**

#### Recherche pour une Thèse de doctorat en Sciences de Gestion

*Cette enquête est effectuée par Hocine IFOURAH, Enseignant Chercheur au sein du Département des Sciences de Gestion de la faculté SECG /Université A. MIRA-Bejaia.*

*Cette enquête a pour objectif de mieux comprendre les choix de trajectoires de carrière. Plus précisément, nous souhaitons identifier un modèle conceptuel permettant de mieux comprendre les facteurs conduisant un individu apercevoir la voie de carrière entrepreneuriale comme possible et à l'envisager.*

*De ce fait, le nombre de réponses à ce questionnaire est un facteur déterminant de la qualité de cette recherche. Nous vous remercions donc par avance de bien vouloir y consacrer un peu de temps et de nous le retourner.*

*Bien évidemment, et conformément à la déontologie propre à toute enquête de ce type, une confidentialité totale est garantie aux répondants, seules les données agrégées sortiront de notre recherche et pourront vous être adressées à votre demande. Nous vous remercions du temps que vous consacrerez à remplir ce questionnaire.*

## **PARTIE I : SITUATION GENERALE**

**1. En quelle année avez-vous obtenu votre premier diplôme ?.....**

---

**2. Dans quelle école ou université ?.....**

---

**3. Quelle filière d'accès avez-vous suivie ?.....**

**4. Quelle était votre spécialisation à la fin de vos études ?.....**

---

**5. Avez-vous poursuivi d'autres études ?**

Oui  Non

**6. Si oui:**

- DEUA ou TS
- Licence
- Ingéniorat ou Master
- Magister
- Doctorat
- Autre formation

**7. Qualifiez votre spécialisation actuelle :**

- La même qu'à la fin de mes études
- Proche de celle de fin d'études
- Très différente de celle de fin d'études

**8. Quelle était votre situation professionnelle avant la création ou la reprise de votre entreprise ?**

- Associé ou actionnaire dans une entreprise
- Salarié dans une PME (effectif <250)
- Salarié dans une grande entreprise privée (effectif >250)
- Salarié dans une entreprise publique
- Fonctionnaire au service de l'état
- Fonctionnaire au service d'une collectivité locale
- A la recherche d'un emploi
- Autre (préciser) :

**9. Combien d'années d'expérience de travail (en années pleines) avez-vous ?.....**

---

**10. Dans combien d'entreprises différentes avez-vous déjà été salarié (y compris l'entreprise actuelle) ?.....**

---

**11. Quelle est votre fonction principale actuelle ?**

- Commercial, vente, marketing
- Recherche et développement
- Finance, comptabilité, contrôle de gestion
- Gestion des ressources humaines
- Direction générale
- Autre (préciser) :.....

**11bis. Quel était votre niveau hiérarchique par rapport à un niveau n (n : position de décideur au sein de l'activité dans laquelle vous évoluez) avant la création ou la reprise de votre entreprise ?**

- n
- n-1
- n-2
- n-3 ou plus

**12. Quelle était la nature principale des projets qui vous étaient confiés avant la création ou la reprise de votre entreprise ?**

- Exclusivement technique
- A dominante technique
- Très peu technique
- Pas du tout technique

**13. Depuis le début de votre carrière, combien de fois avez-vous changé de domicile à cause de votre travail ?.....**

---

**14. Dans combien de wilayates avez-vous travaillé pendant plus d'un an ?.....**

---

**15. Qu'est-ce qui décrit le mieux votre situation actuelle ?**

- Je suis entrepreneur.
- Je ne suis plus entrepreneur mais je l'ai été dans le passé.

## **PARTIE II : EVALUATION DU PROCESSUS ENTREPRENEURIAL**

**1. Quand pour la première fois avez-vous eu l'intention de créer ou reprendre une entreprise ?**

- Avant mes études
- Pendant mes études
- Après mes études

**2. lorsque vous avez créé ou repris votre première entreprise, dans quelle mesure l'expérience que vous aviez acquise au cours des années antérieures vous a été utile pour remplir vos fonctions ou réaliser vos objectifs ?**

- Pas du tout utile
- Un peu utile
- Utile
- Très utile

**3. Est-ce que le secteur d'activité de votre première entreprise était relié à votre expérience professionnelle antérieure ?**

- Oui  Non

**4. L'entreprise que vous avez créée ou reprise vend-t-elle les mêmes produits ou services que celle qui vous employait précédemment ?**

- Oui
- Non, mais ils sont proches
- Non, ils sont très différents

**5. L'entreprise que vous avez fondée ou que vous avez acquise avait-elle des clients communs avec celle qui vous employait précédemment ?**

- Oui  Non

**6. L'entreprise que vous avez fondée ou que vous avez acquise avait-elle des fournisseurs communs avec celle qui vous employait précédemment ?**

- Oui  Non

**7. Combien d'années d'expérience aviez-vous lors de la création ou la reprise de votre première entreprise ?.....**

---

**8. Juste avant votre première création ou reprise, quelle était votre situation ?**

- Etudiant
- Au chômage
- Situation précaire
- Salarié dans la même entreprise où vous êtes devenu associé
- Salarié dans une entreprise privée de 250 employés et moins
- Salarié dans une entreprise privée de plus de 250 employés
- Salarié dans une entreprise publique
- Autre (préciser)

**9. Si vous aviez un emploi précédemment, celui-ci répondait-il à vos attentes ?**

- Oui  Non

**10. Lorsque vous avez repris votre entreprise, était-elle en difficulté ?**

- Oui  Non  Pas concerné



**11. Que pensez-vous des affirmations suivantes concernant la période avant la mise en œuvre de votre projet de création ou de reprise de votre entreprise ?**

Indiquer vos réponses sur une échelle de 1 (totalement en désaccord) à 3 (totalement en accord).

	1	2	3
Le fait de trouver un financement m'a permis d'étudier la faisabilité de mon projet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
La possibilité de rencontrer un client potentiel m'a permis de démarrer l'étude de mon projet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
La possibilité d'un partenariat avec un ami m'a permis d'étudier la faisabilité de mon projet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
La possibilité d'un partenariat avec un collègue m'a permis d'étudier la faisabilité de mon projet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
La possibilité d'un partenariat avec un client m'a permis d'étudier la faisabilité de mon projet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mon expérience, associée à ma situation professionnelle, m'a permise de reconnaître facilement une opportunité de création ou de reprise d'entreprise	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
L'insatisfaction liée à ma situation actuelle m'a conduit à étudier concrètement un projet de création ou de reprise d'entreprise	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
J'ai entrepris différentes actions envers la création ou la reprise d'entreprise après mon licenciement	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
J'ai entrepris différentes actions envers la création ou la reprise d'entreprise après que mon patron ait vendu la société dans laquelle je travaillais	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
J'ai entrepris différentes actions envers la création ou la reprise d'entreprise après avoir été muté	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
L'absence de possibilité d'évolution dans mon emploi m'a orienté vers un projet de création ou de reprise d'entreprise	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Le manque d'intérêt de mon travail m'a conduit à étudier mon projet de création ou de reprise d'entreprise	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Le manque d'épanouissement dans mon emploi m'a conduit à étudier mon projet de création ou de reprise d'entreprise	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Le manque d'écoute à mon égard dans mon emploi (solutions proposées, innovations, demandes d'évolution ...) m'a conduit à chercher concrètement à mettre en place mon projet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Le besoin de liberté m'a conduit à vouloir me libérer des contraintes d'un emploi salarié (règles, horaires, autorité, salaire fixe ...)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Le refus d'une promotion m'a conduit à chercher à créer ou à reprendre ma propre entreprise	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
L'arrivée à un certain âge m'a conduit à revoir ma carrière et donc à étudier précisément mon projet de création ou de reprise d'entreprise	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Une prise de recul sur ma carrière m'a conduit à étudier concrètement mon projet de création ou de reprise d'entreprise	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mon divorce m'a conduit à envisager concrètement la création ou la reprise d'une entreprise	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Un évènement malheureux dans ma famille (décès ...) m'a conduit à vouloir réorienter ma carrière et à envisager de créer ou reprendre mon entreprise	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
L'arrivée dans une nouvelle région (déménagement ...) m'a conduit à étudier un projet de création ou de reprise d'entreprise	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
La fin d'un projet ou d'une mission dans mon emploi m'a conduit à réorienter ma carrière et à étudier concrètement la création ou la reprise de ma propre entreprise	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**12. Que pensez-vous des affirmations suivantes concernant la période avant la mise en œuvre de votre projet de création ou de reprise de votre entreprise ?**

Indiquer vos réponses sur une échelle de 1 à 3.

