

Université Abderrahmane Mira Aboudaou

Faculté des sciences économiques, gestions et commerciales

Département de sciences de gestion

*Mémoire en vue de l'obtention d'un Magister en Sciences de gestion*

*Option : « management économique des territoires et entrepreneuriat »*

**Thème :**

**Les déterminants sociaux et personnels de la création des entreprises : cas de la wilaya de Bejaia**

**Présenté par : M<sup>elle</sup> BOUMANSOUR Nouara**

**Les membres du jury :**

**Président : P<sup>r</sup> BELATTAF Matouk de l'université de Bejaia.**

**Directeur du mémoire : P<sup>r</sup> KHERBACHI Hamid de l'université de Bejaia.**

**Examineurs : D<sup>r</sup> TESSA Ahmed de l'université de Tizi Ouzou.**

**D<sup>r</sup> KASSA Rabah de l'université de Bejaia.**

**Juillet 2010**

## **Remerciement**

Je remercie Dieu de m'avoir armé de courage et de patience pour finaliser ce travail. Je pense à remercier en particulier :

- Le professeur Kherbachi Hamid pour ses orientations précieuses.
- Le directeur de l'agence nationale de gestion du micro crédit (ANGEM), Mr Hammadache.
- Le directeur de l'agence nationale du développement des investissements (ANDI).
- Le directeur de l'agence nationale de soutien à l'emploi de jeunes (ANSEJ), Mr Hammouche.
- Mr Touchane de la direction de planification et de l'aménagement du territoire (DPAT).
- Mme Ouchallal et Mr Ben Guerna du centre de la recherche et de l'économie appliquée et de développement (CREAD).
- Mr Mebarki de la direction des mines et de l'industrie (DMI).
- Mr Oukachbi de l'urbanisme de Sétif (URBA.SE).
- Tous les entrepreneurs privés enquêtés d'AKBOU et d'OUZELLAGUEN pour leurs collaborations et leurs encouragements.
- Les membres du jury qui ont accepté d'évaluer ce travail et de l'enrichir de leurs connaissances et critiques constructives.

Je remercie toutes les personnes qui ont contribué de près ou de loin à l'accomplissement de ce mémoire.

**Melle Boumansour.N**

## **Introduction générale**

### *1. Objectif de la recherche*

Le but de ce travail de recherche se concentre sur l'étude d'un certain nombre de questions ayant une importance dans l'éclaircissement des éléments de la problématique portant sur les déterminants sociaux et personnels de la création d'entreprise dans la wilaya de Bejaia et s'intéressant aux différents aspects entourant ce thème. En outre, l'objectif de cette recherche est double. D'une part, elle a comme objet d'étude les caractéristiques, les motivations, le profil psychologique de l'entrepreneur privé de la wilaya de Bejaia, ainsi que les déterminants personnels de la création d'entrepris. D'autre part, elle cherche les déterminants émanant de l'environnement de cet entrepreneur, plus précisément l'environnement social.

Ce thème de recherche comprend deux volets visant à répondre aux interrogations suivantes:

1. Au regard de la théorie faite sur l'entrepreneuriat et l'entrepreneur, peut-on identifier et caractériser l'entrepreneur privé de la wilaya de Bejaia?
2. Quels sont ses profils psychologiques?
3. Quels sont les déterminants personnels essentiels de son action consistant en la création d'entreprise ?

Ensuite, il s'agit également d'apporter des éléments de réponse aux questions suivantes :

- Existe-t-il un esprit entrepreneurial local ?
- Quel est le rôle des réseaux sociaux et familiaux dans le processus de création des PME ? Quel est le degré d'influence des milieux sociaux et culturels sur l'esprit d'entreprendre la création des entreprises?
- Quels types de liens entretient l'entrepreneur avec l'université ?
- Est ce que l'université a un rôle dans l'incitation à la création d'entreprise ?
- À quel degré, les organismes d'aide à la création des entreprises participent-t- ils à aménager un environnement propice à la réalisation des projets de l'entrepreneur ?

Telles sont les questions essentielles qui encadrent le thème de cette recherche, concernant l'entrepreneur privé et l'environnement de création d'entreprise au niveau de la wilaya de Bejaia.

## *2. Délimitation du thème et définition des mots clés*

La création d'entreprise présente une alternative propice à l'entrepreneur afin de se réaliser soi même ou pour un autre objectif selon la situation de cet entrepreneur. Cette étude se focalise sur les déterminants de la création d'entreprises aussi bien personnels que sociaux, et s'intéresse aux entrepreneurs privés et aux organismes de soutien à la création d'entreprises.

Autrement dit, pour répondre aux questions posées dans la problématique en ce qui concerne l'identification du profil psychologique et le rôle de l'environnement social et familial dans le processus de création d'entreprise de l'entrepreneur privé de la wilaya de Bejaia, il est nécessaire de commencer par une explication de la notion de l'entrepreneuriat, de l'entrepreneur et de son environnement global. En effet, l'entrepreneuriat ne peut pas avoir une définition respective. Deux visions importantes sont à aborder dans ce travail. Celle des anglo-saxons centre l'entrepreneuriat par la création d'une nouvelle organisation qualifiée d'émergence organisationnelle. L'importance est accordée au processus de découverte, d'évaluation et d'exploitation des opportunités. La deuxième conception est celle de la dialogique individu/création de valeur qui se focalise sur la relation entre ces deux éléments par l'intermédiaire du changement pour la réalisation de l'action entrepreneuriale. En effet, l'entrepreneur est défini comme toute personne s'engageant dans une quelconque activité entrepreneuriale et se définit selon sa fonction par les diverses théories de l'entrepreneur.

Dans ce travail de recherche, il est question de démarche entrepreneuriale concernant la création d'entreprise. L'intérêt est porté sur ce qui motive un entrepreneur à réaliser son projet, du point de vue personnel par les caractéristiques et le vécu familial. La concrétisation du projet nécessite également un coup de pouce de

l'environnement de l'entrepreneur, en accordant une attention à l'influence des réseaux sociaux et familiaux dans le processus de création d'entreprise.

Enfin, il faut faire référence au cadre théorique dans le but d'inscrire ce travail dans un contexte soutenu. Les travaux faits dans le cadre de ce thème sont une source cruciale pour la réalisation d'un travail consistant. Ils se focalisent sur le rôle des réseaux sociaux et des déterminants sociaux et personnels favorisant la création d'entreprises. Au niveau personnel, l'expérience et le niveau d'instruction ainsi que les motivations psychologiques déterminent le processus de réalisation des projets. Au niveau social, les organismes d'aide à la création d'entreprises tiennent le relai avec un réseau familial et social solide, ce qui permet l'aménagement d'un milieu propice à la création d'entreprises.

### *3. Hypothèses de travail*

La création d'entreprise représente un processus important nécessitant en amont des facteurs motivant sa réussite, au niveau de l'entrepreneur lui-même par ses caractéristiques et ses motivations psychologiques l'incitant à favoriser l'émergence d'une action concrète sur le terrain. Cependant, cela ne peut être déterminant à la réalisation de projet car d'autres facteurs s'insèrent dans ce processus complexe qui sont les déterminants sociaux soutenant à un bon aménagement de l'environnement afin de faciliter davantage un cadre propice à la création d'entreprise pour l'entrepreneur. Alors, il est primordial de mettre en évidence tous ces facteurs.

De ce fait, à partir de l'objectif de la recherche, il est possible de formuler quelques hypothèses d'une part, sur l'entrepreneur privé de la wilaya de Bejaia et d'autre part, sur l'environnement socio-économique de la région. Tout d'abord, au niveau des caractéristiques générales et des motivations psychologiques des entrepreneurs privés de la wilaya de Bejaia, on part essentiellement des hypothèses suivantes :

- 1) La création de l'entreprise est principalement une décision personnelle.
- 2) la famille joue un rôle important dans l'aide de l'entrepreneur à créer son entreprise. Les entreprises privées locales, correspondent relativement bien, à ce

qu'on recouvre sous le terme de « P.M.E. familiales ». En effet, la plupart de ces entreprises ont une structure du capital largement dans les mains de la famille.

3) Le climat social et culturel paraît fructueux à l'éclosion davantage d'activités et de PME dans la wilaya de Bejaia vue sa place au niveau national en terme de création d'entreprises.

4) L'esprit d'entreprise semble prendre de l'importance et est stimulé de plus en plus dans la région.

Ensuite, en se focalisant sur l'opportunité, il est important de dire que celle-ci est considérée, dans le cadre de la création d'entreprise, comme un premier pas vers l'ouverture du capital de motivation que pourra emmagasiner un individu dans son esprit, et cela en s'appuyant bien évidemment sur les atouts que présente l'environnement sous toutes ses formes.

#### *4. L'intérêt du thème*

L'intérêt de cette étude est double. Elle permet premièrement de connaître le profil psychologique des entrepreneurs privés ainsi que leurs caractéristiques et motivations. Deuxièmement, elle fournit au large public (chercheur et praticien) quelques éléments de réponses qui ont trait à la problématique des déterminants sociaux de l'entrepreneuriat privé dans la wilaya de Bejaia.

#### *5. Démarche méthodologique*

Afin de répondre aux questions posées dans la problématique, concernant à la fois l'identification des profils psychologiques des entrepreneurs privés de la wilaya de Bejaia et l'évaluation de l'impact des réseaux sociaux et familiaux sur l'activité entrepreneuriale, il est important de se baser d'une part, sur une recherche théorique, visant à construire un cadre théorique et conceptuel permettant d'appréhender facilement le thème et d'autre part, sur une analyse du terrain. Cette analyse repose d'abord sur une enquête auprès d'un échantillon représentatif d'entrepreneurs privés et puis, sur un certain nombre d'entretiens et de collectes de

données auprès des organismes intervenant dans la promotion de l'activité entrepreneuriale en soutenant les entrepreneurs dans la réalisation de leurs projets.

### *5.1. Approche théorique*

Les changements caractérisant l'environnement socio-économique imposent à tous les pays de trouver d'autres alternatives afin d'occuper une position bénéfique et offrir un cadre de vie favorable à leur population. La création d'entreprise devient une alternative pour la recherche de l'emploi et le revenu avec l'inflexion de l'environnement idéologique et l'opposition classique du privé- public. L'importance se porte à présent sur l'efficacité de l'action économique par le phénomène de l'entrepreneuriat. Auparavant, l'entrepreneuriat relève du goût du risque et des traits particuliers de la personnalité de l'entrepreneur. C'est un domaine propice de rapprochement entre la recherche et la pratique, entre l'importance donnée aux comportements individuels ou organisationnels, ceux adoptés dans des processus de découverte d'exploitation des opportunités et la considération accordée aux effets de l'acte d'entreprendre (innovation, renouvellement des entreprises, création des entreprises et des emplois, les changements de l'état d'esprit).

Alors, il convient de dire que l'entrepreneuriat est un phénomène hétérogène dont les manifestations sont multiples. Il est un phénomène trop complexe pour être réduit à une simple définition. En d'autres termes, l'extrême complexité et le caractère multidimensionnel du phénomène entrepreneurial excluent la possibilité d'une délimitation stricte et univoque de sa définition. De ce fait, la compréhension de ce phénomène est scindée en deux visions, l'une parle de l'émergence organisationnelle et de l'opportunité et l'autre se concentre sur une dialogique individu création de valeur.

Les champs d'investigations ont été ouverts à l'étude de l'entrepreneur et de la construction d'un cadre théorique de l'entrepreneur par les différentes disciplines et sciences. Dans ce cas, il est intéressant les conceptions des économistes qu'ils ont intégrées pour expliquer les différentes théories qui encadrent l'acteur moteur de

l'entrepreneuriat qu'est l'entrepreneur. Les auteurs de ces théories ont essayé de mettre la lumière sur l'entrepreneur. Selon Richard Cantillon, l'entrepreneur est celui qui assume le risque de l'incertain, du non probabilisable et qui s'engage de façon ferme vis-à-vis d'un tiers, sans garantie de ce qu'il peut en attendre. Pour Jean-Baptiste Say (1894), l'entrepreneur est celui qui réunit et combine des moyens de production. Sa conception est assez proche de celle de Mark Casson (1993), pour qui l'entrepreneur assume une fonction de coordination. Enfin, pour Joseph Schumpeter (1935), l'entrepreneur est celui qui introduit et conduit l'innovation, celle-ci est l'esprit essentiel de la fonction entrepreneuriale. L'entrepreneur est celui qui bouleverse et désorganise ou pour reprendre une formule schumpétérienne, opère une « destruction créatrice ». Par ailleurs, les nombreux auteurs qui se sont intéressés à l'entrepreneur et qui ont proposé des définitions reprennent presque tous les trois axes suivants : la notion de prise de risque, celle de coordination – organisation et celle de l'innovation. C'est d'ailleurs la réunion de ces trois composantes, qui caractérise l'esprit d'entreprise.

Afin que la réussite de l'entrepreneur se concrétise, il faut prendre en considération l'environnement, par ses différents types, où vit cet entrepreneur. En étant à l'écoute de ces environnements, le créateur d'entreprise aura un avantage d'utiliser à son profit les opportunités qui se dégagent de ceux-ci. Au sein de ces derniers, il existe des facteurs incitateurs à la création d'entreprise. Alors, cette approche va se baser sur l'étude de l'impact du milieu culturel et socio économique dans la création d'entreprises ainsi que l'influence du réseau social sur l'incitation de l'entrepreneur à la réalisation de son projet. En effet, l'environnement culturel est un facteur important à prendre en considération dans le processus de création d'entreprise. La culture de la société est une variable importante dans le développement de propension à créer des entreprises. En fait, c'est un facteur constituant le noyau où régissent toutes les incitations de l'entrepreneur à créer sa propre affaire. Par conséquent, c'est à partir des valeurs communes que partagent les membres d'une société que surgit une culture entrepreneuriale issue en particulier de l'esprit d'entreprise.

En outre, l'environnement socio économique est également un aspect important à considérer dans l'action de création d'entreprise. L'analyse des recherches antérieures sur la création d'entreprises permet d'identifier un certain nombre de paramètres qui ont une influence sur les taux de création à un niveau national et régional.



En d'autres termes, l'entrepreneur ne peut réussir seul en faisant référence à sa détermination personnelle et à ses caractéristiques ou motivations psychologiques, puisqu'il est très influencé par le milieu socio-économique auquel il s'identifie. L'entrepreneur appartient à un milieu où il est en interaction avec toutes ses composantes qui le motivent ou le démotivent à réaliser ses projets.

Par ailleurs, il est utile de chercher le profil psychologique et les déterminants personnels et sociaux de la création d'entreprise concernant l'entrepreneur privé de la wilaya de Bejaia. Avant d'aborder ce sujet, il faut rappeler la dynamique de création d'entreprise et le dispositif en termes de lois, décrets et ordonnances ainsi que les organismes d'aide à la création d'entreprises au niveau de l'Algérie.

### *5.2. Approche du terrain (le réel)*

Deux types d'enquêtes ont permis de rassembler les statistiques qui sont présentées dans ce travail de recherche :

- Une enquête qualitative auprès d'un échantillon de vingt (20) entrepreneurs privés.
- Une collecte de données auprès des organismes de soutien à la création des entreprises (ANSEJ, ANGEM, ANDI) ainsi que la direction de planification et d'aménagement des territoires (DPAT) et la direction des mines et de l'industrie (DMI).

Afin de ressortir les caractéristiques personnelles des entrepreneurs privés de la wilaya de Bejaia, leurs trajectoires professionnelles, leurs motivations et leur profil psychologique, nous avons réalisé une enquête entre juillet et octobre 2009, auprès d'un échantillon représentatif de vingt (20) entrepreneurs privés, répartis sur deux communes du territoire de la wilaya de Bejaia: Ouzellaguen et Akbou et cela est du aux problèmes du terrain.

Dans ce travail, l'environnement social présente un élément clé de l'étude. Alors il est important de s'appuyer sur les résultats d'un certain nombre d'enquêtes et d'entretiens effectués auprès des agences nationales de soutien à la création des entreprises qui sont concernés d'une façon ou d'une autre par la promotion de l'activité entrepreneuriale.

Il s'agit notamment des organismes suivants : l'agence nationale du développement de l'investissement (ANDI), l'agence nationale de gestion du micro crédit (ANGEM), l'agence nationale de soutien à l'emploi de jeunes (ANSEJ), la direction de la planification et de l'aménagement des territoires (DPAT) et la direction des mines et de l'industrie (DMI).

### *5.3. Les limites et les difficultés du thème*

Ce travail de recherche s'est appuyé sur des informations obtenues à travers les enquêtes effectuées citées plus haut. Des difficultés ont surgi en cours de la réalisation de la récolte de données nécessaires à l'étude du thème évoqué dans ce mémoire. Il est important de parler des obstacles rencontrés surtout au niveau de l'enquête auprès des entrepreneurs privés. Les difficultés rencontrées s'articulent autour de la résistance ou réticence de certains entrepreneurs privés à répondre aux questionnaires sans avancer de motifs valables. De plus, dans la plupart des cas, les entrepreneurs ne sont pas disponibles pour répondre aux questions. Ce qui a constitué une contrainte majeure pour l'aboutissement de l'enquête. Par conséquent le recours à la voie informelle était indispensable et a permis d'accomplir le travail sous sa forme actuelle.

### *5.4. Le plan*

Ce travail de recherche se compose de cinq chapitres. Le premier chapitre est intitulé l'entrepreneuriat. Il est scindé en trois sections. La section 1 s'intéresse à la relation qui lie l'entrepreneuriat aux théories de la firme (la théorie des conventions, la théorie évolutionniste et la théorie des représentations sociales). La deuxième section évoque la délimitation du champ de l'entrepreneuriat par la définition des conceptions les plus importantes, celle des anglo-saxons et la conception de Bruyat. Dans la section trois, les différentes situations entrepreneuriales délimitées dans le champ de l'entrepreneuriat sont mises en lumière. La section quatre évoque les dimensions de l'entrepreneuriat.

Le deuxième chapitre est intitulé l'entrepreneur et l'environnement de la création des entreprises. Il s'appuie sur la définition de l'entrepreneur et les différentes théories émises étudiées dans une première section. La deuxième section parle des profils psychologiques de l'entrepreneur qui sont abordés en se focalisant sur les caractéristiques de celui-ci par les différents théoriciens. La section trois étudie le rôle du capital social et du réseau social dans le processus de création d'entreprise, en définissant le capital social et le réseau social de l'entrepreneur. En dernier lieu la quatrième section parle de l'influence de l'environnement socio économique et culturel sur la création des entreprises.

Le chapitre 3 s'intitule la dynamique et le soutien à la création des entreprises en Algérie. Il se décompose de trois sections. La première section porte sur la création des entreprises en Algérie en évoquant les différentes phases avec des données chiffrées. La section deux englobe l'environnement institutionnel, à savoir les différentes lois, décrets et ordonnances régissant la promotion de l'investissement national privé. La section 3 analyse le rôle des agences nationales au soutien de la création des entreprises (ANDI, ANGEM, ANSEJ) en Algérie.

Le chapitre 4 porte la monographie et la création des entreprises dans la wilaya de Bejaia. Il se compose de quatre sections : la présentation socioéconomique de la région d'étude, les PME de la wilaya de Bejaia, les PME selon les secteurs d'activité et l'artisanat et enfin les dispositifs d'aide à la création des entreprises dans la wilaya de Bejaia.

Le chapitre 5, pour sa part, fait ressortir les caractéristiques et le comportement de l'entrepreneur privé de la wilaya de Bejaia, ainsi que les déterminants personnels et sociaux de la création des entreprises dans la wilaya. Il se constitue de deux sections. La première section est la présentation de l'enquête et du questionnaire, la deuxième section est l'interprétation des résultats de l'enquête.

## **La partie 1:**

### **L'étude de l'entrepreneuriat et de l'entrepreneur**

#### **Introduction**

La première partie est consacrée à la présentation des aspects qui ont une relation avec le thème de ce travail de recherche. Cette partie est subdivisée en deux chapitres. Le premier chapitre est intitulé l'entrepreneuriat. Il est scindé en trois sections. La section 1 s'intéresse à la relation qui lie l'entrepreneuriat aux théories de la firme (la théorie des conventions, la théorie évolutionniste et la théorie des représentations sociales). La deuxième section évoque la délimitation du champ de l'entrepreneuriat par la définition des conceptions les plus importantes, celle des anglo-saxons et la conception de Bruyat. Dans la section trois, les dimensions de l'entrepreneuriat sont mises en lumière afin d'élucider davantage l'intérêt porté à l'étude de l'entrepreneuriat.

Le deuxième chapitre est intitulé l'entrepreneur et l'influence de l'environnement culturel et socio économique de la création des entreprises. Il s'appuie sur la définition de l'entrepreneur et les différentes théories émises étudiées dans une première section. La deuxième section parle des profils psychologiques de l'entrepreneur qui sont abordés en se focalisant sur les caractéristiques de celui-ci par les différents théoriciens. La section trois étudie le rôle du capital social et du réseau social dans le processus de création d'entreprise, en définissant le capital social et le réseau social de l'entrepreneur. En dernier lieu la quatrième section parle de l'influence de l'environnement socio économique et culturel sur la création des entreprises.

## **Chapitre 1 :**

### **L'entrepreneuriat**

#### **Introduction**

Depuis les années 80, l'entrepreneuriat est devenu une discipline dont les règles et les principes peuvent s'apprendre et être systématiquement appliqués. Auparavant, l'entrepreneuriat relève du goût du risque et des traits particuliers de la personnalité de l'entrepreneur. C'est un domaine propice de rapprochement entre la recherche et la pratique, entre l'importance donnée aux comportements individuels ou organisationnels, ceux adoptés dans des processus de découverte d'exploitation des opportunités et la considération accordée aux effets de l'acte d'entreprendre (innovation, renouvellement des entreprises, création des entreprises et des emplois, les changements de l'état d'esprit)

Le lien de rapprochement se concrétise par un autre niveau dans le champ de l'entrepreneuriat qui est l'enseignement où l'intérêt se porte sur des connaissances spécifiques et des compétences utiles pour entreprendre et qui sont basées sur des comportements déterminés qui sont liés à l'orientation vers les opportunités, la prise de décision, l'autonomie, la conduite au changement, l'évaluation et l'acceptation des risques et implications.

L'entrepreneuriat est un champ d'étude scientifique et nécessite une modélisation basée sur deux composantes individu-organisation ou interaction entre eux d'une manière symbiotique sous trois axes ou dimensions. La première est la dimension cognitive qui se focalise sur la pensée, la source des idées, le point de départ de toute entreprise ou projet d'investissement. La deuxième est la nécessité d'élaborer un plan d'action qui s'inscrit dans le cadre de la dimension praxéologique permettant de clarifier les différents schémas tracés par la pensée. A partir de là, découle la troisième dimension fondée sur la construction de la structure de

l'entreprise afin de l'insérer dans la structure sociale au sein de laquelle existe cette entreprise.

Ce chapitre est subdivisé en trois sections. La première section englobera l'entrepreneuriat et les théories économiques. La deuxième section s'articulera sur la délimitation du champ de l'entrepreneuriat. Enfin, la troisième se focalise sur les trois dimensions de l'entrepreneuriat. Elles seront présentées en détail par la suite.

## **1) Les théories de la firme et l'entrepreneuriat**

### **1.1) La théorie des conventions**

Une convention fait référence au comportement adopté par un individu et s'attend à ce que les autres individus s'y conforment. Cependant, la convention évolue. L'approche conventionnaliste permet d'internaliser de façon cohérente le processus d'entreprise dans la théorie de la firme qui est définie telle une convention d'efforts. Elle est fondée sur une conviction partagée quant à un objectif commun d'efficience, poursuivie par chaque membre de l'entreprise et reflète le comportement de chacun. En effet, entreprendre c'est convaincre les acteurs nécessaires à la réalisation de l'objectif commun de l'efficience.

Selon Gomez (1996)<sup>1</sup>, en recourant à une métaphore pour l'explication de ce qu'a précédé « ça nous permettra donc cette métaphore triviale (adaptée) : la conviction sur l'objectif commun d'efficience est comme cette force qui fait que les différents ingrédients composant une mayonnaise finissent par prendre et composer un seul élément. De même, les acteurs qui composent la firme prennent ensemble une seule vocation (celle de la pérennité de la firme) à partir de cette conviction. Le talent de l'entrepreneur est sa force de conviction. La convention constitue un moyen

---

<sup>1</sup> Gomez P.Y, le gouvernement de l'entreprise. Modèles économiques de l'entreprise et pratiques de gestion, interEdition, Paris, 1996. Cité par : Hernandez E.M et luc Marco, problème économique : entreprises et marchés, l'entrepreneuriat et les théories de la firme, documentation française, N°2792, 15/01/2003, p.133.

d'ajustement des comportements intersubjectifs, un moyen de coordination des agents basé sur des dispositifs cognitifs collectifs. La convention représente une procédure régulière de résolution de problème qui s'établit collectivement par le biais d'une rationalité procédurale (limitée) puisque l'incertitude règne dans l'environnement où la décision doit être prise d'une manière plus stratégique.

Dans la situation d'incertitude, les acteurs de l'entreprise doivent mettre en œuvre leurs compétences et s'unir afin de réguler cette situation et réduire l'incertitude. De ce fait, ils fixent des conditions de conformité et de croyances régissant une base de connaissances commune quant aux comportements des autres. Alors, la règle peut être comme des dispositifs cognitifs collectifs qui permettent de faire face à des événements imprévus.

L'entreprise peut représenter une convention d'efforts structurant les pratiques des acteurs pour un but d'efficience. En effet, l'entreprise se constitue un registre conventionnel sous lequel les acteurs s'impliquent dans l'entreprise par leurs convictions qu'ils partagent par ce registre conventionnel. Selon Gomez, cette convention d'efforts s'exprime sous trois dimensions interactives <sup>2</sup> :

- 1- le registre conventionnel portant sur le but de la firme.
- 2- Le registre conventionnel spécifique à son gouvernement.
- 3- Le registre conventionnel des mesures de contrôle et de comportement des acteurs.

Il introduit l'entrepreneur dans le modèle conventionnaliste en prenant en considération que l'action d'entreprendre est l'objectif commun d'efficience. Ainsi, ce registre aboutit à la négociation et la réalisation de contrats où le contrat représente une forme particulière de convention, une convention expliquée par des agents, formalisée ou non, mais la différence est que le contrat sous tend l'imposition alors que la convention sous tend l'adhésion.

---

<sup>2</sup> : Gomez P.Y, le gouvernement de l'entreprise. Modèles économiques de l'entreprise et pratiques de gestion, interEdition, Paris, 1996. Cité par Verstraete Thierry, l'entrepreneuriat : connaître l'entrepreneur et comprendre ses actes, édition l'Harmattan 1999, p.116.

Les conventions interviennent pour coordonner les échanges entre les agents. Dans le cas de la création des entreprises, ce référentiel conventionnel permet de restructurer les relations entre l'entrepreneur et l'entreprise, d'inscrire la création de l'entreprise et l'activité entrepreneuriale dans un cadre social.

Si la convention crée du droit (usages commerciaux), le droit crée des conventions (l'obligation d'exercice de bonne foi des contrats). Dans notre objet d'étude, l'approche conventionnaliste donne l'avantage de mettre en premier l'exercice de la conviction déployée par l'entrepreneur. Cet avantage permet à l'entrepreneur de faire adhérer les parties prenantes dans la création de l'entreprise ; ce qui va déboucher au renforcement des atouts pour le projet. Les différentes conventions existantes au sein de l'entreprise promeuvent l'opportunisme. Ces parties prenantes (salariés, dirigeants, propriétaires, prêteurs, clients et fournisseurs, puissances publiques) ont leur propre registre conventionnel.

Le créateur est le noyau central dans l'implication des parties prenantes dans les conventions pour faire évoluer leurs convictions d'une façon favorable aux objectifs de l'entreprise. Le rôle de l'entrepreneur dans le registre conventionnel est d'inscrire l'adhésion de ces parties prenantes et d'établir un lien solide afin de respecter les conventions, bien sûr des deux parties prenantes et l'entrepreneur. Alors, la confiance est un critère essentiel dans l'exercice de la conviction par l'entrepreneur.

De ce fait, l'approche conventionnaliste voit l'entreprise comme une convention d'effort définissant le travail en commun. Cette conception permet d'attirer l'attention de l'entrepreneur sur deux catégories de parties prenantes : en interne les employés et en externe les clients.

Pour le personnel, on distingue deux cas. Dans le premier cas où on a un projet low tech, dans un contexte de chômage important, le créateur n'aura pas de problème à faire adhérer les employés à la convention d'effort qu'il propose. Dans le deuxième cas où on a un projet de high tech, l'adhésion à la convention d'effort devient difficile. L'insertion dans la convention d'effort nécessite pour le créateur d'avoir des



compétences et des qualifications plus élevées et rares pour réunir et former une équipe motivée et compétente.

Pour le client, le créateur se confronte à deux difficultés majeures. La première consiste à s'insérer sur un marché par une offre importante qui va intéresser le client ou l'entrepreneur crée complètement le marché. Gomez et Marion (1992)<sup>3</sup> définissent le marché par une convention de qualification. Ils l'énoncent par la phrase suivante : « c'est un accord social implicite déterminant la place de chacun dans le rapport d'échange ». Alors le consommateur souhaite et l'entreprise fait réaliser ses souhaits ou le satisfait. La convention crée le climat de confiance généralisée dans l'existence du marché en assurant pour chaque acteur ses fonctions. Cette confiance mutuelle engendrée par la relation consommateur/entreprise ne se fait pas facilement, mais elle est la résultante d'une connaissance approfondie du domaine de l'activité.

La deuxième exige que le créateur s'insère dans la population d'entrepreneur, qui cherche à surveiller et subit les turbulences de l'environnement.

## **1.2) La théorie des représentations sociales**

La représentation sociale est une représentation mentale. Elle s'illustre sous forme d'image, d'un sens ou d'une signification. Elle permet à l'individu de faire l'interprétation des événements et des situations auxquels il est confronté.

Jodelet<sup>4</sup> (1989) définit la représentation sociale comme un guide. Il permet de dégager les différents aspects de la réalité et de préciser la manière d'interpréter cette réalité.

De plus, l'étude des représentations sociales est faite par la psychologie sociale analyse les attitudes des individus et interprète les situations auxquelles sont

---

<sup>3</sup> : Gomez P.Y, Marion G, la théorie des conventions en pratique : introduction, revue française de gestion, n° 112, p.60-63, Janvier-Février 1997.

<sup>4</sup> : Jodelet.D, les représentations sociales, presses universitaire de France, 1989.

confrontés ces individus. Le résultat de l'interprétation de ces situations est défini par la réalité sociale. Par conséquent, la représentation sociale établit une relation entre un sujet (individu) et un objet (quelque chose). Elle constitue un outil conceptuel permettant à l'individu de donner une interprétation rationnelle du monde.

Les représentations sociales sont gérées par deux composantes : le noyau central et les éléments périphériques. Le noyau central se construit à partir des valeurs, des coutumes, des connaissances et des croyances communes du groupe. Si les éléments du noyau central changent, la représentation sociale sera radicalement différente. De ce fait, le noyau central est résistant au changement et est protégé par les éléments de la périphérie. La deuxième composante est le système périphérique. Il concerne les éléments personnels de l'individu tels que l'histoire ou le vécu et les expériences personnelles...etc. Le système périphérique influence d'une façon moindre la modification des représentations sociales que le système central. La transformation de ce système peut se faire par le changement de la pondération (équilibre) de ses éléments, les interprétations nouvelles, et les intégrations d'éléments contradictoires. Le noyau central et le système périphérique consistent à définir la représentation sociale car le changement de ces éléments conduit à une autre représentation sociale.

### **1.3) La théorie évolutionniste :**

Nelson et Winter (1982)<sup>5</sup> analysent les processus et la dynamique de l'innovation et de la croissance des économies modernes et la co-évolution des technologies et des organisations. Le changement technique et technologique, à l'origine de l'évolution économique, suit des modes de développement dépendant des possibilités techniques, des connaissances et des croyances à un moment donné. Alors, la question centrale est celle de la sélection. La viabilité des entreprises dépend de l'environnement de sélection (la concurrence, les changements technologiques...etc.).

---

<sup>5</sup> : Nelson R et Winter S, An evolutionary theory of Economic Change, Harvard University Press, Boston, 1982.

Dans un environnement de sélection étroite, les entreprises les moins performantes peuvent survivre et prospérer pour quelque temps. A cet effet, les entreprises se concentrent sur l'innovation. Les concurrents focalisent leur attention sur les déterminants plus qualitatifs du produit, les outils de production plus spécialisés. Nelson et Winter (1982)<sup>6</sup> ont distingué quatre propriétés de l'environnement sélectif d'une innovation : la nature des coûts et bénéfices relatifs à l'adoption d'une innovation par rapport à une autre, la manière dont les préférences des consommateurs, les normes et les réglementations influencent la définition des activités, la relation entre le profit et ses conséquences sur les unités organisationnelles en terme d'expansion ou de contraction, la nature de l'apprentissage par les organisations des conditions du succès d'une innovation.

Par ailleurs, Alchian (1950)<sup>7</sup> avance l'idée Darwinienne que le hasard est un élément majeur dans les processus de "sélection naturelle" que subissent les firmes. Il imagine que si toutes les firmes tiraient au sort leurs décisions, certaines décisions seront adaptées aux conditions du marché. Ces firmes réaliseront un profit non nul et survivront alors que les autres vont disparaître. Edith Penrose (1952-1953)<sup>8</sup> stipule que la sélection de l'environnement peut être une sanction comme le prétend Alchian, mais qu'elle est souvent aussi le résultat de la concrétisation d'opportunités de production par des entreprises. L'entreprise active influe sur la technologie, sur la découverte de ressources (humaines, naturelles, etc.) dont elle a besoin : « Competition cannot reasonably be expected to exist if men are presumed to act randomly » (Penrose, 1953)<sup>9</sup>. Par conséquent, les agents, stimulés par l'incertitude, agissent volontairement sur l'environnement pour le transformer à leur avantage.

La théorie évolutionniste s'intéresse à la capacité de l'entreprise de survivre dans un environnement turbulent et incertain. A cet effet, la création d'entreprise paraît

---

<sup>6</sup> : Idem, p.263.

<sup>7</sup> : ALCHIAN, A, « Uncertainty, Evolution and Economic Theory », Journal of Political Economy, vol. LVIII,

n° 3, 1950, cité dans : Diani M, l'économie évolutionniste et la culture d'entreprise, thèse de doctorat, université Louis Pasteur Strasbourg I, décembre 2003, p.38.

<sup>8</sup> : Penrose E, Rejoinder sur le commentaire d'Alchian, American Economic Review, 1953, p601-609.

<sup>9</sup> : Idem, p.605.

conditionnée par ces changements permanents. L'entrepreneur doit se concentrer sur la possibilité de dégager des opportunités appropriées à la concrétisation de son projet. Il doit se doter des compétences et de stratégie fiables afin d'empêcher la disparition de son entreprise au début de sa création.

## **2) La délimitation du champ de l'entrepreneuriat**

Le champ de l'entrepreneuriat se délimite par deux conceptions majeures. La première est la conception anglo-saxonne qui s'articule sur l'émergence organisationnelle, en s'appuyant sur le processus de création d'une organisation. La deuxième conception est celle de Christian Bruyat qui se concentre principalement sur l'explication de la dialogique individu création de valeur. Ces deux conceptions importantes seront clarifiées par la suite dans le travail suivant.

### **2.1) La conception anglo-saxonne :**

Le champ de l'entrepreneuriat dans les pays anglo-saxons (USA en particulier) est structuré d'une façon plus approfondie par deux écoles de pensée. La première école de pensée, initiée par Gartner, étudie l'émergence organisationnelle. La deuxième école de pensée, initiée par Shane et Venkataraman, se base sur la notion de l'opportunité entrepreneuriale.

#### *2.1.1) L'émergence organisationnelle :*

Ce courant de pensée se focalise sur l'importance de l'étude de la naissance de nouvelles organisations pour comprendre le phénomène de l'entrepreneuriat. Autrement dit, la naissance des nouvelles organisations permet la création des nouvelles entités. Alors, les nouvelles entités sont créées si l'émergence organisationnelle existe car celle-ci amène à la création de nouvelles organisations. Ce

n'est une nouvelle entité que « si l'émergence survient avant que l'organisation n'existe, alors le phénomène n'est pas une nouvelle organisation. L'émergence organisationnelle est un processus qui mène à une nouvelle organisation »<sup>10</sup>.

Kevin.E.Learned (1999)<sup>11</sup> propose un modèle de création ou de formation d'organisation. La création d'organisation comporte trois dimensions importantes qui ont pour résultat final la création de l'organisation. La première dimension concerne la propension à créer. Dans ce cas, les créateurs ont des caractéristiques psychologiques et une expérience professionnelle qui leur permettent de créer une affaire que les autres personnes. La deuxième dimension s'articule autour de l'intention à créer. Elle représente la volonté de créer qui est déclenchée par des situations précises qui peuvent être rencontrées par les entrepreneurs créateurs. La troisième dimension consiste à rechercher dans l'environnement les informations nécessaires et réduire les tâches utiles à la création de l'organisation. Alors, la concrétisation du projet nécessite un diagnostic de l'environnement afin de détecter les opportunités. Ce qui va permettre au créateur de l'organisation de déterminer la décision de créer.

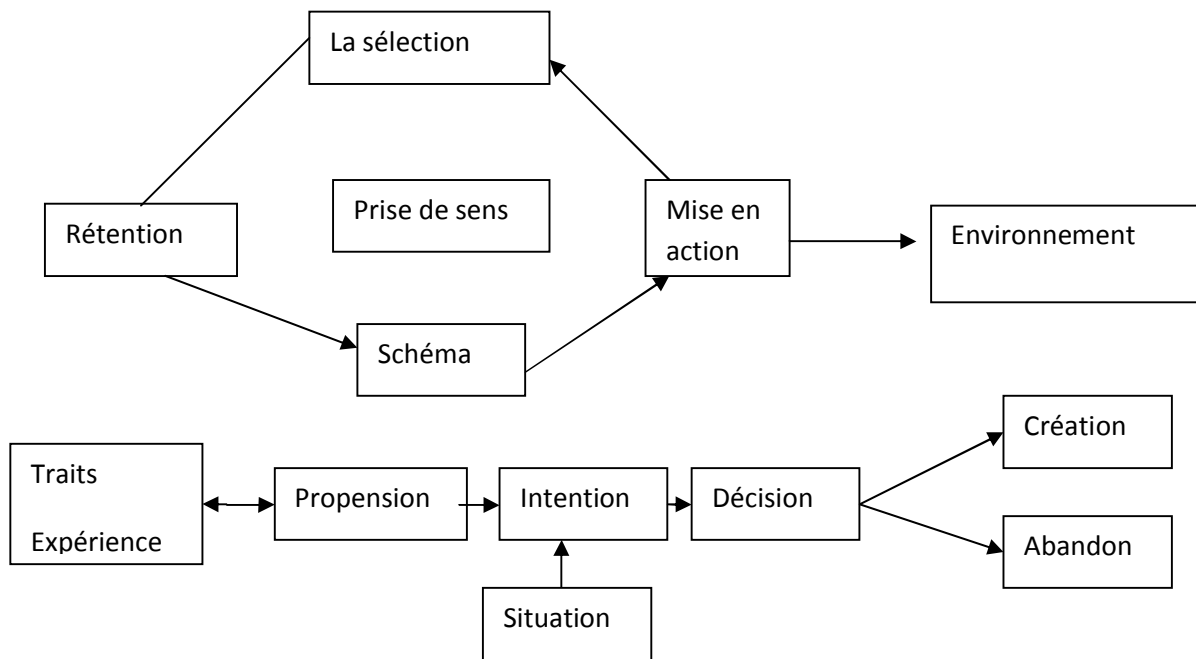
Un schéma explicatif proposé par Learned K illustre le processus de création de l'organisation. Ce schéma prend en compte les interactions des dimensions citées plus haut avec l'environnement. Cela permet à l'entrepreneur de dégager les situations propices à la création de l'organisation grâce aux informations nécessaires. Alors, la concrétisation du projet nécessite un diagnostic de l'environnement.