	1	2	3
Si vous aviez à choisir entre devenir votre propre employeur et être employé par une entreprise ou une administration, que préféreriez-vous avant de décider de créer ou reprendre votre entreprise ? <i>(1 : Je préférerais être employé à 3 : Je préférerais créer et diriger ma propre entreprise)</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Quel degré de vraisemblance accordiez-vous à l'hypothèse que vous soyez votre propre patron pour la plus grande partie de votre carrière ? <i>(1 : très invraisemblable à 3 : très vraisemblable)</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Quel degré de vraisemblance accordiez-vous à l'hypothèse que vous travailliez pour une entreprise ou une administration pour la plus grande partie de votre carrière ? <i>(1 : très invraisemblable à 3 : très vraisemblable)</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Je vais probablement créer et gérer ma propre entreprise un jour <i>(1 : très invraisemblable à 3 : très vraisemblable)</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Je vais probablement acquérir et gérer ma propre entreprise un jour <i>(1 : très invraisemblable à 3 : très vraisemblable)</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Il est très probable que je crée et gère ma propre entreprise dans un futur proche <i>(1 : très invraisemblable à 3 : très vraisemblable)</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Il est très probable que j'acquiers et gère ma propre entreprise dans un futur proche <i>(1 : très invraisemblable à 3 : très vraisemblable)</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Je pense souvent à créer et gérer ma propre entreprise <i>(1 : pas du tout d'accord à 3 : tout à fait d'accord)</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Je pense souvent à acquérir et gérer ma propre entreprise <i>(1 : pas du tout d'accord à 3 : tout à fait d'accord)</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Je suis prêt à faire des sacrifices pour créer et diriger ma propre entreprise <i>(1 : pas du tout d'accord à 3 : tout à fait d'accord)</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Je suis prêt à faire des sacrifices pour reprendre et diriger ma propre entreprise <i>(1 : pas du tout d'accord à 3 : tout à fait d'accord)</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

### **PARTIE III : FICHE SIGNALETIOUE\***

**1. Nom, Prénom.....**

---

**2. Adresse.....**

---

**3. Téléphone.....**

---

**4. Adresse e-mail.....**

---

**5. Quel est votre sexe ?**

Masculin       Féminin

**6. Quel est votre âge ?.....**

---

**7. Etes-vous :**

Marié(e)       Divorcé(e) ou séparé(e)

Célibataire       Veuf (ve)

**8. Combien avez-vous d'enfants à votre charge ?.....**

---

**9. Souhaitez-vous recevoir une synthèse des résultats de l'étude ?**

Oui       Non

---

\*Les informations : 1,2, 3 et 4 sont facultatives

## **Annexe 4b : Questionnaire destiné aux personnes n'ayant jamais créé ou repris une entreprise**

### Recherche pour une Thèse de doctorat en Sciences de Gestion

*Cette enquête est effectuée par Hocine IFOURAH, Enseignant Chercheur au sein du Département des Sciences de Gestion de la Faculté SECG /Université A. Mira-Béjaïa- .*

*Cette enquête a pour objectif de mieux comprendre les choix de trajectoires de carrière. Plus précisément, nous souhaitons identifier un modèle conceptuel permettant de mieux comprendre les facteurs conduisant un individu apercevoir la voie de carrière entrepreneuriale comme possible et à l'envisager.*

*De ce fait, le nombre de réponses à ce questionnaire est un facteur déterminant de la qualité de cette recherche. Nous vous remercions donc par avance de bien vouloir y consacrer un peu de temps et de nous le retourner.*

*Bien évidemment, et conformément à la déontologie propre à toute enquête de ce type, une confidentialité totale est garantie aux répondants, seules les données agrégées sortiront de notre recherche et pourront vous être adressées à votre demande. Nous vous remercions du temps que vous consacrerez à remplir ce questionnaire.*

## **PARTIE I : SITUATION GENERALE**

1. En quelle année avez-vous obtenu votre premier diplôme ?.....

2. Dans quelle école ou université ?.....

3. Quelle filière d'accès avez-vous suivie ?.....

4. Quelle était votre spécialisation à la fin de vos études ?.....

5. Avez-vous poursuivi d'autres études ?

Oui  Non

6. Si oui:

DEUA ou TS

Licence

Ingénieur ou Master

Magister

Doctorat

Autre formation

7. Qualifiez votre spécialisation actuelle :

La même qu'à la fin de mes études

Proche de celle de fin d'études

Très différente de celle de fin d'études

8. Quelle est votre situation professionnelle principale actuelle ?

Associé ou actionnaire dans une entreprise

Salarié dans une PME (effectif < 250)

Salarié dans une grande entreprise privée (effectif > 250)

Salarié dans une entreprise publique

Fonctionnaire au service de l'état

Fonctionnaire au service d'une collectivité locale

A la recherche d'un emploi

Autre (préciser) : .....

9. Combien d'années d'expérience de travail (en années pleines) avez-vous ?.....

**10. Dans combien d'entreprises différentes avez-vous déjà été salarié (y compris l'entreprise actuelle) ?.....**

---

**11. Quelle est votre fonction principale actuelle ?**

- Commercial, vente, marketing
- Logistique, achats
- Production
- Recherche et développement
- Administratif, juridique
- Finance, comptabilité, contrôle de gestion
- Audit, conseil
- Informatique
- Gestion des ressources humaines
- Maintenance, entretien
- Direction générale
- Autre (préciser) :

**11bis. Quel est votre niveau hiérarchique par rapport à un niveau n (n : position de décideur au sein de l'activité dans laquelle vous évoluez) ?**

- n
- n-1
- n-2
- n-3 ou plus

**12. Quelle est la nature principale des projets qui vous sont confiés ?**

- Exclusivement technique
- A dominante technique
- Très peu technique
- Pas du tout technique

**13. Depuis le début de votre carrière, combien de fois avez-vous changé de domicile à cause de votre travail ?.....**

---

**14. Dans combien de wilayas avez-vous travaillé pendant plus d'un an ?.....**

---

**15. Qu'est-ce qui décrit le mieux votre situation actuelle ?**

- Je n'ai jamais été entrepreneur et n'ai jamais eu l'intention de le devenir.
- Je n'ai jamais été entrepreneur mais j'ai l'intention de le devenir.

**16. Si vous avez l'intention de créer ou reprendre une entreprise, qu'est-ce qui vous a principalement empêché jusqu'à présent de le faire ? (Plusieurs choix sont possibles)**

- Pas d'opportunité immédiate
- Manque de moyens financiers
- Manque de connaissances techniques
- Manque de connaissance des marchés
- Recherche de partenaire (s)
- Raisons personnelles
- Manque de connaissances en gestion
- Peur du risque.
- Incertitude par rapport à ma situation actuelle

**17. Quelles sont, pour vous, les principales raisons qui vous empêchent d'envisager une création ou une reprise d'entreprise ?**

- Cela représente un risque élevé par rapport à d'autres situations professionnelles.
- J'ai une préparation insuffisante à la fonction de dirigeant.
- J'ai de bonnes opportunités de carrière dans les grandes entreprises.
- Autre (préciser) :.....

## **PARTIE II : MESURE DES DETERMINANTS DU PROCESSUS**

### **ENTREPRENEURIAL :**

**1. Que pensez-vous des affirmations suivantes concernant vos attitudes à l'égard de votre carrière ?**

Indiquer vos réponses sur une échelle de 1 (totalement en désaccord) à 3 (totalement en accord).

	1	2	3
Je recherche la sécurité de l'emploi	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Je recherche la stabilité de l'emploi	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Je ne souhaite pas passer ma vie au travail	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Je souhaite avoir des loisirs	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Je souhaite travailler sur des horaires bien définis	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Je ne veux pas un emploi trop stressant	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Je recherche un emploi simple, pas compliqué	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Je souhaite m'impliquer dans un environnement social	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Je veux être membre d'un groupe social	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Je souhaite éviter les responsabilités	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Je ne veux pas prendre trop de responsabilités	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Je souhaite éviter de m'engager trop fortement	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Je souhaite avoir des opportunités pour progresser régulièrement dans ma carrière	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Je recherche vivement la promotion	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Je souhaite trouver des opportunités afin d'être récompensé financièrement	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Je voudrais recevoir des compensations basées sur mon mérite	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Je souhaite qu'une grande part de ma rémunération soit liée aux résultats de mon travail	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Je recherche un emploi où je devrais relever des défis	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Je recherche un emploi intéressant	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Je recherche un emploi motivant	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Je voudrais être libre de travailler quand je veux sur ce que je veux	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Je recherche l'indépendance	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Je voudrais être mon propre patron	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Je voudrais pouvoir choisir les tâches et les activités de mon travail	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Je voudrais pouvoir prendre des décisions	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Je recherche des positions d'autorité	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Je souhaite travailler sur quelque chose que j'ai toujours souhaité faire	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Je voudrais réaliser mes rêves	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Je voudrais créer quelque chose	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Je voudrais tirer profit de mes besoins créatifs	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Je voudrais participer à l'ensemble des activités d'un processus de création et non être uniquement spécialisé sur une tâche particulière	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Je voudrais suivre un ensemble d'activités de A à Z, plutôt que d'être spécialisé sur un petit bout de l'une d'entre-elles	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>



**2. Que pensez-vous des affirmations suivantes concernant l'avis de votre entourage à l'égard de la création ou la reprise d'entreprise ?**

Indiquer vos réponses sur une échelle de 1 (totalement en désaccord) à 3 (totalement en accord).