---

<sup>10</sup> : E.M.Hernandez, le processus entrepreneurial : vers un modèle stratégique de l'entrepreneuriat, édition l'Harmattan 1999, p.62.

<sup>11</sup> : Idem.

**La figure N°1 : Le modèle de la création de l'organisation<sup>12</sup>**



Source : E.M.Hernandez 1999

Par conséquent, la volonté de créer l'organisation représente l'élément clé. C'est une étape qui retrace l'objectif ou les objectifs du créateur. Puis, l'étape suivante est la recherche des ressources et des informations pour la réalisation du projet.

Beaucoup d'auteurs ont suivi ce courant de pensée tel qu'Aldrich (1999), Thoruton (1999), Shorma et Chrisman (1999). Verstraete (1999) et s'intéressent davantage à la création des organisations s'inscrivant dans le cadre des théories des organisations qu'à l'entrepreneuriat.

<sup>12</sup> : E.M.Hernandez, le processus entrepreneurial : vers un modèle stratégique de l'entrepreneuriat, édition l'Harmattan 1999, p.62.

### 2.1.2) *L'identification et l'exploitation des opportunités*

Cette deuxième conception s'appuie sur l'opportunité entrepreneuriale de Shane et Venkataraman. Là, le champ de l'entrepreneuriat est défini par Venkataraman: "the scholarly examination of how, by whom and with what effects opportunities to create future goods and services are discovered, evaluated and exploited" [1997]<sup>13</sup>. Cette définition renvoie à l'importance accordée au processus de découverte, d'évaluation et d'exploitation des opportunités comme objet de recherche et d'étude essentiels. Cette conception a une similitude avec la première conception ou l'émergence organisationnelle. Cette dernière se concentre sur la création d'une nouvelle entité. Cependant la deuxième conception s'intéresse à la création d'une nouvelle activité. En effet, les opportunités existent dans la nature, une réalité qui exige des capacités à les reconnaître et ensuite les concrétiser sur la scène économique en projet fructifiant. La concrétisation de l'opportunité entre dans le cadre du processus de l'exploitation conduisant à la création d'un nouveau produit ou d'un nouveau service.

### 2.2) **L'approche de Bruyat (1993) :**

La conception de Bruyat se base sur la dialogique individu/création de valeur. Elle étudie l'interrelation entre ces deux éléments. La dialogique individu-création de valeur est déterminée en fonction du changement. Elle est défini par Bruyat (1993) comme suit : « l'individu est une condition nécessaire pour la création de la valeur, il en détermine les modalités de la production, l'ampleur...etc. il en est l'acteur principal, le support de création de valeur, une entreprise par exemple, est la « chose » de l'individu, nous avons :

---

<sup>13</sup> : Venkataraman S, the distinctive domain of entrepreneurship research : An editor's perspective, in J. Katz et R. Brockhaus (Eds), *Advanced in entrepreneurship, firm, emergence, and growth*, vol 3, Greenwich, CT : JAT Press, 1997, p 119-138.

### *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...etc.), elle est susceptible de modifier ses caractéristiques (savoir faire, valeurs, attitudes...etc.), nous avons :

### *Création de valeur —> individu »<sup>14</sup>*

Alors, l'entrepreneur est l'individu qui crée une valeur, l'individu sans lequel la valeur ne serait pas créée. La création de valeur occupe une place importante dans la vie de l'entrepreneur et elle est une source de modification de ces caractéristiques. La concrétisation de la création d'une valeur nouvelle sur le terrain est importante. Lorsque le projet se met en place, il contraint peu à peu son créateur. Il investit l'individu qui se définit par rapport à celui-ci. Par conséquent, la dialogique individu création de valeur peut s'écrire de la façon suivante :

### *Individu ↔ création de valeur*

La création de valeur nouvelle s'inscrit dans un processus car il ne s'agit pas seulement d'avoir l'intention de créer. Alors, la dialogique individu ↔ création de valeur est un processus entrepreneurial. Elle forme un système en interaction entre ces deux composantes ainsi qu'avec l'environnement. Dans cet environnement, l'individu procure des ressources et moyens nécessaires et puise les idées et les opportunités. De plus, Marchesnay et Julien (1989)<sup>15</sup> ont évoqué la possibilité de choisir l'environnement et l'aménager d'une manière à ce que cet individu (entrepreneur) ait les moyens et le cadre favorable à faire prospérer son activité.

En effet, les composantes du phénomène entrepreneurial sont l'individu, l'objet crée (organisation, innovation), l'environnement et le processus. Cependant, il faut accorder une importance à la dialogique individu/création d'objet ou création de

---

<sup>14</sup> : Bruyat.C, Création d'entreprise : contribution épistémologique et modélisation, thèse de doctorat en sciences de gestion, université Pierre Mendès-France de Grenoble, 1993, p.58.

<sup>15</sup> : Marchesnay.M, Julien.P.A, Small business as space of transaction, journal of entrepreneurship and regional development, vol 2, 1989, p. 267-277.



valeur. Cette dialogique est en interaction permanente avec l'environnement. En partant de l'influence de l'environnement sur la dialogique individu/création de valeur, la notion du changement intervient afin d'expliquer la diversité des situations du phénomène entrepreneurial. L'évaluation du changement, dans une situation donnée, doit privilégier les deux points de vue, celui de l'individu et celui de l'environnement, à travers la création de valeur.

Le changement du côté de l'individu s'intéresse aux aspects personnels et professionnels de celui-ci. Par exemple, le changement du statut social d'un cadre supérieur dans une entreprise à un chef de celle-ci, par le biais de la création d'entreprise, ce passage d'une situation initiale d'un cadre supérieur à une autre situation nouvelle nécessite pour l'individu de faire face à ce nouveau changement. Alors, l'ancien statut social bénéficie d'un soutien de la part de l'organisation où il travaille. Le nouveau statut social est devenu plus important avec davantage de responsabilité et de tâches à accomplir et à apprendre dans les différents domaines existants dans les activités de l'entreprise. La deuxième dimension de la dialogique, la création de valeur, est soumise aussi au changement. En sachant que la valeur est défini comme une valeur d'utilité d'un produit ou d'un service par rapport à des besoins et à une demande sociale, cela permet d'étendre le domaine de l'entrepreneuriat au delà du secteur marchand.

La création de la valeur nouvelle se situe au niveau du produit ou d'une technologie par l'innovation. Elle permet de doter l'entreprise d'un potentiel de croissance et de développement important. La création de valeur nouvelle peut s'inscrire dans une démarche individuelle (cas de la création d'une entreprise par une personne physique) ou dans une démarche collective (cas de la création d'activité ou création d'entreprise par des organisations). Cependant, il peut y avoir une création de valeur sans qu'elle soit réellement nouvelle. C'est le cas, des activités existantes qui se poursuivent dans d'autres cadres et formes juridiques et organisationnelles, sans qu'il y ait de changement au niveau des marchés et au niveau de l'offre.

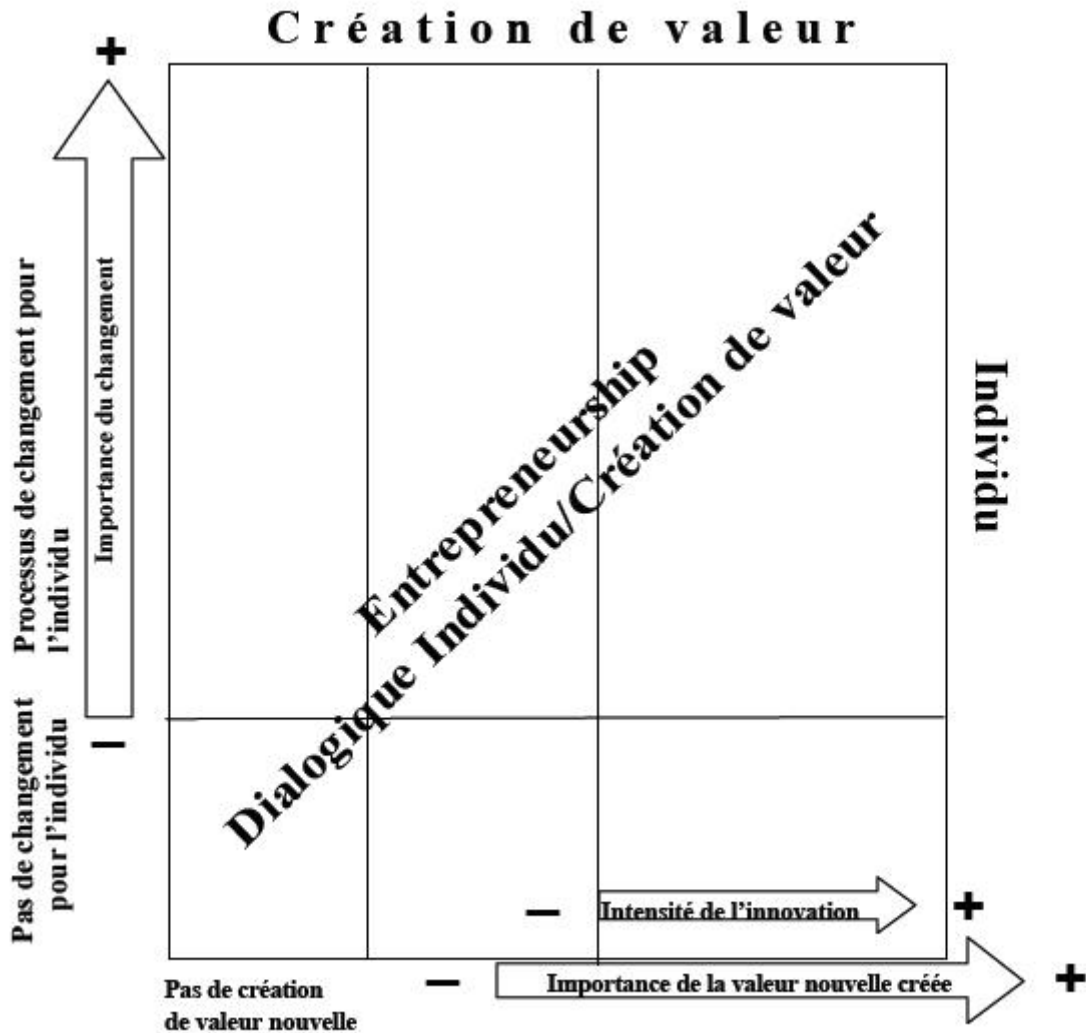
La représentation de la matrice de la dialogique individu création de valeur permet de décrire toutes les formes possibles de l'entrepreneuriat. Elles sont la

création de l'entreprise ou de l'activité (ex nihilo), la reprise de l'entreprise ou de l'activité, l'intrapreneuriat...etc.

La représentation de la matrice de la dialogique est illustrée sur la figure n° 2, par deux axes, l'un est vertical et l'autre est horizontal. Sur l'axe vertical, s'inscrit l'intensité du changement et sur l'axe horizontal on mentionne l'importance de la valeur nouvelle créée. Les deux composantes de la dialogique individu/création de valeur sont présentées dans le schéma. La première composante concerne la création de la valeur. Il est possible de distinguer deux cas. Le premier cas représente l'existence de la valeur nouvelle. Le deuxième représente l'absence de création de valeur nouvelle (exemple : continuation sous une autre forme juridique d'une activité existante). Cependant, la création de la valeur nouvelle peut se réaliser par une entreprise déjà existante ou par la création d'une nouvelle entreprise (ex nihilo). La deuxième est l'individu. Celui-ci est affecté par le changement dans lequel le statut social ou bien le profil professionnel change.

La création de la valeur nouvelle se focalise sur l'innovation où son intensité s'élève sur l'axe vertical, au fur et à mesure qu'on se déplace vers le haut. De là, il est possible de sélectionner l'entreprise à fort potentiel de création de valeur nouvelle ou bien l'entreprise innovante dont laquelle le pivot essentiel est l'innovation.

La figure N°2 : la matrice de la dialogique individu création de valeur



Source : Christian Bruyat 1993

Dans l'optique de cette dialogique individu-création de valeur, le temps représente un facteur clé dans la définition de la situation entrepreneuriale à travers une dynamique de changement.

Dans ce contexte de situation entrepreneuriale, le phénomène se caractérise par la temporalité et la précarité. On ne naît pas entrepreneur, on le devient dans une

situation particulière et pendant une durée de temps longue et courte, ce qui amène à dire que la situation entrepreneuriale a un début et une fin.

Dans une situation entrepreneuriale, les comportements des individus s'appuient sur un nombre de critères, à savoir la prise d'initiative, le changement au sein des deux composantes de la dialogique, l'évaluation et l'acceptation des risques et de leurs implications. En outre, ils incluent les capacités appropriées à l'identification et la mise en œuvre des ressources nécessaires à la concrétisation du projet, à la création de l'organisation et à son fonctionnement. Dans une situation entrepreneuriale, la création de la valeur peut prendre plusieurs formes qui sont : la création d'une entreprise ou d'une activité, le développement d'un produit ou d'une innovation, acquisition d'une entreprise ou d'une activité. Par conséquent, la réalisation de l'une des formes de la situation entrepreneuriale se fait dans un environnement multiple turbulent. Le degré de l'incertitude est lié à l'intensité du changement survenu dans l'environnement ou survenu au niveau de l'individu. Ce dernier doit prendre en compte ce changement pour réussir son affaire. Alors, Le changement est un facteur dont l'importance pour déterminer la situation entrepreneuriale est accrue. De plus, la variable temps joue un rôle essentiel dans l'évolution et la transformation du projet et de l'organisation entrepreneuriale.

En effet, ce n'est pas toute création d'entreprise ou toute organisation issue d'une création d'entreprise qui correspond à une situation entrepreneuriale. L'évaluation de la situation à caractère entrepreneurial repose sur la nécessité de déterminer l'existence de la dialogique individu-crédation de valeur et prend en compte les critères suivants : investissement en temps et en ressources financières, investissement affectif, conjonction des logiques, perception des enjeux, attractivité du projet ou de la situation, résistance au changement. Autrement dit, la mesure de l'engagement de l'individu vis-à-vis du projet ou de la situation entrepreneuriale est importante. L'évaluation de la situation entrepreneuriale se fait par l'appréciation de l'intensité de celle-ci. A cet effet, l'analyse des deux variables, individu et environnement, paraît primordiale. Cette double évaluation à caractère qualitatif

renseigne sur la classification des situations entrepreneuriales et l'approche de leur dynamique entrepreneuriale bien évidemment en incluant le facteur temps.

Selon l'intensité du changement, la représentation de la dialogique se transforme pour un cas ou situation correspondant. Les figures suivantes de la dialogique expliqueront l'importance de l'influence du changement<sup>16</sup>.

### **3) Les différentes situations entrepreneuriales délimitées dans le champ de l'entrepreneuriat :**

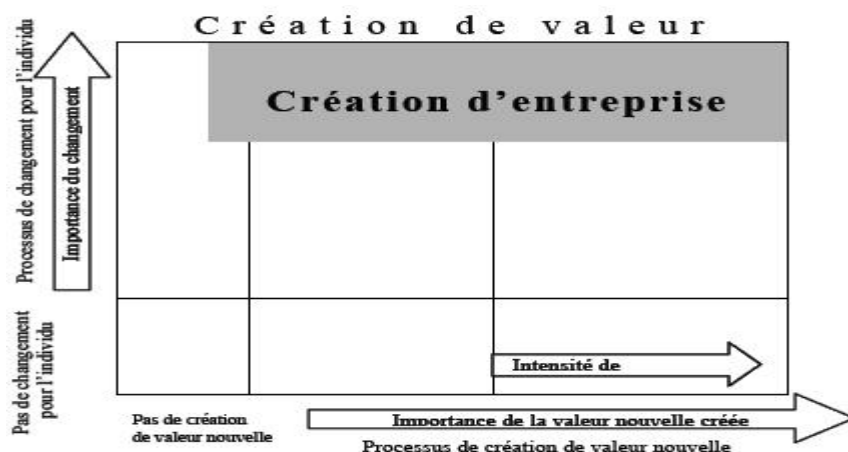
A partir du schéma de la dialogique individu/création de valeur présenté plus haut, on peut explorer les différentes sensibilités s'exprimant dans le champ de l'entrepreneuriat et de repérer différentes zones de ce champ. Quatre situations entrepreneuriales de base s'expriment. L'origine de ces différentes situations entrepreneuriales est à rechercher dans l'origine disciplinaire des chercheurs. Ceux qui sont issus de la psychologie, de la psychologie sociale, de la sociologie ou de la gestion des PME, privilégient l'accès à la dialogique entrepreneuriale au travers de l'individu, alors que ceux qui viennent de l'économie ou du management préfèrent le résultat, c'est-à-dire la valeur créée.

Les quatre situations entrepreneuriales sont présentées dans les figures n°3, 4, 5 et 6. La figure N°3 représente la dialogique de la création de l'entreprise ou la création d'une organisation. En effet, La création d'entreprise (d'organisation) correspond à un changement important pour l'individu et, souvent, sans que cela soit toujours explicite, provoque une création de valeur nouvelle. C'est à partir de cette situation entrepreneuriale que s'est constitué le champ à la fin des années 70. La création d'entreprise, quel qu'en soit le type, demeure le principal sujet des études du champ de l'entrepreneuriat actuellement.

---

<sup>16</sup> : Bruyat C (1993), création d'entreprise : contribution épistémologique et modélisation, thèse de doctorat, université Pierre Mendès France (Grenoble II école supérieure des affaires), p.65.

La figure N°3 : L'entrepreneuriat comme la création d'organisation (création d'entreprise)

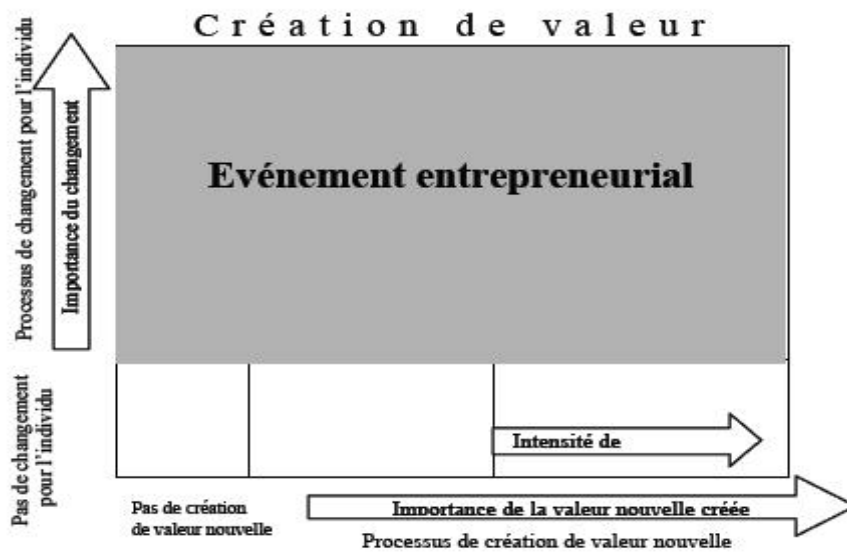


Source : Christian Bruyat 1993

La figure N°4 représente la dialogique de l'événement entrepreneurial. Alors, l'événement entrepreneurial étant défini comme l'accession de l'individu à la dialogique individu/création de valeur, que cela soit par création, par acquisition ou héritage<sup>17</sup>, les chercheurs appartenant à cette sensibilité sont généralement préoccupés par la petite entreprise. Aujourd'hui, la PME compte parmi les entreprises les plus créées, grâce au potentiel qu'elles ont dans le développement économique.

<sup>17</sup> : Bruyat C (1993), création d'entreprise : contribution épistémologique et modélisation, thèse de doctorat, université Pierre Mendès France (Grenoble II école supérieure des affaires), p.68.

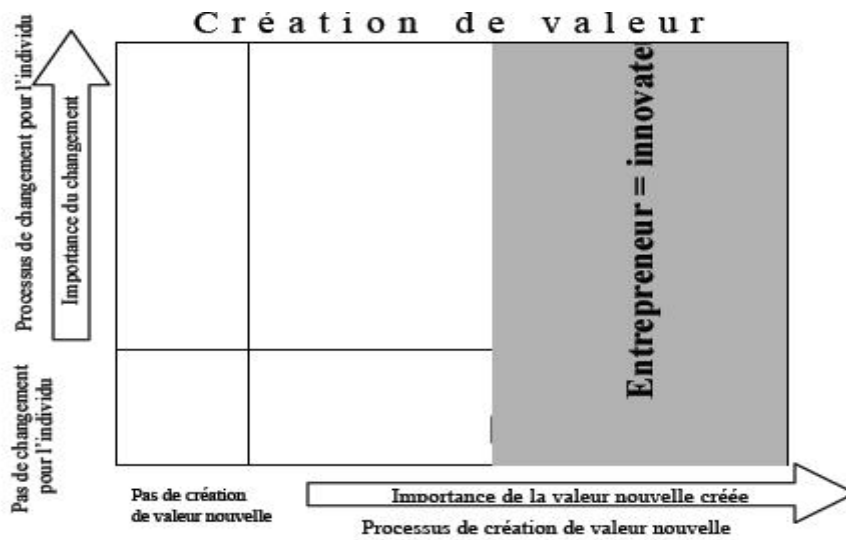
La figure N°4 : l'événement entrepreneurial



La figure N°5 représente la dialogique de l'innovation. Pour les chercheurs appartenant à cette sensibilité, les entrepreneurs sont ceux qui ont un rôle majeur dans l'innovation. Ceux sans lesquels rien ne serait arrivé, quelles que soient les circonstances ou les organisations concernées. Un grand nombre de travaux portent sur la création des entreprises innovantes ou des entreprises dites high-tech<sup>18</sup>. Les chercheurs soulignent, qu'il s'agit d'un phénomène très différent de la simple création de petite entreprise de type artisanal et rejettent implicitement ou explicitement l'assimilation.

<sup>18</sup> : Albert.P et Mougenot.P, la création d'entreprise High-Tech, revue française de gestion, n°68, Mars/Avril/Mai, 1988, p. 106-118.

La figure N°5 : L'entrepreneuriat comme synonyme de l'innovation

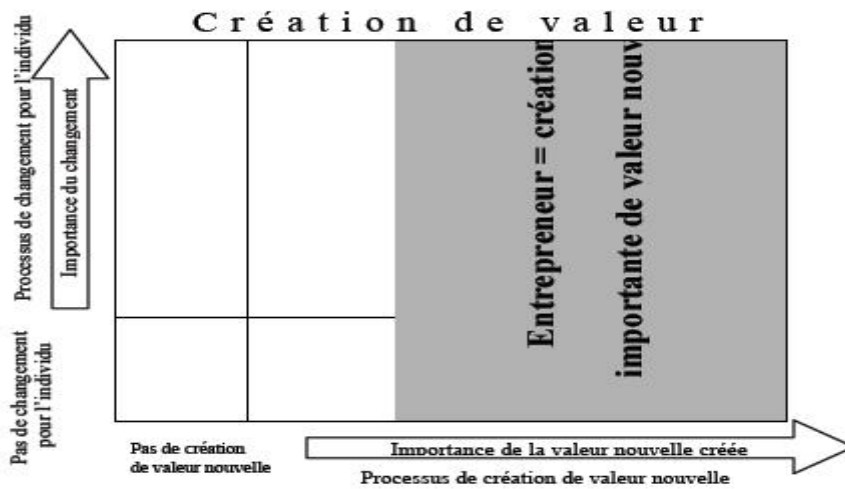


Source : Christian Bruyat 1993

La figure N°6 de la dialogique individu création de valeur représente une importante création de valeur nouvelle. Il s'agit d'une extension de la sensibilité précédente. Les chercheurs tenant compte de cette sensibilité sont souvent issus du management. Ils privilégient la croissance par rapport à la nouveauté bien qu'elles soient souvent associées. La littérature abondante concernant le capital risque se situe essentiellement dans cette zone. C'est la sensibilité qui est la plus représentée dans le Journal of Business Venturing et qui recouvre les thèmes suivants : création d'entreprise à fort potentiel de croissance, business venturing, corporate venture, intrapreneuriat.



**La figure N° 6:** L'entrepreneuriat comme la création d'une valeur nouvelle importante



Source : Christian Bruyat 1993

La création de l'organisation correspond à un changement important pour l'individu et provoque la création d'une valeur nouvelle. Celle-ci n'est pas toujours réalisée. L'événement entrepreneurial correspond à un changement plus important pour l'individu, que la situation entrepreneuriale précédente, et déclenche la création d'une valeur nouvelle. Ces deux situations entrepreneuriales, la création d'organisation et l'événement entrepreneurial, sont engendrées par une grande intensité de changement. Celui-ci a permis de générer une valeur nouvelle. L'innovation correspond à la création d'une valeur nouvelle importante en fonction d'une certaine intensité de changement pas très grande. La création d'une valeur nouvelle correspond à une intense création de valeur nouvelle toujours par l'intermédiaire du changement. Ces deux dernières situations entrepreneuriales sont concentrées sur l'intensité de la valeur nouvelle créée. Toutes les situations entrepreneuriales montrent les limites du champ de l'entrepreneuriat. Chaque situation entrepreneuriale explique la création d'une valeur nouvelle en fonction de l'intensité du changement pour l'individu. Ce changement peut être issu de l'environnement ou de l'individu lui-même.

#### **4) les dimensions de l'entrepreneuriat**

Le modèle de l'entrepreneuriat est composé de trois dimensions indissociables, la dimension cognitive, la dimension structurale et la dimension praxéologique. La dimension cognitive se concentre sur la pensée. La dimension structurale s'appuie sur la structure. La dimension praxéologique se centre sur l'action.

##### **4.1) la dimension cognitive :**

La dimension cognitive est une dimension composée de la pensée stratégique, la réflexivité et l'apprentissage. La première composante est la pensée stratégique. Elle concerne la vision stratégique du créateur. C'est le processus de raisonnement qui donne une vision antérieure de l'action à effectuer par le créateur. C'est une partie de la cognition mobilisée par la passion et les émotions. Cette démarche incite à organiser les jalons de l'action avant de la concrétiser. La deuxième composante est la réflexivité. Elle correspond à la capacité de l'individu d'interpréter l'action dans son cours, sa capacité de comprendre cette action pendant sa réalisation et de l'apprendre. Avant d'entamer toute action, il faut laisser la pensée préconiser et organiser ce qu'il faut élaborer dans les étapes nécessaires. La dernière composante est l'apprentissage. C'est un résultat de l'expérience passée et actuelle, des connaissances, des passions, émotions et prédispositions, en incluant les capacités et aptitudes à apprendre. Ces caractéristiques sont différentes d'un individu à un autre. Cette dimension peut s'appeler la vision entrepreneuriale. Celle-ci est la combinaison des trois composantes (pensée stratégique, réflexivité, apprentissage). Elle permet de mettre l'entreprise dans une trajectoire supposée appropriée. Cela peut se faire par les décisions qui émanent de la pensée, en prenant en compte le nécessaire pour la réalisation du projet par le créateur. Alors, le créateur aboutira à une action correcte et réussie (noyau stratégique). Le noyau stratégique est défini tel « le groupe (composé de 1 à n individu) qui a, par propriété ou mandat, le pouvoir d'émettre des stratégies favorables aux buts

de l'institution et créatrices d'entreprise. Il peut s'enrichir en s'agréant des individus puisés dans l'organisation (cadres...) ou à l'extérieur (experts, conseils, alliés)<sup>19</sup>

#### **4.2) la dimension structurale :**

La dimension structurale (structure) est la deuxième dimension du modèle de l'entrepreneuriat. Elle constitue une liaison entre les éléments appartenant à l'environnement social et économique. Dans cet environnement, l'identification des opportunités incite l'entrepreneur à mettre en place une structure appropriée à l'entreprise. La structure de l'entreprise correspond à la structure de l'environnement pour faciliter l'insertion de l'entreprise dans son environnement. On distingue deux formes de structure. La première forme est la structure objective. C'est une structure qui résulte de la position que les individus occupent ou espèrent occuper dans la structure sociale et de la distribution des types du capital (capital économique, capital culturel et social...etc.). Toute position occupée par un individu au sein de la structure sociale représente une opportunité d'appréhension des conversions de cet environnement et d'intériorisation des représentations sociales correspondant à cet environnement. La deuxième forme est la structure subjective. En effet, elle est une résultante de la subjectivité individuelle ou collective. Lorsque la subjectivité collective est abordée, elle devient objectivante. Les individus dressent des frontières autour de l'environnement pour rendre l'organisation stable et imprégner les principes de responsabilité de propriété au sein de cet environnement. En effet, le créateur utilise les types de capitaux dont il dispose et sa capacité à convaincre pour implanter son entreprise avec laquelle il changera de position au sein de la structure sociale. Alors, il trouve place dans les deux structures ((subjective et objective) puisqu'elles sont indissociables en instaurant ainsi une organisation dans l'organisation sociale.

---

<sup>19</sup> :Martinet.A.C, management stratégique, organisation et politique, édiscience, 1984, p.40.

### **4.3) la dimension praxéologique :**

La troisième dimension est la dimension praxéologique. Elle est basée sur l'action. Elle est la dimension de la concrétisation du phénomène entrepreneurial. Après avoir pensé et trouvé l'idée et détecter l'opportunité et l'avoir structuré pour l'insérer dans un milieu compatible et favorable, la réalisation du projet reste la dernière étape. Cet enchaînement visualise la complémentarité des trois dimensions de l'entrepreneuriat. Par ailleurs, la dimension praxéologique est composée de deux éléments importants. La première composante met en exergue le positionnement du créateur au sein des multiples environnements que constituent les divers espaces sociaux avec lesquels il interagit. Ce positionnement est nécessaire par rapport aux concurrents mais aussi par rapport aux parties prenantes (stakeholders). Ces derniers représentent les groupes ou les entités ayant intérêt à la survie de l'entreprise. Le créateur, en collaboration avec les parties prenantes, va instaurer les conditions favorables avec ses parties prenantes pour accéder aux ressources utiles afin de réussir ses objectifs. Parmi ces moyens, le capital social est considéré comme un facteur clé de succès. Il est considéré comme l'élément moteur qui joue un rôle crucial. En fait, les relations nouées par le créateur avec les autres acteurs de son environnement constituent des opportunités pour élargir son capital car il aura accès aux capitaux des autres. Ainsi, il accroîtra ses disponibles et augmentera les chances d'atteindre ses aspirations et se positionner profitablement dans l'environnement. La deuxième composante s'intéresse à la mise en place d'une configuration organisationnelle par le créateur. La configuration organisationnelle correspond à l'organisation des disponibles en s'appuyant sur un groupe de collaborateurs pour fournir à son environnement un produit ou un service d'échange, le fruit du projet et de ces échanges. En effet, le positionnement de l'entreprise ou de la structure de l'entreprise au sein de la structure sociale instaurera une imbrication de l'une dans l'autre. Ainsi, l'entreprise aura l'avantage d'acquérir des opportunités qui émanent de l'environnement. Par ailleurs, La configuration du phénomène entrepreneurial repose sur la création de la valeur. Si l'organisation ou l'entreprise n'apporte pas de valeur et

que les impulsions ne provoquent pas de changement, alors le phénomène entrepreneurial disparaît.

Les relations entre ses dimensions permettent de construire un modèle basé sur la vision stratégique de l'entrepreneur. Cette vision stratégique permet à l'entrepreneur d'avoir une perception claire sur la situation du phénomène entrepreneurial. En outre, le centre du phénomène entrepreneurial est le créateur. Ce dernier opère une stratégie appropriée dans le but de maîtriser l'organisation créée, contrôler les facteurs qui influencent les objectifs tracés.

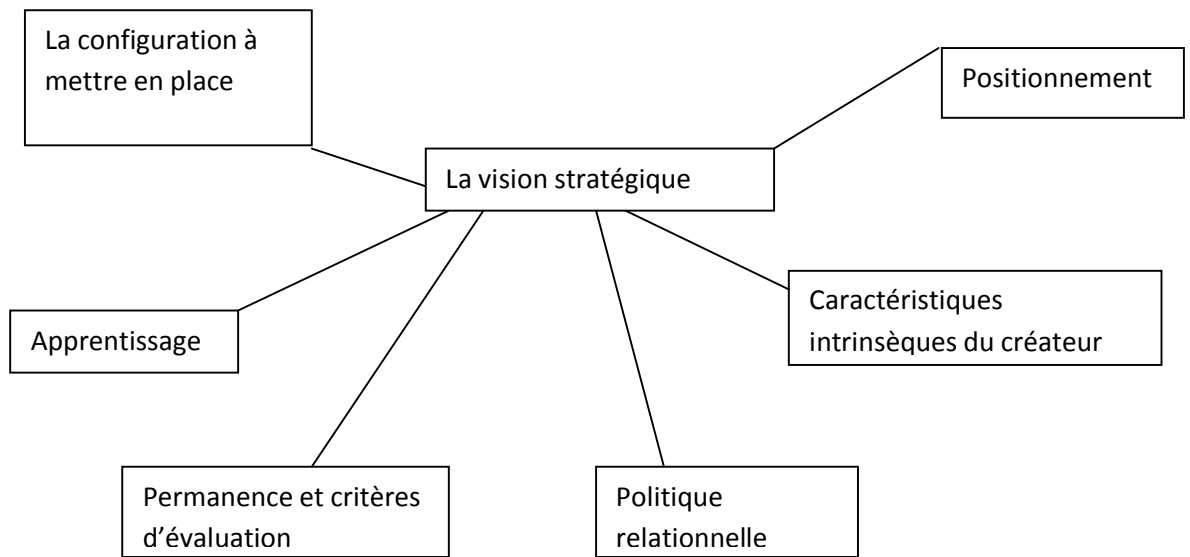
La figure N° 7 illustre les interactions existantes entre les dimensions et particulièrement entre leurs composantes. En effet, le pôle de positionnement est important.

Ce positionnement est nécessaire pour l'entreprise par rapport à ses concurrents dans les multiples environnements où régit cette organisation. Dans ce cas, la logique désignée renvoie au marketing de positionnement des produits et des services sur le marché. Cependant, l'occupation d'une position favorable vis-à-vis des parties prenantes (sa famille, actionnaires, banques, clients, fournisseurs, salariés...etc.) est nécessaire. La réalisation de ce positionnement se fait par la satisfaction de chaque acteur. Par ailleurs, le pôle de performances et critères d'évaluation est important dans l'évaluation des résultats réalisés par rapport aux résultats souhaités. Alors, les résultats réalisés par l'entreprise doivent être compatibles avec les attentes des parties prenantes. Un nombre de critères est essentiel pour l'évaluation des performances économiques des parties prenantes et de l'entreprise vis-à-vis des parties prenantes, pour le client (services, prix, qualité, délais...etc.), fournisseur (quantités commandées, contribution à l'image des produits, délais de paiement...etc.), la famille (récompenses aux sacrifices consentis). A cet effet, l'entrepreneur joue un rôle très délicat, celui de convaincre les parties prenantes pour réaliser l'équilibre entre les résultats attendus de l'entreprise et ceux des parties prenantes. Par conséquent, la

satisfaction des parties prenantes et l'entreprise est importante. Pour cela les caractéristiques intrinsèques du créateur jouent un rôle primordial. Les caractéristiques de l'entrepreneur telles que la motivation, la ténacité, les passions, les émotions...etc. représentent la clé de la réussite du projet envisagé. Toutes ces vertus apportent des ressources supplémentaires et nécessaires à la réalisation et à la prospérité de l'entreprise. L'aptitude à convaincre est un facteur clé de succès, cela permet à l'entrepreneur d'engager les parties prenantes dans le projet. Un engagement qui se concrétise à travers les différents apports de ceux-ci de nature physique, économique, morale, cognitive, informationnelle. Ces dernières contribuent à la structuration de la pensée de l'entrepreneur mais l'obtention des ressources informationnelles exige de l'entrepreneur de s'insérer dans des réseaux. En fait, la politique relationnelle constitue une donnée cruciale. Les relations engendrées par le tissage des réseaux, auxquels est insérée l'entreprise, sont un atout pour cette dernière. En effet, ces relations doivent s'étendre à tous les acteurs qui peuvent faire objet d'influence. Par ailleurs, l'apprentissage paraît une source de réussite dans le processus de création d'entreprise. Dans la création de l'entreprise, il est primordial de chercher et d'apprendre profondément durant toutes les étapes du processus de création de l'entreprise, dès le début de la naissance de l'idée, pendant la structuration et après, lorsque l'entrepreneur sera face au défi de la direction car créer n'est pas forcément diriger. Après avoir effectué le nécessaire, la mise en place d'une configuration est essentielle. La mise en place d'une organisation engendre un bénéfice crucial et cela en fournissant aux acteurs des produits d'échange ou en concevant les services qui seront le fruit de l'échange et en l'incitant le gérant à mettre en œuvre la stratégie favorable.

Les six pôles sont en relation entre eux. Le créateur doit prendre conscience de l'importance de chaque pôle et la relation existante entre eux.

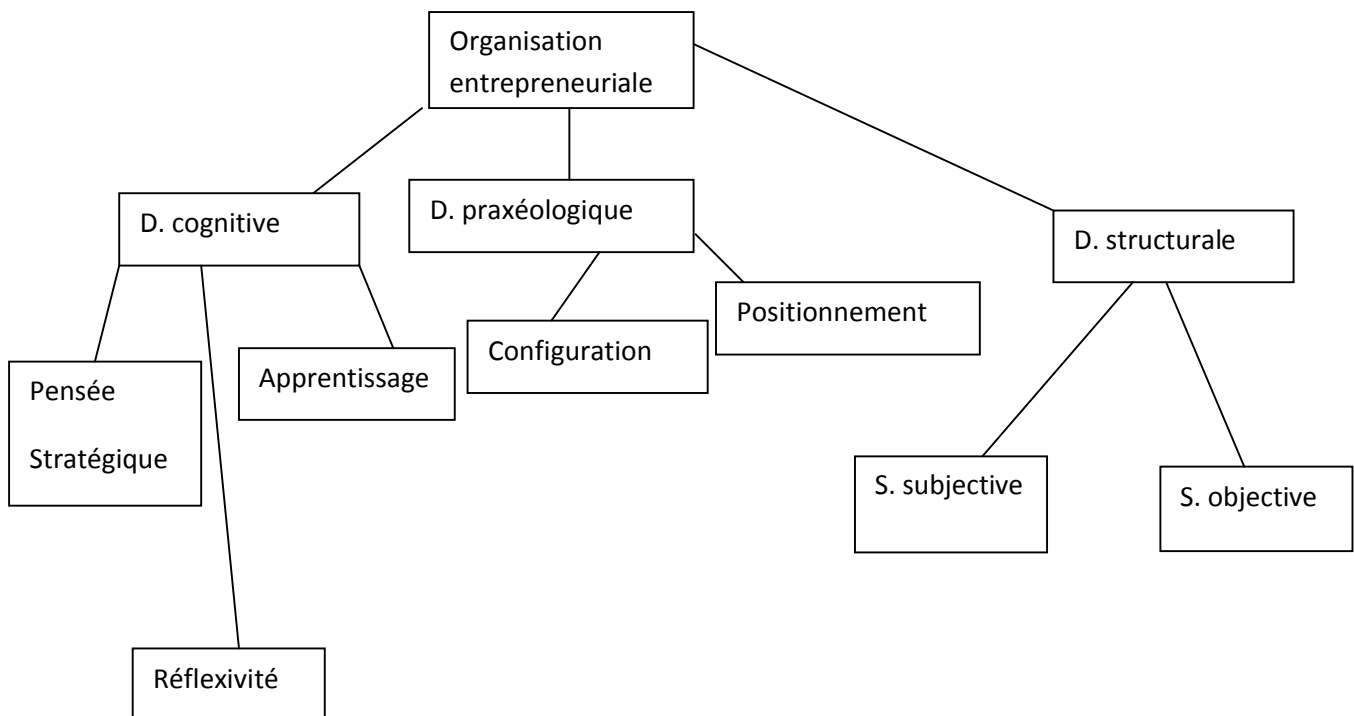
**La figure N° 7 : la vision stratégique du créateur**



Source : Thierry Verstraete 1999.

Pour résumer les dimensions de l'entrepreneuriat dans un schéma. Ce dernier fait la synthèse du phénomène entrepreneurial. Il se modélise par les trois dimensions de l'entrepreneuriat. Nous le résumons dans la figure N° 8

**Figure N° 8 : la modélisation du phénomène entrepreneurial.**



Source : Thierry Verstraete 1999

## Conclusion

Après avoir fait l'étude de l'entrepreneuriat d'une manière sommaire, il est utile de constater la relation existante entre les théories de la firme et ce domaine récent. L'apport de la théorie des conventions se concrétise par la force de conviction que peut exercer l'entrepreneur sur son entourage. En effet, ce point essentiel permet à ce dernier d'avoir un appui considérable de la part des acteurs de l'environnement. Cet appui concerne les différentes ressources qui seront un avantage afin de faciliter la concrétisation du projet de l'entrepreneur. La théorie des représentations sociales ne manque pas d'importance par rapport à la première. Cette théorie permet à l'entrepreneur d'avoir une bonne perception rationnelle de son affaire. La représentation sociale instaure une relation entre un objet (quelque chose) et un sujet (quelqu'un), c'est-à-dire entre lui-même et son projet de création d'entreprise. Enfin, la théorie évolutionniste explique le processus de sélection de l'environnement des entreprises. La création de l'entreprise est une action qui dure car celle-ci est exposée au danger des menaces de cet environnement. Pour cette raison, le créateur doit toujours être vigilant afin de préserver son entreprise.

Le champ de l'entrepreneuriat est délimité par deux conceptions principales. La première est celle des anglo-saxons (Gartner Shane et Venkataraman) et s'intéresse à la création de l'organisation et l'opportunité entrepreneuriale. En effet, ce sont deux points importants de cette conception. L'apparition de l'organisation permet de faire exercer des activités en sein de l'entreprise et mène à comprendre l'entrepreneuriat. La découverte, l'évaluation et l'exploitation des opportunités constituent une aubaine dans le champ de l'entrepreneuriat. La deuxième conception s'appuie sur la dialogique individu-crétion qui est déterminée en fonction de l'intensité du changement. L'individu est l'acteur principal de la création de valeur, et cette dernière est le support de celui-ci. Le changement permet d'apprécier le degré d'intensité d'une situation entrepreneuriale.



## **Chapitre 2 :**

### **L'entrepreneur et son environnement socio-économique et culturel**

#### **Introduction**

Les champs d'investigations ont été ouverts à l'étude de l'entrepreneur et de la construction d'un cadre théorique de l'entrepreneur par les différentes disciplines et sciences. Dans ce cas, il est intéressant d'aborder les conceptions que la science économique a intégré pour expliquer les différentes théories qui encadrent l'acteur moteur de l'entrepreneuriat qu'est l'entrepreneur.

La théorie néoclassique intègre l'information comme pivot de l'activité économique dont tout acteur sur le marché a accès, y compris l'entrepreneur. Ceci va l'aider à prendre la décision adéquate dans la réalisation de son projet. Cette prise de décision est basée sur une application mécanique des règles mathématiques de l'optimisation. Par contre, l'école économique autrichienne procède d'une façon inverse à celle de la théorie économique néoclassique. Elle stipule que n'importe qui détenant l'information nécessaire peut devenir lui-même un entrepreneur. De plus, elle s'appuie sur l'incapacité de déterminer le comportement de l'entrepreneur car il n'existe pas de barrières à l'entrée dans la profession de l'entrepreneur.

Le problème crucial est la réussite ou l'échec de la réalisation d'un quelconque projet. Qu'est ce qui contribue à la réussite ou à l'échec de faire prospérer une opportunité en la concrétisant sur le terrain?. La théorie néoclassique estime que l'origine de ce problème est due aux facteurs matériels, dans le cas où une nation possédant des capitaux, des ressources naturelles et une main d'œuvre aura automatiquement un potentiel de création plus élevé que d'autres qui n'ont pas un potentiel important. Ce qui engendre une situation d'inégalité des nations. Cependant, il existe une négligence de l'aspect qualité de ces ressources et de la qualité de la main d'œuvre et cela renvoie à la différence existant au niveau de l'esprit d'entreprise qui

apparaît telle une qualité personnelle permettant à certains individus de prendre des décisions favorables aux contextes dont lesquels il évolue.

Par conséquent, la théorie de l'entrepreneur s'intéresse plus à l'explication de l'échec qu'à la rationalisation de la réussite.

Pour que la réussite de l'entrepreneur se concrétise, il faut prendre en considération l'environnement, sous ses différents aspects, où travaille cet entrepreneur. En étant à l'écoute de cet environnement, le créateur d'entreprise aura l'avantage d'utiliser à son profit les opportunités qui se dégagent puisqu'il existe des facteurs incitateurs à la création d'entreprise.

Dans ce chapitre, tous ces points seront abordés en détail. A cet effet, ce travail est subdivisé en quatre sections. La première section s'articule autour des théories de l'entrepreneur. La deuxième section met en exergue les différents profils de l'entrepreneur. La troisième présente le rôle du capital social et les réseaux sociaux de l'entrepreneur dans le processus de création d'entreprise. La dernière section s'intéresse aux différents déterminants régissant les divers environnements (culturel et socio économique) qui incitent le créateur d'entreprise à réaliser ses projets.

## **1) Le cadre théorique de l'entrepreneur :**

Selon Adam Smith, l'entrepreneur dispose avant tout de la vertu d'épargne et de mobilisation de capitaux. Plus tard, Jean Baptiste Say attribue à l'entrepreneur le rôle essentiel de l'organisation de la production, de combinaison des facteurs de production qui justifie le profit. Les économistes libéraux sous-estiment le rôle de l'entrepreneur. Selon eux, l'entrepreneur doit se soumettre aux lois du marché afin de réaliser un maximum de profit, en utilisant d'une manière optimale les facteurs de production. Par la suite, l'entrepreneur a commencé à être réhabilité par les économistes américains au début du 20<sup>ème</sup> siècle dans le courant institutionnaliste. En 1920, Knight justifie le profit comme la récompense pour le risque et l'incertitude que supporte l'entrepreneur.

Selon ce contexte de l'environnement turbulent, les individus planifient sous contraintes et le déséquilibre peut surgir si ses plans ne sont pas efficaces. Alors, il faut que les individus anticipent les déséquilibres pour alléger la pression que subit l'entreprise à l'intérieur. Les différents individus ont des attitudes différentes et représentent des degrés d'inquiétude différents.

Dans cette première section, nous allons présenter la définition de l'entrepreneur. Avant toute initiative de théorisation, il faut donner une explication à la notion de l'entrepreneur. Evidemment, l'entrepreneur constitue un acteur pivot dans le développement économique et participe avec ses actions de création d'entreprises qui engendrent de la valeur dans l'économie et dynamisent de celle-ci.

Ensuite, les différentes théories de l'entrepreneur seront abordées. Cinq théories synthétisent tous les aspects le concernant.

### **1.1) La théorie de l'efficience x de Leibenstein :**

En effet, l'entrepreneur intervient afin d'inciter les agents à garder un niveau suffisant de souci des contraintes. Cela permet de rendre l'organisation plus efficiente et concrétise les buts auxquels opte la firme à travers cette fonction. Alors, deux rôles clés de l'entrepreneur sont distingués. Le premier rôle consiste à mettre à la disposition de l'entrepreneur les facteurs de production qui contribuent à l'amélioration de l'efficience des méthodes de production actuelle ou à introduire de nouvelles méthodes. Leibenstein note ce rôle par « complètement des facteurs de production »<sup>20</sup>. Le deuxième rôle consiste à participer dans le réseau de nœuds et de sentiers qui compose l'économie. Les nœuds représentent les secteurs qui reçoivent les moyens de production. Les sentiers sont les cheminements que prennent les produits fruits de tous les efforts consentis dans la production bien évidemment par l'utilisation des moyens ou des facteurs de production. Leibenstein note ce rôle par « comblement des manques »<sup>21</sup>.

Cependant, la réalisation d'une utilisation optimale des ressources nécessite une disponibilité des informations. Pour cette raison, l'entrepreneur doit penser d'une manière rationnelle à obtenir ces informations essentielles pour un coût moindre et une fiabilité à rendre les décisions prises cohérentes avec les situations auxquelles est confronté l'entrepreneur afin d'atteindre un potentiel de production important et éviter de se retrouver dans des déséquilibres pouvant conduire l'entreprise à sa disparition. Mais cette théorie paraît insuffisante à l'explication du comportement de l'entrepreneur.

La théorie de l'efficience x de Leibenstein est fondée sur le degré de l'inefficience dans l'utilisation des ressources au sein de l'entreprise et cherche pourquoi la firme ne peut pas atteindre son potentiel productif. De ce fait, soit l'entreprise n'a pas utilisé d'une manière appropriée les ressources, soit ces ressources sont gaspillées et ne sont pas utilisées du tout.

---

<sup>20</sup> : Mark. Casson, l'entrepreneur, édition Economica, 1991, p.336.

<sup>21</sup> : Idem, p.337.

## **1.2) le processus de marché de Hayek et Kirzner :**

Selon cette théorie, l'entrepreneur est considéré comme un acteur clé de la réalisation de l'équilibre sur le marché.

Selon Hayek, cet équilibre se réalise par l'entrepreneur en possédant l'information complète mais dans le sens où cet entrepreneur n'aura pas besoin de l'information complètement pour modifier ses décisions. Alors, l'anticipation, selon les faits externes, est essentielle afin d'élaborer un plan approprié pour un équilibre sur le marché. A cet effet, le processus d'équilibre comprend l'acquisition et la communication de connaissances car l'information paraît la clé de toute prise de décision profitable à la résolution d'une quelconque situation. Hayek se base sur un processus décentralisé d'échange volontaire fondé sur un système de prix. Il visualise un monde où le processus de découvertes est continu, mais des découvertes sont mineures basées sur les aspirations individuelles. Ces découvertes sont issues des informations dont disposent les individus. Par conséquent, le marché est le lien favorable où les individus communiquent leurs découvertes et peuvent apprendre l'un de l'autre et ainsi diffuser les connaissances. Ce qui va aboutir à la coordination de leurs décisions et progresser vers un état d'équilibre.

Selon Kirzner, l'ajustement du prix constitue le principal rôle de l'entrepreneur qui doit veiller à ce que l'équilibre sur le marché soit maintenu. La vigilance permet aux individus d'intervenir sur le marché en modifiant le prix ou de se contenter de changer le programme d'achat ou de vente en fonction de ce nouveau prix fixé.

## **1.3) Knight et le rôle de l'incertain :**

La question de l'incertitude en économie fait l'objet d'une double analyse. Une analyse quantitative qui, au prix d'hypothèses lourdes, ramène l'incertitude au statut

d'entité calculable et cherche à analyser mathématiquement la décision optimale dans un contexte risqué. Cette première forme d'analyse est mathématique, proche de « l'aide à la décision » chère aux gestionnaires, et se veut « opérationnelle ». Une seconde branche de l'analyse économique cherche à mesurer la nature de l'incertitude en économie, à en assumer le caractère indépassable et à étudier les dispositifs institutionnels permettant de la réduire. Dans ce cas, il est intéressant de traiter la seconde branche d'analyse économique de l'incertitude qui à trait autant à la philosophie qu'aux sciences économiques et débouche, au fond, sur une interrogation importante quant à l'articulation de l'impératif d'efficacité et de liberté lorsqu'il s'agit d'agir « économiquement ». Pour le traiter, il est nécessaire de développer la problématique suivante : les économistes, lorsqu'ils découvrent l'incertitude, découvrent presque immédiatement la nécessité de l'institution, mais parviennent bien plus difficilement à mettre clairement en lumière le « risque » qui existe, lorsqu'on combat l'incertitude, de réduire la liberté et de produire de la coercition. Si une certaine efficacité productive semble être en partie liée avec la coercition, il faut cependant s'interroger sur l'intérêt d'une efficacité productive qui serait obtenue au prix de la liberté, et donc même (dans une optique évolutionniste) au prix de l'innovation.

L'incertain est considéré comme un aspect permanent dans la décision commerciale puisque la production s'étale sur une période de temps. Alors les décisions concernant les facteurs de production doivent être prises actuellement pour créer une production dans le futur. En effet, Knight s'intéresse essentiellement à étudier comment les marchés plus les institutions (les grandes entreprises) contribuent à spécialiser la prise de risque entre les mains de ceux qui sont les mieux aptes afin de prendre des décisions en situation d'incertitude.

De ce fait, la qualité principale pour prendre des décisions de production est la prévision. Dans un environnement d'incertitude, l'individu possédant un plus haut niveau de prévision sera spécialisé dans la prise des décisions. Selon Knight, l'incertitude des affaires peut être diminuée par la consolidation qui consiste en une méthode de réduction de l'incertitude totale. Alors, l'exposition de l'individu à

l'incertitude par exemple peut être réduite par la diversification du portefeuille financier sur le marché des actions. Par conséquent, Knight considère que l'incertitude est en principe réduite par le groupement des incertitudes par les grandes entreprises. Les gains requis par cette entreprise sont importants et une conséquence du bon choix du preneur de décisions est le dirigeant et une sélection de dirigeant est nécessaire afin de pouvoir prendre les décisions appropriées pour réduire l'incertitude le maximum possible.

#### **1.4) Schumpeter et l'innovation :**

Pour Schumpeter, l'entrepreneur est un acteur primordial pour le développement économique. Sa fonction est d'innover ou mettre en place les nouvelles combinaisons.

Il distingue cinq types d'innovation<sup>22</sup> : l'introduction d'un nouveau produit, l'introduction d'une nouvelle méthode de production, l'ouverture d'un marché nouveau, la conquête de nouvelles sources de matières premières ou de produits semi-finis et la création d'un nouveau type d'organisation.

Selon Schumpeter, l'entrepreneur considère que la prise de décision est la fonction du capitaliste. Celui-ci possède des fonds qu'il prête à l'entrepreneur sans risque de ruine. La fonction essentielle de l'entrepreneur doit toujours apparaître combinée avec d'autres sortes d'activités qui sont des tâches routinières. L'innovation est favorable quand l'économie s'approche de l'état d'équilibre. Dans ce cas, le futur ne semble plus facile à prévoir.

Schumpeter considère les entrepreneurs talentueux qui ont initié les premières innovations. Ce sont des individus rares et rationnels. Leurs objectifs ne sont pas seulement la poursuite de la consommation, mais d'autres facteurs de motivation qui

---

<sup>22</sup> : idem, p.343.

sont le rêve et le désir de fonder un royaume privé, le désir de conquête : l'envie de se battre, de prouver sa supériorité sur les autres, de réussir plus que pour des résultats de cette réussite. La joie de créer et de faire quelque chose de positif ou d'exercer son énergie et son ingéniosité permet à l'entrepreneur d'accomplir sa fonction de « destruction créatrice ».

### **1.5) Andrews et Penrose et la firme qui entreprend :**

Cette théorie ne se focalise pas sur l'entrepreneuriat mais s'intéresse davantage à la concurrence entre la firme au niveau du secteur. Cela va permettre d'étudier la fonction de l'entrepreneur car les décisions de celui-ci et ses actions vont donner à l'entreprise une position favorable.

Les qualités personnelles de l'entrepreneur ont une influence importante sur la croissance de l'entreprise. Un entrepreneur qui a le flair des affaires, capable d'efforts d'imagination, de sens de la persévérance et de reconnaissance instinctive des opportunités, aura la souplesse d'adaptation à l'environnement. En outre, l'ingéniosité de collecte de fonds en particulier pour les petites entreprises rend le risque minimum. Cependant, les ressources managériales ont une importance cruciale dans la croissance de la firme.

## **2) Les profils psychologiques de l'entrepreneur**

Dans cette deuxième section, les caractéristiques de l'entrepreneur ainsi que les différents profils de celui-ci seront le sujet principal. Alors, pour la synthèse de plus importantes typologies abordées par les auteurs, par conséquent, il est important de s'intéresser à la typologie de J.Laufer, Norman Smith, Julien Marchesnay et enfin à celle de J.Schumpeter. Ces dernières résument toutes les autres typologies.



## 2.1) Les caractéristiques de l'entrepreneur :

Ses caractéristiques s'appuient davantage sur le niveau d'instruction et de compétence, les motivations psychologiques et enfin l'expérience et l'âge.

### 2.1.1) le niveau d'instruction et de compétence :

Des études récentes (Gasse et D'Amours, 2000)<sup>23</sup>, au Canada et ailleurs, indiquent que le niveau d'instruction des entrepreneurs est plus élevé que celui de l'ensemble de la population. C'est une réalité qui correspond en particulier aux créateurs d'entreprises de technologie de pointe ou à fort potentiel de croissance. Puisque ces entreprises reposent leurs avantages concurrentiels sur les connaissances de leurs créateurs, une solide formation est alors nécessaire. Dans une étude sur les compétences et les pratiques de gestion des dirigeants de PME (Gasse, 1998)<sup>24</sup>, l'auteur a observé que le niveau moyen de scolarité des dirigeants de PME est de 13 ans et près de 75% avaient fait des études universitaires. Le niveau de compétence peut conditionner l'efficacité personnelle perçue dans l'accomplissement des tâches requises. En effet, la perception des compétences peut influencer la vision de la personne quant à savoir si une situation donnée est maîtrisable. Si cette personne se perçoit comme compétente, elle aura tendance à mieux considérer la création d'une entreprise, comme faisable (Krueger, 2000)<sup>25</sup>. Le niveau de la compétence joue un rôle

---

<sup>23</sup> : Gasse, Y. et D'Amours, A, Profession : Entrepreneur, Les Éditions Transcontinentales, 2000.

<sup>24</sup> : Gasse, Y, « Les compétences et les pratiques de gestion des dirigeants de PME », Document de travail, Centre d'Entrepreneuriat et de PME, Université Laval, 1998, 137 pages.

<sup>25</sup> : Krueger, N, « The cognitive infrastructure of opportunity emergence », Entrepreneurship Theory and Practice, Vol. 24, 2000, p. 5-23.

primordial dans la réussite de la création de l'entreprise. En outre, la formation permet au créateur de l'entreprise d'acquérir les connaissances nécessaires pour créer une entreprise. La formation aide l'entrepreneur à être compétent. Un niveau d'instruction élevé permet à l'entrepreneur d'avoir les compétences et le savoir faire utile pour la réalisation de son projet.

#### 2.1.2) les motivations psychologiques :

Les motivations psychologiques à la création des entreprises constituent un facteur d'incitation important. Les entrepreneurs font preuve de beaucoup de motivation et de persévérance dans leurs efforts. Ils sont capables de maintenir un rythme accéléré de travail pendant des périodes relativement longues. L'oisiveté les rend tendus et impatient. L'entrepreneur qui réussit à lancer une entreprise démontre un haut niveau de détermination et de constance dans la solution des divers problèmes et des difficultés rencontrées. Il ne se laisse pas intimider par la complexité des situations. L'entrepreneur est convaincu et engagé dans ses actions. Plusieurs études récentes sur les entrepreneurs naissants (Menzies.T, Diochon, M et Garand D, 2002)<sup>26</sup> confirment l'importance de la dynamique psychosociologique dans la création des nouvelles entreprises. Ils recherchent l'autonomie et l'indépendance. Ils veulent devenir leur propre patron. Par conséquent, l'entrepreneur type a un fort besoin de réalisation personnelle. Il a confiance en lui et aime les risques modérés. Il est plein d'énergie et de motivation. Ces caractéristiques psychologiques ne se retrouvent pas toutes à un degré équivalant pour tous les entrepreneurs. Même si celles-ci sont un avantage important pour la création d'entrepris, il n'est pas impératif à la réussite de posséder toutes ces caractéristiques psychologiques.

Cependant, il est souhaitable de développer ces caractéristiques pour les entrepreneurs potentiels (si on considère qu'elles ont été identifiées chez les

---

<sup>26</sup> : Menzies, T. V., Gasse, Y, Diochon, M. & Garand D., "Nascent Entrepreneurs in Canada: An Empirical Study", Paper presented at the ICSB 47th World Conference, San Juan, Puerto Rico, June 2002.

entrepreneurs qui ont connu le succès). L'effet combiné de ces caractéristiques pourra influencer non seulement le désir d'entreprendre mais également la rapidité et l'intensité des actions entrepreneuriales.

### 2.1.3) l'expérience et l'âge :

L'expérience et l'âge du créateur au moment où il est intéressé à lancer une affaire entrent également en jeu. Des gens de tous âges se lancent en affaires. Les plus jeunes manquent souvent d'expérience, de contacts et de financement. Les plus âgés ont des contraintes familiales et professionnelles. Une étude récente sur les entrepreneurs naissants au Canada (Gasse et autres, 2002) montre que 57% de ceux-ci ont entre 25 et 44 ans et possèdent jusqu'à 10 ans d'expérience dans le domaine dans lequel évoluera la nouvelle entreprise. Des entrepreneurs ont plus de probabilités de créer des entreprises que d'autres. Toutefois, certains antécédents et certaines caractéristiques semblent mieux préparer l'individu à prendre une décision orientée vers l'entrepreneuriat lorsque l'occasion se présente. L'expérience est un avantage important pour l'entrepreneur. En fait, il pourra avoir accès à plusieurs soutiens soit le capital ou les connaissances acquises durant son exercice dans le domaine professionnel.

## **2.2) Les profils de l'entrepreneur :**

Les typologies proposées dans la littérature sont nombreuses. Il est nécessaire de présenter celles qui sont les plus fréquentes dans les ouvrages et celles qui résument les autres approches de typologie.

Selon Norman Smith (1967)<sup>27</sup>, il existe deux types d'entrepreneurs. L'entrepreneur artisan et l'entrepreneur opportuniste. L'entrepreneur artisan est identifié par son éducation limitée. Il possède une forte compétence technique. Le centre d'intérêt de cet entrepreneur consiste à travailler. Il est peu habile pour composer avec son environnement, et ainsi pour maîtriser son affaire. Il se méfie des emprunts. En fait, il adopte une attitude paternaliste au sein de son entreprise avec son personnel. Il préfère travailler à son compte que d'être employé. Il veut prendre contrôle de son entreprise et refuse généralement la croissance.

L'entrepreneur opportuniste est distingué par son niveau élevé d'éducation, par la diversification de ses expériences de travail. Il est mieux intégré dans son environnement et accorde une importance accrue à la croissance et au développement de son entreprise même si, en contre partie, il perd de son indépendance. En effet, cet entrepreneur refuse le paternalisme et s'identifie plus à la gestion des comportements habituels.

Dans l'étude de Jaqueline Laufer (1974-1975)<sup>28</sup>, l'auteur a analysé soixante cas de création d'entreprises et a pu distinguer quatre types d'entrepreneurs : l'entrepreneur manager ou innovateur, l'entrepreneur propriétaire orienté vers la croissance, l'entrepreneur refusant la croissance mais cherchant l'efficacité et enfin l'entrepreneur artisan.

Selon l'auteur, l'entrepreneur manager ou innovateur cherche la croissance alors que l'autonomie n'est pas considérée comme une fin en soi. Ce type est motivé par les besoins de création, de réalisation et de pouvoir, comme l'indique Gabriel Bissirou dans son article sur les PME innovatrices : « le dirigeant innovateur se révèle comme un homme généralement expérimenté, de formation scientifique et technique. Il n'a pas nécessairement pour but principal la construction d'un patrimoine

---

<sup>27</sup> : Lorrain.J, Dussault.L, les entrepreneurs artisans et opportunistes, une comparaison de leurs comportements de gestion, revue internationale PME, 1988, vol 1. N° 2, p.157-176.

<sup>28</sup>: E.M.Hernandez, le processus entrepreneurial : vers un modèle stratégique de l'entrepreneuriat, édition l'Harmattan 1999. p.81.

mais surtout la croissance, la conquête des nouveaux marchés, le développement des exportations et la réaction contre la concurrence pour assurer sa survie. »<sup>29</sup>

L'entrepreneur propriétaire orienté vers la croissance est favorable à la croissance. Cependant, l'autonomie financière représente un objectif primordial. Cet entrepreneur est toujours à la recherche d'un équilibre permanent entre l'autonomie et la croissance. Il recherche également le pouvoir.

L'entrepreneur refusant la croissance mais recherchant l'efficacité préfère être indépendant et refuse la croissance qui pourrait le freiner ou le gêner pour réaliser cet objectif prioritaire. Il est motivé par les besoins de pouvoir et d'autorité.

L'entrepreneur artisan privilégie l'indépendance et la survie à la croissance. Ses motivations principales sont le besoin d'indépendance et l'objectif de survie de l'entreprise. En outre, pour cet entrepreneur, l'indépendance est plus importante que la réussite économique.

Julien et Marchesnay propose une intéressante typologie. Elle est fondée sur la pérennité de l'entreprise, l'indépendance (désir d'être son propre patron), la croissance (désir d'accomplissement, goût de pouvoir). A partir de ces critères, ces auteurs distinguent deux types d'entrepreneur : les PIC (pérennité-indépendance-croissance) et les CAP (croissance-autonomie-pérennité).

L'entrepreneur PIC (pérennité indépendance croissance) se focalise davantage sur la pérennisation de son affaire pour la transmettre à ses descendants ou la vendre. Il s'intéresse à son indépendance pour développer son entreprise. Il préfère l'autofinancement à l'endettement. La croissance ne constitue pas pour lui un but prioritaire. Ce type d'entrepreneur est semblable à l'entrepreneur artisan de Norman Smith.

---

<sup>29</sup>: Idem.

L'entrepreneur CAP (croissance autonomie pérennité) a le flair des affaires. Il identifie les opportunités et les développe en projets rentables. En outre, il cherche l'autonomie. Cependant, il ne fait pas de la pérennisation de son affaire un objectif primordial. La réalisation personnelle est plus importante que la recherche des conditions sécurisantes comme pour l'entrepreneur PIC. Par conséquent, l'entrepreneur CAP est plus individualiste que l'entrepreneur PIC. Le profil de cet entrepreneur est semblable à celui de l'entrepreneur opportuniste de Norman Smith.

Schumpeter a classifié l'entrepreneur selon ses fonctions. Il distingue quatre types d'entrepreneurs<sup>30</sup>. Le fabricant commerçant présente un projet capitaliste. Il est polyvalent car il exerce une multitude de fonctions. En outre, il transmet sa position de manière héréditaire.

Le capitaine d'industrie n'a pas comme tâche d'inventer ou de créer de nouvelles possibilités de production. Mais, il met en œuvre ces nouvelles possibilités de production. Il s'intéresse à acquérir la propriété et à contrôler la majorité des actions. Il a besoin d'acuité et de rigueur et aussi d'une certaine étroitesse d'esprit (un comportement irrationnel). Cela le guide à se concentrer sur ses chances immédiates.

Le directeur salarié possède un statut particulier. Les résultats de l'entreprise ne sont pas sa préoccupation principale. Il ne cherche pas la maximisation de ses gains.

Le fondateur s'implique très fortement au début de la vie de l'entreprise. Il lance l'affaire, puis se retire.

---

<sup>30</sup> : Allain Fayolle, l'entrepreneuriat, édition Dunod 2004, p 62-63.

### **3) Le rôle du capital social et du réseau social dans le processus de création d'entreprise**

#### **3.1) Le capital social :**

Depuis les années 1980, la notion de capital social a véritablement été théorisée par Pierre Bourdieu (1980)<sup>31</sup>, Coleman.J.S (1990)<sup>32</sup>, Burt.R.S (1995)<sup>33</sup> et Putnam.R.D (2002)<sup>34</sup>. Le capital social est utilisé pour la compréhension des activités relationnelles des acteurs économiques et peut être étendu aux organisations et aux réseaux interentreprises car, tout comme les individus peuvent mobiliser, par l'intermédiaire de leurs réseaux de relations interpersonnelles, les ressources possédées par leurs contacts pour atteindre des buts qui leur sont propres, les organisations activent les ressources que leurs relations leur fournissent afin d'atteindre leurs propres objectifs. Par ailleurs, ces chercheurs considèrent le capital social comme une base de la culture entrepreneuriale. Par conséquent, la multiplication des entreprises sur le territoire a poussé les chercheurs à faire une distinction entre les ressources disponibles et la dynamique créée par cette culture entrepreneuriale.

En effet, en plus des ressources humaines et financières, le capital social fournit à l'entrepreneur un soutien moral dont il a besoin (Coleman 1990) en l'aidant à faire face aux difficultés lors de la création de l'entreprise.

Bourdieu (1980) a donné une définition au capital social qui se résume à cet énoncé : « l'ensemble des ressources qui sont liées à la possession d'un réseau durable de relations plus ou moins institutionnalisées, d'intercommunication et d'interconnaissance ou en d'autres mots, qui sont liées à l'existence du groupe, comme

---

<sup>31</sup> : Bourdieu.P, le capital social : notes provisoires, Actes de recherches en sciences sociales, n° 3, 1980, p.2-3.

<sup>32</sup> : Colman.J.S, social capital in the creation of human capital, American Journal of Sociology, vol 94, 1990, p.95.

<sup>33</sup> : Burt..R.S, Knez.M, trust and third-party gossip, in Kramer er Tyler (eds), trust in organization, Frontiers of theory and research, sage publications, Thousand Oaks, 1995, p.68.

<sup>34</sup> : Putnam.R.D, Democracies in flux :the evolution of social in contemporary society, Oxford University Press, Oxford, 2002.

l'ensemble d'agents qui ne sont pas dotés de propriété commune mais sont aussi unis par des liaisons permanentes et utiles »<sup>35</sup>.

Le capital social se trouve à l'intersection des comportements des entreprises et le comportement de la société en général. Il permet à l'entrepreneur d'avoir accès à différentes ressources matérielles et immatérielles. Le capital social représente les flux d'échange sociaux à l'origine de la formation des réseaux et de leurs interactions soutenant la recherche d'occasions et le développement de l'innovation dans les entreprises. Ces échanges permettent de favoriser le changement et l'innovation et d'instaurer un climat de confiance (Anderson et Jack 2002)<sup>36</sup>. Lorsque les interrelations procurent une information riche, explicite et implicite, le capital social facilite la production de sens puisque les connaissances sont partagées d'une manière plus ou moins diffuse. En fait, le capital social est constitué des actifs collectifs contenant la confiance et les normes ou les conventions. Le capital social génère des bénéfices par l'instauration d'un climat de confiance et d'enthousiasme créés par la mobilisation des forces vives de la région, en particulier si elle est dynamique.

Par ailleurs, le capital social est crucial pour les succès futurs des entrepreneurs, à travers ses divers avantages apportés telles que l'ouverture des ports, la diminution des coûts d'informations et des ressources. Il offre diverses formes d'assurances en cas de dommage (Ghoshal 1998)<sup>37</sup>. C'est un atout important pour les entrepreneurs nouveaux en leur apportant le complément de différentes ressources nécessaires au démarrage des nouvelles entreprises et à la croissance des entreprises pérennes.

---

<sup>35</sup> : Cité dans, Christophe Schmitt, Pierre André Julien, Robert Potural & Louise Codieux, Regards sur l'évolution des pratiques entrepreneuriales, édition PUQ, 2008, p 29.

<sup>36</sup> : Anderson A.R et Jack S.L, the articulation of social capital in entrepreneurship networks :A Glue or Lubricant ?, entrepreneurship and regional development, vol14, n° 3, 2002, p.193-210.

<sup>37</sup> : Cité dans : Christophe Schmitt, Pierre André Julien, Robert Potural & Louise Codieux, Regards sur l'évolution des pratiques entrepreneuriales, édition PUQ, 2008, p 30.



Le capital social permet de créer la synergie et de stimuler les échanges. Il est un réservoir de savoirs pour offrir des occasions de créer des entreprises. Il est considéré la source de l'invention collective provenant de la circulation des idées et des échanges de toutes sortes. Il sert à amplifier le tissu industriel territorial et ainsi rend la région dynamique.

Le capital social est composé de capital financier, du capital connaissance et de capital relation. Le capital financier englobe toutes les ressources financières effectives qui sont : l'épargne personnelle, le patrimoine familial et l'héritage, ainsi que les ressources potentielles qui sont l'accès aux crédits, à des subventions et à des aides diverses. Le capital-connaissance comprend toutes les connaissances de l'entrepreneur qu'elles soient acquises dans le cadre d'étude par un diplôme ou dans le cadre d'un exercice d'une profession quelconque. Evidemment, l'exercice de l'entrepreneur d'une activité similaire à celle créée lui procure une expérience professionnelle. Le capital-relation contient l'ensemble des relations personnelles, familiales et professionnelles qui peuvent être mobilisées par l'entrepreneur pour conduire son projet au point de réalisation.

Alors, le capital social permet à l'entrepreneur de s'insérer dans la société, et l'oriente vers l'importance de ce capital au bon fonctionnement dans le contexte actuel d'une économie de marché. Ces trois composantes du capital social sont déterminées en fonction de la place qu'occupe l'entrepreneur dans l'organisme social où la famille joue un rôle primordial.

## **2.2) Le réseau social de l'entrepreneur**

En sciences de gestion, la théorie des réseaux sociaux a existé grâce au développement du contexte économique et social de l'organisation. Dans le cadre de l'entrepreneuriat, Hills, Lumpkin et Singn (1997)<sup>38</sup> énoncent que les réseaux sociaux

---

<sup>38</sup> Hills, E. G., Lumpkin, G.T. and Singh, P. R, "Opportunity Recognition: Perceptions

des entrepreneurs leurs permettent la découverte et l'identification des opportunités d'affaire. En effet, le réseau social est important dans le sens où les relations qui existent entre les acteurs offrent des atouts pour accéder aux différents avantages nécessaires à la réalisation de projets. Ils affirment que « les entrepreneurs qui ont un réseau étendu, en termes de taille, identifient sensiblement plus d'opportunités que les entrepreneurs seuls »<sup>39</sup>. Singh et al. (1999)<sup>40</sup> ont également démontré que la taille du réseau social a un impact positif sur la capacité à identifier des opportunités. L'identification des opportunités est facile dans un réseau social étendu.

Par ailleurs, De Koning (1999)<sup>41</sup> montre que les entrepreneurs développent des opportunités en poursuivant des activités cognitives (collecte de l'information, réflexion à travers la communication et l'évaluation des ressources) par une interaction active avec un réseau étendu de personnes. Ce réseau inclut les « initiés » (le groupe de personnes avec lesquelles l'entrepreneur a des relations stables et sur le long terme, sans qu'elles soient des partenaires dans l'entreprise), « la force d'action » (l'ensemble des personnes recrutées par l'entrepreneur pour apporter les ressources nécessaires à l'opportunité), le partenariat (les membres de l'équipe dirigeante) et le réseau de liens faibles (un réseau utilisé pour collecter des informations d'ordre général qui pourraient mener à l'identification d'une opportunité ou de répondre à une question spécifique).

La conception de Granovetter (1983)<sup>42</sup> sur le réseau social représente un réseau de relations (liens) entre les acteurs de l'économie. Alors, les liens faibles entre les acteurs (les connaissances occasionnelles) jouent un rôle plus solide que les liens forts. Ils sont considérés comme des passerelles pour l'obtention des informations uniques qui ne sont pas disponibles au niveau des réseaux à liens forts (amis et famille)<sup>43</sup>.

---

and Behaviours of Entrepreneurs”, *Frontiers of Entrepreneurship Research*, 1997, p. 203-218.

<sup>39</sup> : Idem.

<sup>40</sup> : Idem.

<sup>41</sup> : De Koning, A, “Opportunity Formation from A Socio-cognitive Perspective”, UIC/AMA Research Symposium on the Interface of Marketing and Entrepreneurship, Nice, France. 1999.

<sup>42</sup> : Granovetter S.M, « Economic action and social structure: The problem of embeddedness », *American Journal of Sociology*, vol.91, n°3, 1985, p.481-510.

<sup>43</sup> : Christophe Schmitt, Pierre André Julien, Robert Potural & Louise Codieux, *Regards sur l'évolution des pratiques entrepreneuriales*, édition PUQ, 2008, p 29.

Selon Krackhardt (1992)<sup>44</sup>, les entrepreneurs utilisent la famille et d'autres liens forts pour avoir des ressources utiles pour la création d'entreprises. La confiance est la base de ces liens forts (amis et famille).

Par ailleurs, Krackhardt (1992)<sup>45</sup> décompose les liens forts en deux composantes. La première est la fréquence. Elle fait référence à l'interaction permanente à l'intérieur du réseau à liens forts. Il donne lieu à un échange important d'informations. La seconde est la durée. Les interactions à l'intérieur dans le réseau durent un certain temps. Le vécu relationnel accroît la connaissance des parties du réseau social. La force du lien dans ce réseau est aussi associée à son caractère affectif. « L'affection crée une motivation à traiter positivement l'autre, ou au moins à ne rien faire à l'autre qui ne puisse lui nuire (car un autre comportement créerait un déséquilibre entraînant des sentiments de stress, de dissonance, de tension) » (Krackhardt, 1992)<sup>46</sup>.

En fait, le réseau social est un réseau relationnel de l'entrepreneur. Il est constitué des relations familiales, amicales et professionnelles sachant que l'entrepreneur établit des liens forts ou faibles avec ses relations.

Le réseau social remplit le vide social qui pourrait gêner l'entrepreneur et joue un rôle primordial dans l'émergence de projets entrepreneuriaux.

---

<sup>44</sup> : Krackhardt, D, "The Strength of Strong Ties: The Importance of Philos in Organizations", in N. Nohria & R.G. Eccles (Eds.), *Networks and organizations: Structure, Form, and Action*, Boston, MA: Harvard University Press, 1992, p. 216-239..

<sup>45</sup> : Idem.

<sup>46</sup> : Idem.

#### **4) L'influence de l'environnement socio économique et culturel sur la création des entreprises**

##### **4.1) l'influence de la culture sur la création d'entreprise :**

L'environnement culturel est un facteur important à prendre en considération dans le processus de création d'entreprise. La culture de la société est une variable importante dans le développement de propension à créer des entreprises. Les valeurs commune, que partagent les membres d'une société, participent à l'apparition d'une culture entrepreneuriale. Cette dernière favorise l'esprit d'entreprise. Pour cela, Verstraete et Sénicourt (2000) énonce que « l'esprit d'entreprise est une question de culture et si un pays désire accroître la propension à entreprendre de sa population, alors il lui incombe de favoriser le développement des capacités généralement associées à cet esprit : motivation, créativité, développement de la force de conviction, prise d'initiative, etc. »<sup>47</sup>. L'esprit d'entreprise est avant tout une question de mentalité. Il désigne la détermination et l'aptitude de l'individu à identifier une opportunité ou à la saisir pour produire une nouvelle valeur. L'esprit d'entreprise met en exergue la valorisation de la créativité et de l'innovation. Par ailleurs, la créativité et l'innovation sont nécessaires pour que l'entrepreneur soit compétitif sur un marché existant. Il peut changer ou même créer un nouveau marché. Alors, l'esprit d'entreprise, étant une question de culture, permet de dégager les opportunités d'affaire qui vont se transformer en entreprises nouvelles.