	1	2	3
Je crois que ma famille proche pense que je m'orienterais vers la création de ma propre entreprise	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Je crois que mes meilleurs amis pensent que je m'orienterais vers la création de ma propre entreprise	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Je crois que des gens importants pour moi pensent que je m'orienterais vers la création de ma propre entreprise	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pensez-vous que parmi votre famille la position d'entrepreneur soit plus appréciée que le statut de salarié ?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pensez-vous que parmi vos meilleurs amis la position d'entrepreneur soit plus appréciée que le statut de salarié ?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pensez-vous que parmi les gens importants pour vous la position d'entrepreneur soit plus appréciée que le statut de salarié ?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
L'activité entrepreneuriale est en accord avec la culture de mon pays	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Le rôle de l'entrepreneur dans l'économie n'est pas assez reconnu	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Beaucoup de personnes considèrent comme à peine acceptable d'être entrepreneur	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Il est reconnu communément que les entrepreneurs ont des avantages sur les autres	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**2bis. Que pensez-vous des affirmations suivantes ?**

Indiquer vos réponses sur une échelle de 1 à 3.

	1	2	3
Jusqu'à quel point tiendrez-vous compte de l'avis de votre proche famille pour prendre la décision de créer ou non votre propre entreprise ? <i>(1 : Je ne me soucie pas de leur point de vue à 3 : leur point de vue compte énormément)</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Jusqu'à quel point tiendrez-vous compte de l'avis de vos meilleurs amis pour prendre la décision de créer ou non votre propre entreprise ? <i>(1 : je ne me soucie pas de leur point de vue à 3 : leur point de vue compte énormément)</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Jusqu'à quel point tiendrez-vous compte de l'avis des personnes importantes pour vous pour prendre la décision de créer ou non votre propre entreprise ? <i>(1 : je ne me soucie pas de leur point de vue à 3 : leur point de vue compte énormément)</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Si vous décidiez de créer ou reprendre une entreprise, pensez-vous que les personnes de votre famille approuvent cette décision ? <i>(1 : non, pas du tout à 3 : oui, tout à fait)</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Si vous décidiez de créer ou reprendre une entreprise, pensez-vous que vos meilleurs amis approuvent cette décision ? <i>(1 : non, pas du tout à 3 : oui, tout à fait)</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Si vous décidiez de créer ou reprendre une entreprise, pensez-vous que les personnes importantes pour vous approuvent cette décision ? <i>(1 : non, pas du tout à 3 : oui, tout à fait)</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**3. Que pensez-vous des affirmations suivantes concernant votre perception quant à votre capacité à créer ou reprendre une entreprise?**

Indiquer vos réponses sur une échelle de 1 à 3

	1	2	3
pour moi, créer et diriger mon entreprise serait : (1 : très facile à 3 : très difficile)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pour moi, acquérir et diriger mon entreprise serait : (1 : très facile à 3 : très difficile)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
si je le voulais vraiment, je pourrais facilement poursuivre une carrière de créateur et dirigeant propriétaire d'entreprise : (1 : en total accord à 3 : en total désaccord)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Si je le voulais vraiment, je pourrais facilement poursuivre une carrière de repreneur et dirigeant propriétaire d'entreprise : (1 : en total accord à 3 : en total désaccord)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Les événements que je ne contrôle pas actuellement et qui pourraient m'empêcher de créer et diriger ma propre entreprise sont : (1 : peu nombreux à 3 : très nombreux)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Les événements que je ne contrôle pas actuellement et qui pourraient m'empêcher d'acquérir et diriger ma propre entreprise sont : (1 : peu nombreux à 3 : très nombreux )	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Si je me lance aujourd'hui dans un projet de création d'entreprise, mes chances de succès sont : (1 : très faibles à 3 : très élevées)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Si je me lance aujourd'hui dans un projet d'acquisition d'entreprise, mes chances de succès sont : (1 : très faibles à 3 : très élevées)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Si je me lance aujourd'hui dans un projet de création d'entreprise, la probabilité d'échec est : (1 : très faible à 3 : très élevée)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Si je me lance aujourd'hui dans un projet d'acquisition d'entreprise, la probabilité d'échec est : (1 : très faible à 3 : très élevée)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**4. Que pensez-vous des affirmations suivantes concernant votre degré de confiance à l'égard de la création ou la reprise d'entreprise?**

Indiquer vos réponses sur une échelle de 1 (pas du tout confiant) à 3 (très confiant).

	1	2	3
Quel degré de confiance avez-vous dans votre capacité à détecter des opportunités sur un marché nouveau ?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Quel degré de confiance avez-vous dans votre capacité à détecter de nouvelles pistes de croissance pour votre propre entreprise ?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Quel degré de confiance avez-vous dans votre capacité à créer des produits ou services en adéquation avec les attentes d'un marché ?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Quel degré de confiance avez-vous dans votre capacité à obtenir les fonds nécessaires pour développer votre propre entreprise ?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Quel degré de confiance avez-vous dans votre capacité à développer des relations avec des investisseurs pour votre propre entreprise ?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Quel degré de confiance avez-vous dans votre capacité à identifier des sources potentielles de financement pour votre propre entreprise ?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Quel degré de confiance avez-vous dans votre capacité à travailler durement et sous des contraintes de stress et de conflit au sein de votre propre entreprise ?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Quel -degré de confiance avez-vous dans votre capacité à travailler dans l'incertitude au sein de votre propre entreprise ?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Quel degré de confiance avez-vous dans votre capacité à persévérer au sein de votre propre entreprise ?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Quel degré de confiance avez-vous dans votre capacité à prendre des risques calculés au sein de votre propre entreprise ?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Quel degré de confiance avez-vous dans votre capacité à prendre les bonnes décisions dans un contexte d'incertitude et de risque au sein de votre propre entreprise ?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Quel degré de confiance avez-vous dans votre capacité à manager votre propre entreprise ?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Quel degré de confiance avez-vous dans votre capacité à assurer la pérennité financière de votre entreprise ?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Quel degré de confiance avez-vous dans votre capacité à gérer votre propre entreprise ?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**5. Que pensez-vous des affirmations suivantes concernant votre position à l'égard de la création ou la reprise d'entreprise ?**

Indiquer vos réponses sur une échelle de 1 à 3.

	1	2	3
Si vous aviez à choisir entre devenir votre propre employeur et être employé par une entreprise ou une administration, que préféreriez-vous ? <i>(1 : carrière d'employé à 3 : carrière de créateur ou repreneur d'entreprise)</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Quel degré de vraisemblance accordez-vous à l'hypothèse qui voudrait que vous soyez votre propre patron pour la plus grande partie de votre carrière ? <i>(1 : très invraisemblable à 3 : très vraisemblable)</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Quel degré de vraisemblance accordez-vous à l'hypothèse qui voudrait que vous travailliez pour une entreprise ou une administration pour la plus grande partie de votre carrière ? <i>(1 : très invraisemblable à 3 : très vraisemblable)</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Je vais probablement créer et gérer ma propre entreprise un jour <i>(1 : très improbable à 3 : très probable)</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Je vais probablement acquérir et gérer ma propre entreprise un jour <i>(1 : très improbable à 3 : très probable)</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Il est très probable que je crée et gère ma propre entreprise dans un futur proche <i>(1 : très improbable à 3 : très probable)</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Il est très probable que j'acquiers et gère ma propre entreprise dans un futur proche <i>(1 : très improbable à 3 : très probable)</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Je pense souvent à créer et gérer ma propre entreprise <i>(1 : non, jamais à 3 : oui, très souvent)</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Je pense souvent à acquérir et gérer ma propre entreprise <i>(1 : non, jamais à 3 : oui, très souvent)</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Je suis prêt à faire des efforts pour créer et diriger ma propre entreprise <i>(1 : pas du tout d'accord à 3 : tout à fait d'accord)</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Je suis prêt à faire des efforts pour reprendre et diriger ma propre entreprise <i>(1 : pas du tout d'accord à 3 : tout à fait d'accord)</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**6. Quel est votre avis concernant les affirmations suivantes ? (Questions réservées aux personnes qui ont démarré l'étude d'un projet de création ou de reprise d'entreprise)**

Indiquer vos réponses sur une échelle de 1 (tout à fait en désaccord) à 3 (tout à fait d'accord).