Les résultats de la plupart des études faites, (Shane et Venkataraman (1996) Makino et Neupert (2000))<sup>48</sup>, indiquent l'influence de la culture sur la création d'entreprise et l'entrepreneuriat en général. La culture est importante car elle est

---

<sup>47</sup> : Verstraete. T., Sénicourt. P, Apprendre à entreprendre : Typologie à quatre niveaux pour la diffusion d'une culture entrepreneuriale au sein du système éducatif, Reflets et Perspectives de la Vie Economique, DeBoeck Université, tome XXXIX, n°4, 2000.

<sup>48</sup> : Makino. S., Neupert. K.E., 2000, National culture, transaction costs, and the choice between joint venture and wholly owned subsidiary, Journal of International Business Studies, n° 31, 2000, p.705-713.

susceptible d'influencer les motivations, les valeurs et les croyances des individus. Elle appuie l'environnement pour accroître la création des nouvelles entreprises (Etzioni, 1987)<sup>49</sup>.

#### **4.2) L'influence de l'environnement socio économique sur la création d'entreprises :**

L'environnement socio économique est un aspect important à considérer dans l'action de création d'entreprise. L'analyse des recherches antérieures sur la création d'entreprises permet d'identifier un certain nombre de paramètres qui ont une influence sur les taux de création d'entreprises. La variation du taux de création d'entreprises, dans les pays industriellement développés, dépendent des facteurs tels que la conjoncture, la restructuration des grandes entreprises d'envergure nationale et internationale, les revenus des ménages, la consommation, la politique économique de l'état et des collectivités territoriales et les changements technologiques (Keeble 1993)<sup>50</sup>. En outre, les groupements d'entreprises et la présence des universités dans la région attirent de nouvelles entreprises à fort potentiel de croissance. Certaines universités et les laboratoires de recherche servent d'incubateurs pour les étudiants et le personnel afin de créer leur entreprise. L'expérience de l'Université Laval est particulièrement intéressante à cet égard (Gasse, 2002)<sup>51</sup>. Les universités ont contribué à attirer des jeunes gens compétents, embauchés par la suite par les nouvelles entreprises et celles déjà établies. Elles fournissent également des services de consultation, d'expertise et de formation continue. Leur importance relative en tant

---

<sup>49</sup> : Etzioni A, "Entrepreneurship, adaptation and legitimation", *Journal of Economic Behavior and Organization*, n° 8, 1987, p.175-189.

<sup>50</sup> : Keeble, D, Walker, S, Robson, M.: *New firm formation and small business growth in the United Kingdom : spatial and temporal variations and determinants.* (Research Series Department of Employment, 15). London, 1993, p.11.

<sup>51</sup> : Yvon Gasse, *l'influence du milieu dans la création d'entreprises*, Centre d'entrepreneuriat et de PME université Laval Québec, 2003, p 11.

qu'incubateurs semble varier non seulement selon les universités ou les régions, mais aussi selon les technologies et les secteurs.

Par ailleurs, l'étude internationale de Reynolds et Storey (1993)<sup>52</sup> a démontré que le taux de création d'entreprise est comparable dans les pays observés (Etats-Unis, Grande Bretagne, Irlande, Italie, Suède, France et Allemagne). Dans tous ces pays, trois facteurs influencent fortement la création d'entreprises. Le premier est une augmentation de la demande (mesurée par la croissance démographique). Le deuxième est l'existence d'un tissu économique dominé par des petites entreprises. Le troisième est l'intensité du degré d'urbanisation. Cependant, les résultats pour la France mettent en avant la croissance démographique comme déterminant majeur, suivie par d'autres paramètres, tels que la densité de la population, la part des diplômés.

Par ailleurs, une étude de l'INSEE<sup>53</sup>, faite entre 1993 et 1999, explique les variations du taux de création essentiellement par des externalités positives. Celles-ci sont générées dans les agglomérations. De là découle l'importance du groupement d'entreprises. Alors, l'emplacement de la nouvelle entreprise dans un groupement d'entreprises est un facteur important. Il génère la réduction des coûts de transport. Cependant, l'existence de relations mutuelles entre les entreprises est une condition nécessaire pour l'utilité du groupement d'entreprises. Ces relations se concrétisent à travers les opérations de vente et d'achat de produits. Le groupement d'entreprises fournit aux nouvelles entreprises de la main-d'œuvre qualifiée et des fournisseurs spécialisés (OCDE, 1998)<sup>54</sup>. De plus, la création, parmi les comptables, les banquiers, les avocats et les ingénieurs de la région, d'une expertise spécifique, est axée sur les besoins particuliers des petites entreprises à potentiel de croissance.

Dans son étude sur l'entrepreneuriat, l'OCDE (1998)<sup>55</sup> souligne que les groupements d'entreprises ou « pôles » d'entreprises offrent des attraits particuliers

---

<sup>52</sup> : Reynolds P et Storey D, « Regional Characteristics Affecting Small Business Formation », Cahiers ILE, n° 18, OCDE, 1993.

<sup>53</sup> : Idem.

<sup>54</sup> : OCDE, (1998), Stimuler l'Esprit d'Entreprise, Paris, France.

<sup>55</sup> : Idem, p.148.

aux entrepreneurs. Par exemple, grâce à la forte spécialisation que permettent ces regroupements, l'entrepreneur individuel peut lancer une entreprise consacrée à un aspect bien délimité d'un secteur d'activité donnée. Il y a une facilité à la création de nouvelles entreprises car les obstacles à l'entrée sont plus allégés. De plus, comme les regroupements comptent souvent des acheteurs et des vendeurs à différents points de la chaîne de production, la pression vers l'innovation est forte et les conditions nécessaires pour innover sont souvent réunies. Alors, les travailleurs qui se situent dans la zone de regroupement d'entreprise ont tendance à se lancer dans leur propre affaire en créant leur entreprise.

Le taux de création d'entreprises augmente, d'une part, par le nombre d'entreprises et, d'autre part, par l'importance des actifs parmi la population résidentielle (le potentiel en créateurs).

En effet, les entreprises peuvent réduire leurs coûts de transaction en bénéficiant des externalités locales : un marché d'emploi spécialisé, la possibilité de réduire l'incertitude de créateurs potentiels grâce à l'accès et l'intégration dans le réseau régional, l'enrichissement de son propre savoir et de ses connaissances par des sources externes d'information, etc. (knowledge spillovers). Ces « spillovers » (qui peuvent se traduire par la création d'entreprises nouvelles) se trouvent plus facilement dans des espaces économiques caractérisés par une haute densité de population et une forte croissance démographique. Alors, on peut dire que l'infrastructure bancaire développée et les fonds disponibles, le marché de l'emploi spécialisé et qualifié (part élevée d'ouvriers spécialisés et de cadres, faible part d'artisans), les universités, les laboratoires de recherches, les groupements d'entreprises favorisent la création d'entreprises.

Par ailleurs, l'impact des grandes entreprises sur l'intensité de création dans les services est confirmé par la plupart des recherches antérieures.

Almus et al (1999)<sup>56</sup> expliquent ce fait en grande partie par des processus d'outsourcing<sup>57</sup>.

Audretsch et Fritsch (1993)<sup>58</sup> retrouvent une corrélation positive entre le taux de chômage et le taux de création dans leur étude qui porte sur les régions de l'ex-RFA entre 1986 et 1989. Un nombre élevé de chômeurs- créateurs expliquent ce lien positif entre un taux de chômage élevé et une forte intensité de création.

Enfin la prise en compte des catégories socio-professionnelles et du niveau de qualification de la population active est cruciale dans la mesure où la plupart des créations nouvelles sont réalisées dans la région de résidence du créateur. Les créations nouvelles reflètent ainsi en quelque sorte le potentiel « Endogène» d'une région.

---

<sup>56</sup> : Almus, M, Egel, J, Engel, D, Determinanten regionaler Unterschiede in der Gründungshäufigkeit wissensintensiver Dienstleister. (ZEW Discussion Paper, 99-22). Mannheim. Cité dans : Lasch Frank, Le Roy Frédéric & Yami Saïd, L'influence de l'environnement socio-économique sur la création d'entreprises TIC : le cas de la France, *13e Conférence de l'AIMS*, Normandie Vallée de Seine 2, 3 et 4 juin 2004, p 3.

<sup>57</sup> : L'outsourcing est un terme qui est traduit en français par l'infogérance ou l'externalisation informatique : il s'agit pour une entreprise de confier à une autre la gestion de son système informatique. C'est une prise en charge contractuelle, par un prestataire extérieur.

<sup>58</sup> : cité dans : Lasch Frank, Le Roy Frédéric & Yami Saïd, L'influence de l'environnement socio-économique sur la création d'entreprises TIC : le cas de la France, *13e Conférence de l'AIMS*, Normandie Vallée de Seine 2, 3 et 4 juin 2004, p 5.



## Conclusion

Ces différentes théories constituent l'essentiel de ce cadre de l'entrepreneur. D'abord, la théorie de Leibeinstein décrit les caractéristiques essentielles de l'environnement dans lequel l'entrepreneur évolue. Pour cet auteur, l'inefficience constitue l'état normal des affaires. Les explications de l'inefficience résultent de mauvaises décisions engendrées par le manque d'informations appropriées ou d'une interprétation inadéquate des informations dont dispose l'entrepreneur. Pour Hayek, l'ajustement du prix constitue le principal rôle de l'entrepreneur. Au sens de Kirzner, la vigilance à l'égard du déséquilibre constitue la caractéristique distinctive de l'entrepreneur. Selon Knight, les entrepreneurs sont, d'une part des individus ayant le plus haut niveau de prévisions leur permettant de prendre des décisions de production et ont, d'autre part une confiance en leurs propres jugements et une bonne perception sur les autres. Selon Schumpeter considère que les entrepreneurs talentueux constituent une race d'hommes très rare. Leur rareté ne réside pas tant dans leur vigilance et dans leur professionnalisme, mais dans leur psychologie. Ils sont des hommes économiques rationnels. Ces dernières constituent le sujet central de la théorie de la firme qui ne met pas la fonction de l'entrepreneur au cœur de son analyse telle qu'elle a été expliquée par Penrose et Andrews. Alors, le critère sur lequel s'est appuyé cette théorie est les compétences de l'entrepreneur : la capacité de déléguer, de fournir des motivations internes...etc. Ce qui permet d'analyser la fonction de l'entrepreneur à travers ses compétences.

En effet, l'entrepreneur ne peut pas réussir ses affaires sans recourir à son entourage et prendre en considération son environnement. Pour cela, le capital social et le réseau social constituent deux facteurs primordiaux pour l'entrepreneur. Ils fournissent, à travers les relations tissées avec les différents acteurs dans la société, des ressources matérielles et immatérielles (connaissances, financement et relations) que nécessite le projet de l'entrepreneur. Il est important qu'il soit à l'écoute de cet environnement car son projet souhaité sera implanté sur celui-ci. Par conséquent, en amont de la création de l'entreprise, les facteurs existant dans le milieu peuvent inciter ou même déterminer la réussite ou l'échec du processus de création.

## Conclusion de la partie 1

L'entrepreneuriat est un phénomène hétérogène dont les manifestations sont multiples. Il est un phénomène complexe. De ce fait, la compréhension de ce phénomène est scindée en deux visions, l'une parle de l'émergence organisationnelle et de l'opportunité et l'autre se concentre sur la dialogique individu création de valeur déterminée en fonction de l'intensité du changement. Par ailleurs, les champs d'investigations ont été ouverts à l'étude de l'entrepreneur et de la construction d'un cadre théorique pour celui-ci. Les auteurs de ces théories ont essayé de mettre la lumière sur l'entrepreneur. Selon Richard Cantillon, l'entrepreneur est celui qui assume le risque de l'incertain, du non probabilisable et qui s'engage de façon ferme vis-à-vis d'un tiers, sans garantie de ce qu'il peut en attendre. Pour Jean-Baptiste Say (1894), l'entrepreneur est celui qui réunit et combine des moyens de production. Sa conception est assez proche de celle de Mark Casson (1993), pour qui l'entrepreneur assume une fonction de coordination. Enfin, pour Joseph Schumpeter (1935), l'entrepreneur est celui qui introduit et conduit l'innovation, celle-ci est l'esprit essentiel de la fonction entrepreneuriale. L'entrepreneur est celui qui bouleverse et désorganise ou pour reprendre une formule schumpétérienne, opère une « destruction créatrice ». Par ailleurs, les nombreux auteurs qui se sont intéressés à l'entrepreneur et qui ont proposé des définitions reprennent presque tous les trois axes suivants : la notion de prise de risque, celle de coordination – organisation et celle de l'innovation. C'est d'ailleurs la réunion de ces trois composantes, qui caractérise l'esprit d'entreprise. En outre, afin que la réussite de l'entrepreneur se concrétise, il faut prendre en considération l'environnement, par ses différents types, où vit cet entrepreneur. En étant à l'écoute de ces environnements, le créateur d'entreprise aura un avantage d'utiliser à son profit les opportunités qui se dégagent de ceux-ci. En outre, l'entrepreneur ne peut réussir seul en faisant référence à sa détermination personnelle et à ses caractéristiques ou motivations psychologiques, puisqu'il est très influencé par le milieu socio-économique auquel il s'identifie. L'entrepreneur appartient à un milieu où il est en interaction avec toutes ses composantes qui le motivent ou le démotivent à réaliser ses projets.

## **La partie 2 :**

### **La création des entreprises en Algérie et l'analyse des résultats de l'enquête dans les deux communes d'Akbou et d'Ouzellaguen.**

#### **Introduction**

La partie pratique recherche des réponses pour les questions posées dans la problématique. Elle est scindée en trois chapitres. Le premier chapitre s'intitule la dynamique et le soutien de la création des entreprises en Algérie. Il est subdivisé en trois sections. La première section parle de la création des entreprises en Algérie. La deuxième englobe l'environnement institutionnel de la création des entreprises. La dernière section s'articule autour des dispositifs d'aide à la création des entreprises en Algérie. Le deuxième chapitre s'intitule la monographie et la création d'entreprises dans la wilaya de Bejaia. Il est composé de quatre sections. La première section met en exergue le potentiel de ressources dans la wilaya de Bejaia. La deuxième section évoque la répartition spatiale des PME selon les 52 communes de la wilaya de Bejaia. La troisième section s'articule autour de la répartition de ces PME selon le secteur d'activité et présente le secteur de l'artisanat. La dernière section présente le bilan des différents dispositifs d'aide à la création d'entreprises (ANDI, ANGEM, ANSEJ) dans la wilaya de Bejaia et leur rôle dans la réalisation de projets d'entrepreneurs. Le dernier est intitulé l'enquête et interprétation des résultats. Dans ce chapitre, il est intéressant de présenter l'interprétation des résultats, source de l'enquête effectuée sur le terrain en ciblant principalement les entreprises du secteur privé des régions d'AKBOU et d'OUZELLAGUEN, ainsi que les organismes d'aide à la création d'entreprises (ANDI, ANSEJ, ANGEM) afin d'éclairer le rôle joué par ceux-ci. Par conséquent, le choix de l'enquête de terrain est nécessaire afin de collecter les données essentielles à ce travail et d'essayer de répondre aux questions posées au début de celui-ci.

## **Chapitre 3:**

### **La dynamique et le soutien à la création des entreprises en Algérie**

#### **Introduction**

La création des entreprises en Algérie est passée par différentes étapes à travers le temps. L'entrepreneuriat privé a subi des mutations depuis l'indépendance jusqu'à aujourd'hui. Il est possible de distinguer deux phases majeures. La première va de l'indépendance à la décennie 80. La deuxième phase se situe entre le début des années 90 jusqu'à nos jours.

Par ailleurs, l'évolution de la création des entreprises a été accompagnée par un dispositif de lois, décrets et ordonnances. A partir du code d'investissement de 1963, celui de 1966, la loi 82-11 du 21 août 1982 relative à l'investissement économique privé et la loi 88-25 du 12 Juillet 1988 relative à l'orientation des investissements privés nationaux, l'investissement privé a connu une importante augmentation. Cependant, le code d'investissement de 1993 est considéré comme la pierre angulaire de la volonté d'ouverture de l'économie et d'une nouvelle politique de promotion de l'investissement.

Afin d'encourager l'initiative privée, l'Etat a mis à la disposition des entrepreneurs des organismes de soutien pour les aider à créer leur propres entreprises et leur octroyer des aides financières. En outre, ces avantages accordés sont des atouts qui ont incité les entrepreneurs privés à la réalisation de projets. Malgré cela, la lourdeur des démarches administratives demeurent un obstacle persistant.

Ce chapitre est subdivisé en trois sections. La première section parle de la création des entreprises en Algérie. La deuxième englobe l'environnement institutionnel de la création des entreprises. La dernière section s'articule sur les dispositifs d'aide à la création des entreprises en Algérie.

## **1) La création des entreprises en Algérie**

L'Algérie a traversé différentes étapes pour enfin arriver à donner l'initiative au privé. De ce fait, elle possède en matière de création des entreprises une expérience intéressante qu'elle a pu acquérir au fil du temps pendant les quarts dernières décennies. Toute cette période peut être divisée en deux phases majeures.

### **1.1) La première phase :**

La première phase (depuis l'indépendance et fin de la décennie 80), se caractérise par la domination de l'Etat dans l'entrepreneuriat. C'est une politique axée sur l'entreprise publique pour la réalisation du développement économique.

Alors, l'initiative privée était étouffée devant cette domination de l'Etat entrepreneur. Après l'indépendance, l'entreprise publique prend le champ de l'entrepreneuriat. Dans une économie dirigée, l'acteur principal est l'Etat. A cet effet, ce dernier prend l'initiative dans la création des entreprises puisque les autorités publiques affichent leur volonté de gérer l'économie nationale par l'instrument de base qui est l'entreprise publique. Les décrets de 8, 22 et 28 Mars 1963<sup>59</sup> donnent le droit aux comités de gestion, constitués de travailleurs élus avec un président désigné par l'administration, de prendre le contrôle et la gestion des entreprises industrielles abandonnées par leurs propriétaires ayant quitté le pays. A partir de 1965, l'entreprise publique occupe une place prépondérante dans le domaine de production, de la valeur ajoutée et de l'emploi. De 1965 à 1970, l'Etat réussit à créer une vingtaine d'entreprises nationales dans le secteur de l'industrie afin de réaliser la politique d'industrialisation intensive. D'autres entreprises sont créées dans des domaines d'activités divers tels que : le commerce, l'agriculture, transport, habitat, travaux publics...Etc.

---

<sup>59</sup> : Décrets n° 63-88 mars 1963 partant réglementation des biens vacants.

L'investissement privé, au cours de cette période, occupe les créneaux des industries légères. De 1967 à 1973<sup>60</sup> le nombre des investissements privés agréés par la commission nationale de l'investissement ainsi que les commissions régionales d'investissement est de 796 projets, dont 263 projets agréés par la commission nationale d'investissement, soit 33.04 % du total de ces projets : 145 projet à Alger soit 18.21 %, 313 projet à Oran soit 39.32 %. A Constantine, 9.42 % du total des projets est agréé par la commission régionale des investissements de cette wilaya, soit 75 projet. Après le code d'investissement de 1966, le champ de l'entrepreneuriat s'est légèrement élargi aux entrepreneurs privés.

En 1982, la structuration organique adoptée par l'Etat, dans le but d'alléger les grandes entreprises en terme de gestion et d'organisation, a permis l'émergence d'entreprises nouvelles issues des grandes entreprises. Par ce fait, la restructuration de SNC a donné naissance à 16 entreprises, la SONATRACH a engendré 12 entreprises, la SONACOME a généré 12 entreprise, la SONELEC a donné 7 entreprises ...etc. Ainsi cette politique a réalisé une création de 375 entreprises nouvelles dans divers secteurs d'activité comme le montre le tableau suivant :

**Tableau n° 1 : le nombre d'entreprise avant et après la restructuration organique.**

Secteurs d'activité	Nombre d'entreprise avant la restructuration organique	Nombre d'entreprise après la restructuration organique
Agriculture	7	23
Industries-mine-énergie	17	126
Information-culture-tourisme	8	45
TP-hydraulique-habitat	12	101

<sup>60</sup> : D.Liabes, le bilan B A D et études Industries privées de « capital privé et patrons d'industries 1962-1982 en Algérie » CREA 1984, p 279.

Santé	1	4
Commerce	7	28
PTT	1	2
Finance	8	12
Transport	9	34
Total	70	375

Source : Ministère de la planification et de l'aménagement du territoire Mai 1983.

Par ailleurs, le contrôle des ressources financières est entre les mains de l'Etat. Ces ressources proviennent principalement de l'exportation des hydrocarbures. Elles sont exploitées dans le cadre des plans de développement économiques et sociaux. A cet effet, l'Etat s'impose comme l'entrepreneur propriétaire du patrimoine des entreprises et acteur de leur création et du contrôle de leurs gestions. L'Etat a mis en œuvre des dispositifs divers tel l'agrément pour toute opération d'investissement, l'autorisation pour chaque importation, la domiciliation des comptes dans une seule banque, la fixation administrative des prix, le statut général des travailleurs, la désignation des dirigeants par voie réglementaire et le contrôle général par le ministre de tutelle par secteur d'activité. Cependant, le changement du cap de l'économie dirigée vers une économie de marché a imposé à l'Etat de prendre en compte l'initiative privée.

A partir de 1982, le secteur privé a commencé à avoir de l'importance par une politique d'intégration des activités économiques au profit de ce secteur afin de l'insérer dans la réalisation des plans nationaux. Alors, à côté des entreprises publiques, les entreprises privées sont tenues de contribuer à l'élargissement des capacités de production nationale, la création d'emplois, la mobilisation d'épargne et de prendre en charge les services des consommateurs, la réalisation des activités de dernières transformations industrielles et de sous traitance pour les entreprises publiques, est ainsi participer à réaliser la politique de développement régional. Par

ailleurs, les domaines à investir sont les petites et moyennes entreprises industrielles (PMI), la transformation et la valorisation des produits agricoles, la prestation de services industriels (maintenance, sous-taitance), le bâtiment et travaux publics (BTP), le tourisme et l'hôtellerie et le transport routier de marchandises et de voyageurs. La création de l'office national pour l'orientation, le suivi, et la coordination du secteur privé (OSCIP) sous la tutelle du ministère de la planification et aménagement du territoire (MPAT) en 1983 a donné un appui à la création d'entreprises. Les entrepreneurs privés sont de plus en plus présents, après la loi de 1982 encourageant les investisseurs privés mais en limitant le montant d'investissement à un plafond de 30 millions DA, un nombre important de projet a été créé. Ils étaient 1018 projets et 26.81 % de ces projets sont agréés par la commission nationale d'investissement (CNI) soit 273 projets qui s'élèvent à 2.1 milliards DA et le reste de ces projets ou 745 projets sont agréés par la commission régionale d'investissement avec un montant de 1.3 milliards DA. En outre, selon la commission de la planification, de 1983 à 1987, la commission nationale a agréé 1205 projets avec un montant de 11.26 milliards DA. En 1987, 440 projets ont été agréés avec une valeur de 4.72 milliards DA. En outre, la loi de 1988 relative à l'orientation et le suivi de l'investissement privés des nationaux qui a supprimé les seuils de l'investissement et la condition de résidence en Algérie, est élaborée avec plus d'objectifs par rapport à celle de 1982. Ces missions consistent à créer plus d'emplois, l'implantation industrielle sur les hauts plateaux et les zones déshéritées, la mobilisation des compétences nationales en matière de maîtrise technologique. Entre 1987 et 1988, plus de 6000 PMI privées existaient.

## **1.2) La deuxième phase :**

Au début des années 90 jusqu'à la période actuelle, l'Algérie se trouve dans un contexte de transition d'une économie dirigée vers une économie de marché. L'initiative privée s'est vue prospérer malgré les difficultés rencontrées par les entrepreneurs privés.



De ce fait, en avril 1991, les entraves administratives au commerce extérieur sont allégées. Dans ce contexte, l'investissement privé est tout à fait libre : « tout entrepreneur peut, en respectant les règles de financement extérieur édictées par la Banque d'Algérie et en accord avec une banque commerciale, mettre en œuvre le projet d'investissement qu'il désire. Toutefois, cette mesure est intervenue après que le système productif ait eu à supporter un risque élevé de change et que le coût des importations de biens d'équipement soit devenu intolérable, du fait d'une forte dépréciation du cours officiel du dinar, dérivant d'un accord de confirmation avec le F.M.I. »<sup>61</sup>. Selon Bénissad<sup>62</sup>, les conditions dans lesquelles se déploient les mesures d'allègement offertes pour le secteur privé, changent fortement par rapport au début des années 80. De même, la contrainte externe en devises sévit plus durement de sorte que les investissements « prioritaires » ne reçoivent pas les licences d'importation nécessaires. C'est d'ailleurs la Chambre Nationale du Commerce (CNC), qui se voit déléguer la rude tâche d'identifier les investissements prioritaires et de leur distribuer la devise rare sur la base d'une « enveloppe » d'un budget centralement déterminé. C'est dans cette conjoncture que, pour les industriels et les artisans, les importations sans paiement et sans formalité préalable de commerce extérieur sont totalement libérées.

En effet, le processus de réforme a abouti à la consécration de l'investissement national et étranger par l'adoption du décret législatif du 05/10/1993 relatif à la promotion de l'investissement. Ce code est considéré comme la pierre angulaire de la volonté d'ouverture de l'économie et d'une nouvelle politique de promotion de l'investissement. Le code des investissements de 1993 se présente tout à la fois comme une conséquence des réformes économiques et la condition de leur réalisation, car le contexte dans lequel il est intervenu (mise en œuvre des politiques de libéralisation et d'ajustement) et la volonté de rupture avec « les méthodes du passé », exprimée dans

---

<sup>61</sup> : Bénissad M.E. : « L'Algérie : restructurations et réformes économiques (1979-1993) », P.51.

<sup>62</sup> : Idem p 50.

le discours officiel, semble indiquer que l'ensemble des obstacles qui se dressaient à la promotion et au déploiement de l'initiative privée sont désormais levés<sup>63</sup>.

En outre, la création de l'agence pour la promotion et le suivi de l'investissement (APSI), dont le statut est défini par le décret exécutif 94-319, a pour but d'alléger et d'assouplir les procédures liées à l'acte d'investissement des entrepreneurs privés. Par conséquent, le nombre de projets créés pendant la période de 1993 jusqu'à 2000 est estimé à 43 213 projets d'une valeur de 3.344 milliard DA, en sachant que les investissements sont en augmentation continue pendant cette période, 694 projets pour l'année 93/94, 2909 projets en 1995/1996, 14133 projets pendant 1997/1998 et enfin pour 1999/2000 25477 projets ont été réalisés, on constate que, pour les deux dernières années, une hausse importante est enregistrée.

Cependant, à partir de 2001, l'agence pour la promotion et le suivi de l'investissement (APSI) est remplacée par une agence qui est l'agence nationale du développement de l'investissement (ANDI) créée par l'ordonnance n° 01-03 du 20 Août 2001 relative au développement de l'investissement. La création de projets s'est intensifiée par les multiples avantages accordés par cette agence. Les chiffres présentés feront preuve de cette dynamique de réalisation d'entreprises. Durant la période de 2002 à 2008, 51 456 projets ont été réalisés d'une valeur de 5798993 millions DA. En 2002/2003, le nombre de projets créés était de 10320 projets, de 2004 à 2006, 12714 projets réalisés. Après l'ordonnance n° 06-08 du 15 juillet 2006 modifiant et complétant l'ordonnance 01-03 du 20 Août 2001 relative au développement de l'investissement qui s'est centrée sur la décentralisation du guichet unique de l'agence nationale du développement des investissements, une augmentation importante de la réalisation de projets est constatée pendant les deux années 2007 et 2008, et 28422 projets sont concrétisés. Cette réussite dans l'allégement dans la procédure de création d'entreprise a participé à encourager les entrepreneurs privés.

Par ailleurs, la création des PME/PMI est importante dans cette phase, dans le but d'aboutir à une libéralisation de l'initiative privée en Algérie. Alors, des mesures ont été faites dans le cadre de la promotion des PME/PMI, principalement par

---

<sup>63</sup> : Article 8 du code des investissements de 1993.

la loi 01-18 du 12 décembre 2001 portant loi d'orientation sur la promotion de la petite et moyenne entreprise (PME). En effet, l'option en faveur de la PME se matérialise par la mise en place, par l'Etat, de mécanismes de soutien à l'investissement, en particulier par la création de deux fonds : Le fond d'études de faisabilité qui consiste en l'octroi aux futurs investisseurs de crédits remboursables destinés à financer les études techniques de pré-investissement, le fond d'aide à la création de P.M.E., destiné à aider les candidats à l'investissement à la constitution des apports en fonds propres pour leur ouvrir l'accès aux crédits bancaires.

Durant cette phase, une volonté claire de la part des pouvoirs publics est avérée afin d'aménager un environnement favorable à la prospérité de l'initiative privée et de l'insérer dans les objectifs de développement, en dépit des contraintes et de maintes entraves qu'affrontent au quotidien les entrepreneurs privés, principalement d'ordre administratif qui demeurent malgré les efforts déployés.

## **2) l'environnement institutionnel de la création des entreprises**

La présentation des lois et des ordonnances portant sur la promotion de l'investissement privé est primordial car l'environnement institutionnel joue un rôle moteur dans la création d'entreprises en aménageant un climat sécurisé et favorable afin d'encourager l'initiative privée. Cependant, il existe des insuffisances pour une meilleure prise en charge de l'entrepreneuriat privé.

### **2.1) Les lois principales de promotion de l'investissement privé :**

Il est important de présenter quatre lois principales qui ont marquée l'évolution de l'investissement privé en Algérie

La loi 63-277 du 27 juillet 1963 portant code des investissements s'adresse particulièrement au capital privé étranger puisque ce dernier est supposé très vital pour

le développement économique de l'Algérie sortie de la guerre. L'avantage principale accordé à ce capital est la liberté d'investir accordée aux personnes physiques et morales étrangères, mais en respectant les lois et le règlement dans le cadre de l'établissement de l'ordre public.

Le capital privé national est encouragé à participer aux activités productives et de ne pas se restreindre aux activités commerciales et immobilières.

Les avantages accordés au capital privé national sont dans le cadre des sociétés mixtes. En outre, il existe deux types d'agrément. Les entreprises agréées le sont selon des critères tels que la localisation, le secteur d'activité, le matériel utilisé, le nombre d'emploi...etc. Elles bénéficient des avantages suivants :

- La protection contre la concurrence étrangère dans le cadre de la politique douanière.
- L'octroi des emprunts nécessaires à leur équipement par les établissements financiers de l'Etat.
- L'exonération totale ou partielle des droits de mutation concernant l'acquisition immobilière nécessaire à la création ou à l'extension de l'entreprise.
- La ristourne totale ou partielle des taxes et des impôts perçus sur le bénéfice industriel et commercial durant 5 ans, ainsi que les taxes et impôts perçus à l'importation sur les matériels et biens d'équipement indispensables à la création ou l'extension de l'entreprise, et du remboursement total ou partiel de la taxe à la production perçue sur les achats de ces matériels et biens d'équipements.

Les entreprises conventionnées à l'Etat doivent remplir un certain nombre de critères pour être conventionnées à l'Etat tels que la réalisation d'un investissement au minimum de 5 millions de nouveau franc (DA), la création au minimum de 100 emplois permanents pour les cadres et les ouvriers algériens, l'exercice d'une activité économique considérée prioritaire par les plans de développement de l'Etat et l'implantation dans les zones prioritaires au développement. Ces entreprises peuvent bénéficier des avantages suivants :

- La bonification d'intérêt sur les emprunts d'équipement à moyen et long terme selon la convention.
- La ristourne totale ou partielle des droits et taxes prévus à l'importation des matières premières nécessaires à la production des biens à condition que les matières premières ne sont pas produites ou disponibles en Algérie.
- Une garantie de stabilité du régime fiscal pendant 15 ans.

En dépit des avantages et garanties non négligeables accordées par le code des investissements de 1963, cette loi n'a pas permis de mobiliser le capital étranger et national. Cela est dû au fait que le capital étranger considérait l'Algérie un pays instable politiquement et qu'à cette époque, il était caractérisé par une conjoncture économique défavorable, due essentiellement à l'insuffisance de l'épargne, l'étroitesse des marchés et des coûts de production élevés, surtout s'il fallait localiser les centres de production en dehors de quelques grandes agglomérations.

L'ordonnance N°66-284 portant code de l'investissement de 1966 est promulguée le 15 Septembre 1966 par le Gouvernement algérien et adopté par le conseil de la révolution le 21 Février 1966. Elle vise à définir le rôle du capital privé, soit étranger ou national, dans le développement économique du pays. Elle complète les insuffisances de la loi 63-277 du 26 Juillet 1963. En se référant à cette ordonnance, le champ d'entreprendre la réalisation des investissements pour le capital privé (national ou étranger) est limité aux secteurs de l'industrie et du tourisme. Dans les branches reconnues vitales de l'économie nationale, l'initiative de réalisation de projets est réservée à l'Etat selon l'article 2 de cette ordonnance. Si capital privé doit investir dans les secteurs vitaux, il sera associé à l'Etat.

En outre, l'Etat peut lancer des appels d'offres à la création d'entreprise dans tous les secteurs par des capitaux privés dont les objectifs de production, d'implantation géographique et d'autres conditions d'exploitation font l'objet d'un cahier des clauses régissant l'investissement. En plus, des études économiques et techniques sont accordées par l'Etat aux personnes intéressées par la création

d'entreprise. Cependant, il est nécessaire de respecter les plans nationaux dans le cadre du développement économique entrepris par l'Etat algérien.

Le code des investissements stipule qu' « au cas où l'intérêt public exigerait impérativement la reprise par l'Etat d'entreprises bénéficiant des dispositions du présent code, une telle mesure ne pourrait être prononcée que par un texte à caractère législatif ». Par ailleurs, la garantie fondamentale concerne l'indemnisation des investissements privés agréés et le paiement de l'indemnité égale à un montant égal à la valeur nette fixée contradictoirement à dire d'experts, majorée du montant amorti des valeurs incorporelles et des intérêts au taux légal pour une durée de deux ans, doit être effectué dans un délai de neuf mois. Cette indemnité est transférable, si le bénéficiaire est étranger et si l'investissement s'est opéré à l'aide de capitaux étrangers importés en Algérie.

Selon l'article 4 de l'ordonnance N° 66-284, l'agrément pour personnes physiques ou morales algériennes et étrangères est obligatoire. Il existe trois formes d'agrément selon l'importance de l'investissement. L'agrément sous forme d'autorisation administrative : concerne un grand nombre de petites entreprises dont l'investissement immobilisé ne dépasse pas 500.000 DA. Les nationaux algériens font simplement une demande d'autorisation au wali avec la collaboration de la caisse nationale du développement. L'agrément sous forme simplifiée concerne les investissements d'importance moyenne. Cet agrément se fait par la collaboration du secrétariat de la commission nationale des investissements sur avis du Ministère des Finances et du plan et du Ministère technique intéressé. Il comporte les garanties et avantages relatifs à l'indemnisation, les transferts pour les étrangers et une exemption de l'impôt foncier, alors il concerne les projets qui demandent des garanties fondamentales et non spéciales. Cela correspond au fait que l'unité privée créée dans un secteur donné soit compatible avec la politique du développement entreprise par l'Etat.

L'agrément ordinaire est réservé aux investissements importants, sollicitant des avantages fiscaux et financiers. Il s'obtient après avis de la commission nationale des investissements.

L'Etat accorde deux types d'avantages: les garanties générales et les avantages spéciaux accordés par voie contractuelle entre l'investisseur et l'Etat après avis de la commission nationale des investissements. Les avantages financiers sont :

- La réduction du taux de la taxe unique globale à la production (TUGP) pour les acquisitions de biens d'équipements ainsi que la taxe afférente aux biens d'équipement fabriqués en Algérie.
- L'exonération totale, partielle ou dégressive de l'impôt foncier durant une période ne dépassant pas 10 ans.
- L'exonération totale, partielle ou dégressive de l'impôt sur les bénéfices industriels et commerciaux durant une période ne dépassant pas 5 ans et cela pour un montant annuel de bénéfices ne pouvant dépasser 20% des fonds propres investis dans l'activité agréée.
- Une exemption totale, partielle ou dégressive des droits de mutation pour les acquisitions immobilières destinées à l'activité.

Les autres avantages spéciaux sont :

- Une garantie de la Caisse Algérienne de Développement (B.A.D.) pour faciliter l'obtention d'avances bancaires.
- Les entreprises à caractère touristique bénéficient, pour les emprunts à moyen et à long terme, d'une bonification d'intérêt de 3%.

Les investissements dépassant 5 millions DA peuvent bénéficier d'une exclusivité d'agrément dans une zone géographique déterminée, de dispositions contingentes pour faire face à la concurrence étrangère et d'un régime conventionnel d'impôt pendant 10 ans si le bénéfice net ne dépasse pas 15 % des fonds propres investis.

Il convient de dire que le code des investissements de 1966, n'est pas une réglementation astreignante et rigoureuse du secteur privé car, à la différence des investissements publics, les investissements privés ne sont soumis à aucune planification, laissant ainsi le champ libre à l'esprit d'initiative des entrepreneurs privés, dont l'Etat attend en contrepartie la contribution à l'édification de l'économie nationale. Les avantages octroyés permettent d'orienter les entrepreneurs privés et de les insérer dans les objectifs de la planification à moyen et long termes (localisation, formation professionnelle, intégration, etc.).

La loi 82-11 du 21 août 1982 relative à l'investissement économique privé s'adresse principalement au capital privé national. Elle définit les objectifs assignés aux investissements privés nationaux limités à un montant inférieur à 30 millions DA selon les plans nationaux de développement. Les investissements du secteur agricole privé, du commerce de détail et de l'artisanat ne sont pas concernés par cette loi.

L'agrément est obligatoire pour tout projet d'investissement de création ou d'extension nouvelle, alors que les investissements de renouvellement ne sont pas soumis à cette condition mais font objet de la décision du ministre responsable du secteur dont relève l'activité entreprise. Cet agrément doit vérifier la conformité des objectifs des investissements nationaux privés et leurs contributions aux plans nationaux dans le but du développement économique et social du pays.

Des avantages et garanties selon la zone géographique sont accordés aux entreprises agréées tels que l'exonération totale ou partielle de l'impôt sur les bénéfices industriels et commerciaux (BIC) et de la taxe sur l'activité industrielle et commerciale (TAIC) pendant 3 ans ou 5 ans, l'exonération totale ou partielle de l'impôt foncier pendant 10 ans, et la franchise de la TUGP sur les biens d'équipements importés.

Selon l'article 25 de cette loi, les investisseurs privés peuvent bénéficier d'une assistance en matière d'information économique et technique, d'étude de projets et de préparation de dossiers d'agrément.

De plus, en 1983, il a été créé, dans le cadre de cette loi, un office pour l'Orient, le Suivi et la Coordination de l'Investissement Privé (O.S.C.I.P.) qui est placé sous la tutelle du Ministère de la planification et de l'Aménagement du territoire et a pour missions, entre autres, d'orienter l'investissement privé national vers des activités et régions, susceptibles de répondre aux besoins du développement et d'assurer sa complémentarité avec le secteur public et d'assurer une meilleure intégration de l'investissement privé dans le processus de planification.



En dépit des avantages et garanties accordés, l'entrepreneuriat privé reste conditionné par les plans de développement nationaux, et limité à des secteurs d'activité précis qui sont exclus de bénéficier de tous ces atouts mis à la disposition des entreprises dans les secteurs autorisés. La difficulté d'obtention de financement de la part des banques pousse les entrepreneurs privés à recourir à l'autofinancement (famille ou amis).