	1	2	3
Le fait de trouver un financement m'a permis d'étudier la faisabilité de mon projet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
La possibilité de rencontrer un client potentiel m'a permis de démarrer l'étude de mon projet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
La possibilité d'un partenariat avec un ami m'a permis d'étudier la faisabilité de mon projet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
La possibilité d'un partenariat avec un collègue m'a permis d'étudier la faisabilité de mon projet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
La possibilité d'un partenariat avec un client m'a permis d'étudier la faisabilité de mon projet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mon expérience associée à ma situation professionnelle m'ont permis de reconnaître facilement une opportunité de création ou de reprise d'entreprise	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**7. Quel est votre avis concernant les affirmations suivantes ? (Questions réservées aux personnes qui ont démarré l'étude d'un projet de création ou de reprise)**

Indiquer vos réponses sur une échelle de 1 (tout à fait en désaccord) à 3 (tout à fait d'accord).

	1	2	3
L'insatisfaction liée à ma situation actuelle m'a conduit à étudier concrètement un projet de création ou reprise d'entreprise	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
J'ai entrepris différentes actions envers la création ou la reprise d'entreprise après un licenciement	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
J'ai entrepris différentes actions envers la création ou la reprise d'entreprise après que mon patron ait vendu la société dans laquelle je travaillais	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
J'ai entrepris différentes actions envers la création ou la reprise d'entreprise après avoir été muté	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
L'absence de possibilité d'évolution dans mon emploi m'a orienté vers un projet de création ou de reprise d'entreprise	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Le manque d'intérêt de mon travail m'a conduit à chercher à créer ou reprendre ma propre entreprise	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Le manque d'épanouissement dans mon emploi m'a conduit à étudier mon projet de création ou de reprise d'entreprise	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Le manque d'écoute à mon égard dans mon emploi (solutions proposées, innovations ...) m'a conduit à chercher concrètement à mettre en place mon projet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Le besoin de liberté m'a conduit à vouloir me libérer des contraintes d'un emploi salarié (règles, horaires, autorité, salaire fixe ...)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Le refus d'une promotion m'a conduit à chercher à créer ou à reprendre ma propre entreprise	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
L'arrivée à un certain âge m'a conduit à revoir ma carrière et donc à étudier précisément mon projet de création ou de reprise d'entreprise	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Une prise de recul sur ma carrière m'a conduit à étudier concrètement mon projet de création ou de reprise d'entreprise	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mon divorce m'a conduit à envisager concrètement la création ou la reprise d'une entreprise	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Un événement malheureux dans ma famille (décès ...) m'a conduit à vouloir réorienter ma carrière et à envisager de créer ou reprendre mon entreprise	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
L'arrivée dans une nouvelle région (déménagement ...) m'a conduit à étudier un projet de création ou de reprise d'entreprise	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
La fin d'un projet ou d'une mission dans mon emploi actuel m'a conduit à réorienter ma carrière et à étudier concrètement la création ou la reprise de ma propre entreprise	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**8. Quel est votre avis concernant les affirmations suivantes ?**

Indiquer vos réponses sur une échelle de 1 (tout à fait en désaccord) à 3 (tout à fait d'accord).

	1	2	3
Pour moi, la création ou la reprise d'entreprise est une aventure trop risquée	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
L'incertitude liée à l'étude d'un projet de création ou de reprise d'entreprise me conduit à éviter d'envisager cette solution pour la suite de ma carrière	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Les situations professionnelles qui m'ont été proposées ont toujours été en adéquation avec mes attentes (salaire, stabilité ...)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Il m'a toujours été très difficile d'envisager de changer d'emploi ou de situation professionnelle	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Je réalise que mes connaissances sont inférieures à ce que je pensais et que le processus de création ou reprise d'entreprise n'est pas aussi simple que je l'imaginai	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Malgré une attirance pour la création ou la reprise d'entreprise, le manque de temps m'a toujours empêché d'étudier concrètement un projet de création ou reprise d'entreprise	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Malgré une attirance pour la création ou la reprise d'entreprise, le manque de moyens financiers m'a toujours empêché d'étudier concrètement un projet de création ou reprise d'entreprise	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Malgré une attirance pour la création ou la reprise d'entreprise, l'absence de moyens techniques et (ou) humains m'a toujours empêché d'étudier concrètement un projet de création ou reprise d'entreprise	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>



**9. Qu'est-ce qui décrit le mieux votre situation actuelle ?**

	Oui	Non
Je suis actuellement à la recherche d'un local dans le cadre de mon projet de création ou de reprise d'entreprise	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Je suis actuellement à la recherche de matériel dans le cadre de mon projet de création ou de reprise d'entreprise	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Je suis actuellement à la recherché d'un financement dans le cadre de mon projet de création ou de reprise d'entreprise	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Je suis actuellement ou j'ai déjà suivi une formation dans l'objectif de créer ou reprendre une entreprise à court terme	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Je recherche actuellement à réaliser un prototype dans le cadre de mon projet de création ou de reprise d'entreprise ?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Je suis actuellement à la recherche d'une équipe (partenaires, employés éventuels, associés ...) dans le cadre de mon projet de création ou de reprise d'entreprise ?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Je réalise actuellement ou j'ai déjà réalisé un plan d'affaires dans le cadre de mon projet de création ou de reprise d'entreprise ?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Je recherche actuellement, ou j'ai déjà recherché des informations (sur le marché ...) dans le cadre de mon projet de création ou de reprise d'entreprise ?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Je passe actuellement du temps sur mon projet de création ou reprise d'entreprise ?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

### **PARTIE III : FICHE SIGNALÉTIQUE\***

**1. Nom, Prénom.....**

---

**2. Adresse.....**

---

**3. Téléphone.....**

---

**4. Adresse e-mail.....**

---

**5. Quel est votre sexe ?**

Masculin       Féminin

**6. Quel est votre âge ?.....**

---

**7. Etes-vous :**

Marié(e)       Divorcé(e) ou séparé(e)

Célibataire       Veuf (ve)

**8. Combien avez-vous d'enfants à votre charge ?.....**

---

**9. Souhaitez-vous recevoir une synthèse des résultats de l'étude ?**

Oui       Non

---

\*Les informations : 1,2, 3 et 4 sont facultatives

---

## **LISTE DES TABLEAUX ET DES SCHEMAS**

---

## LISTE DES TABLEAUX

N°	Titre	Page
01	Récapitulatif des approches théoriques des recherches en entrepreneuriat	24
02	Les questions formalisant deux approches en entrepreneuriat	31
03	Quatre groupes de théories sur le développement d'un processus	129
04	Le domaine de validité des hypothèses de trajectoires formulées	142
05	Indicateurs de mesure de la taille des PME	158
06	Présentation des principaux secteurs des PME des « professions libérales »	160
07	Présentation des secteurs d'activités des PME publiques en 2009	161
08	Répartition des nouveaux inscrits dans l'artisanat sur trois filières	161
09	Répartition des PME dans les 10 premières wilayas du pays	163
10	Répartition des PME par Groupes de Branches d'Activité	164
11	Les secteurs d'activités dominants	164
12	Evolution des emplois/PME en Algérie durant 2004/2010	165
13	Bilan du plan national de mise à niveau des PME	171
14	Récapitulatif de la distribution de l'échantillon par le critère du genre	181
15	Alpha de Cronbach de la variable 'Attitudes' (échantillon 'non-entrepreneurs')	188
16	Alpha de Cronbach de la variable 'Perception des normes sociales' (échantillon 'non-entrepreneurs')	190
17	Alpha de Cronbach de la variable 'Perception du contrôle du comportement' (Échantillon 'non-entrepreneurs')	191
18	Alpha de Cronbach de la variable 'Intention' (échantillon 'non-entrepreneurs')	192
19	Alpha de Cronbach de la variable 'Intention' (échantillon 'entrepreneurs')	193
20	Régression linéaire du modèle d'intention	195
21	Test de colinéarité	196
22	Test du déclenchement pour les non-entrepreneurs	198
23	Régression linéaire du déclenchement pour les entrepreneurs	199