La loi 88-25 du 12 Juillet 1988 relative à l'orientation des investissements privés nationaux a subdivisé les activités en deux types : les activités prioritaires et les activités non prioritaires. Le choix des activités prioritaires relève du plan national à moyen terme et du plan annuel. Elles bénéficient des avantages fiscaux, des facilités d'approvisionnement en biens d'équipement ou en matières premières et autres produits dans le respect des équilibres généraux de l'économie, prévus par les lois de finance ou par la réglementation en vigueur. Les activités non prioritaires s'exercent dans le respect de la planification nationale.

Cette loi est considérée plus libérale comparativement à celle de 1982 car l'obligation de l'agrément et le plafond de 30 millions DA sont abolis. Cependant, la limitation des secteurs d'activité à investir est maintenue et le secteur privé n'a pas le privilège d'entreprendre dans les secteurs stratégiques définis comme suit : le système bancaire et d'assurance, les mines et les hydrocarbures, la sidérurgie de base, les transports aériens, ferroviaires et maritimes. Alors, le champ de l'entrepreneuriat reste toujours limité.

Le décret législatif 93-12 du 5 Octobre 1993 relatif à la promotion de l'investissement promeut l'investissement privé lui accordant aux investisseurs privés la liberté d'entreprendre les activités économiques de production de biens et services non réservées à l'Etat. Pour une véritable promotion de l'investissement, l'Etat a mis à la disposition des entrepreneurs une agence de promotion, de soutien et de suivi de l'investissement (APSI) constituée d'un guichet unique regroupant les

administrations et les organismes concernés par l'investissement. Une convention lie entre l'investisseur, l'Etat et l'agence. Plusieurs avantages sont octroyés dans le cadre de cette agence aux entrepreneurs privés. En outre, les investissements présentant pour l'économie nationale un intérêt particulier (en raison de la dimension du projet, du caractère de la technologie utilisée, du taux élevé d'intégration de la production...etc.) bénéficient d'autres avantages supplémentaires, à savoir :

- L'exonération de la taxe foncière sur les propriétés immobilières entrant dans le cadre de l'investissement.
- La franchise de la TVA pour biens et services entrant dans la réalisation de l'investissement importés ou locaux.
- La réduction de 3 % des droits de douane pour les biens importés entrant directement dans la réalisation de l'investissement.
- L'exonération de l'impôt sur les bénéfices de la société (IBS), du versement forfaitaire (VF) et de la taxe sur l'activité industrielle et commerciale (TAIC) de 2 ans à 5 ans.

Les investissements mis en exploitation dans les 5 années avant la promulgation ce décret législatif peuvent bénéficier des dispositions de ce décret. L'agrément préalable, plus connu par l'autorisation des institutions administratives pour investir, est supprimé et est remplacé par une simple déclaration.

Ce décret législatif a permis à l'entrepreneur privé algérien d'avoir une agence de soutien à leur projet d'investissement à travers les facilités et avantages octroyés. C'est un nouveau point marqué pour ces entrepreneurs afin d'aménager un environnement moins contraignant à la création des entreprises. Cependant, la mise en œuvre de ce code a été rapidement « confrontée à l'immobilisme de tout un environnement censé être au service de l'investissement. Les lourdeurs bureaucratiques, les problèmes liés à la gestion du foncier industriel ont rendu pratiquement inopérant le dispositif mis en place. »<sup>64</sup>. Pour cela, les pouvoirs publics ont procédé à la révision de ce code en promulguant en 2001 l'Ordonnance n° 01-03

---

<sup>64</sup> : CNES : « Pour une politique de développement de la PME en Algérie » *Rapport*

relative au développement de l'investissement qui demeure à ce jour la principale référence en matière d'investissement en Algérie<sup>65</sup>.

L'ordonnance 01-03 du 20 Août 2001 relative au développement de l'investissement remplace l'APSI par une autre agence qui est l'agence nationale du développement de l'investissement (ANDI) ayant les missions suivantes:

- La promotion, le développement et le suivi des investissements.
- L'information et l'assistance des investisseurs résidents et non résidents.
- La facilitation de l'accomplissement des formalités constitutives des entreprises et de concrétisation des projets à travers les prestations du guichet unique décentralisé.
- L'octroi des avantages liés à l'investissement dans le cadre du dispositif.
- La gestion du fond d'appui à l'investissement destiné à financer la prise en charge de la contribution de l'Etat dans le coût des avantages consentis aux investissements notamment les dépenses des travaux d'infrastructure nécessaires à la réalisation du projet d'investissement.

Les avantages accordés sont les suivants :

- La prise en charge totale ou partielle par l'Etat des dépenses au titre des travaux d'infrastructures nécessaires à la réalisation du projet d'investissement.
- La franchise de la TVA pour biens et services entrant dans la réalisation de l'investissement importés ou locaux.
- La réduction du taux des droits de douane pour les biens importés entrant directement dans la réalisation de l'investissement.
- L'exonération d'IBS, IRG, VF et de la taxe sur l'activité professionnelle durant une période de 10 ans d'activité effective.
- L'exonération de la taxe foncière sur les propriétés immobilières pour une période de 10 ans.

---

<sup>65</sup> : Site Internet:[http://www.andi.dz/Cadre/ordo\\_i.htm](http://www.andi.dz/Cadre/ordo_i.htm)

- L'octroi des avantages supplémentaires afin d'améliorer et faciliter l'investissement tels que le report des déficits et les délais d'amortissement.

Les avantages accordés par cette agence sont plus intéressants, que ceux de l'ancienne agence APSI. C'est un atout pour les entrepreneurs privés d'avoir une telle agence à leur côté afin de les inciter et les assister à réaliser leur projet de création et de croissance de leur entreprise. Cela crée un allègement au niveau de l'environnement de création des entreprises. Mais un seul dispositif de ce genre reste insuffisant et les contraintes persistent pour les investisseurs.

Loi 01-18 du 12 décembre 2001 portant loi d'orientation sur la promotion de la petite et moyenne entreprise (PME) a comme objectif la définition des petite et moyenne entreprise (PME), et les politiques et mesures d'aide et de soutien à leur promotion par les pouvoirs publics en mobilisant les moyens appropriés pour cela. Parmi les objectifs principaux de cette politique de promotion, nous pouvons citer :

- Offrir un cadre législatif et réglementaire propice à la création d'un esprit d'entreprise et au développement des PME.
- Adopter des politiques de formation et de gestion des ressources humaines favorisant et encourageant la créativité, l'innovation et la culture entrepreneuriale.
- Faciliter l'accès des PME aux instruments et services financiers.

Pour la facilitation du financement un fonds de garantie des emprunts bancaires est mis à la disposition des PME ainsi que des pépinières d'accompagnement auprès du ministère chargé des PME/PMI. Tous ces dispositifs mis au profit de la PME incite à l'émergence d'un environnement économique, technique, juridique et social favorable à la création des PME considérées à cette époque comme un vecteur important au développement économique en promouvant l'esprit d'entreprise.

Ordonnance n° 06-08 du 15 juillet 2006 modifiant et complétant l'ordonnance 01-03 du 20 Août 2001 relative au développement de l'investissement raccourcit le délai de réponse aux demandes des investisseurs relatives à l'octroi d'avantage par rapport à ce qui a été prononcé dans l'ordonnance 01-03 du 20 Août 2001. Le délai de 30 jours est ramené à 72 heures seulement. En outre, la délivrance de la décision relative aux avantages prévus au titre de l'exploitation est de dix jours. L'agence peut, en contrepartie des frais de traitement des dossiers, percevoir une redevance versée par les investisseurs. Le montant et les modalités de perception de la redevance sont fixés par voie réglementaire. Concernant les avantages, cette ordonnance prévoit au titre de l'exploitation et pour une durée de trois ans, après constat d'entrée en activité établi par les services fiscaux à la diligence de l'investisseur, l'exonération de l'impôt sur le bénéfice des sociétés (IBS) et l'exonération de la taxe sur l'activité professionnelle (TAP). Cette ordonnance contient les mêmes avantages accordés par l'ordonnance 01-03 de 2001. Le raccourcissement du délai de réponse à la demande de l'investisseur est un atout supplémentaire pour l'entrepreneur algérien afin de faciliter la réalisation de son projet.

## **2.2) Les critiques de l'environnement institutionnel et administratif :**

L'environnement institutionnel présente inévitablement des points forts, grâce aux différents dispositifs présentés précédemment, mais la complexité et la lenteur des procédures administratives qui le caractérisent, sont insupportables par les entreprises.

L'administration dont la mission principale est de remplir des fonctions économiques et de décisions se voit progressivement évoluer dans un environnement où elle constitue des entraves à l'investissement.

Il ne s'agit pas de simples réminiscences qui vont disparaître avec le temps, mais d'une forte rémanence d'un dysfonctionnement intolérable dont le coût est insupportable pour les PME.

Cependant, l'investissement et surtout la PME subissent l'archaïsme de l'administration algérienne. Durant la phase « création du projet », l'investisseur subit la lourdeur de cet appareil dont le mode de fonctionnement reflète les caractéristiques d'un environnement très peu flexible : lenteur des procédures, complexité des circuits, interprétation étroite des textes, l'insuffisance de la formation des agents, insuffisance de l'information. Pour la phase « constitution de l'entreprise », il y a lieu de noter que les procédures sont souvent longues, et certaines formalités administratives et notariales, sont assez contraignantes du fait que trop de documents, faisant parfois un double emploi, sont exigées.

L'acquisition d'un registre de commerce est longue et fastidieuse et demande plus de dix huit (18) documents, eux-mêmes difficiles à obtenir. Les procédures douanières sont complexes et d'une manière générale le sens du service public a été fortement altéré.

On estime à trois (03) mois l'accomplissement des formalités administratives liées à la constitution d'une société<sup>66</sup>. Les délais moyens de démarrage d'un projet en Algérie sont de l'ordre de 5 ans selon la CACI, de 2 ans selon l'investisseur (avec le concours d'un expert-conseil).

A titre illustratif, au niveau de l'immatriculation des PME au registre de commerce, les formalités et les procédures sont les mêmes qu'il s'agisse d'investisseurs nationaux ou étrangers. Après avoir réservé la dénomination au niveau du centre national du registre de commerce (le CNRC), l'investisseur doit constituer sa société au niveau d'une étude notariale.

Une fois les formalités accomplies, il doit suivre un cheminement administratif lourd et contraignant consistant en la déclaration au niveau des services fiscaux en vue de l'obtention de la position fiscale, le constat du local abritant l'activité ou le siège par ces mêmes services et, par les services d'un huissier de justice, de paiement de la taxe fiscale au niveau de la recette des impôts, avec la constitution du dossier et légalisation des imprimés de demande du registre au niveau de la mairie.

---

<sup>66</sup> : Voir : rapport d'étude sur la relation banque et entreprise, organisé par le CREAD en mars 2003

Dans le dossier exigé au niveau des services du registre de commerce, il est exigé au ressortissant étranger une carte de résident. Pour l'obtention de celle-ci, les services de la wilaya exigent du ressortissant étranger un registre de commerce. Le postulant au registre de commerce de nationalité étrangère se trouve ainsi devant une situation incompréhensible car, pour avoir son registre de commerce, il lui faut être résident. Et pour avoir la carte de résident, il lui faut être détenteur d'un registre de commerce. La même situation illogique se répète avec les services fiscaux. En fait, toutes les mesures sont destinées à décourager le spéculateur et non pas pour encourager le vrai promoteur.

### **3) Présentation des dispositifs d'aide à la création des entreprises**

Il est important de présenter les dispositifs d'aide à la création des entreprises en Algérie, et de citer l'environnement administratif.

#### **3.1) L'Agence National de Soutien à l'Emploi des Jeunes (ANSEJ) :**

L'ANSEJ est une institution mis en œuvre par l'Etat et crée par le décret n° 96-296 du 8-09-1996, en application des dispositions de l'article 16 de l'ordonnance n° 96-14 du 24 juin 1996. Elle est placée sous la tutelle du Ministère chargé du Travail et de l'Emploi. Elle est chargée de l'encouragement, du soutien et de l'accompagnement des jeunes chômeurs porteurs d'idée de projet de création d'entreprise. Au niveau local, la mise en œuvre du dispositif est assurée par les antennes installées au niveau de chaque wilaya. Les principaux fonds de ce dispositif sont le fonds national de soutien à l'emploi de jeunes (FNSEJ), le fonds de caution mutuelle de garantie risque/ crédit et les banques. Ce dernier a été créé pour conforter davantage les banques dans la prise des risques inhérents au financement des micro

entreprises créées dans le cadre du dispositif ANSEJ. Il est doté de la personnalité morale et de l'autonomie financière. Les adhérents de ce fonds sont les banques ayant accordé des crédits pour la création de micro entreprises dans le cadre du dispositif ANSEJ et les jeunes promoteurs ayant opté pour la formule de financement triangulaire pour réaliser leurs projets. La mise en place de l'ANSEJ est venue comme alternative aux deux dispositifs qui ont connu un échec et qui sont le dispositif d'insertion professionnelle (DIP) créé en 1990 et le programme d'emploi de jeunes (PEJ) mis en application en 1988. Cet organisme avait pour but d'aider à la création d'entreprises rentables créatrices d'emplois.

Les ressources de l'ANSEJ se composent des dotations du budget de l'Etat, le produits des taxes spécifiques instituées par les lois de finances, une partie de solde du compte d'affectation spéciale n° 302.049 intitulé Fonds National pour la Promotion de l'Emploi, le produit des remboursements de prêts non rémunérés consentis aux jeunes promoteurs et enfin toutes les autres ressources ou contributions. Quant aux emplois, il s'agit du financement des actions de soutien à l'emploi des jeunes, l'octroi de prêts rémunérés consentis aux jeunes promoteurs en vue de compléter le niveau de fonds propres pour qu'il soit éligible au prêt bancaire, les garanties à délivrer aux banques et aux établissements financiers et enfin les frais de gestion liés à la mise en œuvre des programmes et actions susvisés, notamment ceux liés au fonctionnement de l'organisme national. Les banques publiques qui participent au financement des micro entreprises sont le CPA, la BNA, la BDL, la BADR et la BEA. Les crédits qui peuvent être accordés par les autres banques ne bénéficient pas du taux de bonification de 50% et n'ouvrent pas droit à l'adhésion au Fonds de Garantie des Risques Jeunes Promoteurs de l'ANSEJ.



Le financement par l'ANSEJ de la micro entreprise se fait selon trois formes. Le premier type est le financement mixte. Il est composé uniquement de l'apport personnel du jeune promoteur et du crédit sans intérêts de l'ANSEJ. Le deuxième type est l'autofinancement. Le troisième type est un financement triangulaire qui fait intervenir les banques, les promoteurs et l'ANSEJ. Ce financement se compose de l'apport du jeune promoteur qui varie selon le niveau de l'investissement et la localisation de l'activité (zone spécifique, autre zone), du crédit sans intérêts fourni par l'ANSEJ et du crédit accordé par la banque dont une partie des intérêts est bonifiée par l'ANSEJ à des taux qui varient selon la nature et la localisation et est garanti dans sa totalité par le fonds de caution mutuelle de garantie risque / crédit. Dans ce type de financement, le jeune promoteur bénéficie des avantages fiscaux et parafiscaux. La durée de remboursement du crédit bancaire est de trois à cinq ans et est fixée en fonction de la nature du projet et de sa rentabilité. De plus, la banque accorde au jeune promoteur une période durant laquelle il n'effectue aucun remboursement (période de différé).

De plus, l'ANSEJ a mis à la disposition des jeunes promoteurs une formation obligatoire avant le financement de leurs projets. Elle a conçu un programme de formation répondant aux besoins et difficultés détectés chez les jeunes porteurs de projets. Il leur permet de découvrir, grâce à une méthode simple et pratique, les principes de base pour faire démarrer et gérer leur micro entreprise. Chaque antenne locale dispose d'un formateur ayant bénéficié d'une formation sur la pédagogie ainsi que sur le contenu des modules. Le programme de formation des jeunes promoteurs comporte quatre modules. Le module de création se concentre sur la procédure de création en relation avec l'environnement économique et social. Le module du marketing met en exergue l'étude de marché. Le module fiscalité renseigne sur les procédures et les bases de l'impôt et le module de la planification financière s'appuie sur l'étude du budget, la gestion de la trésorerie, l'analyse des charges et des produits.

La création des micro entreprises a une dynamique importante depuis l'existence de ce dispositifs de soutien au jeunes afin de créer leur propre emploi. Selon le CNES<sup>67</sup>, à la fin du mois d'Octobre 2001, l'ANSEJ a reçu 145 600 projets de micro-entreprises, et a délivré

---

<sup>67</sup> : Le Conseil National Economique et Social « pour une politique de développement de la PME en Algérie » pp. 21-22.

130.309 attestations d'éligibilité. Le montant global d'investissement réalisé durant la période 1997-2001, a atteint 62,639 milliards de DA. Le bilan arrêté au 31 août 2003, donne 171.000 projets. Durant la période de 2004 à 2006, les statistiques sont résumées dans le tableau suivant :

**Tableau n° 2: évolution des projets d'investissement durant 2004 à 2006 :**

années	Nombre de projets	%	Montant en DA
2004	59070	28.55	101308553761
2005	69633	33.65	129346362089
2006	78191	37.80	153477091891
Total	206894	100	384132007741

Source : établi par l'auteur selon les données de l'ANSEJ.

Selon les données de ce tableau, il y a une augmentation importante durant cette période par rapport à la période de 1997 à 2002. 206894 projets ont été réalisés au cours des trois années de 2004 à 2006 avec un montant global qui dépasse 384 milliard DA. En outre, une augmentation continue est enregistrée où le nombre de projets est de 59070 en 2004, à 69633 projets en 2005 et à 78191 projets en 2006. Cette évolution est due aux nouvelles mesures en faveur des jeunes promoteurs. Dans le cadre du décret présidentiel N°03-300 du 11 septembre 2003, modifiant et complétant le décret présidentiel N°96-234 du 02 juillet 1996 relatif au soutien à l'emploi des jeunes, les promoteurs bénéficient d'avantages supplémentaires, notamment le soutien à l'emploi des jeunes, qui visent à favoriser aussi bien la création que l'extension d'activités de production de biens et services par les jeunes promoteurs et le montant maximum de l'investissement, est fixé à dix (10) millions DA. Le décret exécutif N°03-290 du 06 septembre 2003, fixant les conditions et le niveau d'aide apportée aux jeunes promoteurs, fixe le seuil minimum de fonds propres, selon des niveaux de 5 % du montant global de l'investissement, lorsque celui-ci est inférieur ou égal à deux (02) millions DA et de 10 % du montant global de l'investissement, lorsque celui-ci est supérieur à deux (02) millions de dinars algériens et inférieur ou égal à dix (10) millions de dinars algériens (8 % lorsque les investissements sont réalisés dans les zones spécifiques).

### **3.2) L'Agence Nationale de Développement des Investissements :**

Le code des investissements de 1993 prévoit la création de l'agence de promotion et de soutien des investissements (APSI) chargée de soutenir et d'assister les investisseurs dans la mise en œuvre de leurs projets et d'en assurer la promotion de leurs investissements. L'ordonnance 01-03 du 20 Aout 2001 relative au développement des investissements a remplacée l'APSI par l'agence nationale de développement des investissements (ANDI) dont les prérogatives sont plus élargies et à coté de laquelle opèrent d'autres organismes dont le conseil national d'investissement chargé de concevoir les politiques d'investissements. Cette agence est placée sous la tutelle du Ministère chargé de l'industrie et de la promotion des investissements.

Avant de présenter le bilan de l'agence nationale du développement de l'investissement (ANDI), il est intéressant de passer par le bilan de l'investissement selon l'agence pour la promotion et le suivi de l'investissement (APSI) illustré dans le tableau. Ce dernier montre l'importance du rôle de l'APSI dans la création des entreprises. Cette agence a créé un environnement peu contraignant pour l'entrepreneur privé afin de l'aider à entreprendre son propre affaire. C'est ainsi que l'initiative privée a trouvé un avantage pour investir. Le nombre de projets illustre l'importance de cette agence. De 1993 à 1996, 3603 projets sont créés. De 1997 à 2000, 39610 projets sont créés. On remarque que l'augmentation du nombre de projets est importante pendant cette période.

### Tableau n°3: Évolution des déclarations d'investissement durant la période

1993 – 2000 (APSI) :

Années	Nombre de projets	%	Montant en milliard DA	%
1993/94	694	2	114	3
1995	834	2	219	7
1996	2.075	5	178	5
1997	4.989	12	438	13
1998	9.144	21	912	27
1999	12.372	29	685	20
2000	13.105	30	798	24
Total	43.213	100	3.344	100

Source : Conseil National Economique et Social : « pour une politique de développement de la PME en Algérie », projet de rapport, 20eme. Session plénière, Alger, juin 2002.

Le nombre de projet depuis la création de l'agence pour la promotion et le suivi de l'investissement (APSI) à 2000 est de 43213 projets et d'un montant de 3344 milliard DA. Il est à noter qu'il y a une augmentation continue de nombre de projet d'une année à une autre. Depuis 2001, l'ordonnance 01-03 relative au développement des investissements remplace l'APSI par l'agence nationale de développement des investissements (ANDI).

Depuis sa création, l'agence nationale de développement des investissements (ANDI) a participé à l'évolution de création d'entreprises. Selon des données concernant cette agence, le nombre de projets d'investissement ne cesse d'augmenter au fil des années de 2002 à 2008 selon le tableau présenté ci-dessous. Le nombre de projets d'investissement durant la période 2002 à 2008 était de 51456 projets, le montant total était de 5798993 millions DA, un montant très important.

A partir de la lecture du tableau, on constate que l'évolution des projets d'investissement pendant toutes les années de 2002 à 2008 est en augmentation : 3109 projets estimés à une valeur de 368882 million DA en 2002, 7211 projets d'un montant de 490459 million DA en 2003, 3484 projets d'une valeurs 386402 million DA en 2004, 1229 projet en 2005 avec une valeur supérieure qui est de 511529 millions DA. Ceci est expliqué par l'importance des projets de 2005 par rapport à ceux de 2004. De 2006 à 2008, on enregistre une augmentation continue dans la création de projets.

**Tableau n° 4 : Évolution des déclarations d'investissement durant la période 2002 – 2008**

Années	Nombre de projets	%	Montant en million DA
2002	3109	6.04	368882
2003	7211	14.01	490459
2004	3484	6.11	386402
2005	2255	4.38	511529
2006	6975	13.55	707730
2007	11497	22.34	932101
2008	16925	32.89	2401890
Total	51456	100	5798993

Source : l'agence nationale du développement de l'investissement (ANDI)

D'après le tableau ci-dessous, il est important de noter que les investissements privés s'accaparent de la grande part du total de l'investissement en ayant un pourcentage de 99.21 % avec un nombre de projets de 51051 projets, tandis que

l'investissement public est de 0.69 % avec seulement 355 projets. Les projets mixtes sont moins importants et leur pourcentage est de 0.10 % ou seulement 50 projets.

**Tableau n° 5: répartition des projets d'investissement selon le secteur juridique**

Secteur juridique	Nombre de projets	%	Montant en million DA
Privé	51 051	99.21	4166901
Public	355	0.69	995883
mixte	50	0.10	636209

Source : l'agence nationale du développement de l'investissement (ANDI)

La majorité de ces projets d'investissement sont de nouvelles créations, soit 75.23% avec 38710 projets sur 51456 projets. Par conséquent, l'ANDI participe massivement à la création d'entreprises nouvelles. Ce qui veut dire qu'il y a une amélioration de l'environnement en favorisant les créations nouvelles. Une agence de soutien à l'entrepreneuriat privé existe afin d'alléger les contraintes auxquels sont confrontés les créateurs d'entreprises.

**Tableau n°6: répartition des projets d'investissement selon leur type**

Type d'investissement	Nombre de projets	%	Montant en million DA
Création	38710	75.23	4229480
Extension	12474	24.24	1388928
Réhabilitation	262	0.51	180338
Restructuration	10	0.02	247
total	51456	100	5798993

Source : l'agence nationale du développement de l'investissement (ANDI)

## **2.2) L'Agence Nationale de Gestion du Microcrédit (ANGEM).**

Le microcrédit a été introduit par l'Etat à la fin des années 90 parallèlement à d'autres actions socio-économiques d'accompagnement de l'économie en transition. Mis en œuvre à l'origine par l'Agence de Développement Social (ADS), il était considéré comme un outil de traitement social de la pauvreté et de soutien aux petites activités économiques (auto-emploi, travail à domicile, activités artisanales et de services, ...etc.). Ce volet crédit ayant connu quelques difficultés dans sa phase de démarrage dans le cadre du dispositif ADS, des modifications dans les méthodes d'intervention ont été opérées avec un transfert du portefeuille de l'ADS vers l'ANGEM.

L'ANGEM est créée par décret exécutif n° 04-14 du 22 janvier 2004. Il est l'un des instruments de réalisation de la politique de l'Etat en matière de lutte contre le chômage et la précarité. Elle est dotée d'un fonds dénommé "Fonds de Garantie Mutuelle des Micro Crédits " (F.G.M.MC). Ce dernier a pour mission de garantir les micro crédits accordés par les banques et les établissements financiers adhérents à ce fonds, aux promoteurs ayant obtenu une notification des aides de l'Agence.

Afin d'assurer les missions qui lui sont confiées, l'Agence a adopté un modèle d'organisation décentralisé. Les 49 Coordinations de Wilaya couvrant l'ensemble du territoire du pays sont soutenues par des cellules d'accompagnement au niveau de chaque Daïra. Le Fonds de garantie F.G.M.MC est présenté au niveau de chaque coordination par un cadre chargé d'étude. Le fonds de garantie mutuelle des micro crédits est chargé de garantir à hauteur de 85% les crédits accordés par les banques aux promoteurs initiant des projets dont le coût varie entre 100000DA et 400000DA.

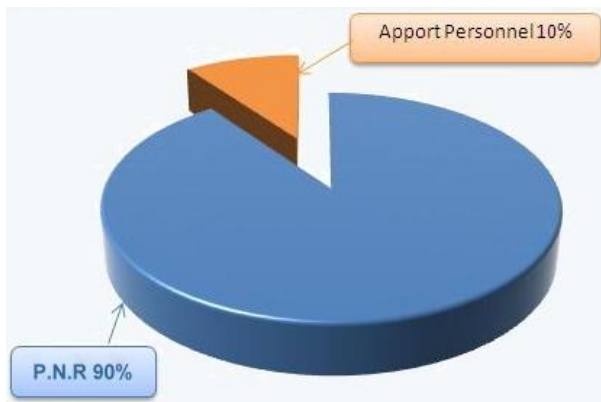
Trois types de financements sont mis à la disposition des promoteurs au sein de l'ANGEM. Le premier type fait intervenir seulement l'ANGEM et le promoteur (l'ANGEM intervient par le prêt non rémunéré PNR). Il est destiné à l'achat de matières premières. Le montant accordé est de 30000 DA. Le deuxième type fait intervenir la banque et le promoteur. Il est d'un montant variant de 30000 DA à 100000 DA. Le troisième type fait intervenir l'ANGEM, le promoteur et la banque. Le montant accordé est de 400000 DA.

L'apport minimal du promoteur est de 10% du montant du micro crédit. A cela, s'ajoutent le paiement des droits de souscription du fonds de garantie représentant 1% du montant du prêt ainsi que les primes annuelles du risque qui s'élèvent à 1% de l'encours du crédit. Le taux d'intérêt est de 2% à la charge de l'emprunteur et le taux bancaire est de 10% bonifié par le trésor au taux de 8%<sup>68</sup>.

Les informations suivantes concernent un récapitulatif des trois modes de financement de l'ANGEM (financement d'achat des matières premières, financement mixte et le financement triangulaire) présentés par des schémas plus expressifs comme suit:

**Figure n° 9 : les types de financement de l'agence nationale de la gestion du micro crédits (ANGEM) :**

Le Financement Achat de Matière de Première

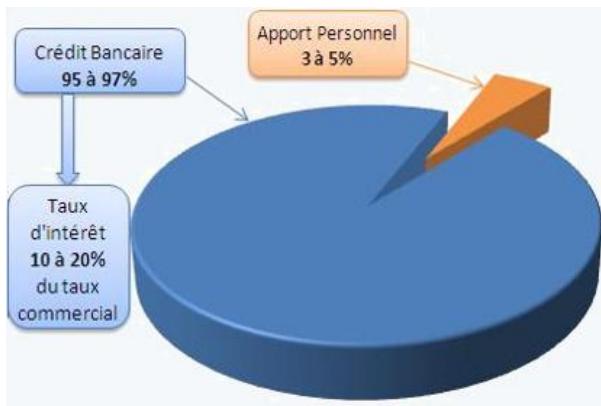


Le Financement mixte

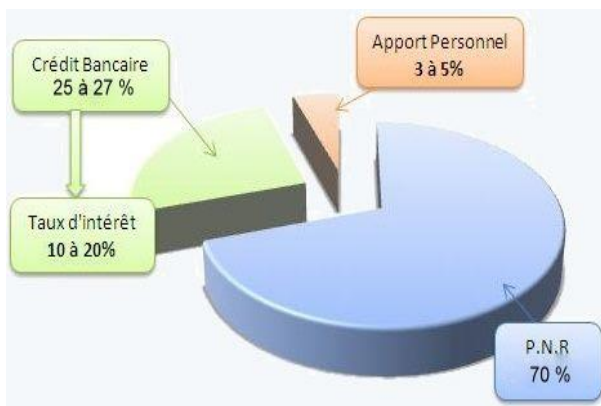
---

<sup>68</sup> : Lettre de l'agence, revue bimestrielle éditée par l'ANGEM, n° 1.





### Le Financement Triangulaire



Les avantages et les aides suivante sont accordés par l'ANGEM :

- Le soutien, le conseil, l'assistance technique et accompagnement sont assurés par l'ANGEM dans le cadre de la mise en œuvre de l'activité du promoteur.
- Le crédit bancaire est accordé avec un taux d'intérêt réduit à la charge du promoteur. (10 ou 20%)
- Bénéficiaire d'un prêt non rémunéré P.N.R (sans intérêts) équivalant à 25% du coût globale de l'activité lorsque ce dernier est supérieur à 100.000 DA et inférieur à 400.000 DA.
- Ce taux peut être porté à 27% du coût de l'activité:
  - Si le promoteur détient un diplôme ou un titre équivalent reconnu.

- Si l'activité du promoteur est implantée dans une zone spécifique au niveau du sud ou des hauts plateaux.
- Lorsque la demande de prêt est accordée, le promoteur peut suivre une formation en gestion de très petite entreprise. En outre, après le démarrage de l'activité, le promoteur peut participer aux salons exposition / ventes, organisés régulièrement par l'Agence à travers tout le pays.

La part de la wilaya de Bejaia est importante 6725 dossiers sont déposés au niveau de l'agence nationale de gestion du micro crédit (ANGEM) de Bejaia dont 5546 projets éligibles et 719 dossiers en cours d'étude. Les préaccords bancaires donnent d'un nombre de 697 préaccords dont 378 accords accordés par les banques. Le tableau montre que le nombre de projets entrepris par le type de financement 1 (PNR) est de 2520 projets, 12 projets seulement pour le financement mixte (promoteur-banque) et 3061 projets pour le type de financement triangulaire. Le promoteur s'intéresse plus au financement triangulaire où il bénéficie de deux sources de financements, la banque et l'ANGEM, ainsi que les avantages octroyés par cette agence. Cependant, le financement mixte semble peu intéressant pour les promoteurs suite à la difficulté d'obtenir un crédit de la banque et l'absence des avantages.

**Tableau n° 7 : bilan global des dossiers traités durant la période 2005-2009 de l'ANGEM de la wilaya de Bejaia :**

désignation	total
Nombre de dossiers déposés	6725
Nombre de projets éligibles	5546
nombre de dossiers en cours d'étude	719
Nombre de projets transmis aux banques	1595
Nombre de préaccords (notification	697

bancaire)	
Nombre de prêts bancaires accordés	378
Nombre de PNR accordés	2520
Financement mixte	12
Financement triangulaire	3061
Nombre d'emploi créés	2733

Source : établi par l'auteur à partir des données de l'ANGEM

## Conclusion

L'entrepreneuriat privé en Algérie est en plein essor et la création des entreprises engendre des richesses et un développement de l'économie nationale. Beaucoup de facteurs ont été la cause de ce changement. En fait, la révision effectuée du code de l'investissement de 1963 à aujourd'hui est l'un des déterminants essentiels de l'évolution de la création des entreprises. En effet, la loi 63-277 du 27 juillet 1963 portant code des investissements s'adressait principalement au capital étranger qui est considéré en tant qu'élément important du développement de l'Algérie suite aux besoins multiples et à la rareté des ressources financières. Le code des investissements de 1966 stipule que les secteurs privés national et étranger sont libres dans les branches non stratégiques. L'Etat a le monopole sur les secteurs d'activité stratégiques de l'économie. Il a alors limité l'intervention du capital privé dans le développement du secteur non agricole (l'industrie et le tourisme). La loi 82-11 du 21 août 1982 relative à l'investissement économique privé a institué un agrément préalable et obligatoire à toute démarche administrative et à tout projet d'investissement. Ce texte de loi a limité à un seuil maximum d'investissement et a précisé le domaine d'intervention du secteur privé. La loi d'orientation sur la promotion de la petite et moyenne entreprise (loi N°01-18 du 12 décembre 2001), définit et fixe les mesures de facilitations administratives dans la phase de création de l'entreprise. En outre, elle

prévoit la création d'un fond de Garantie des prêts accordés par les banques en faveur des PME. L'ordonnance n° 06-08 du 15 juillet 2006 modifiant et complétant l'ordonnance 01-03 du 20 Août 2001 relative au développement de l'investissement permet de décentraliser l'ANDI. L'évolution de ces lois a engendré une évolution de l'entrepreneur algérien qui suit un contexte d'une économie de marché.

Par ailleurs, dans un contexte de libéralisation du champ économique, l'émergence d'un environnement moins contraignant, évidemment en le comparant à celui des années d'après l'indépendance aux décennies 80 et début des années 90, un soutien des différentes agences nationales créées par l'Etat a abouti à l'instauration d'un climat favorable aux entrepreneurs privés. Autrement dit, pour mieux encourager les entrepreneurs, des dispositifs d'aide à la création des entreprises ont été mis en place tel que l'ANSEJ, l'ANDI, ANGEM. Tous ces dispositifs ont pour mission principale d'alléger les difficultés de financement pour la création d'entreprise et d'octroyer des aides financières aux créateurs d'entreprise.

## **Chapitre 4 :**

### **La monographie et création d'entreprise dans la wilaya de Bejaia**

#### **Introduction**

La wilaya de Bejaia est une des plus dynamiques de l'Algérie. Elle a un potentiel important en ressources naturelles et humaines. Cela la rend favorable à la création d'entreprises en particulier les PME. Celle-ci s'est intensifiée ces dernières années. Il est nécessaire de présenter les PME de la wilaya de Bejaia afin de mieux éclaircir la dynamique de création d'entreprises et de montrer le rôle des dispositifs d'aide à la création d'entreprises de cette wilaya.

Ce chapitre est subdivisé en trois sections. La première section met en exergue le potentiel de ressources dans la wilaya de Bejaia. La deuxième section évoque la répartition spatiale des PME selon les 52 communes de la wilaya de Bejaia. La troisième section s'articule autour de la répartition de ces PME selon le secteur d'activité et présente le secteur de l'artisanat. La dernière section présente bilan des différents dispositifs d'aide à la création d'entreprises (ANDI, ANGEM, ANSEJ) dans la wilaya de Bejaia et leur rôle dans la réalisation de projets d'entrepreneurs.

## **1) La présentation socio économique de la région d'étude :**

### **1.1) La présentation géographique et démographique :**

La wilaya de Bejaia est une wilaya côtière du Centre Est de l'Algérie. Elle s'ouvre sur la mer Méditerranée avec une façade maritime de plus de 100 Km. Elle est insérée entre les grands massifs du Djurdjura, des Bibans et des Babors. Le territoire de la wilaya de Bejaia s'étend sur une superficie de 322 348 ha. Il est réparti sur une superficie agricole utile de 130 348 ha. Une superficie forestière de 122 500 ha et les terres non agricoles sont de 35 054 ha. Le relief montagneux est de 65 % coupé par la vallée de la Soummam et les plaines situées près du littoral. Au nord, se situe le massif du Bouhatem et le Massif du Djurdjura, au sud, se situe le Massif du Bouselam et les Babords et au centre se situe la vallée de la Soummam.

L'organisation administrative a connu un changement de 1974 à 1984. En 1974, lors du découpage administratif<sup>69</sup>, la wilaya de Bejaia était organisée en 05 Dairas et 28 Communes. En 1984, son organisation administrative<sup>70</sup> a été modifiée en instituant 19 Dairate et 52 communes. Elle a des limites administratives avec Cinq wilayas : Tizi-Ouzou et Bouira à l'Ouest, Jijel à l'Est, Sétif et Bordj Bou Arreridj au Sud.

En 2008, la population de la wilaya de Bejaia est estimée à 912579 habitants. La distribution de la population est inégale. La majorité de celle-ci se concentre dans les chefs lieux, et est estimée à 559190 habitants (plus de 61%). 240159 habitants vivent dans les agglomérations secondaires (26%). Le reste de la population se concentre dans les zones éparses avec 113230 habitants (13%). Ainsi, la population vivant en agglomération représente plus de 87%. La population urbaine est de 314 230 habitants, soit 34,34 % de la population totale de la wilaya. L'essentiel de cette population est concentré dans les villes situées dans la vallée de la Soummam et son

---

<sup>69</sup> : j.o.r.a n° 55 du 09 juillet 1974.

<sup>70</sup> : j.o.r.a n° 06 du 07 février 1984.

prolongement vers le Nord.

Le tableau n°8 représente les communes où le nombre d'habitants dépasse 20000 habitants. La commune de Bejaia prend la tête avec 177988 habitants et la population dans les autres communes ne dépasse pas les 100000 habitants.

**Tableau n° 8: la répartition de la population dans quelques communes de la wilaya de Bejaia :**

Communes	Agglomération chef lieu	Agglomération secondaire	Zones éparses	Total population
Bejaia	176140	465	1383	177988
Akbou	38291	14835	156	53282
Amizour	20314	10194	7055	37563
Kherrata	23657	3844	7576	35077
Elkseur	23579	0	6264	29843
DraaElcaid	1395	10802	17025	29222
Tazmalt	24559	1724	2608	28891
Timzrit	17211	8162	480	25853
Ouzellaguen	20408	1681	630	22719
Seddouk	13907	4808	1857	20572

Source : établi par l'auteur à partir des données de la DPAT

A la fin de l'année 2008, La population active totale est d'environ 347 700, représentant 38 % de la population totale de la wilaya. La population occupée est de 305 904 donnant ainsi un taux d'emploi de 88 % en tenant compte des personnes occupées dans les secteurs informels. Le taux de chômage se situe entre 12 et 14 %. La population inoccupée demeure importante, notamment pour les catégories d'âges de moins de 40 ans, les diplômés et surtout celles des zones de montagne et les zones rurales.

La population occupée est répartie sur les différents secteurs d'activité. La part du secteur du BTP est plus importante, avec 28% et un nombre de 74390 travailleurs. La part de l'agriculture représente 24% de la population occupée, soit 65790 travailleurs. La part de l'industrie publique est de 23360 travailleurs, soit 9%. 25% de la population occupée active dans le secteur des services, soit 68520 personnes. La part de l'ADM (exécutif, APC, EPA) représente 14%, soit 39350 personnes. 6790 personnes activent dans le secteur du tourisme et de l'artisanat et la population occupée dans les autres secteurs est de 27690 travailleurs.

## **1.2) La présentation des richesses naturelles :**

### **1.2.1) L'agriculture :**

La superficie agricole utile (S.A.U) est de 130 348 Ha dont 6 500 Ha irrigués soit 4,98 %. Les cultures permanentes occupent 71 526 Ha dont 98,20 % d'arbres fruitiers. La wilaya recèle d'importantes potentialités foncières de haute valeur agricole, particulièrement les terres situées dans la vallée de la Soummam et les plaines côtières. La fertilité de ces sols confère au secteur de l'agriculture des aptitudes à une exploitation intensive (irrigation, mécanisation) dans le domaine du maraîchage, des agrumes, des fourrages et dans les élevages bovins laitiers et avicoles. Les zones de piémonts et de montagne qui constituent l'essentiel du territoire de la wilaya concentrent presque toutes les activités arboricoles. Les espèces dominantes sont l'olivier et le figuier, ainsi que les cultures maraîchères mais pratiquées sur des espaces réduits avec le recours aux serres. Le cheptel n'est pas important en comparant aux possibilités existantes. Il se limite à 29 875 têtes de bovins, 91 410 têtes d'ovins et 33 535 têtes de caprins, avec une prédominance de l'élevage familial.

### **1.2.2) Les forêts :**

La superficie forestière totalise 122 500 Ha, soit 38 % de la superficie totale de la wilaya, dont 58 700 Ha de forêts couvertes et 63 800 Ha de maquis, avec les



essences forestières dominantes qui sont le chêne liège, chêne zen, chêne Afares et le pin d'Alep.

Par ailleurs, l'activité économique principale est la récolte du liège avec 2 526 Quintaux et celle du bois avec 6 761,5 m<sup>3</sup> répartie en bois d'œuvre 244 m<sup>3</sup>, bois d'industrie 187,5 m<sup>3</sup> et 697,5 m<sup>3</sup> de bois de chauffage. Les autres activités à considérer sont l'exploitation du bois pour la fabrication de traverses de chemin de fer. En outre, les plantes médicinales et aromatiques sont des ressources importantes pour les divers domaines. Le secteur des forêts crée près 414 emplois permanents pour l'année 2008.

### **1.2.3) La pêche:**

La façade maritime de la wilaya de Bejaia s'étend sur 100 Km. Elle est caractérisée par un relief accidenté et un plateau continental très réduit. Les zones d'interventions pour la production halieutique sont la zone côtière, la pêche au large, la pêche hauturière, la pisciculture en milieu continental et en mer ouverte avec plusieurs embouchures d'oueds qui s'y déversent (Oued Soummam, Oued Agrioun, Oued Djemaa, Oued Daas). La pêche dans la frange côtière est estimée à 10 000 Tonnes/ An. La flottille immatriculée dans la wilaya de Bejaia compte 221 embarcations réparties en 20 chalutiers, 35 Sardiniers, 165 petits métiers et 01 Corailleur. En outre, la population maritime compte 1 080 marins dont 132 patrons, 36 mécaniciens et 912 marins pêcheurs. Hormis les patrons et les mécaniciens qui sont tous diplômés, les marins restent très peu qualifiés.

La faiblesse de cette production s'explique surtout par le manque de qualification des pêcheurs, la méconnaissance des nouvelles techniques de pêche et de la flottille qui reste dans sa globalité artisanale. Par ailleurs, la réalisation du port de pêche et de plaisance à Tala Guilef sera d'un grand apport pour le secteur d'autant que le projet aura un impact régional important une fois achevé. Un ambitieux programme de soutien au renouveau rural, à savoir les projets PPDR de Beni K'sila et de Melbou,

est mis en place. Citons, qu'à la fin de l'année 2008, 49 projets agréés dont 43 réalisés dans le cadre de la relance économique sont recensés.

#### **1.2.4) l'énergie et mines :**

Le secteur de l'énergie et des mines de la wilaya est caractérisé essentiellement par des infrastructures énergétiques et gazières et par une industrie extractive de matériaux de construction. Le secteur de l'énergie est axé essentiellement sur les activités de distribution d'énergie électrique et gazière ainsi que des produits pétroliers (Carburants, GPL, Lubrifiants, Pneumatiques et Bitumes). De plus, la wilaya compte un complexe de production d'énergie hydroélectrique et d'une unité de transport par canalisation d'hydrocarbures.

En outre, Le territoire de la Wilaya recèle des gisements de substances minérales, métalliques et non métalliques importants (les gisements d'Argile de R'Mila (réserves 16 Millions T) et I. Ouberouak, le gisement de gypse pour plâtre de construction à Boudjelil, le gisement de Célestine (SrSO<sub>4</sub>) dans la région de Beni Mansour, les argiles kaolinisées de Boukhlifa, les grès siliceux de Taourirt Ighil., le gisement de polymétaux (Zn, Pb, Cd et Ag) dans le massif vulcano-sédimentaire d'Amizour), ainsi que 10 carrières.

En tenant compte de la diversité des ressources, des richesses minérales et de l'existence d'infrastructures d'appoint, le secteur local de l'industrie et des mines offre de nombreuses opportunités d'investissements dans les domaines de la sous-traitance, les activités liées aux bâtiments et travaux publics et dans l'industrie de transformation en général et de l'exploitation minière en particulier.

### **1.3) Les principales infrastructures économiques :**

#### **1.3.1) Le réseau routier :**

Le réseau routier de la wilaya est très dense. Il se compose de routes nationales d'une longueur de 444,2 Km dont 20 Km non revêtus, des chemins de wilaya d'une longueur de 659 Km dont 12 Km non revêtus et des chemins communaux d'une

longueur de 3 021,01 Km dont 1 003,85 Km non revêtus. Les principaux axes du réseau national sont dans un état relativement convenable, et desservent les centres les plus dynamiques de la wilaya du point de vue économique.

En outre, l'infrastructure ferroviaire dispose d'une voie longue de 90 Km (Bejaia – Beni Mansour) et de 07 gares au niveau des principaux centres urbains de la vallée de la Soummam. Ce réseau pourrait jouer un rôle des plus importants dans la vie économique de la région et insuffler une réelle relance de l'activité des zones industrielles et d'activités se trouvant de part et d'autre de son tracé.

### **1.3.2) Le port et l'aéroport:**

Le port de Bejaia constitue un atout stratégique pour toute la région aussi bien pour le transport de marchandises que celui des voyageurs. Sa consistance est composée de 03 bassins d'une superficie de plus de 156 Ha, d'un terre-plein de 50 Ha et 2 730 ml de quais cernés par cinq (05) jetées d'une longueur totale de 3 400 ml.

Les mouvements de la navigation enregistrés en 2008 sont de 1 213 navires pour une jauge brute entrante de 13 779 680 T et de 1 208 navires pour une jauge sortante 13 722 880 T. Pour le trafic de marchandises, les quantités embarquées sont de 8 693 845 T et celles débarquées de 6 990 931 T, soit 15 684 776 Tonnes au total.

Par ailleurs, le réseau aéroportuaire relie Bejaia au Sud algérien, à Alger et à l'Europe avec des vols réguliers. L'infrastructure se compose d'une piste de 2 400 ml x 45, d'une aérogare de 250 passagers/jour en moyenne et d'une aire de stationnement de 24 576 m<sup>2</sup>.

### **1.4) Les zones d'activité commerciales et les zones industrielles :**

La wilaya de Bejaia comprend dix huit zones d'activité commerciales (ZAC) et trois zones industrielles. Les zones industrielles sont celle d'Akbou, Elkseur et Bejaia.

Ces zones s'étalent sur un espace de 2087135 m<sup>2</sup> avec 153 lots créés et 148 lots cédés et 142 unités implantées. Les zones d'activité commerciales sont données dans le tableau suivant :

**Tableau n°9 : Les zones d'activité commerciale (ZAC)**

Les zones	Superficie totale (m <sup>2</sup> )	Nombre de lots créés	Nombre de lots cédés
ZAA Taskriout	16053	15	15
ZAA Aokas	44500	28	28
ZAC Tala Hamza	40490	21	21
ZAC Oued Ghir	91600	96	96
ZAC Toudja	83039	32	30
ZAC El Kseur	159209	189	189
ZAC Fenaia (Il-Maten)	100501	58	50
ZAC Ideraken (Timezrit)	35503	28	28
ZAC Taharacht I (Akbou)	248521	50	50
ZAC Taharacht II (Akbou)	224895	45	41
ZAE Amizour	24760.01	13	13
ZAC Seddouk	15272	18	18
ZAC Seddouk 2ème tranche	12279	9	9
ZAC Hellouane (Ouzellaguen)	36179	18	18
ZAC Souk El Tnine	89964	93	92
ZAC Akafadou	26637	21	0
ZAC Adekar	44270	43	34
ZAC Bejaia	28081	40	40

Source : direction des mines et de l'industrie- bureau de l'industrie 07/02/2010.

La lecture de ce tableau montre que les zones d'activité commerciales sont d'une superficie globale de 1321753.01 m<sup>2</sup> avec 817 lots créés et 772 lots cédés. Les deux ZAC d'Akbou représentent les plus grandes en superficie. Elles s'étalent sur un espace de 473416 m<sup>2</sup> avec 95 lots créés et 91 lots cédés. La ZAC d'El Kseur se place

en deuxième position avec une superficie de 159209 m<sup>2</sup> d'un nombre de 189 lots créés et 189 lots cédés. La ZAC de Fenaia (Il-Maten) est de 100501 m<sup>2</sup> avec 58 lots créés et 50 lots cédés. Ces trois ZAC sont les plus grandes dans la wilaya de Bejaia. Elles représentent une superficie de plus de 100000 m<sup>2</sup>.

Le tableau ci-dessous montre que la zone industrielle de Bejaia est la plus importante avec une superficie de 1188940 m<sup>2</sup> avec 91 lots créés et 87 lots cédés. Elle compte 90 unités industrielles. La zone industrielle El Kseur est d'une superficie de 495745 m<sup>2</sup> avec un nombre de 57 lots créés et 57 lots cédés. Elle comporte 48 unités industrielles. La zone industrielle Akbou s'étale sur une superficie de 402450 m<sup>2</sup> avec 5 lots créés et 4 lots cédés. Elle englobe 4 unités industrielles.

**Tableau n° 10 : Les zones industrielles (Z.I)**

Les zones	Superficie totale (m <sup>2</sup> )	Nombre de lots créés	Nombre de lots cédés	Nombre d'unité implantée
Z.I Bejaia	1188940	91	87	90
Z.I Akbou	402450	5	4	4
Z.I El Kseur	495745	57	57	48

Source : direction des mines et de l'industrie- bureau de l'industrie 07/02/2010.

La wilaya de Bejaia compte un potentiel de foncier industriel important. Cet avantage favorise l'émergence de nouvelles entreprises.

## 2) Les PME de la wilaya de Bejaia :

**Tableau n° 11: la répartition des PME par communes :**

Intervalle de nombre de PME	Nombre de commune	%
[10-100[	31	59.61
[100-200[	11	21.15
[200-300[	4	7.69
300 et plus	6	1.15
total	52	100

Source : établi par l'auteur à partir des données de la DPAT

La lecture du tableau ci-dessus démontre que 31 commune parmi les 52 communes de la wilaya de Bejaia, voire 59.61 % contiennent de 10 à 100 PME. 11 communes sur 52 communes ont de 100 à 200 PME, 4 communes disposent de 200 à 300 PME et le reste or 6 communes englobent plus de 300 PME. Alors il est possible de noter que ces six communes sont les plus dynamiques en termes de création de PME.

**Tableau n° 12 : la répartition des PME par les 30 communes d'un nombre de 10 à 95 PME :**

communes	Nombre PME	nombre d'emploi
Boukhelifa	30	75
Tizi N'berber	41	119
Ighram	49	200
Chellata	71	132
Tamokra	19	78
IghilAli	47	77
Ait R'zine	95	271
Boudjllil	71	346
Beni Mellikeche	20	26
Leflaye	58	165
Tinebdher	47	74
Tifra	41	69

Sidi Ayad	43	87
Chemini	80	146
Souk Oufella	90	160
Tibane	42	112
Akafadou	38	52
Adekar	86	296
Beni K'sila	64	327
Taurirt Ighil	33	81
Amalou	79	155
Bouhamza	43	176
M'csisna	64	313
Beni Maouche	59	179
Barbacha	88	152
Kendira	47	88
Toudja	46	237
Fenaia	67	303
Melbou	84	319
Tamridjet	65	121

Source : établi par l'auteur à partir des données de la DPAT

D'après l'observation de ce tableau ci-dessus qui illustre la répartition des PME selon les trente communes de la wilaya de Bejaia, le nombre de PME répartie dans ces communes est de 19 à 95 PME. Alors 19 PME se situe dans la commune de Tamokra avec un emploi de 78 postes, la commune la plus pauvre en termes de PME. Les autres communes telles Boukhelifa, Tizi N'berber, Ighram, IghilAli, Beni Mellikeche, Tinebdher, Tifra, Sidi Ayad, Tibane, Akafadou, Taourirt Ighil, Bouhamza, Kendira et Toudja contiennent moins de 50 PME dans chaque commune, or le nombre de PME se situe entre 20 et 49 PME où 20 PME se trouve dans la commune de Beni Mellikeche, et 49 PME dans la commune de Ighram. Et le reste des communes ont une part de PME de 58 à 95 PME, 58 se trouve à la commune de Leflaye et 95 PME à la commune de Ait R'Zine.

Concernant l'emploi, la commune de Beni Mellikeche a seulement un nombre de 26 emplois, et la commune de Boudjllil représente le nombre le plus élevé en termes d'emploi où 346 emplois existent émanés de 71 PME. Les autres communes telles Beni K'sila a un nombre de 327 emplois, Ait R'Zine a 271 emplois, Melbou a 319

emplois, Fenaia a 303 emplois, Ighram a 200 emplois, Toudja a 237 emplois et Adekar a 296 emplois. El reste des communes disposent de moins de 200 emplois pour chacune.

Le tableau n°13 montre que ces douze communes ont un nombre de PME supérieur à 95 et inférieur à 200. Alors d'après cette lecture, il est important de constater que les deux commune Aokas et Beni Djellil comptent 175 PME puis suit les communes d'Oued Ghir et d'Ouzellaguen respectivement avec 174 et 172 PME. En outre les deux communes Tichy et Taskriout ont 162 et 153 PME en ordre. Le reste des communes comptent un nombre de PME qui ne dépasse pas 150 PME.

Concernant l'emploi, la commune de Feraoun a le nombre le plus faible d'emplois dans ce groupe de communes qui est de 191 emplois, et la commune de Tichy représente le nombre le plus élevé en termes d'emploi où 929 emplois existent émanés de 162 PME. Les autres communes telles Ouzellaguen a un nombre d'emplois également important qui est de 869 emplois, Aokas a 585 emplois, Oued Ghir a 561 emplois, Draa El Gaid a 524 emplois, Taskriout a 463 emplois, Beni Djellil a 433 emplois. Le reste des communes enregistre un nombre d'emplois inférieur à 400 postes, telle Ait Smail et Darguina avec 353 emplois pour chacune, Semaoun avec 335 emplois et enfin la commune de Tala Hamza avec 299 emplois.

**Tableau n° 13 : la répartition des PME par les 12 communes d'un nombre de 97 à 200 PME :**

Commune	Nombre de PME	Nombre d'emploi
Oued Ghir	174	561
Tichy	162	929
Tala Hamza	108	299
Aokas	175	585
Ouzellaguen	172	869
Beni Djellil	175	433



Semaoun	132	335
Draa El Gaid	150	524
Darguina	101	353
Taskriout	153	463
Ait Smail	121	353
Feraoun	97	191

Source : établi par l'auteur à partir des données de la DPAT

La lecture du tableau n°14 met en exergue le nombre de PME réparties dans les quatre communes qui sont : Timzrit, Seddouk, Amizour et Souk ELtnine qui comptent plus de 200 PME où la commune d'Amizour prend la tête avec 247 PME d'un taux de 2.46% du total des PME de la wilaya de Bejaia, puis la commune de Souk Eltnine avec 224 PME d'un pourcentage de 2.23 %. Les deux autres communes Timzrit et Seddouk ont respectivement 223 PME d'un taux de 2.22 % et de 201 PME estimé à 2 %. Bien évidemment la comparaison faite est selon les quatre communes étudiées dans ce tableau sur un intervalle de plus de 200 PME et moins de 300 PME.

L'emploi représente une part peu significative dans les quatre communes où 5.54 % de l'emploi total de la wilaya de Bejaia or 6348 emplois sur 39 106 emplois. La commune d'Amizour s'accapare de 937 emplois, la commune de Seddouk compte 655 emplois, les deux communes Souk Eltnine et Timzrit ont respectivement 617 et 515 emplois.

**Tableau n° 14 : la répartition des PME par les 4 communes d'un nombre de 200 à 300 PME :**

Commune	Nombre PME	%	Nombre d'emploi
Timzrit	223	2.22	515
Seddouk	201	2	655
Amizour	247	2.46	937
Souk Eltnine	224	2.23	617

Source : établi par l'auteur à partir des données de la DPAT

Le tableau ci-dessous que les six communes les plus dynamiques en termes de création de PME dans la wilaya de Bejaia. Ces chiffres montrent que la commune de Bejaia est classée la première au niveau de toute la wilaya sur les 52 commune avec 3483 PME d'un taux de 34.81 %, elle est suivie de la commune d'Akbou d'un nombre de 821 PME d'un pourcentage de 8.20 %. 387 PME se localisent dans la commune d'ElKseur estimé à un pourcentage de 3.86 %. Les trois autres communes qui sont : Tazmalt, Kherrata et Sidi Aich s'accaparent respectivement de 347,338 et 307 PME estimé à des taux respective 3.46 %, 3.37 % et 3.06 %. Par ailleurs, la part de la commune de Bejaia dans l'emploi est importante où 17 086 emplois estimé à un taux de 43.69 % du total de l'emploi au niveau de toute la wilaya presque la moitié. Puis suit la commune d'Akbou avec un 3579 emplois à un taux de 9.15 % , les quatre communes restantes ElKseur, Tazmalt, Sidi Aich disposent de plus de 1000 emplois respectivement 1697, 1168 et 1046 emplois, or que la commune de Kherrata compte 975 emplois.

**Tableau n° 15 : la répartition des PME par les 6 communes d'un nombre de plus de 300 PME :**

Commune	Nombre PME	%	Nombre d'emploi
Bejaia	3 483	34.81	17 086
Akbou	821	8.20	3 579
El Kseur	387	3.86	1697
Tazmalt	347	3.46	1168
Kherrata	338	3.37	975
Sidi Aich	307	3.06	1046

Source : établi par l'auteur à partir des données de la DPAT

### **3) Les PME selon le secteur d'activité et l'artisanat dans la wilaya de Bejaia :**

Le tableau ci-dessous représente la répartition des PME selon le secteur d'activité, alors en l'observant, il est à constater que 24.13 % des PME sont dans le

secteur de B T P non pétrolier, soit 2415 PME, 2025 PME sont le nombre de PME qui exercent l'activité du commerce estimé à un pourcentage de 20.23 %, le secteur d'activité transports et auxiliaires, communication enregistre un nombre de 1684 PME d'un taux de 16.83 %, services marchands fournis aux ménages s'accapare de 652 PME avec un pourcentage de 6.51 % or que le secteur des services fournis aux entreprises compte 582 PME, soit un taux de 5.81 %, l'activité de l'industries du bois, liège, papiers et imprimerie se fait dans 521 PME d'un pourcentage de 5.20 %. Les secteurs d'activité d'Industries agroalimentaires, tabacs et allumettes, Hôtels, restaurants et cafés, Agriculture et pêche, I S M M E, Matériaux De construction, céramique et verre représentent respectivement un nombre de 458 PME, 477 PME, 289 PME, 238 PME, 184 PME avec des pourcentages respectives de 4.57 %, 4.76 %, 2.88 %, 2.37 % et 1.83 %, et enfin les autre secteurs d'activité enregistrent 480 PME d'un taux de 4.79 %. Il est à remarquer que le secteur d'activité du BTP est en tête dans la wilaya de Bejaia.

**Tableau n° 16: la répartition des PME selon le secteur d'activité :**

Secteurs d'activité	Nombre de PME	%
Bâtiments et T P non pétrolier	2 415	24.13
Commerces	2 025	20.23
Transports et auxiliaires, communication	1 684	16.83
Service marchand fournis aux ménages	652	6.51
Services fournis aux entreprises	582	5.81
Industries du bois, liège, papier et imprimerie	521	5.20
Hôtels, restaurants et cafés	477	4.76
Industries agroalimentaires, tabacs et allumettes	458	4.57
I S M M E	238	2.37
Matériaux De construction, céramique et verre	184	1.83
Agriculture et pêche	289	2.88
Autres secteurs	480	4.79
Total	10 005	100

Source : établi par l'auteur à partir des données de la DPAT

A partir de la lecture du tableau n°17, on peut noter que nombre d'artisans individuels est de 7080, le nombre d'entreprises artisanales est faible il est de deux entreprises seulement, le nombre total des artisans est de 7137.

Par ailleurs ce secteur d'activité génère 10 620 emplois, alors c'est une activité profitable et importante à réaliser une dynamique économique et engendrer des bénéfices. Les entrepreneurs s'intéressent à s'orienter vers l'artisanat afin d'aboutir à concrétiser leurs projets.

**Tableau n° 17 : l'artisanat dans la wilaya de Bejaia :**

Nombre d'artisans individuels	7 080
Nombre de coopératives artisanales	55
Nombre d'entreprises artisanales	02
Répartition selon le domaine d'activité	
L'artisanat traditionnel et d'art	879
L'artisanat de production de biens	1 871
L'artisanat de production de services	4 387
Nombre total des artisans	7 137
Effectif global (Employés)	10 620

Source : établi par l'auteur à partir des données de la DPAT

D'après ce tableau et ce secteur ci-dessus, il est à remarquer que le nombre de PME créées pour l'année 2008 est de 1235, 58 PME sont réactivées, et 112 PME ont disparus sont radiées du registre du commerce, alors l'évolution des PME pour l'année 2008 est estimée à 1181 PME. Alors il y a un mouvement important dans la création de PME durant cette année.

**Tableau n° 18: le mouvement des PME en 2008 :**

Nombre total des PME au 31/12/2008	10 005
------------------------------------	--------

Mouvement 2008	- Créations	1 235
	- Réactivations	58
	- Radiations	112
	Croissance	1 181

Source : établi par l'auteur à partir des données de la DPAT

#### 4) Les dispositifs d'aide à la création des entreprises dans la wilaya de Bejaia :

Les dispositifs d'aide à la création d'entreprises représentent un atout pour les entrepreneurs afin de leurs aménager un environnement moins contraignant. Dans cette section, il est intéressant d'aborder la dynamique de création d'entreprises par les agences nationales suivantes : l'agence nationale du développement des investissements (ANDI), l'agence nationale de gestion du micro crédit (ANGEM) et l'agence nationale du soutien à l'emploi de jeunes (ANSEJ) bien évidemment de la wilaya de Bejaia.

##### 4.1) L'agence nationale de développement des investissements (ANDI) :

Le guichet unique de l'ANDI a été créé en octobre 2006 au niveau de la wilaya de Bejaia, alors il est important de noter le meilleur accueil que réserve cette agence, la décentralisation de l'ANDI a permis de faciliter la création d'entreprises en réduisant le temps de réponse à la demande du créateur. Alors dans le tableau suivant sont mentionnées les données concernant la création d'entreprise au niveau de l'ANDI de Bejaia.

D'après le tableau n°19, le nombre de projets de 2007 au 30 Novembre 2009 est en augmentation continue. 557 projets ont été créés en 2007 avec un montant de 13384 millions DA et représente 22% du total du nombre de projets. 879 projets ont été enregistrés pour l'année 2008 d'une valeur de 24265 million DA enfin pour l'année 2009 sans le mois de Décembre 1095 projets ont été créés avec un montant de 15957 millions DA à un pourcentage important que 2007 et 2008 43.26% du total des projets. Une importante progression dans la création d'entreprises pour 2009 d'un nombre de 216 projets par rapport à 2008 et 538 projets par rapport à 2007.

**Tableau n° 19: Évolution des déclarations d'investissement durant la période  
2002 – 2008**

Années	Nombre de projets	%	Montant en million DA
2007	557	22	13384
2008	879	34.75	24265
2009	1095	43.26	15957
total	2531	100	53606

Source : établi par

l'auteur à partir des données de l'ANDI

D'après le tableau ci-dessous, il est important de noter que les investissements privés s'accaparent de la part du lion du total de l'investissement en ayant un pourcentage de 99.84 % presque la totalité ou bien en terme de nombre de projets est de 2527 projet , or que l'investissement public est de 0.04 % ou seulement un unique projet, les projets mixtes sont moins important leur pourcentage est de 0.12 % ou trois projet seulement ont été enregistrés pendant 2007 à 2009.

**Tableau n° 20: répartition des projets d'investissement selon le secteur juridique :**

Secteur juridique	Nombre de projets	%	Montant en million DA
Privé	2527	99.84	51283
Public	1	0.04	212
mixte	3	0.12	2112
total	2531	100	53606

Source : établi par l'auteur à partir des données de l'ANDI

En observant le tableau n°21, on remarque que plus de la moitié de ces projets sont créés dans le secteur d'activité de transport, 2093 projets à un pourcentage de 82.69 % du total des projets. Puis 240 projets ont été enregistrés dans le secteur

d'activité du BTHP à un taux de 9.48 %, l'industrie a pris sa place avec 94 projets à un pourcentage estimé à 3.17 %, les services ont leur part dans la création d'entreprise où 64 projets sont créés à un pourcentage de 2.52 %. L'agriculture a enregistré 19 projets 0.75 % du total des projets. Les autres secteurs d'activité tel le tourisme 13 projets, santé 7 projets et un seul projet dans la télécommunication

**Tableau n° 21: répartition des projets d'investissement selon le secteur d'activité :**

Secteur d'activité	Nombre de projet	%	Montant en million DA
Agriculture	19	0.75	837
BTHP	240	9.48	7779
Industrie	94	3.17	14482
Santé	7	0.27	784
Transport	2093	82.69	24013
Tourisme	13	0.51	1902
Services	64	2.52	3421
Télécommunication	1	0.03	389
total	2531	100	53606

Source : établi par l'auteur à partir des données de l'ANDI

#### **4.2) L'agence nationale de gestion du micro crédit (ANGEM) :**

Cette antenne de l'agence nationale de la gestion du micro crédit (ANGEM) est créée en 2005, elle enregistre une dynamique importante illustrée dans les tableaux qui suivent retraçant le bilan global de l'ANGEM pendant la période de 2005 à 2009.

La lecture du tableau n°22 permet de mettre en évidence cette dynamique de financement de projet par micro crédit par les trois types de financement, le nombre total des dossiers déposés est de 6725 dossiers dont 5546 dossiers sont acceptés et devenus des projets éligibles, 719 dossiers sont en cours d'étude, le nombre de dossiers transmis aux banques sont de 1595 dossiers dont 697 préaccords accordés par les cinq banques (BNA, BADR, BDL, BEA, CPA) et enfin le nombre de prêts bancaires accordés est de 378 accords.

Concernant le type 1 de financement (ANGEM-promoteur), le nombre de dossiers déposés est de 3248 dossiers dont 3073 projets sont acceptés par la commission d'éligibilité et 119 dossiers sont en cours d'étude, enfin le nombre de PNR accordé est estimé à 2090 PNR<sup>71</sup>.

Le type 2 de financement (banque-promoteur) est le moins intéressant pour les entrepreneurs voulant avoir un micro crédit puisque les avantages octroyés par l'ANGEM ne sont accordés à ces promoteurs. Seulement 18 dossiers sont déposés dont 7 sont des projets éligibles et 5 dossiers sont en cours d'étude, 3 dossiers sont transmis aux banques et ils ont acquis 3 préaccord, un préaccord est donné par la BEA et 2 sont octroyés par BDL, mais il n'y a aucun prêt bancaire accordé.

Enfin le dernier type de financement est triangulaire (ANGEM-promoteur-banque), le nombre de dossiers déposés est de 3459 dossiers dont 2466 projets sont éligibles et 595 dossiers sont en cours d'étude, le nombre de dossiers transmis aux banques et de 1592 dossiers dont 694 préaccords sont donnés par les cinq banques, 131 préaccords accordés par la BNA, 138 préaccords par la BADR, 164 préaccords par la BDL, 146 préaccords par la BEA et enfin 115 préaccords par le CPA, effectivement 378 prêts bancaires sont accordés ainsi que 430 PNR sont accordés par l'ANGEM.

Alors, on remarque que le financement triangulaire intéresse plus les promoteurs où ils bénéficient des avantages de l'ANGEM et du prêt de la banque afin de réaliser le projet avec des chances de réussite élevée.

**Tableau ° 22: bilan global des dossiers traités durant la période 2005-2009 selon les trois modes de financements :**

	Programme de financement			
	Type 1	Type 2	Type 3	Total
Nombre de dossiers déposés	3248	18	3459	6725
Nombre de projets éligibles	3073	7	2466	5546

<sup>71</sup> : PNR : Prêt non rémunéré.



nombre de dossiers en cours d'étude	119	5	595	719
Nombre de projets transmis aux banques	-	3	1592	1595
Nombre de préaccords (notification bancaire)	-	3	694	697
Nombre de prêts bancaires accordés	-	0	378	378
Nombre de PNR accordés	2090	-	430	2520
Nombre d'emploi créés	2090	0	643	2733

Source : établi par l'auteur à partir des données de l'ANGEM

A partir du tableau n°23, on peut noter que le nombre de projets pris en charge par les trois modes de financement est de 6265 projets d'une valeur de 114660425.41 DA durant la période allant de 2005 à 2009 dont 3192 projets sont financés par le type 1 (ANGEM-promoteur) avec un montant de 95351697.06 DA, 12 projets seulement sont soutenus par le type 2 (banque-promoteur) et enfin 3061 projets sont aidés par le type 3 (ANGEM-promoteur-banque).

On constate que les projets d'investissement sont importants dans le secteur d'activité de l'artisanat avec un nombre de 3494 projet d'une valeur de 503491058.92 DA, puis suit le secteur d'activité de l'agriculture d'un nombre de 2181 projets estimés à 464772622.32 DA, 554 projets sont financés dans le secteur des services d'un montant de 162685275.60 DA, 26 projets soutenus dans le secteur de l'industrie valorisés à 7300707.30 DA et enfin 10 projets sont créés du secteur de BTP estimés à 3420561.34 DA. Ces deux derniers secteurs d'activité sont financés par le type 3 (ANGEM-promoteur-banque) puisque ce sont des projets qui demandent un montant considérable par rapport au secteur d'activité des services et de l'artisanat où ils ont enregistrés respectivement 35 projets du financement type 1, 4 projets du financement type 2 et 515 projets du financement 3, 2105 projets du financement type 1, 6 projets du financement type 2 et 1383 projets du financement du type 3.

Alors la remarque conclue est que les investisseurs s'intéressent aux financements type 1 avec le prêt non rémunéré de l'ANGEM et type 3 le financement triangulaire avec la participation de la banque et l'ANGEM et le promoteur qui va bénéficier des avantages de cette agence et du prêt de la banque.

**Tableau n° 23: répartition des projets d'investissement selon le secteur d'activité :**

Secteur d'activité	Type 1		Type 2		Type 3	
	Nombre de projets	Montant DA	Nombre de projets	Montant DA	Nombre de projets	Montant DA
Agriculture	1052	31440877.9	2	169790.4	1127	433161954.20
Industrie	0	0	0	0	26	7300707.30
BTP	0	0	0	0	10	3420561.34
Services	35	1036761.40	4	298637.8	515	161349876.40
Artisanat	2105	62874057.7	6	488017.3	1383	440128983.86
Total	3192	95351697.0	12	956645.5	3061	1045362082.83

Source : établi par l'auteur à partir des données de l'ANGEM

#### **4.3) L'agence nationale de soutien à l'emploi de jeunes (ANSEJ) :**

L'antenne de l'agence nationale de soutien à l'emploi de jeunes au niveau de la wilaya de Bejaia a été créée en juin 1998, depuis elle a connu un mouvement de création de projets important, comme c'est illustré dans le tableau suivant.

La lecture du tableau n° 24 donne un état de lieu de l'activité au niveau de l'agence nationale de soutien à l'emploi de jeunes pendant sa création jusqu'à la fin de l'année 2009. Alors le nombre total de dossiers déposés est de 15651 dossiers dont 14030 attestations d'éligibilité délivrées. Concernant les deux types de financement,

d'abord le financement mixte (F.M) est de 230 projets estimé à une valeur de 398068536 DA, puis pour le financement triangulaire (F.T) qui est de 5625 projets, le montant global de ces projets s'élève à 12528959281 DA dont la participation des banques est à hauteur de 1113197858 DA.

**Tableau n° 24 : le bilan de projets de création de l'ANSEJ de 06/1998 au 12/2009**

Années	Dossiers déposés	Attestations d'éligibilité	F.M	Mtt d'I	F.T	Crédits bancaires	Mtt d'I
98/99	3747	3611	18	15438785	1008	1096872703	1713806893
2000	1149	1108	15	6989002	743	803157292	1180350634
2001	664	603	18	16003248	291	284172110	429575978
2002	712	677	21	15699703	265	302964655	463100304
2003	836	785	15	10995643	215	224310722	340644728
2004	2236	1940	17	36396381	407	554636588	815620060
2005	1110	969	17	13544077	381	690895369	1012653974
2006	940	851	28	80028796	330	513660001	811349021
2007	968	860	36	72171673	326	2945902401	3976384984
2008	1082	817	24	42882295	556	1023915451	1493214775
2009	2207	1809	21	87918933	1103	2691491289	392257930
Total	15651	14030	230	398068536	5625	1113197858	12528959281

Source : établi par l'auteur selon les données de l'agence nationale de soutien à l'emploi de jeunes (ANSEJ)

#### 4.4) Les dispositifs d'aide à la création des entreprises à les communes Bejaia, Akbou et Ouzellaguen :

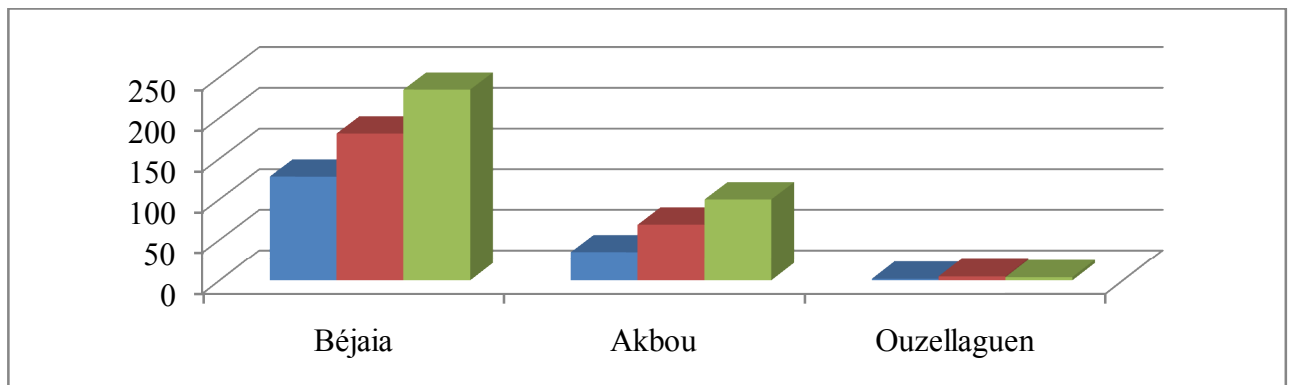
L'agence nationale du développement de l'investissement (ANDI) joue un rôle important dans l'encouragement des entrepreneurs privés à la création d'entreprises. Le tableau n° 44 montre la dynamique de création d'entreprises dans les trois communes (Bejaia, Akbou et Ouzellaguen). On remarque que la commune de Bejaia est classée la première avec 544 projets d'une valeur de 12678 millions DA durant une période allant de 2007 à 2009. 128 projets avec un montant de 3893 millions DA ont été réalisés en 2007. 181 projets avec un montant de 5244 millions DA ont été fait en 2008 et 235 projets réalisés en 2009 avec une valeur de 3541 millions DA. Dans la commune d'Akbou, 204 projets avec un montant de 6692 millions DA ont été fait, pendant la période 2007 à 2009. 35 projets avec un montant de 1670 millions DA ont été réalisés en 2007, 69 projets avec une valeur de 3429 millions DA ont été fait, en 2008 et 100 projets réalisés, d'un montant de 1593 millions DA en 2009. Dans la commune d'Ouzellaguen, 11 projets avec un montant de 3100 millions DA ont été créé durant 2007 à 2009. Deux projets d'une valeur de 625 millions DA ont été réalisés en 2007, 5 projets avec un montant de 1879 millions DA l'ont été en 2008 et 4 projets avec une valeur de 616 millions DA sont réalisés en 2009.

**Tableau n° 44: répartition des projets d'investissement selon les 3 communes :**

Année et commune	Béjaia		Akbou		Ouzellaguen	
	N P	MTT M DA	N P	MTT M DA	N P	MTT M DA
2007	128	3893	35	1670	2	625
2008	181	5244	69	3429	5	1879
2009	235	3541	100	1593	4	616
Total	544	12678	204	6692	11	3100

Source : établi par l'auteur à partir des données de l'ANDI

**Figure n° 10: Evolution du nombre de projet dans les trois communes (Ouzellaguen, Akbou, Bejaia).**



A partir de l'histogramme, on remarque qu'il y a une augmentation importante de création d'entreprises de 2007 à 2009. La commune de Bejaia a enregistré une création de 128 projet en 2007 et 181 projets en 2008 avec une hausse de 52 projets, 235 projets ont été créés en 2009 avec une croissance de 54 projets par rapport à 2008. Pour la commune d'Akbou, 35 projets ont été réalisés en 2007 et 69 projets en 2008 avec une augmentation de 34 projets, 100 projets réalisés en 2009 avec une hausse de 31 projets et cela par rapport à 2008. Alors, il a une évolution positive dans les deux communes Akbou et Bejaia durant la période de 2007 à 2009. Par ailleurs, la commune d'Ouzellaguen a enregistré une création de 2 projets seulement en 2007 et de 5 projets en 2008 avec une augmentation de 3 projets, 4 projets ont été réalisés en 2009 avec une baisse d'un seul projet par rapport à 2008.

L'agence nationale de gestion du miro crédit (ANGEM) joue un rôle important dans la réalisation des projets. Le tableau n°45 présente la répartition des projets soutenus par l'ANGEM par les trois types de financement dans trois communes : Bejaia, Akbou et Ouzellaguen.

**Tableau n° 45 : la répartition des projets par les trois communes :**

commune	Type 1		Type 2	Type 3	
	Nombre de dossiers déposés	Nombre de projets éligibles	Nombre de projets éligibles	Nombre de dossiers déposés	Nombre de projets éligibles
Bejaia	178	171	0	339	250
Akbou	180	178	1	303	187
Ouzellaguen	280	270	0	104	71

Source : établi par l'auteur à partir des données de l'ANGEM

Le type de financement 1 est le prêt non rémunéré (PNR). Le nombre de dossiers déposés dans les trois communes est de 638 dossiers dont 619 projets éligibles. Ils sont répartis comme suit pour les trois communes : 178 dossiers pour la commune de Bejaia dont 171 projets éligibles, 180 dossiers pour la commune d'Akbou dont 178 projets éligibles et pour la commune d'Ouzellaguen, 280 dossiers déposés dont 270 projets éligibles.