## LISTE DES SCHEMAS

N°	Titre	Page
01	Le domaine de l'entrepreneurship au sens large	36
02	The entrepreneurial process located within its environment and time	38
03	La décision de créer une nouvelle entreprise.	91
04	Un modèle de formation d'organisation	95
05	Les différentes phases du processus entrepreneurial	96
06	L'apparition d'une idée entrepreneuriale	98
07	Opérationnalisation des facteurs de déplacement	104
08	La Théorie du Comportement Planifié	107
09	La Théorie du Comportement Planifié : résultats de plusieurs recherches Empirique	109
10	Intentions toward entrepreneurial behavior: The theory of planned behavior (simplified)	111
11	Le déclenchement du processus de création d'entreprises	114
12	Représentation du concept de situation entrepreneuriale	134
13	Les voies de déclenchement du processus entrepreneurial	141
14	Evolution des PME /PMI en Algérie durant 2003-2010	162
15	Une typologie du processus de déclenchement	203

---

# **TABLE DES MATIERES**

---

## TABLE DES MATIÈRES

N°	Titres	Page
<b>Introduction générale</b>		01
I.	Problématique et objectif de la recherche	05
1.	Intérêt du sujet	06
2.	Objet de la recherche	07
3.	Hypothèses de travail	09
II.	Méthodologie	10
III.	Plan de présentation	12
<b>Chapitre 1- L'entrepreneuriat : Approches et processus</b>		15
<b>Introduction</b>		15
I.	Le cadre conceptuel de l'entreprise	16
1.	Définitions et diversité des termes de l'entreprise	16
1.1.	Entreprise	16
1.2.	Société	16
1.3.	Firme	16
1.4.	Institution	17
1.5.	Organisation	17
2.	Les approches théoriques	17
2.1.	La théorie néo-classique	17
2.2.	La théorie managériale	18
2.3.	La théorie des comportements (behavioriste)	18
2.4.	L'approche systémique	18
2.5.	La théorie de l'agence	19
2.6.	La théorie des couts de transaction	19
2.7.	La théorie évolutionniste	20
3.	Typologie des entreprises	20
3.1.	Classification selon les critères économiques	20
3.2.	Classification selon les critères juridiques	21
3.3.	Classification selon la propriété du capital	22
II.	Les différentes approches de l'entrepreneuriat	23
1.	L'approche des économistes	25
2.	L'approche par les traits	26
3.	L'approche par le processus	28
III.	Le processus entrepreneurial	29
1.	Les différents paradigmes	31
1.1.	Paradigme de la création d'organisation	32
1.2.	Le paradigme de l'opportunité	33
1.3.	Paradigme de la création de valeur	35
2.	La perspective mobilisée	38
2.1.	Le cadre général proposé	38
2.2.	Les phases du processus	40
<b>Conclusion</b>		42
<b>Chapitre 2- La création d'entreprises : Particularités de démarrage et l'étude du marché</b>		44
<b>Introduction</b>		44
I.	Particularités de démarrage d'activités nouvelles : Aléas, contraintes et processus	45

1.	les aléas et les contraintes de démarrage	46
1.1.	Développement du chiffre d'affaires et évolution des coûts	47
1.1.1.	La surestimation du chiffre d'affaires du premier exercice	48
1.1.2.	La difficile maîtrise des coûts d'exploitation en phase de démarrage	49
1.2.	Besoin de financements et ressources financières	50
1.2.1.	La dérive des besoins de financement	50
1.2.2.	Les désajustements des ressources financières	52
2.	Cadre et processus de création d'entreprises	54
2.1	Approche et réalité du processus de démarrage	54
2.1.1.	Des difficultés rencontrées par les créateurs pour développer une approche adaptée à la réalité du démarrage d'une entreprise nouvelle	55
2.1.2.	Conditions de mise en œuvre d'un projet de création d'entreprise	56
2. 2.	Apprentissage managérial et organisationnel	58
2.2.1	L'apprentissage managérial du créateur	59
2.2.2.	L'apprentissage organisationnel	60
II.	Etude du marché et son impact sur la création d'entreprises	62
1.	La connaissance du marché	63
1.1.	L'analyse produit	63
1.1.1.	Le besoin d'informations	64
1.1.2.	Les stratégies des distributeurs	65
1.1.3.	Les politiques de prix	66
1.2.	L'analyse concurrentielle	67
1.2.1.	La dissuasion	68
1.2.2.	Le couple produit – marché	68
1.2.3.	Les stratégies	69
1.3.	La prospective	69
2.	Les contraintes du marché algérien	71
2.1.	Le marché des capitaux	72
2.1.1.	Les contraintes	72
2.1.2.	Les risques	73
2.1.3.	Les instruments	74
2.2.	Le marché des biens d'équipement	74
2.2.1	Le système de financement des importations complémentaires	75
2.2.2.	Le système de gestion des importations supplétives	77
2.3.	Les dispositions institutionnelles du marché	77
2.3.1.	Les assises légales	77
2.3.2.	Les innovations	79
<b>Conclusion</b>		81
<b>Chapitre 3 - Les variables d'étude de la décision de déclenchement du processus entrepreneurial</b>		84
<b>Introduction</b>		84
I.	Le déclenchement du processus entrepreneurial	85
II.	Les concepts mobilisés	92
1.	Le concept d'intention	92
2.	La notion de déplacement	102
III.	Les modèles issus de la littérature permettant d'étudier le déclenchement du processus entrepreneurial	105
1.	La théorie du comportement planifié (Ajzen, 1991)	105
2.	Le modèle de Krueger et Carsrud (1993)	110
3.	Les travaux de Bruyat sur le déclenchement du processus entrepreneurial (1993)	113



<b>Conclusion</b>		115
<b>Chapitre 4 - Le déclenchement : proposition d'un modèle de trajectoires</b>		118
<b>Introduction</b>		118
I.	La notion de changement	122
II.	Les variables retenues : intention et déplacement	124
1.	L'intention à l'origine de la dynamique endogène	124
2.	Le déplacement à l'origine de la dynamique exogène	126
III.	L'enchaînement des variables et la notion de temps	129
1.	L'importance du temps dans une perspective dynamique	130
2.	Proposition de trajectoires conduisant au déclenchement	138
<b>Conclusion</b>		143
<b>Chapitre 5- La création d'entreprises en Algérie : Evolution et dispositifs</b>		145
<b>Introduction</b>		145
I.	L'entrepreneuriat et l'environnement entrepreneurial	146
1.	L'entrepreneur et l'entrepreneuriat	146
1.1.	L'entrepreneur	146
1.1.1.	L'entrepreneur dans la pensée économique	147
1.1.2.	Les types d'entrepreneurs	147
1.2.	L'entrepreneuriat	148
1.2.1.	Les dimensions liées à l'entrepreneuriat	149
1.2.2.	Valeurs et type de l'entrepreneuriat	150
1.2.3.	L'impact de l'entrepreneuriat	151
2.	L'environnement entrepreneurial	151
2.1.	Le macro environnement	151
2.2.	Le micro environnement	153
2.3.	L'environnement interne de l'entrepreneur	155
3.	L'entrepreneuriat en Algérie : Etat des lieux	155
3.1.	Définitions, forces et faiblesses de la PME	156
3.2.	PME algérienne : Évolution et développement	157
3.3.	Evolution de la population des PME en Algérie	159
3.4.	Importance et rôle des PME/PMI pour le développement économique algérien	165
II.	L'environnement entrepreneurial en algérie	166
1.	Les mesures de création d'entreprises en Algérie	168
1.1.	Les dispositifs d'aides à la création d'entreprises	169
1.2.	Les services d'aide et d'accompagnement des entreprises	171
2.	Les contraintes de création d'entreprises en Algérie	173
2.1.	Les contraintes de financement	173
2.2.	Les contraintes du foncier	173
2.3.	L'environnement des affaires	174
<b>Conclusion</b>		176
<b>Chapitre 6 – Analyse des facteurs décisionnels du déclenchement du processus entrepreneurial : Cas de la wilaya de bejaïa.</b>		179
<b>Introduction</b>		179
I.	Méthodologie et spécification du modèle de détermination des facteurs décisionnels de création d'entreprises : Le cas de la wilaya de Bejaia	180
1.	Présentation de la méthodologie de recherche empirique	180
1.1.	Echantillon et méthode d'échantillonnage	181
1.2.	L'élaboration et l'administration du questionnaire	182
1.2.1.	L'élaboration du questionnaire	182

1.2.2.	L'administration du questionnaire	185
2.	Le déclenchement du processus entrepreneurial face au parcours de carrière: analyse des données de l'enquête	186
2.1.	La procédure de validité statistique	187
2.1.1.	La fiabilité du questionnaire pour les non-entrepreneurs	188
2.1.2.	La fiabilité du questionnaire pour les entrepreneurs	192
2.2.	Le test des différentes trajectoires de carrière	193
2.2.1.	L'intention des non-entrepreneurs	194
2.2.2.	Le test du modèle de déclenchement pour les non-entrepreneurs	197
2.2.3	Le test du modèle de déclenchement pour les entrepreneurs	199
II .	Analyse des résultats relatifs à la décision du déclenchement du processus entrepreneurial: Cas de la wilaya de Béjaïa	201
1.	Le processus de déclenchement	201
2.	Une analyse des différents processus de déclenchement	205
2.1.	Le processus de déclenchement intentionnel délibéré	205
2.2.	Le processus de déclenchement intentionnel renforcé	206
2.3.	Le processus de déclenchement semi-intentionnel	207
2.4.	Le processus de déclenchement subi	208
3.	Une synthèse des différents processus de déclenchement	209
3.1.	Analyse des processus de déclenchement	209
3.2.	Un approfondissement par le non déclenchement	211
<b>Conclusion</b>		213
<b>Conclusion générale</b>		216
1.	Les principaux apports de la recherche	216
2.	Les limites de la recherche	218
3.	Les voies de recherches futures	219
<b>Références bibliographiques</b>		222
<b>Annexes</b>		248
<b>Liste des tableaux et des schémas</b>		290
<b>Table des matières</b>		293

## **Résumé :**

**IFOURAH Hocine, La décision de création d'entreprises et entrepreneuriat en Algérie : Cas de la wilaya de Bejaïa. Thèse de doctorat en Sciences de Gestion, université Abderrahmane Mira de Bejaia. Sous la direction du Professeur KAÏD TLILANE Nouara, 2014.**

Le développement économique et social d'un pays dépend de sa capacité à créer et à développer des produits et services nouveaux. La création d'activités et la création d'entreprises participent pleinement à ce processus. En outre, l'innovation est un atout majeur pour la réussite entrepreneuriale et permet de transformer des start-up en grandes entreprises ou groupes industriels engendrant au final le développement du pays. L'entrepreneuriat est devenu ainsi un moteur de croissance, de création d'emplois et de compétitivité. De ce fait, la présente recherche vise à analyser la décision du déclenchement du processus de création d'entreprise et du démarrage d'un projet entrepreneurial en Algérie en prenant le cas de la wilaya de Bejaia.

L'approche adoptée étant l'hypothético-déductive vise essentiellement à répondre à une problématique principale qui s'articule autour d'une bonne compréhension de la décision de création et précisément le déclenchement d'un processus de création d'entreprise. Le chercheur a développé d'abord le sujet sur plusieurs axes à savoir : le concept de la création d'entreprises selon l'aspect théorique et la réalité nationale, la description du marché algérien et son impact sur la création d'entreprises, l'évolution des dispositifs mis en œuvre pour la création d'entreprises en Algérie, les déterminants de la décision de déclenchement d'un investissement, les variables permettant d'étudier le déclenchement du processus entrepreneurial ainsi que le déclenchement du processus entrepreneurial avec une proposition d'un modèle de parcours. L'étude, propose ainsi une tentative pour une meilleure compréhension de la décision du déclenchement du processus entrepreneurial en explorant une approche à la fois théorique et empirique, en adoptant un modèle économétrique reposant sur la technique d'échantillonnage et la collecte de données à l'aide d'un questionnaire distribué sur un échantillon aléatoire de la population ciblée. Cette démarche est concrétisée à travers la conduite d'une vingtaine d'entretiens semi-directif avec les créateurs d'entreprises (patrons) et les cadres de ces dernières ainsi qu'une approche quantitative par le biais d'une administration de deux questionnaires simplifiés mais significatifs élaborés par le chercheur lui-même et qu'il a mené auprès de deux profils, entrepreneurs et non entrepreneurs, au niveau de la wilaya de Bejaïa à raison de 100 questionnaires par profil au niveau des deux

secteurs public et privé. L'approche quantitative vient donc pour fournir un éclairage microéconomique des comportements et stratégies des acteurs de la création d'entreprise et l'entrepreneuriat et ont permis de revenir sur les analyses théoriques proposées pour chacun des volets de la recherche.

Les résultats obtenus ont permis de mettre en évidence le rôle de plusieurs facteurs dans l'explication de la décision du déclenchement d'un processus entrepreneurial dans lesquelles on retient principalement des facteurs liés aux perceptions des individus et des facteurs externes qui peuvent avoir une influence aussi bien sur les perceptions des individus que sur le processus en lui-même. Nous retenons en outre la prise en compte du temps comme élément incontournable dans toute tentative d'explication et de compréhension du déclenchement du processus entrepreneurial. La recherche apporte un éclairage sur le processus entrepreneurial, particulièrement sur les facteurs qui peuvent mener un individu à passer de l'intention à un stade plus avancé du processus (la décision). En fait, le lien entre le stade de l'intention et le début de l'action est déterminé. Également, au-delà des facteurs internes, on a apporté une contribution sur l'éclairage de certaines influences externes : en Algérie, la création "subie", envisagée et réalisée par nécessité vitale, pour échapper aux affres du chômage et pour se réinsérer socialement, représente une proportion très importante des statistiques annuelles de la création d'entreprises. Par ailleurs, la création d'entreprise "par hasard" est une réalité que connaissent bien les personnes qui se sont intéressées à la création d'entreprise.

**Mots Clefs :** Bejaia, Entrepreneuriat, Décision d'investissement, Processus de déclenchement d'Investissement, technique d'échantillonnage, Déplacement positif et négatif, Intentions, Alpha Cronbach.

## **Summary:**

**IFOURAH Hocine, The decision of entrepreneurship and entrepreneurship in Algeria: Case of the wilaya of Bejaia. Doctoral thesis, in Management Sciences, University Abderrahmane Mira of Bejaïa. Under the direction of Professor KAÏD TLILANE Nouara, 2014.**

Economic and social development of a country depends on its ability to create and develop new products and services. Business creation and entrepreneurship are fully involved in this process. In addition, innovation is a major asset for entrepreneurial success and used to transform startups into large companies and industrial groups producing the final development of the country. Entrepreneurship has become as an engine of growth, job creation and competitiveness. Therefore, this research aims to analyze the decision of initiating the process of entrepreneurship and starting a business project in Algeria by taking the case of the wilaya of Béjaïa.

The approach used is the counterfactual aims essentially to respond to a major problem that revolves around an understanding of the decision to create and precisely triggering a process of business creation. The researcher has developed the subject on several axes, namely : the concept of entrepreneurship according to the theoretical and the national reality , the description of the Algerian market and its impact on entrepreneurship , the evolution of systems implemented for the creation of enterprises in Algeria, the determinants of the decision to trigger an investment variables to study the onset of the entrepreneurial process and the initiation of the entrepreneurial process with a proposal to a model course. The study proposes an attempt to better understanding of the decision triggering the entrepreneurial process by exploring an approach that is both theoretical and empirical, adopting an econometric model based on the technique of sampling and data collection to using a questionnaire distributed to a random sample of the target population. This approach is materialized through the line of twenty semi-structured interviews with entrepreneurs (owners ) and managers of the past and a quantitative approach through a simplified administration of two questionnaires but significant developed by the researcher himself and that led to two profiles , entrepreneurs and non- entrepreneurs , in the wilaya of Béjaïa at 100 questionnaires profile at both public and private sectors. The quantitative approach is therefore to provide a microeconomic lighting behaviors and strategies of actors in business

creation and entrepreneurship and allowed to return to available for each component of the research theoretical analyzes.

The results allowed to highlight the role of several factors in explaining the decision triggered an entrepreneurial process in which it holds mainly factors related to perceptions of individuals and external factors that may have an influence as well on the perceptions of individuals on the process itself. We hold further consideration of time as essential element in any attempt to explain and understand the outbreak of the entrepreneurial process. The research sheds light on the entrepreneurial process, especially on factors that may lead an individual to move from intention to more advanced process (the decision) stage. In fact, the relationship between the stage of intention and onset of action is determined. Also, beyond internal factors, contributed to the lighting of certain external influences: in Algeria, creating “suffered” envisaged and carried out by vital necessity to escape the ravages of unemployment and social reintegration represents a very large proportion of the annual statistics of entrepreneurship. In addition, business creation "by chance" is a reality familiar to people who are interested in entrepreneurship.

**Key words** : Béjaïa , Entrepreneurship, Investment Decision , Investment Process trigger , positive and negative displacement, Intentions , Cronbach Alpha .