Le type de financement 2 est mixte (promoteur et la banque) avec l'absence de l'ANGEM. Il s'avère peu intéressant pour les trois communes et il n'y a qu'un seul projet éligible pour la commune d'Akbou. Le type de financement 3 est triangulaire (banque, promoteur et la banque). Le nombre de dossiers déposés dans ces trois communes est de 746 dossiers dont 508 projets éligibles. Ils sont répartis comme suit : 339 dossiers déposés pour la commune de Bejaia dont 250 projets éligibles, 303 dossiers déposés pour la commune d'Akbou dont 187 projets éligibles et pour la commune d'Ouzellaguen 104 dossiers déposés dont 71 projets éligibles. Concernant les notifications bancaires, la commune de Bejaia a un nombre de 114 notifications bancaires. La commune d'Akbou a obtenu 54 notifications bancaires et 10 notifications bancaires seulement sont enregistrées pour la commune d'Ouzellaguen.

L'agence nationale de soutien à l'emploi de jeunes (ANSEJ) a un rôle dans la création d'entreprises par l'encouragement et le soutien qu'obtiennent les porteurs de projets. Le tableau n°46 présente la répartition des projets de l'ANSEJ selon les trois dairas (Akbou, Bejaia et Ouzellaguen) durant 2006 à 2008.

**Tableau n° 46: la répartition des projets de l'ANSEJ selon Dairas durant 2006 à 2008**

Année	Bejaia		Akbou		Ouzellaguen	
	NP	Mtt d'I en milliers DA	NP	Mtt d'I en milliers DA	NP	Mtt d'I en milliers DA
2006	159	443020	22	88248	15	43182
2007	147	461620	20	48072	7	25356
2008	190	519874	37	75996	10	14334
Total	496	1424514	79	212316	32	82872

Source : établit par l'auteur selon les données de l'agence nationale de soutien à l'emploi de jeunes (ANSEJ)

Le tableau ci-dessus montre que le nombre de projets dans les trois Dairas de la wilaya de Bejaia (Bejaia, Akbou, Ouzellaguen) est de 607 projets avec une valeur de 1721702 milliers DA de 2006 à 2008. Ils sont répartis comme suit : la daïra de Bejaia présente le nombre de projets le plus élevé qui est estimé à 496 projets avec une valeur de 1424514 milliers DA. La daïra d'AKBOU a enregistré 79 projets avec un montant de 212316 milliers DA, et la daïra d'Ouzellaguen a enregistré un nombre de 32 projets seulement avec une valeur de 82872 milliers DA.

## Conclusion

La wilaya de Bejaia recèle un potentiel important de richesses naturelles et humaines. Cela représente des opportunités d'investissements intéressantes dans les différents secteurs d'activités pour les entrepreneurs de la wilaya et même pour les étrangers.

La répartition spatiale des PME est inégale où des communes contiennent un nombre important de PME alors que d'autres communes comprennent un nombre faible telle la commune de Tamokra où seulement 19 PME se situent au niveau de cette commune. Par ailleurs, la commune de Bejaia est classée la première au niveau de toute la wilaya sur les 52 communes avec 3483 PME, suivie de la commune d'Akbou avec 821 PME. En effet, 31 communes parmi les 52 communes de la wilaya de Bejaia, voire 59.61 % contiennent de 10 à 100 PME. 11 communes sur 52 communes ont de 100 à 200 PME, 4 communes disposent de 200 à 300 PME et le reste or 6 communes englobent plus de 300 PME. Alors il est possible de noter que ces six communes (Bejaia, Akbou, Tazmalt, Elkseur, Sidi Aich et Kherrata) sont les plus dynamiques en termes de création de PME.

En outre, le secteur dominant dans cette wilaya est le secteur d'activité du BTP avec un nombre important de PME estimé à 2415, suivi du secteur du commerce avec 2025 PME, et le secteur de l'agroalimentaire est aussi placé dans une catégorie de secteur en promotion avec 458 PME. Le secteur de l'artisanat est également générateur de valeur dans la wilaya. Par ailleurs, l'encouragement de la création d'entreprises est réalisé par les différentes agences nationales. Trois agences sont évoquées dans ce travail. Elles sont l'agence nationale du développement des investissements (ANDI), l'agence nationale de gestion du micro crédit (ANGEM) et l'agence nationale de soutien à l'emploi de jeunes (ANSEJ). En effet, 2531 projets réalisés dans le cadre de l'ANDI durant la période de 2006 à 2009, 5546 projets éligibles au niveau de l'ANGEM et 14030 attestations d'éligibilité délivrées au niveau de l'ANSEJ. Les bilans présentés dans ce chapitre de ces agences témoignent de l'importance de leurs présences dans le soutien à la création d'entreprises.



## **Chapitre 5:**

### **L'enquête et interprétation des résultats**

#### **Introduction**

Le chapitre 5 se concentre sur le travail réalisé sur le terrain. Il est subdivisé en deux sections. La première section présente l'enquête et le questionnaire. Cette enquête a ciblé les entreprises du secteur privé des régions d'Akbou et d'Ouzellaguen et les organismes d'aide à la création des entreprises (ANDI, ANGEM, ANSEJ) pour mettre en exergue leur rôle dans les régions citées en haut. La deuxième section porte sur l'interprétation des résultats collectés par l'enquête effectuée et cela pour répondre aux questions posées dans la problématique.

## **1) La présentation de l'enquête et du questionnaire :**

### **1.1) Choix de ce type de recherche :**

L'intérêt d'opter pour l'enquête sur le terrain comme un instrument de collecte de données à plusieurs raisons:

- C'est la meilleure méthode de collecte de données utilisée en sciences sociales.
- Le manque de travaux de recherche effectués dans ce thème concernant la région.
- La nature du travail demande une recherche sur le terrain permettant de faire l'étude des déterminants sociaux et personnels de la création des entreprises, et ainsi de dégager le profil des entrepreneurs de la région étudiée.

### **1.2) Echantillonnage :**

La population intéressée est les entreprises privées de la wilaya de Bejaïa. Cependant pour des raisons de terrain, nous avons pu enquêter dans deux communes de la wilaya de Bejaïa d'Akbou et d'Ouzellaguen. Tous les secteurs d'activité sont inclus dans cette enquête. Alors, il n'est pas nécessaire de se limiter à un seul secteur d'activité puisque le travail de recherche est focalisé sur les déterminants sociaux et personnels de la création des entreprises.

L'échantillon se compose de 31 entreprises, tous secteurs d'activité confondus. Les entreprises du secteur d'activité de l'agroalimentaire occupent la première place avec 17 entreprises, soit 54.83%. Les entreprises du secteur d'activité de chimie et plastique sont au nombre de 4 entreprises, soit 12.90%, tandis que les entreprises des

autres secteurs d'activité (imprimerie industrielle et agence publicitaire, bois et papier, matériaux de construction et bâtiments et service) représentent 32.27% de l'échantillon enquêté.

Le tableau suivant représente la structure de l'échantillon d'entreprises privées enquêtées réparti par secteur d'activité:

**Tableau n° 25: Répartition des entreprises de l'échantillon par secteur d'activité**

Secteur d'activité	Nombre d'entreprises	(%)
Industries Agroalimentaires	17	54.83
Imprimerie industrielle et agence publicitaire	1	3.22
Chimie et plastique	4	12.90
Bois et papiers	2	6.45
Industrie mécanique et électrique	3	9.67
Matériaux de construction et bâtiment	2	6.45
Service	2	6.45
Total	31	100

*Source : enquête du terrain 2009*

Cependant, sur les 31 entreprises 20 entrepreneurs privés ont répondu au questionnaire, et 11 entrepreneurs privés n'ont pas répondu aux questions.

### **1.3) Le questionnaire :**

Pour l'élaboration du questionnaire, il était nécessaire de prendre en considération les objectifs de la problématique, pour la recherche de ce qui incite les individus à créer des entreprises, et ce qui est déterminé au niveau de la personnalité de l'entrepreneur ainsi qu'au niveau de l'environnement à réaliser une affaire réussie ? C'est ce que ce sont des raisons sociales ? Ou sont-elles liées à la personnalité de l'entrepreneur ?

Le questionnaire est rédigé en se référant à celui du Centre de Recherche en Economie Appliquée et du Développement (CREAD) en collaboration avec le Centre de Recherche en Economie de l'Université de Saint Etienne (CREUSET) et cela dans le cadre d'une enquête effectuée par ces deux centres en Mai 2004, et celui de la thèse, en vue d'obtention du grade de Philosophiae Doctor (Ph.D.) de l'université Laval Québec, de Boubacar Diakité en 2004 intitulée « les facteurs socioculturels et création d'entreprise en Guinée : Étude exploratoire des ethnies peule et soussou », ainsi que d'autres questionnaires faits dans ce sens.

Le choix porte sur un questionnaire dont la majorité des questions sont fermées et les autres sont des questions ouvertes, cela est dû à la difficulté d'obtenir des réponses en raison du manque de temps pour les entrepreneurs.

En dépit de cela, il y avait des entrepreneurs qui ont accepté de faire un entretien, ce qui a facilité l'obtention des renseignements. Quant aux autres entrepreneurs, il était utile comme même de se contenter de ce genre de questionnaire sans entretien.

Le questionnaire se décompose en quatre groupes de question :

1. Les caractéristiques générales des entreprises : les questions posées dans ce groupe concernent les informations générales sur les entreprises, telle la nature d'entreprise, la structure du capital et la branche d'activité. Ces informations servent à définir l'échantillon des entreprises enquêtées.
2. La création de l'entreprise : cette partie du questionnaire fournit des informations sur le profil du créateur de l'entreprise, ses connaissances linguistiques, ses expériences et ses compétences. Les données recueillies dans cette partie du questionnaire apporteront des éléments de réponses sur

les caractéristiques et les profils psychologiques des entrepreneurs de la wilaya de Bejaia.

3. Les conditions de création des entreprises : les réponses recherchées dans cette rubrique concernent les raisons de création de l'entreprise, les facteurs déclencheurs ainsi que les opportunités environnementales qui ont conduit à l'existence de l'entreprise. Ces informations permettront de dégager les déterminants de la création d'entreprises dans la wilaya de Bejaia, soit au niveau de l'environnement, soit au niveau personnel.
4. Les réseaux personnels et sociaux de la création d'entreprise : dans ce groupe, la recherche se focalise sur le rôle de la famille dans la création de l'entreprise, la source du financement ainsi que l'appartenance de l'entreprise aux associations diverses soutenant la création de projets et la croissance des entreprises. Enfin il est utile de parler de la relation de l'entreprise entretenue avec l'université et de dégager ses avantages. Les questions posées dans cette partie du questionnaire mettent en exergue l'importance pour l'entrepreneur de s'insérer dans des réseaux sociaux élargis afin d'acquérir davantage de ressources nécessaires à la réalisation de son projet. En outre, il montre le rôle de la famille dans l'imprégnation d'une culture entrepreneuriale à la personne.

#### 1.4) présentation de l'échantillon :

##### 1.4.1) Répartition des entreprises par ville :

La répartition des entreprises dans le tableau ci-dessous montre que 85 % des entreprises enquêtées sont situées dans la ville d'Akbou, soit 17 entreprises, tandis 3 entreprises sont situées dans la ville d'Ouzellaguen, soit 5% de l'échantillon enquêté.

**Tableau n°26 : répartition des entreprises par ville.**

La ville	Nombre d'entreprise	%
Akbou	17	85
Ouzellaguen	3	5
Total	20	100

Source : enquête du terrain 2009

Les entreprises enquêtées sont réparties sur sept secteurs d'activité différents comme le montre le tableau n°27. Le tableau indique que 45% des entreprises enquêtées appartiennent au secteur d'activité de l'agroalimentaire, soit 9 entreprises, 15% du secteur d'activité chimie et plastique, soit 3 entreprises, 10% pour le secteur d'activité des services, soit 2 entreprises. 10% sont dans le secteur d'activité matériaux de construction et bâtiment et 10% dans le secteur du bois & papiers, soit 2 entreprises pour chaque secteur. Les autres secteurs d'activité (Imprimerie industrielle et agence publicitaire et Industrie mécanique et électrique) représentent 10% des entreprises enquêtées, soit une seule entreprise pour chaque secteur d'activité.

**Tableau n°27 : Répartition des entreprises selon le secteur d'activité :**

Secteur d'activité	Nombre d'entreprises	(%)
Industries Agroalimentaires	9	45
Imprimerie industrielle et agence publicitaire	1	5
Chimie et plastique	3	15
Bois et papiers	2	10
Industrie mécanique et électrique	1	5
Matériaux de construction et bâtiment	2	10
Service	2	10
Total	20	100

Source : enquête du terrain 2009

## 2) L'interprétation des résultats de l'enquête

### 2.1) Le profil psychologique de l'entrepreneur

#### 2.1.1) Les caractéristiques des entrepreneurs

Par l'observation du tableau n°28, on constate que 7 entrepreneurs ont effectué une formation professionnelle, soit 35% des entrepreneurs enquêtés. 5 entrepreneurs ont suivi des études universitaires, soit 25%. puis la catégorie suivante représente 25%. 4 entrepreneurs ont un niveau secondaire, soit 20%. 2 entrepreneurs ont niveau primaire, soit 10%. Le reste des entrepreneurs n'ont aucun niveau d'étude, soit 10% des entrepreneurs enquêtés.

**Tableau n° 28: Répartition des entrepreneurs selon le niveau d'instruction :**

Niveau d'instruction	Nombre d'entrepreneur	%
Etude primaire	2	10
Etude secondaire	4	20
Etude universitaire	5	25
Formation professionnelle	7	35
Sans	2	10
Total	20	100

Source : enquête du terrain 2009

La lecture de ce tableau conclue que le niveau d’instruction est important dans le processus de création d’entreprise, même si un grand nombre d’entrepreneur n’ont pas suivi des études universitaires, mais ils ont opté pour une formation professionnelle. L’acquisition de connaissances reste une priorité afin d’aboutir à la réalisation de projets. Ce qui est confirme par le nombre d’entrepreneurs ayant suivis des études universitaires et une formation professionnelle qui représente 60% des entrepreneurs enquêtés.

Les entrepreneurs enquêtés sont âgés entre 30 ans et 70 ans. 30 % d’entre eux ont un âge entre 50 ans et 60 ans, soit 6 entrepreneurs. 5 entrepreneurs ont un âge entre 40 et 50 ans, soit 25%. 5 entrepreneurs sont âgés entre 60 et 70 ans et le reste des entrepreneurs sont entre 30 et 40 ans, soit 20% de l’échantillon enquêté.

**Tableau n° 29: Répartition des entrepreneurs par catégorie d’âge :**

Catégorie d’âge	Nombre d’entrepreneur	%
[30-40]	4	20
[40-50]	5	25
[50-60]	6	30
[60-70]	5	25
Total	20	100

Source : enquête du terrain 2009

La répartition inégale des entrepreneurs par catégorie d’âge indique que le grand pourcentage qui est de 30% représente les entrepreneurs qui sont âgées de 50 ans à 60 ans, ce qui implique que l’âge joue un rôle important dans le processus de création d’entreprise, en faisant référence à l’expérience acquise plus la patience et une bonne planification acquise à travers l’âge. Selon le tableau n°29, il n’existe pas d’entrepreneurs de moins de 30 ans. Le plus jeune entrepreneur de l’échantillon est âgé de 37 ans.

Le tableau n° 30 présente la répartition des entrepreneurs selon les activités professionnelles antérieures. 95 % des entrepreneurs ont exercé une activité avant de se lancer dans leur propre affaire. La majorité d’entre eux avait le métier de



commerçant, soit 6 entrepreneurs estimés à un pourcentage de 30%. 6 entrepreneurs ont travaillé dans une entreprise semblable à celle qu'ils ont créée, soit 30%. Les entrepreneurs gérants sont de 10%, soit 2 entrepreneurs. 2 entrepreneurs étaient des employés. Un entrepreneur a exercé comme employé dans une banque et l'autre a toujours été entrepreneur.

**Tableau n° 30: La répartition des entrepreneurs selon leurs activités professionnelles antérieures :**

Type d'activité antérieure	Nombre d'entrepreneur	%
Commerçant	6	30
Entrepreneur	1	5
Employé de banque	1	5
Gérant	2	10
Employé dans une entreprise familiale	1	5
Employé dans une entreprise semblable à l'entreprise créée	6	30
Employé dans une entreprise achetée ou héritée	2	10

Source : enquête du terrain 2009

A partir du tableau ci dessus, on peut dire que l'exercice d'une activité, avant de créer une entreprise, est important. Cela a permis à ces entrepreneurs d'acquérir une expérience considérable dans divers domaines technique, commercial, administratif... etc. En outre, un grand nombre d'entrepreneurs était commerçant ou ils ont exercés dans le même secteur d'activité que leurs entreprises créées. Cela les a aidés à avoir une bonne connaissance du secteur d'activité. On peut dire que l'expérience est un déterminant important dans le processus de création d'entreprise par l'acquisition des compétences et des connaissances nécessaires pour l'élaboration du projet souhaité.

Le tableau n°31 indique que 35% des entrepreneurs enquêtés, soit 7 entrepreneurs, ont exercé des activités pendant une période de 5 ans à 10 ans. 3 entrepreneurs ont travaillé durant un an à 5 ans, soit 15% de l'ensemble des entrepreneurs enquêtés. 6 entrepreneurs, soit 30%, ont une expérience de plus de 10 ans dans les activités qu'ils ont exercés. 2 entrepreneurs n'ont pas répondu.

**Tableau n° 31: La répartition des entrepreneurs selon leur expérience :**

Expérience	Nombre d'entrepreneur	%
[1-5]	3	15
[5-10]	7	35
10 et plus	6	30
Non dit	2	10

Source : enquête du terrain 2009

On constate que l'exercice d'une activité pendant une longue période permet d'acquérir des compétences et des connaissances profitables à la création d'une entreprise. Plus la période d'exercice d'une activité antérieure est longue, plus l'expérience est importante et ceci implique la facilitation de la création d'une entreprise.

La lecture du tableau n° 32 nous renseigne sur les motivations psychologiques de l'entrepreneur à créer une entreprise. 10 entrepreneurs sont motivés par le souci de gagner de l'argent. 7 entrepreneurs sont incités par le désir et le plaisir de créer. Afin de préserver l'héritage de la famille, 7 entrepreneurs considèrent la création d'entreprises comme une tradition de famille. 4 entrepreneurs ont vu, dans la création d'entreprise, une réalisation d'un rêve. 4 entrepreneurs ont préféré le goût du risque. 4 entrepreneurs veulent contribuer au plan social. 2 entrepreneurs cherchent l'autonomie ou le prestige. Un seul entrepreneur de l'échantillon enquêté est motivé pour créer une

**Tableau n° 32: La répartition des entrepreneurs selon leur motivation psychologique**

Raison motivante	Nombre entrepreneur	%
Echapper au chômage	1	5
Gagner de l'argent	10	50
Quête d'autonomie ou de prestige	2	10
Réaliser un rêve	4	20
Tradition de famille	7	35
Goût de risque	4	20
Désir et plaisir de créer	7	35
Contribuer au plan social	4	20

Source : enquête du terrain 2009

D'après les éléments de l'enquête, ce qui a poussé la majorité des entrepreneurs à créer leur entreprise est le désir de gagner de l'argent avec un pourcentage estimé à 50%. La tradition de famille est estimée à 35%, ce qui implique que la famille joue un rôle important dans l'imprégnation d'une culture entrepreneuriale à la personne. Le désir et le plaisir de créer représentent 35% des entrepreneurs enquêtés et considèrent la création d'entreprises comme un loisir. La contribution au plan social, principalement la création d'emplois, prend une place significative avec un taux de 20% et cela dans le but de participer à réduire le chômage. Réaliser un rêve (20%) est une façon de se déterminer afin d'aboutir à être une personne utile à la société et à valoriser soi-même. Le goût du risque (20%) a un taux modeste pour les entrepreneurs qui aiment s'aventurer en affaire car la prise du risque représente un critère très important dans le processus de création d'entreprise. 10% d'entrepreneurs sont motivés par la quête d'autonomie et de prestige, et un faible taux est enregistré, seulement de 5%, pour les entrepreneurs motivés par le but d'échapper au chômage.

### *2.1.2) Les profils de l'entrepreneur :*

D'après les caractéristiques présentées en haut qui sont les résultats de l'enquête effectuée auprès des entrepreneurs de la région d'Akbou et d'Ouzellaguen, on peut détecter trois catégories d'entrepreneurs. La première catégorie d'entrepreneurs est celle qui est issue de l'activité commerciale où 30 % d'entrepreneurs enquêtés représentent cette catégorie. Ils ont un niveau d'instruction limité, des compétences techniques élevés et une longue expérience dans le domaine. Ce qui leurs a permis de prendre profit des connaissances acquises pour la réalisation d'une entreprise. En effet, cette expérience professionnelle est considérée comme un avantage important dans l'incitation à la réussite de la création d'entreprise par la connaissance parfaite du marché et le réseau commercial et social tissé. Ce type d'entrepreneur est peu habile pour composer avec son environnement, en comparant ses caractéristiques avec celles évoquées dans la théorie concernant les profils de l'entrepreneur pour Norman Smith et selon la typologie de Julien et Marchesnay, qui a une vision proche de celle du premier auteur cité dans le deuxième chapitre. Le profil correspondant à cette catégorie est l'entrepreneur artisan.

La deuxième catégorie d'entrepreneur est celle de ceux qui ont un niveau d'instruction élevé, voire un niveau universitaire ou une formation professionnelle consistante dans le domaine où ils ont créé leur entreprise. Généralement, c'est le cas de plusieurs entrepreneurs enquêtés qui ont créé des entreprises dans le cadre de leurs diplômes. En faisant une similitude avec la typologie de Norman Smith, le profil de l'entrepreneur opportuniste se distingue par son niveau élevé d'éducation, par la diversification de ses expériences de travail. Il est le mieux intégré dans son environnement et accorde une importance accrue à la croissance et au développement de son entreprise même si, en contre partie, il perd de son indépendance. En effet, cet entrepreneur refuse le paternalisme et s'identifie plus à la gestion des comportements habituels. On constate que ce profil est le plus avoisinant à cette catégorie d'entrepreneurs enquêtés.

La dernière catégorie d'entrepreneur est celle de ceux qui créent des entreprises et les laissent généralement pour leurs enfants. Ce profil est proche de celui évoqué

dans la typologie de Schumpeter qui est le fondateur. Celui-ci s'implique très fortement au début de la vie de l'entreprise, il lance l'affaire, puis se retire.

## 2.2) Le réseau social de la création d'entreprise :

La lecture du tableau indique que 45% des entrepreneurs enquêtés ont de 1 à 3 associés, soit 9 entrepreneurs. 30%, soit 6 entrepreneurs, n'ont aucun associé car ce sont des entreprises individuelles ou personnes physiques. 35% ont plus de 3 associés et d'un maximum 7 associés est le cas d'une seule entreprise de l'échantillon enquêté.

**Tableau n° 33: Répartition des entrepreneurs ayant des associés :**

Nombre d'associé	Nombre d'entrepreneur	%
Aucun	6	30
[1-3[	9	45
[3-5[	3	15
[5-7[	2	10

Source : enquête du terrain 2009

Le tableau n°34 montre qu'un taux élevé d'entrepreneurs, soit 71.40%, ont des associés originaires de la famille, soit 10 entrepreneurs des 14 entrepreneurs de l'échantillon ayant des associés. 2 entrepreneurs ont des associés d'origine étrangère, soit 14.30%. 2 entrepreneurs ont des associés nationaux, soit 14.30%.

**Tableau n° 34: Répartition des entrepreneurs selon la nature des associés :**

Nature des associés	Nombre d'entrepreneur	%
Famille	10	71.40
Nationaux	2	14.30
Etrangers	2	14.30

Source : enquête du terrain 2009

D'après le tableau n°35, on remarque que 8 entrepreneurs de l'ensemble des entrepreneurs enquêtés ayant des associés, soit 57.14%, ont annoncé que la raison d'association n'est qu'une raison de famille. 3 entrepreneurs, soit 21.43%, ont jugé que

l'association est bénéfique afin d'acquérir des compétences. 3 entrepreneurs, 21.43% préfèrent s'associer pour partager le risque.

**Tableau n° 35: Répartition des entrepreneurs selon les raisons d'association**

Raison d'association	Nombre d'entrepreneur	%
Acquérir des compétences	3	21.43
Partager les risques	3	21.43
Pour des raisons de famille	8	57.14

Source : enquête du terrain 2009

On peut dire, en comparant ce tableau avec le tableau précédent, que la grande part des associés est originaire de la famille et que le taux élevé pour les raisons de cette association concerne des raisons de famille. De ce fait, ces entrepreneurs se sont associés avec des membres de leurs familles, principalement leurs frères, afin de garder le monopole sur l'entreprise et préserver leur richesse. La majorité des entrepreneurs enquêtés s'appuie en particulier sur le réseau familial afin d'accéder aux différents avantages nécessaires à la réalisation de projets.

Par ailleurs, le reste des entrepreneurs, en particulier ceux qui se sont associés avec des étrangers, ont découvert une opportunité et voudront partager le risque avec des personnes étrangères car, voire évidemment les compétences existantes dans la famille, les compétences extérieures sont aussi profitables et cela dans le cadre d'un réseau social plus étendu. Dans le deuxième chapitre, Hills et al. Granovetter affirment que les entrepreneurs qui ont un réseau étendu, en termes de taille, identifient sensiblement plus d'opportunités que les entrepreneurs seuls.

### **2.3) L'environnement de la création des entreprises :**

#### *2.3.1) Le rôle de la famille*

D'après le tableau n°36, on remarque que plus de la moitié de des entrepreneurs enquêtés (12 entrepreneurs) sont aidés par leurs familles, soit 60%. 35%

ne sont pas aidés par leurs familles, soit 7 entrepreneurs. Un seul entrepreneur s'est abstenu de nous informer sur son cas.

**Tableau n° 36: Répartition des entrepreneurs selon l'aide de la famille :**

Aide de la famille	Nombre d'entrepreneur	%
Oui	12	60
Non	7	35
Non dit	1	5

Source : enquête du terrain 2009

La lecture du tableau n°37 montre que 8 entrepreneurs ont reçu une aide financière de la part de la famille, soit 40% des entrepreneurs enquêtés. 5 entrepreneurs ont bénéficié d'un soutien moral, soit 25%. 4 entrepreneurs ont reçu une aide matérielle, soit 20% de l'échantillon enquêté.

**Tableau n° 37: Répartition des entrepreneurs selon la nature de l'aide de la famille :**

Nature d'aide de la famille	Nombre d'entrepreneur	%
Financière	8	40
Morale	5	25
Matérielle	4	20

Source : enquête du terrain 2009

La lecture du tableau précédent révèle l'importance de la famille pour l'entrepreneur afin d'aboutir à la réalisation de ses projets, même s'il n'a rien à offrir en termes d'argent ou de matériel. Le rôle de la famille est primordial et constitue le berceau où naît un entrepreneur avant de sortir chercher ailleurs dans l'environnement

ce qui va l'inciter à réaliser son affaire. La famille est un déterminant important permettant à l'entrepreneur de créer une entreprise. Elle participe à ancrer une culture entrepreneuriale aux personnes.

D'après le tableau n°38, on constate que 12 entrepreneurs, soit 60%, sont issus d'une famille où la profession dominante est chef d'entreprise. 5 entrepreneurs, soit 25%, sont d'une famille à dominance d'ouvriers. 4 entrepreneurs, soit 20%, proviennent d'une famille à dominance de profession libérale. 2 entrepreneurs, soit 10%, sont originaire d'une famille de profession d'agriculteur. Un seul entrepreneur, soit 5%, est issu d'une famille à dominance d'enseignant. 2 entrepreneurs, soit 10%, n'ont pas précisé la profession dominante dans leur famille. 3 entrepreneurs, soit 15%, se sont abstenus de révéler la profession la plus répandue de leurs familles élargies.

**Tableau n° 38: Répartition des entrepreneurs selon la profession de la famille élargie :**

Profession	Nombre d'entrepreneur	%
Chef d'entreprise	12	60
Enseignant	1	5
Profession libérale	4	20
Ouvrier	5	25
Agriculteur	2	10
Autre	2	10
Non dit	3	15

Source : enquête du terrain 2009

On peut remarquer que le taux élevé des entrepreneurs venant de famille ayant la profession de chef d'entreprise, plus de la moitié de l'échantillon, implique que la famille a un rôle important dans l'apprentissage et l'imprégnation de l'esprit d'entreprise pour les personnes puisque cette profession permet de connaître et de se faufiler au cœur du monde des affaires par l'acquisition de l'expérience et de la compétence nécessaires. En outre, dans le souci de l'élargissement des projets, le défi des professionnels de la famille reste de transmettre à ses membres ce qu'ils ont pu recevoir de l'exercice du métier pour sauvegarder leurs autonomies et leurs richesses.



### 2.3.2) La structure du financement de la création des entreprises :

Le tableau n°39 indique que 16 entrepreneurs ont eu recours au prêt de la banque et à leur épargne personnelle soit 80% pour chaque cas. 6 entrepreneurs, soit 30%, ont sollicité des prêts auprès de la famille. 2 entrepreneurs, soit 10%, ont fait recours aux prêts des amis. Un seul entrepreneur, soit 5%, a bénéficié des subventions de l'Etat.

**Tableau n° 39 : Répartition des entrepreneurs selon la source du capital lequel ils ont financé la création de leur entreprise :**

Source de capital	Nombre d'entrepreneur	%
Epargne personnelle	16	80
Prêt bancaire	16	80
Prêt familial	6	30
Prêt des amis	2	10
Subvention de l'Etat	1	5

Source : enquête du terrain 2009

L'épargne personnelle représente un taux élevé dans le financement de la création d'entreprise. Ce moyen a permis aux entrepreneurs d'avoir moins de dettes et de couvrir les coûts préliminaires du projet. La procédure de recours à la banque nécessite, d'après les interviews des entrepreneurs, le dépôt de dossiers au niveau de toutes les banques puis celle qui répond avec des avantages meilleure sera la cible du prêt. Selon l'un des entrepreneurs, la CNEP banque offre des avantages importants si on la compare avec les autres en ce qui concerne le taux d'intérêt.

Le tableau n° 40 montre que 8 entreprises, soit 65% des entreprises enquêtées, sont créées dans le cadre de l'agence nationale du développement de l'investissement (ANDI), surtout après la décentralisation du guichet unique et la réduction du temps consacré aux démarches administratives. 6 entrepreneurs, soit 30%, n'ont pas précisé

dans quel cadre ils ont créé leurs entreprises. Un seul entrepreneur, soit 5% de l'échantillon enquêté, a créé son entreprise dans le cadre de l'ANSEJ.

**Tableau n° 40: Répartition des entreprises selon les organismes d'aide à la création des entreprises**

Organisme d'aide à la création d'entreprise	Entreprise	%
ANSEJ	1	5
ANDI	13	65
Non précisé	6	30

Source : enquête du terrain 2009

Les entreprises enquêtées ont été créées pendant des étapes différentes de la législation algérienne en matière d'investissements privés. A ce titre, 8 entreprises, soit 40 % des entreprises enquêtées, sont apparues entre 1995 et 2000 et après 1993 quand le dispositif d'appui à la création des entreprises, l'agence pour la promotion et le suivi de l'investissement (APSI), a été mis en place. 7 entreprises, soit 35 %, ont été créées après 2001 où l'agence pour la promotion et le suivi de l'investissement (APSI) a été remplacée par l'agence nationale du développement de l'investissement (ANDI). 5 entreprises, soit 25 % des entreprises enquêtées, ont existé à partir de 2006.

**Tableau n° 41: Répartition des entreprises selon la date de création des entreprises**

Année de création	Entreprise	%
[1995-2000[	8	40
[2001-2005[	7	35
[2006-2009[	5	25

Source : enquête du terrain 2009

Cette tendance à la création d'entreprises s'explique par de multiples raisons, notamment les mesures d'encouragement aux entrepreneurs privés, l'ouverture économique et la liberté d'entreprise, la promulgation de textes législatifs

sur la création d'entreprise (le dispositif APSI, actuellement ANDI). Puisqu'on remarque que le total des entreprises créées l'a été après 1993, et 60 % de celles-ci sont apparues après 2001 lors de la création de l'agence nationale du développement de l'investissement (ANDI).

D'après les éléments de l'enquête, ce qui a incité un grand nombre d'entrepreneur à créer leur entreprise est principalement la disposition financière et professionnelle où la moitié des entreprises enquêtées, soit 50%, ont été issu de ce facteur déclencheur. La possibilité leur été offertes pour utiliser les ressources qui sont à leurs dispositions. 7 entrepreneurs, soit 35 %, ont détecté une opportunité, qui les a encouragé à lancer leur propre affaire. 4 entrepreneurs, soit 20 %, ont créé leur entreprises par l'héritage de la famille, un soutien de la part de la famille afin d'encourager l'entrepreneur à réaliser son projet. 2 entrepreneurs, soit 10%, ont tenté une occasion venant de l'offre d'un partenaire pour la concrétisation de leurs entreprises. Un seul entrepreneur, soit 5%, n'a pas révélé ce qui l'a conduit à créer son entreprise.

**Tableau n° 42: Répartition des entrepreneurs selon la situation qui a déclenchée la création d'entreprise**

Situation provoquant la création d'entreprise	Nombre d'entrepreneur	%
Identification d'opportunité	7	35
Disposition financière et professionnelle	10	50
Offre d'un partenaire	2	10
Héritage de la famille	4	20
Autre	1	5

Source : enquête du terrain 2009

Par ailleurs, l'identification d'opportunité est appuyée par la disposition financière et professionnelle car sans ressources, l'opportunité ne sera pas une entreprise

future. Puisque la majorité des entrepreneurs stipule cela et énonce également la difficulté d'obtenir un prêt bancaire, seule une minorité atteste avoir un accès facile à ce genre de financement.

Le tableau n°43 représente la répartition des entreprises enquêtées selon leurs relations avec l'université.

**Tableau n° 43: Répartition des entreprises selon leur relation avec l'université**

Relation avec l'université	Entreprises	%
Oui	4	20
Non	8	40
Souhaitée	6	30
Non dit	2	10

Source : enquête du terrain 2009

D'après la lecture du tableau ci-dessus, on remarque que seulement 20 % des entreprises enquêtées, soit 4 entreprises, ont des relations avec l'université. Ces dernières sont entretenues dans un cadre très étroit. Dans la théorie, l'université est considérée comme un organisme important favorisant l'émergence d'entreprises en imprégnant un esprit d'entreprendre consistant à travers les études ou à travers les conseils précieux que peut émettre l'université par des experts dans le domaine de l'entrepreneuriat. Par ailleurs, les relations dont il est sujet sont spécifiques. Elle offre des emplois pour la main d'œuvre qualifiée et participe au seul forum existant au niveau de l'université chaque fin d'année à Aboudaou. Ainsi ces entreprises donnent des chances aux étudiants en leur accordant des stages d'immersion dans le monde professionnel.

8 entrepreneurs, soit 40%, déclarent ne pas avoir de relations avec l'université en considérant que les secteurs d'activité où ils se trouvent (BTP) ne demandent pas de

procédés compliqués tel le secteur de l'agroalimentaire. Ils n'auront pas quelque chose à gagner en ayant ces relations, ni de savoir faire ni de nouvelles technologies. Les autres entreprises considèrent que l'université n'est pas ouverte pour entretenir des relations avec elles. Ils ont préféré recourir à des centres de formations étrangers. 6 entrepreneurs, soit 30 %, souhaitent avoir des relations avec l'université car ils jugent que cette relation sera bénéfique pour les deux côtés. D'une part, l'entreprise pourra acquérir de nouvelles connaissances, améliorer la qualité de service et de produit, actualiser les connaissances économique et techniques ainsi qu'industrielles et effectuer des expositions à l'université pour faire connaître l'entreprise et avoir un contact avec les laboratoires afin de fortifier le savoir faire des entreprises en actualisant leur procédés de fabrication de produits. D'autre part, l'université va bénéficier d'un marché de travail élargi pour les diplômés et se rapprocher du monde professionnel pour rendre les études plus pratiques. 2 entreprises, soit 10 % des entreprises enquêtées, n'ont pas révélé s'ils entretiennent des relations ou pas.

## **Conclusion**

Les régions de la wilaya de Bejaia (Akbou et Ouzellaguen) où l'enquête a été faite, présentent un potentiel entrepreneurial important. Le profil des entrepreneurs est divers car ils ont des caractéristiques différentes, voire le domaine et la durée de l'expérience acquise avec les compétences. Cependant, on a essayé de les synthétiser en les comparant aux profils cités dans la théorie. Il est possible de les classer en trois profils psychologiques qui sont : l'entrepreneur artisan et l'entrepreneur opportuniste issus de la typologie de Norman Smith, ainsi que l'entrepreneur fondateur de la typologie de Joseph Schumpeter. Par ailleurs, la famille constitue, dans la plupart des cas, le pivot du projet entrepreneurial. Elle exerce une influence sur l'entrepreneur en lui imprégnant l'esprit d'entreprise, puisque la majorité des entrepreneurs enquêtés sont originaires d'une famille à dominance de chefs d'entreprises et qui ont créé eux même leurs entreprises. Son rôle se concrétise dans la fourniture à l'entrepreneur de toutes sortes d'aides (soutien morale, financement et matériels) nécessaires à la réalisation du projet. Le lien familial demeure le support de base de l'acte d'entreprendre. De ce fait, la majorité des entrepreneurs enquêtés s'appuie sur le

réseau familial afin d'accéder aux différents ressources et avantages nécessaires à la création d'entreprise. En outre, les entrepreneurs, en particulier ceux qui sont associés avec des étrangers, ont découvert une opportunité et partagé les risques avec des entrepreneurs étrangères car, même si les compétences existent dans la famille, les compétences extérieures sont aussi profitables et cela dans le cadre d'un réseau social plus étendu.

En ce qui concerne le rôle joué par les dispositifs d'aide à la création d'entreprises, les chiffres recueillis affirment l'importance de ces dispositifs dans l'évolution positive de la création des entreprises. Les entrepreneurs cherchent les avantages afin d'avoir plus de ressources surtout financières pour faciliter la création d'entreprises. Ces agences nationales octroient ces avantages et encouragent l'initiative privée et en particulier les entrepreneurs à ressources limitées. Les agences nationales de soutien à la création des entreprises sont considérées comme un déterminant social important dans la création des entreprises. Cependant, l'université a un rôle très restreint, puisque les entrepreneurs enquêtés centrent leur action sur le marché de travail et considèrent que les études sont insuffisantes pour la création d'entreprise. Alors, l'université n'est pas un incitateur consistant dans la motivation à la création d'entreprises.

## **Conclusion de la partie 2**

En Algérie, dans un contexte de libéralisation du champ économique, l'émergence d'un environnement moins contraignant, évidemment en le comparant à celui des années d'après l'indépendance aux décennies 80 et début des années 90, un soutien des différentes agences nationales créées par l'Etat a abouti à l'instauration d'un climat favorable aux entrepreneurs privés. Autrement dit, pour mieux encourager les entrepreneurs, des dispositifs d'aide à la création des entreprises ont été mis en place tel que l'ANSEJ, l'ANDI, ANGEM. Tous ces dispositifs ont pour mission principale d'alléger les difficultés de financement pour la création d'entreprise et d'octroyer des aides financières aux créateurs d'entreprise.