## ملخص:

إفراح حسين، قرار إنشاء المؤسسات والمقاولاتية في الجزائر: دراسة حالة ولاية بجاية. رسالة دكتوراه في علوم التسيير، جامعة عبد الرحمن ميرة ولاية بجاية. تحت إشراف الأستاذة قايد تليلان نواره، 2014.

إن التطور الاقتصادي والاجتماعي للدولة يرتبط أسلسا بقدرتها على خلق وتطوير منتوجاتها وخدماتها الجديدة. في هذا السياق فإن خلق النشاطات وإنشاء المؤسسات يلعب دورا هاما في هذا المسار. ولهذا فإن الإبداع يعتبر عاملا هاما لنجاح المقاولاتية لدى المؤسسات الخلية ويسمح لها بالرقى إلى مصاف المؤسسات الصناعية الكبرى، حيث تحقيق النمو الاقتصادي للدولة. فبالنالي تعتبر المقاولاتية محركا فعالا للنمو وخلق مناصب العمل والتنافسية. ومن ثمة، تأتي هذه الدراسة لتحليل مرحلة قرار البدء في إنشاء المؤسسة وإقلاع المشروع المقاولاتية في الجزائر أخذا في ذلك حالة ولاية بجاية.

بهدف تحقيق أهداف الدراسة تمّ الاعتماد على المنهج الفرضي الاستنتاجي الذي يهدف إلى الإجابة على إشكالية اساسية تتمحور حول فهم قرار إنشاء المؤسسات وبصفة خاصة مرحلة الإقلاع في مسار خلق المؤسسة. وبذلك قام الباحث بدراسة موضوعه من خلال عدّة محاور أبرزها: مصطلح خلق المؤسسات وفق المنهج النظري والواقع الوطني، وصف السوق الجزائرية ودورها في خلق المؤسسات، تطور الأنظمة المعدة بغرض إنشاء المؤسسات في الجزائر، المحددات الخاصة بقرار الإقلاع الاستثمار، المتغيرات الخاصة التي تسمح بدراسة إقلاع المسار المقاولاتي مع اقتراح نموذج للمسار. الدراسة تقترح محاولة لفهم أحسن لقرار إقلاع المسار المقاولاتي من خلال دراسة نظرية وتطبيقية للموضوع أعلاه من خلال نموذج قياسي يركز أساسا على تقنية المعاينة الإحصائية وجمع المعلومات من خلال استبانة موزعة على عينة عشوائية ممثلة لمجتمع الدراسة. وقد جسّد هذا المنهج من خلال بعض المقابلات النصف الموجهة مع أفراد العينة المنشئين للمؤسسة (المالكين)، وكوادر هذه الأخيرة، وأيضا من خلال منهج كمي قائم على تحليل المعلومات المستقاة من الاستبانات المعدة لهذا الغرض والتي عاينت 200 حالة بين منشئ وغير منشئ للمؤسسة في قطاع الخاص أو العمومي. يأتي هذا المنهج الكمي لتوضيح الرؤى من الجانب الاقتصاد الجزئي للسلوك واستراتيجيات الجهات الفاعلة في خلق المؤسسة والمجال المقاولاتي مما سمح بالعودة بالتحليل للجانب النظري المقترح في هذه الدراسة.

وقد خلصت الدراسة إلى نتائج تسمح بتحديد العلاقة بين عدة عوامل ودورها في تفسير قرار الإقلاع في المسار المقاولاتي، حيث أن أهم هذه العوامل مرتبطة بتصورات الأفراد وكذا المؤثرات الخارجية من شأنها التأثير على تصورات الأفراد على مسار خلق المؤسسة ذاته. كما نستخلص أثر الوقت

كعامل هام في أي محاولة لتفسير وفهم مرحلة إقلاع المسار المقاولاتي. إنّ البحث يرمي لتوضيح المسار المقاولاتي وبصفة خاصة العوامل تأتي بالفرد للانتقال من مرحلة الفكرة والنية إلى مرحلة جدّ متقدمة من المسار المقاولاتي ألا وهي مرحلة اتخاذ القرار، ومن خلال ذلك فإنّ البحث خلص إلى تثبيت العلاقة بين الفكرة والنية ومرحلة بداية تجسيد المشروع المقاولاتي. وبغض النظر عن العوامل الداخليّة المفسرة لقرار الإقلاع فقد سلطت الدراسة الضوء على العوامل الخارجية المؤثرة في هذا القرار حيث أنّ في الجزائر الخلق الحتمي (أو الإجباري) للمؤسسة عملية مقترنة بالضرورة الملحة قصد التهرب عن شبح البطالة وكذا للاندماج الاجتماعي، في حين أنّ خلق المؤسسة عن طريق الصدفة واقع لا يتقنه ولا يفهمه إلّا المختصون والمهتمون بميدان إنشاء المؤسسة.

### **الكلمات المفتاحية:**

بجاية، المقاولاتية، قرار الاستثمار، مسار إقلاع الاستثمار، تقنية المعاينة، التحرك الإيجابي، التحرك السلبي، ألفا كرونباخ.



## Résumé :

**IFOURAH Hocine, La décision de création d'entreprises et entrepreneuriat en Algérie : Cas de la wilaya de Bejaïa. Thèse de doctorat en Sciences de Gestion, université Abderrahmane Mira de Bejaïa. Sous la direction du Professeur KAÏD TLILANE Nouara, 2014.**

Le développement économique et social d'un pays dépend de sa capacité à créer et à développer des produits et services nouveaux. La création d'activités et la création d'entreprises participent pleinement à ce processus. En outre, l'innovation est un atout majeur pour la réussite entrepreneuriale et permet de transformer des start-up en grandes entreprises ou groupes industriels engendrant au final le développement du pays. L'entrepreneuriat est devenu ainsi un moteur de croissance, de création d'emplois et de compétitivité. De ce fait, la présente recherche vise à analyser la décision du déclenchement du processus de création d'entreprise et du démarrage d'un projet entrepreneurial en Algérie en prenant le cas de la wilaya de Bejaïa.

L'approche adoptée étant l'hypothético-déductive vise essentiellement à répondre à une problématique principale qui s'articule autour d'une bonne compréhension de la décision de création et précisément le déclenchement d'un processus de création d'entreprise. Le chercheur a développé d'abord le sujet sur plusieurs axes à savoir : le concept de la création d'entreprises selon l'aspect théorique et la réalité nationale, la description du marché algérien et son impact sur la création d'entreprises, l'évolution des dispositifs mis en œuvre pour la création d'entreprises en Algérie, les déterminants de la décision de déclenchement d'un investissement, les variables permettant d'étudier le déclenchement du processus entrepreneurial ainsi que le déclenchement du processus entrepreneurial avec une proposition d'un modèle de parcours. L'étude, propose ainsi une tentative pour une meilleure compréhension de la décision du déclenchement du processus entrepreneurial en explorant une approche à la fois théorique et empirique, en adoptant un modèle économétrique reposant sur la technique d'échantillonnage et la collecte de données à l'aide d'un questionnaire distribué sur un échantillon aléatoire de la population ciblée. Cette démarche est concrétisée à travers la conduite d'une vingtaine d'entretiens semi-directif avec les créateurs d'entreprises (patrons) et les cadres de ces dernières ainsi qu'une approche quantitative par le biais d'une administration de deux questionnaires simplifiés mais significatifs élaborés par le chercheur lui-même et qu'il a mené auprès de deux profils, entrepreneurs et non entrepreneurs, au niveau de la wilaya de Bejaïa à raison de 100 questionnaires par profil au niveau des deux secteurs public et privé. L'approche quantitative vient donc pour fournir un éclairage microéconomique des comportements et stratégies des acteurs de la création d'entreprise et l'entrepreneuriat et ont permis de revenir sur les analyses théoriques proposées pour chacun des volets de la recherche.

Les résultats obtenus ont permis de mettre en évidence le rôle de plusieurs facteurs dans l'explication de la décision du déclenchement d'un processus entrepreneurial dans lesquelles on retient principalement des facteurs liés aux perceptions des individus et des facteurs externes qui peuvent avoir une influence aussi bien sur les perceptions des individus que sur le processus en lui-même. Nous retenons en outre la prise en compte du temps comme élément incontournable dans toute tentative d'explication et de compréhension du déclenchement du processus entrepreneurial. La recherche apporte un éclairage sur le processus entrepreneurial, particulièrement sur les facteurs qui peuvent mener un individu à passer de l'intention à un stade plus avancé du processus (la décision). En fait, le lien entre le stade de l'intention et le début de l'action est déterminé. Également, au-delà des facteurs internes, on a apporté une contribution sur l'éclairage de certaines influences externes : en Algérie, la création "subie", envisagée et réalisée par nécessité vitale, pour échapper aux affres du chômage et pour se réinsérer socialement, représente une proportion très importante des statistiques annuelles de la création d'entreprises. Par ailleurs, la création d'entreprise "par hasard" est une réalité que connaissent bien les personnes qui se sont intéressées à la création d'entreprise.

**Mots Clefs :** Bejaïa, Entrepreneuriat, Décision d'investissement, Processus de déclenchement d'Investissement, technique d'échantillonnage, Déplacement positif et négatif, Intentions, Alpha Cronbach.

## Summary:

**IFOURAH Hocine, The decision of entrepreneurship and entrepreneurship in Algeria: Case of the wilaya of Bejaïa. Doctoral thesis, in Management Sciences, University Abderrahmane Mira of Bejaïa. Under the direction of Professor KAÏD TLILANE Nouara, 2014.**

Economic and social development of a country depends on its ability to create and develop new products and services. Business creation and entrepreneurship are fully involved in this process. In addition, innovation is a major asset for entrepreneurial success and used to transform startups into large companies and industrial groups producing the final development of the country. Entrepreneurship has become as an engine of growth, job creation and competitiveness. Therefore, this research aims to analyze the decision of initiating the process of entrepreneurship and starting a business project in Algeria by taking the case of the wilaya of Béjaïa.

The approach used is the counterfactual aims essentially to respond to a major problem that revolves around an understanding of the decision to create and precisely triggering a process of business creation. The researcher has developed the subject on several axes, namely : the concept of entrepreneurship according to the theoretical and the national reality , the description of the Algerian market and its impact on entrepreneurship , the evolution of systems implemented for the creation of enterprises in Algeria, the determinants of the decision to trigger an investment variables to study the onset of the entrepreneurial process and the initiation of the entrepreneurial process with a proposal to a model course. The study proposes an attempt to better understanding of the decision triggering the entrepreneurial process by exploring an approach that is both theoretical and empirical, adopting an econometric model based on the technique of sampling and data collection to using a questionnaire distributed to a random sample of the target population. This approach is materialized through the line of twenty semi-structured interviews with entrepreneurs (owners ) and managers of the past and a quantitative approach through a simplified administration of two questionnaires but significant developed by the researcher himself and that led to two profiles , entrepreneurs and non- entrepreneurs , in the wilaya of Béjaïa at 100 questionnaires profile at both public and private sectors. The quantitative approach is therefore to provide a microeconomic lighting behaviors and strategies of actors in business creation and entrepreneurship and allowed to return to available for each component of the research theoretical analyzes.

The results allowed to highlight the role of several factors in explaining the decision triggered an entrepreneurial process in which it holds mainly factors related to perceptions of individuals and external factors that may have an influence as well on the perceptions of individuals on the process itself. We hold further consideration of time as essential element in any attempt to explain and understand the outbreak of the entrepreneurial process. The research sheds light on the entrepreneurial process, especially on factors that may lead an individual to move from intention to more advanced process (the decision) stage. In fact, the relationship between the stage of intention and onset of action is determined. Also, beyond internal factors, contributed to the lighting of certain external influences: in Algeria, creating "suffered" envisaged and carried out by vital necessity to escape the ravages of unemployment and social reintegration represents a very large proportion of the annual statistics of entrepreneurship. In addition, business creation "by chance" is a reality familiar to people who are interested in entrepreneurship.

**Key words :** Béjaïa , Entrepreneurship, Investment Decision , Investment Process trigger , sampling technique , positive and negative displacement, Intentions, Cronbach Alpha .

## ملخص:

**إفوراح حسين، قرار إنشاء المؤسسات والمقالاتية في الجزائر: دراسة حالة ولاية بجاية. رسالة دكتوراه في علوم التسير، جامعة عبد الرحمن ميرة ولاية بجاية. تحت إشراف الأستاذة قايد تليلان نوار، 2014.**

إن التطور الاقتصادي والاجتماعي للدولة يرتبط أسلماً بقدرتها على خلق وتطوير منتجاتها وخدماتها الجديدة. في هذا السياق فإن خلق النشاطات وإنشاء المؤسسات يلعب دوراً هاماً في هذا المسار. ولذا فإن الإبداع يعتبر عاملاً هاماً لنجاح المقالاتية لدى المؤسسات الخلية ويسمح لها بالرفق إلى مصاف المؤسسات الصناعية الكبرى، حيث تحقيق النمو الاقتصادي للدولة. فيالتالي تعتبر المقالاتية محركاً فعالاً للنمو وخلق مناصب العمل والتنافسية. ومن ثمة، تأتي هذه الدراسة لتحليل مرحلة قرار البدء في إنشاء المؤسسة وإقلاع المشروع المقالاتية في الجزائر أخذاً في ذلك حالة ولاية بجاية. بهدف تحقيق أهداف الدراسة تم الاعتماد على المنهج الفرضي الاستنتاجي الذي يهدف إلى الإجابة على إشكالية أساسية تتمحور حول فهم قرار إنشاء المؤسسات وبصفة خاصة مرحلة الإقلاع في مسار خلق المؤسسة. وبذلك قام الباحث بدراسة موضوعه من خلال عدة محاور أبرزها: مصطلح خلق المؤسسات وفق المنهج النظري والواقع الوطني، وصف السوق الجزائرية ودورها في خلق المؤسسات، تطور الأنظمة المعدة بغرض إنشاء المؤسسات في الجزائر، المحددات الخاصة بقرار إقلاع الاستثمار، المتغيرات الخاصة التي تسمح بدراسة إقلاع المسار المقالاتية مع اقتراح نموذج للمسار. الدراسة تقترح محاولة لفهم أحسن لقرار إقلاع المسار المقالاتية من خلال دراسة نظرية وتطبيقية للموضوع أعلاه من خلال نموذج قياسي يرتكز أساساً على تقنية المعاينة الإحصائية وجمع المعلومات من خلال استبانة موزعة على عينة عشوائية ممثلة لمجتمع الدراسة. وقد جسدت هذا المنهج من خلال بعض المقابلات النصف الموجهة مع أفراد العينة المنشئين للمؤسسة (المالكين)، وكوادر هذه الأخيرة، وأيضاً من خلال منهج كمي قائم على تحليل المعلومات المستقاة من الاستبيانات المعدة لهذا الغرض والتي عاينت 200 حالة بين منشئ وغير منشئ للمؤسسة في قطاع الخاص أو العمومي. يأتي هذا المنهج الكمي لتوضيح الرؤى من الجانب الاقتصاد الجزئي للسلوك واستراتيجيات الجهات الفاعلة في خلق المؤسسة والمجال المقالاتية مما سمح بالعودة بالتحليل للجانب النظري المقترح في هذه الدراسة.

وقد خلصت الدراسة إلى نتائج تسمح بتحديد العلاقة بين عدة عوامل ودورها في تفسير قرار الإقلاع في المسار المقالاتية، حيث أن أهم هذه العوامل مرتبطة بتصورات الأفراد وكذا المؤثرات الخارجية من شأنها التأثير على تصورات الأفراد على مسار خلق المؤسسة ذاته. كما نستخلص أثر الوقت كعامل هام في أي محاولة لتفسير وفهم مرحلة إقلاع المسار المقالاتية. إن البحث يرمي لتوضيح المسار المقالاتية وبصفة خاصة العوامل التي بالفرد للانتقال من مرحلة الفكرة والنية إلى مرحلة جدمتقدمة من المسار المقالاتية الأ وهي مرحلة اتخاذ القرار، ومن خلال ذلك فإن البحث خلص إلى تثبيت العلاقة بين الفكرة والنية ومرحلة بداية تجسيد المشروع المقالاتية. وبغض النظر عن العوامل الداخلية المفسرة لقرار الإقلاع فقد سلطت الدراسة الضوء على العوامل الخارجية المؤثرة في هذا القرار حيث أن في الجزائر الخلق الحتمي (أو الإجباري) للمؤسسة عملية مقترنة بالضرورة الملحة قصد التهرب عن شبح البطالة وكذا للانتماء الاجتماعي، في حين أن خلق المؤسسة عن طريق الصدفة واقع لا ينفقه ولا يفهمه إلا المختصون والمهتمون بميدان إنشاء المؤسسة.

## الكلمات المفتاحية:

بجاية، المقالاتية، قرار الاستثمار، مسار إقلاع الاستثمار، تقنية المعاينة، التحرك الإيجابي، التحرك السلبي، ألفا كرونباخ.