La wilaya de Bejaia recèle un potentiel important de richesses naturelles et humaines. Cela représente des opportunités d'investissements intéressantes dans les différents secteurs d'activités pour les entrepreneurs de la wilaya et même pour les étrangers. La répartition spatiale des PME est inégale où des communes contiennent un nombre important de PME alors que d'autres communes comprennent un nombre faible. L'enquête faite dans les régions de la wilaya de Bejaia (Akbou et Ouzellaguen a révélé un certains nombres de déterminants dans la création d'entreprises qui se situent sur deux niveaux. Au niveau personnel, avoir l'intention et la volonté de créer une entreprise parait un pas primordial. En effet, la quête d'autonomie, avoir un niveau de connaissances élevé et de l'expérience, l'amour du travail, être entouré de personne voulant vraiment travailler, ne manquent d'importance par rapport aux premiers. La première étape à réaliser est de se convaincre de sa propre idée avant de la concrétiser, et de la réaliser dans tous les cas. Au niveau de l'environnement, l'appui s'est accentué sur la nécessité d'avoir des zones d'activité et industrielles aménagées puisque, la proximité à d'autres activité représente un atout pour les entrepreneurs. L'accès facile aux financements bancaires, les avantages fiscaux, la conjoncture favorable, la disponibilité du foncier industriel ainsi que l'allégement des procédures administratives sont des facteurs importants à la création d'entreprises. En outre le chômage est aussi un déterminant qui ne manque d'importance dans la concrétisation

de projet, soit du côté de l'entrepreneur lui-même et cela afin d'améliorer simplement sa vie matérielle, soit du côté des personnes de son entourage afin de leur offrir des postes de travail. En outre, la détection de l'opportunité enregistre un avis commun dans son rôle dans la création d'entreprise.



## Conclusion générale

En fait, l'entrepreneuriat est hétérogène et complexe. L'apport des différentes théories à ce domaine est important. Cette relation existant entre les théories de la firme et ce domaine s'avère utile à l'élargissement de son d'étude. L'apport de la théorie des conventions se concrétise par la force de conviction que peut exercer l'entrepreneur sur son entourage. En effet, ce point essentiel permet à ce dernier d'avoir un appui considérable de la part des acteurs de l'environnement. Cet appui concerne les différentes ressources qui seront un avantage afin de faciliter la concrétisation du projet de l'entrepreneur. La théorie des représentations sociales ne manque pas d'importance par rapport à la première. Cette théorie permet à l'entrepreneur d'avoir une bonne perception rationnelle de son affaire. La représentation sociale instaure une relation entre un objet (quelque chose) et un sujet (quelqu'un), c'est-à-dire entre lui-même et son projet de création d'entreprise. Enfin, la théorie évolutionniste explique le processus de sélection de l'environnement des entreprises. La création de l'entreprise est une action qui dure car celle-ci est exposée au danger des menaces de cet environnement. Pour cette raison, le créateur doit toujours être vigilant afin de préserver son entreprise. Dans la littérature de l'économie, les auteurs ont delimité le champ de l'entrepreneuriat par deux conceptions principales. La première est celle des anglo-saxons (Gartner Shane et Venkataraman) et s'intéresse à la création de l'organisation et l'opportunité entrepreneuriale. En effet, ce sont deux points importants de cette conception. L'apparition de l'organisation permet de faire exercer des activités en sein de l'entreprise et mène à comprendre l'entrepreneuriat. La découverte, l'évaluation et l'exploitation des opportunités constituent une aubaine dans le champ de l'entrepreneuriat. La deuxième conception s'appuie sur la dialogique individu-crédation qui est déterminée en fonction de l'intensité du changement. L'individu est l'acteur principal de la création de valeur, et cette dernière est le support de celui-ci. Le changement permet d'apprécier le degré d'intensité d'une situation entrepreneuriale.

En effet, l'entrepreneur est l'acteur principal dans la réalisation de la valeur. Différentes théories constituent l'essentiel du concept de l'entrepreneur. D'abord, la théorie de Leibeinstein décrit les caractéristiques essentielles de l'environnement dans lequel l'entrepreneur évolue. Pour cet auteur, l'inefficience constitue l'état normal des affaires, et le succès ne peut être intéressant que lorsque l'échec constitue la norme. La cause directe de cet échec est l'absence de l'effort qui conduit à l'inefficience. Cependant, il y a d'autres explications de l'inefficience qui résultent de mauvaises décisions engendrées par le manque d'informations appropriées ou d'une interprétation inadéquate des informations dont dispose l'entrepreneur. Le coût de l'information constitue également un facteur freinant la possibilité de prendre une décision adéquate. Selon Hayek, le processus d'ajustement vers un équilibre comprend l'acquisition et la communication de connaissances. Pour Hayek, l'ajustement du prix constitue le principal rôle de l'entrepreneur, car si le mauvais prix prévaut sur le marché, alors une possibilité de profit est créée. Au sens de Kirzner, la vigilance à l'égard du déséquilibre constitue la caractéristique distinctive de l'entrepreneur. Selon Knight, les entrepreneurs sont, d'une part des individus ayant le plus haut niveau de prévisions leur permettant de prendre des décisions de production et ont, d'autre part une confiance en leurs propres jugements et une bonne perception sur les autres. Selon Schumpeter, l'entrepreneur n'est pas un preneur de risques, car la prise de risques est la fonction du capitaliste qui prête ses fonds à l'entrepreneur. Ce dernier ne prend des risques que dans la mesure où il agit aussi en tant que capitaliste. Schumpeter considère que les entrepreneurs talentueux constituent une race d'hommes très rare. Leur rareté ne réside pas tant dans leur vigilance et dans leur professionnalisme, mais dans leur psychologie. Ils sont des hommes économiques rationnels. Enfin, il convient de dire que ce qui précède l'innovation est l'invention qui est un domaine d'activité imaginaire extérieur à l'entrepreneur. Ces dernières constituent le sujet central de la théorie de la firme qui ne met pas la fonction de l'entrepreneur au cœur de son analyse telle qu'elle a été expliquée par Penrose et Andrews. Alors, le critère sur lequel s'est appuyé cette théorie est les compétences de l'entrepreneur : la capacité de déléguer, de fournir des motivations internes, gérer le stock, de passer des contrats sur les stocks avec les détaillants...etc. Ce qui permet

d'analyser la fonction de l'entrepreneur à travers ses compétences. Par ailleurs, l'entrepreneur ne peut pas réussir ses affaires sans recourir à son entourage et prendre en considération son environnement. Pour cela, le capital social et le réseau social constituent deux facteurs primordiaux pour l'entrepreneur. Ils fournissent, à travers les relations tissées avec les différents acteurs dans la société, des ressources matérielles et immatérielles (connaissances, financement et relations) que nécessite le projet de l'entrepreneur. Puisque l'entrepreneur n'est pas un être isolé, son environnement lui impose de prendre en considération toutes les données qui émanent de celui-ci. Il est important qu'il soit à l'écoute de cet environnement car son projet souhaité sera implanté sur celui-ci. Par conséquent, en amont de la création de l'entreprise, les facteurs existant dans le milieu peuvent inciter ou même déterminer la réussite ou l'échec du processus de création. Pour cela, il était nécessaire de dénombrer les déterminants culturels et socioéconomiques de la création des entreprises. Une culture qui contient toutes les valeurs et croyances pouvant jouer un rôle dans l'émergence d'un esprit d'entreprise. En effet, ce dernier est essentiel afin de motiver la culture entrepreneuriale des entrepreneurs en faisant de leur personnalité un réservoir d'ambition et d'enthousiasme. Ils pourront ainsi puiser de leur fonds les caractéristiques en les utilisant à leur profit dans le processus de création d'entreprise. L'environnement culturel joue le rôle d'un moteur à la personne de l'entrepreneur en lui procurant des atouts et avantages immatériels ou moraux dans sa perception à la création de sa propre affaire. Cependant, cet environnement ne suffit pas à la concrétisation de projet. D'autres déterminants sont essentiels à cela. A cet effet, l'entrepreneur doit s'intéresser à l'environnement socio économique qui lui fournira en même temps les ressources matérielles (actifs physique et financier) et immatérielles (connaissances, informations et relations). L'intérêt de prendre en compte ce qui régit l'extérieur est crucial. Les déterminants socio économiques tels que la conjoncture, la restructuration des grandes entreprises d'envergure nationale et internationale, les revenus des ménages, la consommation, la politique économique de l'état et des collectivités territoriales et les changements technologiques, ainsi que les groupements d'entreprises et la présence des universités sont à prendre en compte. Sans omettre que le taux de chômage est aussi déterminant dans les créations dans le

but de sortir de la situation délicate qu'affronte l'individu. Tous ces déterminants ont été dégagés à partir de différentes enquêtes effectuées principalement dans les pays développés et certaines dans les pays en voie de développement.

L'entrepreneuriat privé en Algérie est en plein essor et la création des entreprises engendre des richesses et un développement de l'économie nationale. Beaucoup de facteurs ont été la cause de ce changement. En fait, la révision effectuée du code de l'investissement de 1963 à aujourd'hui est l'un des déterminants essentiels de l'évolution de la création des entreprises. En effet, la loi 63-277 du 27 juillet 1963 portant code des investissements s'adressait principalement au capital étranger qui est considéré en tant qu'élément important du développement de l'Algérie suite aux besoins multiples et à la rareté des ressources financières. Le code des investissements de 1966 stipule que les secteurs privés national et étranger sont libres dans les branches non stratégiques. L'Etat a le monopole sur les secteurs d'activité stratégiques de l'économie. Il a alors limité l'intervention du capital privé dans le développement du secteur non agricole (l'industrie et le tourisme). La loi 82-11 du 21 août 1982 relative à l'investissement économique privé a institué un agrément préalable et obligatoire à toute démarche administrative et à tout projet d'investissement. Ce texte de loi a limité à un seuil maximum l'investissement et a précisé le domaine d'intervention du secteur privé. La loi d'orientation sur la promotion de la petite et moyenne entreprise (loi N°01-18 du 12 décembre 2001), définit et fixe les mesures de facilitations administratives dans la phase de création de l'entreprise. En outre, elle prévoit la création d'un fond de Garantie des prêts accordés par les banques en faveur des PME. L'ordonnance n° 06-08 du 15 juillet 2006 modifiant et complétant l'ordonnance 01-03 du 20 Août 2001 relative au développement de l'investissement permet de décentraliser l'ANDI. L'évolution de ces lois a engendré une évolution de l'entrepreneur algérien qui suit un contexte d'une économie de marché.

Par ailleurs, dans un contexte de libéralisation du champ économique, l'émergence d'un environnement moins contraignant, évidemment en le comparant à celui des années d'après l'indépendance aux décennies 80 et début des années 90, un

soutien des différentes agences nationales créées par l'Etat a abouti à l'instauration d'un climat favorable aux entrepreneurs privés. Autrement dit, pour mieux encourager les entrepreneurs, des dispositifs d'aide à la création des entreprises ont été mis en place tel que l'ANSEJ, l'ANDI, ANGEM. Tous ces dispositifs ont pour mission principale d'alléger les difficultés de financement pour la création d'entreprise et d'octroyer des aides financières aux créateurs d'entreprise.

Les régions d'Akbou et d'Ouzellaguen, où l'enquête a été faite, emmagasinent un potentiel entrepreneurial important. Les profils de l'entrepreneur sont divers car ils ont des caractéristiques différentes. Cependant, on a essayé de les synthétiser en les comparant aux profils cités dans la théorie. Il est possible de les classer en trois profils psychologiques qui sont : l'entrepreneur artisan et l'entrepreneur opportuniste issus de la typologie de Norman Smith et l'entrepreneur fondateur de la typologie de Joseph Schumpeter. Par ailleurs, la famille constitue, dans la plupart des cas, le pivot du projet entrepreneurial. Elle exerce une influence sur l'entrepreneur en lui imprégnant l'esprit d'entreprise, puisque la majorité des entrepreneurs enquêtés sont originaires d'une famille à dominance de chefs d'entreprises et qui ont créé eux même leurs entreprises. Son rôle se concrétise dans la fourniture à l'entrepreneur de toutes sortes d'aides (soutien morale, financement et matériels) nécessaires à la réalisation du projet. Le lien familial demeure le support de base de l'acte d'entreprendre. De ce fait, la majorité des entrepreneurs enquêtés s'appuie sur le réseau familial afin d'accéder aux différents ressources et avantages nécessaires à la création d'entreprise. En outre, les entrepreneurs, en particulier ceux qui sont associés avec des étrangers, ont découvert une opportunité et partagé les risques avec des entrepreneurs étrangers.

En ce qui concerne le rôle joué par les dispositifs d'aide à la création d'entreprises, les chiffres recueillis affirment l'importance de ces dispositifs dans l'évolution positive de la création des entreprises. Les entrepreneurs cherchent les avantages afin d'avoir plus de ressources, surtout financières, pour faciliter la création d'entreprises. Ces agences nationales octroient ces avantages et encouragent l'initiative privée et en particulier les entrepreneurs à ressources limitées. Les

agences nationales de soutien à la création des entreprises sont considérées un déterminant social important dans la création des entreprises.

Cependant, l'université a un rôle très restreint, puisque les entrepreneurs enquêtés centrent leur action sur le marché de travail et considèrent que les études sont insuffisantes pour la création d'entreprise. Alors, l'université n'est pas un incitateur consistant dans la motivation à la création d'entreprises.

Enfin, les déterminants de la création d'entreprises pour entrepreneurs enquêtés sont divisés en deux niveaux : Au niveau personnel et au niveau de l'environnement. Au niveau personnel, avoir l'intention et la volonté de créer une entreprise paraît un pas primordial. En effet, la quête d'autonomie, avoir un niveau de connaissances élevé et de l'expérience, l'amour du travail, être entouré de personne voulant vraiment travailler, ne manquent d'importance par rapport aux premiers. La première étape à réaliser est de se convaincre de sa propre idée avant de la concrétiser, et de la réaliser dans tous les cas. Au niveau de l'environnement, l'appui s'est accentué sur la nécessité d'avoir des zones d'activité et industrielles aménagées puisque, la proximité à d'autres activités représente un atout pour les entrepreneurs. L'accès facile aux financements bancaires, les avantages fiscaux, la conjoncture favorable, la disponibilité du foncier industriel ainsi que l'allègement des procédures administratives sont des facteurs importants à la création d'entreprises. En outre le chômage est aussi un déterminant qui ne manque d'importance dans la concrétisation de projet, soit du côté de l'entrepreneur lui-même et cela afin d'améliorer simplement sa vie matérielle, soit du côté des personnes de son entourage afin de leur offrir des postes de travail. Enfin, la détection de l'opportunité enregistre un avis commun dans son rôle dans la création d'entreprise. On remarque que les déterminants cités par les entrepreneurs enquêtés sont d'ordre socio économique.

Bien évidemment, il reste beaucoup à faire dans cette recherche afin d'approfondir davantage le thème. Les questions inscrites dans la problématique demeurent valables avec l'évolution permanente de l'environnement multiple.

## Bibliographie

### Les ouvrages :

1. Benissad M.E. : « Algérie : restructuration et réformes économiques (1979 – 1993 ) », O.P.U, Alger, 1994.
2. Boutiller Sophie & Dimitri Uzunidis, la légende de l'entrepreneur : le capital social ou comment vient l'esprit d'entreprise, édition la découverte& Syros, Paris 1999.
3. Bruno Ponsan&Jean Louis Schann, l'esprit d'entreprise : aspects managériaux dans le monde Francophone, édition John Libbey Eurotext, 1993.
4. Casson Mark, l'entrepreneur, édition Economica, 1991.
5. Commission européenne, livret vert : l'esprit d'entreprise en Europe, publication DG entreprise, 2003.
6. Drucker Peter, les entrepreneurs, l'expansion/Hachette/, édition Jeau Claude Lattès, Paris 1985.
7. Duchéneant Bernard, les dirigeants des PME : enquête, chiffres et analyse, édition Maxima, 1996.
8. Duménil Marc &Christine Lhotte, la création d'entreprise : tout ce qu'il faut savoir pour réaliser son projet, l'édition liaisons, 1999.
9. Fayolle Allain, l'entrepreneuriat, édition Dunod 2004.
10. Fayolle Alain, introduction à l'entrepreneuriat, édition Dunod, 2005.
11. Fayolle Allain, le métier du créateur de l'entreprise, édition l'organisation, 2003.
12. Hernandez Emile Michel & Marco Luc, entrepreneur : de l'intention à l'acte, édition ESKA, Paris 2006.
13. Hernandez Emile Michel, le processus entrepreneurial : vers un modèle stratégique de l'entrepreneuriat, édition l'Harmattan, 1999.
14. Marchesnay Michel, management stratégique, édition ADREG, 2004.
15. Papin Robert, Agence pour la création de l'entreprise (APCE), créer ou reprendre une entreprise, édition organisation (15), 2002.
16. Papin Robert, stratégie pour la création de l'entreprise, édition Dunod (9), 2001.
17. Paturel Robert, Amine Chelly, Rael Masmoudi & Sandrine Emin, dynamique entrepreneuriale et développement économique, édition l'Harmattan, 2007.
18. Schmitt Christophe, Pierre André Julien, Robert Potural & Louise Codieux, Regards sur l'évolution des pratiques entrepreneuriales, édition PUQ, 2008.
19. Sophie Boutiller & Dimitri Uzunidis, l'entrepreneur : une analyse socioéconomique, édition Economica, 1995.
20. Tribou Gary, l'entrepreneur musulman : Islam et rationalité de l'entreprise, l'édition l'Harmattan, 1995, Paris.

21. Université Laval, département de sociologie et d'anthropologie, recherches sociographiques, édition presse université Laval, 2004.
22. Verstraete Thierry, histoire d'entreprendre : les réalités de l'entrepreneuriat, édition EMS, 2000.
23. Verstraete Thierry & Saporta Bernard, création d'entreprise et entrepreneuriat, édition l'ADREG, 2006.
24. Verstraete Thierry, entrepreneuriat : connaître l'entrepreneur et comprendre ses actes, édition l'Harmattan, 1999.
25. Wtterwlgh Robert, la PME : une entreprise humaine, édition DeBoeck&Larcier, 1998.
26. Zumello Christine & Marie Claude Esposito, l'entrepreneur et dynamique économique : l'approche anglo-saxonne, édition Economica, 2002, Paris.

### **Thèses et mémoires :**

1. Belattaf M (1990), Essai d'analyse de la politique de localisation industrielle : cas de l'Algérie de 1962 à 1989 et perspectives, Thèse de doctorat, l'université de Poznan, Pologne.
2. Boubacar Diakité (2004), facteurs socioculturels et création d'entreprise en Guinée : Étude exploratoire des ethnies peule et soussou, thèse en vue d'obtention du grade de Philosophiae Doctor (Ph.D.), l'Université Laval Québec.
3. Bruyat Christian (1993), création d'entreprise : contribution épistémologique et modélisation, thèse de doctorat, Université Pierre Mendès France (Grenoble II Ecole Supérieure des Affaires) France.
4. Diani Morad (2003), économie évolutionniste et culture d'entreprise, thèse de doctorat, université de Louis Pasterè Strasbourg 1.
5. Gani Nassima (2003), Contribution du système bancaire au développement du secteur privé depuis 1990 : cas de la wilaya de Bejaia, mémoire de Magister, université de Béjaia.
6. Malek Naima (2003), la décision d'investissement et son financement dans le secteur privé national : cas de la wilaya de Béjaia, mémoire de Magister, université de Béjaia.
7. Mokrane Ali (2004), entrepreneurs et milieu entrepreneurial : éléments d'analyse à partir du cas de la wilaya de Tizi Ouzou, mémoire de Magister, université de Tizi Ouzou.

### **Les articles :**

1. Albert.P et Mougnot.P, la création d'entreprise High-Tech, revue française de gestion, n°68, Mars/Avril/Mai, 1988, pp 106-118.



2. Anderson A.R et Jack S.L, the articulation of social capital in entrepreneurship networks :A Glue or Lubricant ?, *entrepreneurship and regional development*, vol14, n° 3, 2002, p.193-210.
3. Audet Josée, *entrepreneuriat, PME et société*, université Laval faculté des sciences de l'administration Plan de cours département de management, Hiver 2008, pp 1-7.
4. Baccari Emna & Maoufoud Salma, inégalité des chances : le rôle de la famille dans la création d'entreprise, 9<sup>ème</sup> Congrès de l'Association internationale de recherche en entrepreneuriat et PME, 2008, pp 1-17.
5. Baillelte Paméla, *PME et réseaux sociaux : les résultats d'une enquête menée auprès des groupements des chefs d'entreprises du Québec*, C.R.E.G.O université de Montpellier, 1997, pp 1-15.
6. Bares Franck & Cornolti Christophe, investigation des conditions du succès de démarrage de deux spin-offs universitaires à partir de la théorie des conventions, *revue de l'entrepreneuriat*, vol 4 n°1, 2005, pp 13-31.
7. Ben Attia Hela, *Projet de simplification des procédures de démarrage d'entreprise en Algérie, la lettre d'information trimestrielle du Groupe de la Banque mondiale au Maghreb*, N° 5, juin 2007, pp 17-18.
8. Bourdieu.P, le capital social : notes provisoires, *Actes de recherches en sciences sociales*, n° 3, 1980, pp.2-3.
9. Bourguiba Malek, l'influence de la culture nationale sur l'intention entrepreneuriale : illustration à travers le cas de TPE françaises et tunisiennes, CEREFIGE, Institut d'Administration des Entreprises université Nancy2, 2008, 1-19.
10. Bruyat Christian, créer ou ne pas créer : une modélisation du processus d'engagement dans un projet de création d'entreprise, *revue de l'entrepreneuriat*, vol 1 n°1, 2001, pp 25-45.
11. Burt..R.S, Knez.M, trust and third-party gossip, in Kramer et Tyler (eds), *trust in organization*, *Frontiers of theory and research*, sage publications, Thousand Oaks, 1995, p.68.
12. Chabaud Didier & Condor Roland, le rôle des réseaux sociaux dans le processus de création des entreprises : faut-il compléter la perspective ?, AIMS Xvème Conférence Internationale de Management Stratégique, Annecy / Genève, 13-16 Juin 2006, pp 1-26.
13. Chelly Amine, L'impact du réseau relationnel de l'entrepreneur dans l'identification d'opportunités d'affaires : une étude exploratoire, *Ecole des Dirigeants et Créateurs d'entreprise de Paris Observatoire et Centre de Recherche en Entrepreneuriat*, 2006, pp 1-14.
14. Colman.J.S, social capital in the creation of human capital, *American Journal of Sociology*, vol 94, 1990, p.95.
15. De Koning, A. (1999), "Opportunity Formation from A Socio-cognitive Perspective", UIC/AMA Research Symposium on the Interface of Marketing and Entrepreneurship, Nice, France.

16. Emin Sandrine, les facteurs déterminant la création d'entreprise par les chercheurs publics : application de modèles d'intention, *revue de l'entrepreneuriat*, vol 3 n°1, 2004, pp 1-20.
17. Emmanuelle Santelli, entrepreneurs et cadres d'origine algérienne, *le annales de la recherche urbaine*, n° 76, 1997, pp 97-108.
18. Etzioni A, "Entrepreneurship, adaptation and legitimation", *Journal of Economic Behavior and Organization* n° 8, 1987, pp 175-189.
19. Eymard-Duvernay François, approche conventionnaliste des entreprises, *annales des mines*, décembre 1999, pp 58-71.
20. Fabien Reix, Les fondements de l'éthique entrepreneuriale chez les créateurs d'entreprises, Département de sociologie – LAPSAC université Victor Segalen - Bordeaux 2, 2006, pp 1-10.
21. Gasse Y, les créateurs d'entreprises et les influences de leur environnement, Centre d'entrepreneuriat et de PME université Laval Québec, 2003, pp 1-10.
22. Gasse Y, l'influence du milieu dans la création d'entreprises, Centre d'entrepreneuriat et de PME université Laval Québec, 2003, pp 1-15.
23. Gasse, Y. et D'Amours, A., Profession : Entrepreneur, Les Éditions Transcontinentales, 2000.
24. Gasse, Y., « Les compétences et les pratiques de gestion des dirigeants de PME », Document de travail, Centre d'Entrepreneuriat et de PME, Université Laval. 137 pages, 1998.
25. Gomez P.Y, le gouvernement de l'entreprise. Modèles économiques de l'entreprise et pratiques de gestion, interEdition, Paris, 1996.
26. Gomez P.Y, Marion G, la théorie des conventions en pratique : introduction, *revue française de gestion*, n° 112, Janvier-Février 1997, pp.60-63.
27. Granovetter S.M, « Economic action and social structure: The problem of embeddedness », *American Journal of Sociology*, vol.91, n°3, 1985, pp.481-510.
28. Hernandez E.M et Marchesnay M, l'entrepreneuriat en action, *Revue française de gestion*, l'entrepreneuriat en action, édition Lavoisier, vol 34 n° 185, juin/juillet 2008, pp 83-175.
29. Hernandez E.M et luc Marco, problème économique : entreprises et marchés, l'entrepreneuriat et les théories de la firme, documentation française, N°2792, 15/01/2003.
30. Hills, E. G., Lumpkin, G.T. and Singh, P. R. (1997), "Opportunity Recognition: Perceptions and Behaviours of Entrepreneurs", *Frontiers of Entrepreneurship Research*, pp. 203-218.
31. Hofstede G, *Culture and Organizations Software of the Mind*, 2d édition MacGraw Hill, Londres 1997.
32. Jean-Jacques Wunenburger, l'Etat, entrepreneur ou éducateur culturel ?, université de Bourgogne, 1996, pp 1-5.

33. Jodelet.D, les représentations sociales, presses universitaire de France, 1989.
34. Kassim Bouhou, l'Algérie des réformes économiques : un goût d'inachevé, *politique étrangère*, Février 2009, pp 323-335.
35. Keeble D, Walker S, Robson M, New firm formation and small business growth in the United Kingdom : spatial and temporal variations and determinants, Research Series Department of Employment 15, London, 1993.
36. Krackhardt D, "The Strength of Strong Ties: The Importance of *Philos* in Organizations", in N. Nohria & R.G. Eccles (Eds.), *Networks and organizations: Structure, Form, and Action*, Boston, MA: Harvard University Press, 1993, pp. 216-239.
37. Krueger N, « The cognitive infrastructure of opportunity emergence », *Entrepreneurship Theory and Practice*, Vol 24, 2000, pp. 5-23.
38. Lasch Frank, Le Roy Frédéric & Yami Saïd, L'influence de l'environnement socio-économique sur la création d'entreprises TIC : le cas de la France, *13e Conférence de l'AIMS*, Normandie Vallée de Seine 2, 3 et 4 juin 2004, pp 1-26.
39. Liabes D., le bilan B A D et études Industries privées de « capital privé et patrons d'industries 1962-1982 en Algérie » CREA 1984, p 279.
40. : Lorrain.J, Dussault.L, les entrepreneurs artisans et opportunistes, une comparaison de leurs comportements de gestion, *revue internationale PME*, 1988, vol 1. N° 2, pp 157-176.
41. Makino S, Neupert K.E, National culture, transaction costs, and the choice between joint venture and wholly owned subsidiary, *Journal of International Business Studies* n° 31,2000, pp 705-713.
42. Marchesnay.M, Julien.P.A, Small business as space of transaction, *journal of entrepreneurship and regional development*, vol 2, 1989, pp. 267-277.
43. Menzies T. V, Gasse Y, Diochon M. & Garand D, "Nascent Entrepreneurs in Canada: An Empirical Study", Paper presented at the ICSB 47th World Conference, San Juan, Puerto Rico, June 2002.
44. OCDE, Stimuler l'Esprit d'Entreprise, Paris, France, 1998.
45. Putnam.R.D, Democracies in flux :the evolution of social in contemporary society, Oxford University Press, Oxford, 2002.
46. Reynolds P et Storey D, « Regional Characteristics Affecting Small Business Formation », Cahiers ILE, n° 18, OCDE, 1993.
47. Saleille Séverine, le réseautage chez les entrepreneurs néo-ruraux, *revue de l'entrepreneuriat*, vol 6 n°1, 2007, pp 73-91.
48. Sammut Sylvie, accompagnement et pérennisation des jeunes entreprises : vers de nouvelles perspectives?, ISEM – ERFI, 2005, pp 1-4.
49. Sammut Sylvie, processus de démarrage en petite entreprise ; système de gestion et scénarios, *revue de l'entrepreneuriat*, vol1 n° 1, 2001, pp 61-76.
50. Saporita Bernard, préférences théoriques, choix méthodologiques et recherches françaises en entrepreneuriat : un bilan provisoire des travaux entrepris depuis dix ans, *revue de l'entrepreneuriat*, vol2 n°1, 2003, pp 5-17.

51. Tounes Azzedine, l'entrepreneur : l'odyssée d'un concept, n° 03-73, IAE de Rouen – CREGO, 2004, pp 1-23.
52. Valeau Patrick, l'accompagnement des entrepreneurs durant la période de doute, *revue de l'entrepreneuriat*, vol 5 n°1, 2006, pp 31-57.
53. Ventakaraman S, the distinctive domain of entrepreneurship research : An editor's perspective, in J. Katz et R. Brockhaus (Eds), *advanced in entrepreneurship, firm, emergence, and growth*, vol 3, Greenwich, CT : JAT Press, 1997, pp 119-138.
54. Verstaete Thierry, l'entrepreneuriat : modélisation et phénomène, *revue de l'entrepreneuriat*, vol 1 n° 1, 2001, pp 5-23.
55. Verstraete. T., Sénicourt. P, Apprendre à entreprendre : Typologie à quatre niveaux pour la diffusion d'une culture entrepreneuriale au sein du système éducatif, *Reflets et Perspectives de la Vie Economique, DeBoeck Université, tome XXXIX, n°4*, 2000.
56. Warrick Smith & Mary Hallward-Driemeier, Le climat de l'investissement: une donnée primordiale, *finance et développement*, Mars 2005, pp 40-43.
57. Zimmer Jean-François, l'entrepreneur et ses facteurs internes de réussite, FUSE création d'entreprise, 6 Février 2004, pp 1-21.

### Les colloques :

1. *Colloque international L'entrepreneur Algérien émergence d'une nouvelle classe*, Université de Tlemcen, 17/18 Avril 2006, 16 pages.
2. *Colloque International : « Création d'entreprises et territoires »*, Tamanrasset : 3 /4 Décembre 2006.
3. *Congrès international francophone en entrepreneuriat et PME*, Haute école de gestion (HEG) Fribourg, Suisse, 25/ 26/ 27 octobre 2006.
4. *Colloque international « la vulnérabilité des TPE et des PME dans un environnement mondialisé »*, *L'entreprise familiale en Algérie : de l'indépendance au conservatisme*, Trois-Rivières, Canada, 27/28/29 Mai 2009, 14 pages.
5. *Le 5ème Congrès de l'Académie de l'Entrepreneuriat Sherbrooke, valeur et culture d'entreprise genèse et source de l'orientation entrepreneuriale de l'OREAL*, université Sherbrooke, 3-5 octobre 2007, 19 page.
6. *Colloque « Vers une francophonie entrepreneuriale »*, université Laval, 3 et 4 mars 2008, 20 pages.
7. *Colloque International de Développement Local : Le Développement Local dans la perspective du développement humain, le développement locale une construction sociale. Du pourquoi au comment, création de petites entreprises, réseaux sociaux et capital social local des entrepreneurs*, - Campo Grande, Mato Grosso do Sul (Brésil), 25 au 28 novembre 2003, 50 pages.

### **Les lois, les ordonnances et les décrets :**

1. La loi 63-277 du 27 juillet 1963 portant code des investissements.
2. Le code de l'investissement de 1966.
3. La loi 82-11 du 21 août 1982 relative à l'investissement économique privé.
4. La loi 88-25 du 12 Juillet 1988 relative à l'orientation des investissements privés nationaux.
5. Le décret législatif 93-12 du 5 Octobre 1993 relatif à la promotion de l'investissement.
6. L'ordonnance 01-03 du 20 Août 2001 relative au développement de l'investissement :
7. Loi 01-18 du 12 décembre 2001 portant loi d'orientation sur la promotion de la petite et moyenne entreprise (PME) .
8. L'ordonnance n° 06-08 du 15 juillet 2006 modifiant et complétant l'ordonnance 01-03 du 20 Août 2001 relative au développement de l'investissement.
9. Les décrets n° 63-88 mars 1963 partant réglementation des biens vacants.
10. J.o.r.a n° 55 du 09 juillet 1974.
11. J.o.r.a n° 06 du 07 février 1984.

### **Les sites internet**

- L'agence nationale du développement de l'investissement : [www.andi.dz](http://www.andi.dz)
- L'agence nationale du soutien à l'emploi de jeunes : [www.ansej.org.dz](http://www.ansej.org.dz)
- L'agence nationale de gestion du micro crédit : [www.angem.dz](http://www.angem.dz)
- Le journal officiel : [www.joradp.dz](http://www.joradp.dz)
- Le ministère de l'industrie et de la promotion des investissements : [www.mipi.dz](http://www.mipi.dz)

### **Les rapports :**

- Rapport d'étude sur la relation banque et entreprise, organisé par le CREAD en mars
- Lettre de l'agence, revue bimestrielle éditée par l'ANGEM, n° 1.
- Rapport du CNES : « Pour une politique de développement de la PME en Algérie » Alger, juin 2002.

## **Annexe :**

### **Le questionnaire**

Ce questionnaire est conçu pour recueillir les données nécessaires à un travail de recherche en vue de l'obtention du diplôme de Magister en sciences de gestion, option management économique des territoires et entrepreneuriat, à l'université Abderrahmane Mira Aboudaou Bejaia.

Les objectifs de ce travail visent à détecter les déterminants personnels et sociaux de la création des entreprises dans la wilaya de Bejaia. A cet effet, l'enquête nécessite un questionnaire qui s'adresse en particulier aux créateurs d'entreprises privés au niveau des deux régions de la wilaya de Bejaia qui sont Akbou et Ouzellaguen.

Les questions posées dans ce document s'intéressent à la connaissance des éléments suivants :

- Les caractéristiques et les motivations de l'entrepreneur dans le processus de création d'entreprise.
- Le profil psychologique de l'entrepreneur privé de la wilaya de Bejaia.
- Le rôle du réseau familial et social dans le soutien de l'entrepreneur privé dans sa concrétisation du projet.
- L'existence d'un esprit d'entreprise dans la région.

Par conséquent, le choix des questions a été guidé par le souci d'éviter toutes les informations relevant du domaine de confidentialité de l'entrepreneur privé. Alors la réponse aux questions est volontaire, selon leurs natures pour l'entrepreneur. En outre, les données recueillies sont strictement confidentielles et leur traitement sera global et anonyme.

Nous remercions tout entrepreneur privé qui aura contribué à la réalisation de cette enquête afin de finaliser le travail de recherche.

**Q1** : dénomination de l'entreprise :

.....  
.....

Le siège social :

.....  
.....  
.....  
.....

**Q2** : année d'inscription au registre de commerce :

**Q3** : statut de l'entreprise :

EURL

SARL

SPA

SNC

Autre (précisez SVP).....

**Q4** : votre nouvelle entreprise est elle :

Nouvelle création

Extension d'une ancienne activité

Reprise d'une entreprise familiale

La structure de l'actionariat :

**Q5** : nombre d'associés/actionnaires :

**Q6** : origine des actionnaires/associés :

Famille

Nationaux

Etrangers

**Q7** : structure du capital :

Part de la famille

Part des nationaux

Part des étrangers

**Q8** : branche d'activité de l'entreprise :

Agroalimentaire

Matériaux de construction

Chimie et pharmacie

Electrique et électronique

Textiles et cuire

Bois et papier

**Q9** : quels sont les produits de l'entreprise

Produits principaux

Produits secondaires



**Q10** : l'activité de votre entreprise est elle organisée :

Seule unité

Plusieurs unités

Si plusieurs unités, êtes vous localisé :

Seule wilaya

Plusieurs wilayas

La création de l'entreprise

Le créateur de l'entreprise :

**Q11** : profil du créateur :

Sexe : Femme

Homme

Age :

Etat civil :

Marié

divorcé

Célibataire

veuf

Nombre d'enfants :

**Q12** : quel est votre niveau d'instruction :

Etude primaire

Etude secondaire

Formation professionnelle

Etude universitaire

**Q13** : quelles sont vos connaissances linguistiques :

Bon                      moyen                      faible

Arabe                                               

Français

Anglais                                               

Autre .....

**Q14** : quels sont les diplômes obtenus :

.....

.....

.....

Année d'obtention :

.....

.....

**Q15** : que faisiez vous avant de vous lancer dans votre propre affaire :

Chômeur

Employé dans une entreprise semblable à la votre

Employé dans une entreprise que vous avez achetée ou hérité

Autre(précisezSVP).....  
.....

**Q16** : avant de créer votre entreprise, pour combien de temps avez-vous travaillé  
comme salarié : .....

**Q17** : quelles sont vos compétences acquises :

Gestion  administrative

Finance  commerciale

Technique  comptable

Autre (précisez  
SVP).....

**Q18** : avez-vous :

Acheté votre entreprise

Créé votre entreprise

Hérité votre entreprise

**Q19** : avez-vous créé d'autre entreprise :

Oui

Non

Si Oui, dans quel secteur  
d'activité :.....

**Q20** : avez-vous déjà eu l'expérience de faillite :

Oui

Non

Si Oui, quelle est la raison de cette

faillite :.....

.....  
.....

**Q21** : en cas d'échec, que décideriez-vous de faire :

Créer une nouvelle entreprise

Ne plus créer d'entreprise

Autres (précisez

SVP) :.....

Les conditions de création de l'entreprise :

**Q22** : quelles sont les raisons de votre création d'entreprise :

Echapper au chômage

Gagner de l'argent

Quête d'autonomie ou de prestige

Réaliser un rêve

C'est une tradition de famille

Goût du risque

Désir et plaisir de créer

Autres (précisez  
SVP) : .....

**Q23** : quels sont les facteurs déclencheurs de votre création d'entreprise :

- Identification d'opportunité
- Licenciement
- Disposition financière et professionnelle
- Offre d'un partenaire
- Héritage de la famille que vous avez élargi

Autres (précisez  
SVP) : .....

**Q24** : quelles sont les opportunités environnementales qui favorisent votre décision de création d'entreprise : (SVP veuillez classer ces point par ordre de préférence)

- 
- Agglomération urbaine
- Proximité d'autre activité
- Infrastructure développée
- Avantages fiscaux

Autres (précisez  
SVP) : .....

**Q25** : dans votre choix d'implantation, est ce que l'attachement à la région était :

- Très important
- Important
- Peu important

Réseaux sociaux et personnels l'environnement de la création d'entreprise

**Q26** : avez des partenaires ou associés

Oui

Non

**Q27** : pourquoi avez-vous décidé d'avoir des associés ou partenaires

Acquérir des compétences

Partager les risques

Partager les coûts

Pour des raisons de famille

C'était une condition de l'héritage

Autres (précisez

SVP) : .....

**Q28** : les membres de votre famille sont ils des associés ou partenaires

Oui

Non

**Q29** : avez-vous des membres de votre famille travaillant dans votre entreprise

Oui

Non

Si Oui, qui sont-ils

Epouse  fils

Frère  fille

Sœur  père

Autres (précisez

SVP) : .....

**Q30** : quelles sont les fonctions les plus répandues de la famille élargie :

Chefs d'entreprise

Enseignant

Profession libérale

Ouvrier

Agriculteur

Autres (précisez

SVP) : .....

**Q31** : est ce que famille vous a aidé à créer votre entreprise :

Oui

Non

**Q32** : quelle est la nature de cette aide :

Financière

Morale

Matérielle

Autres (précisez

SVP) : .....

**Q33** : êtes vous membre d'une association ou groupe d'entreprise :

Association de développement locale/nationale

Club d'entreprise

Autres (précisez

SVP) : .....

**Q34** : quel est l'avantage d'appartenir à ces groupes ou

associations : .....

.....

.....

**Q35** : selon vous, quels sont les facteurs qui favorisent la création

d'entreprise : .....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

**Q36** : quelle est la source de financement de votre création d'entreprise

Economies personnelles

Prêts bancaires ou équivalents

Prêts de la famille

Prêts d'amis



Subventions de l'Etat

Autres (précisez

SVP) : .....

**Q37** : avez-vous vous bénéficiez d'un appui d'une institution ou organisme :

ANSEJ

ANDI

ANGEM

CNAC

Autres (précisez

SVP) : .....

**Q38** : avez vous eu des difficultés à obtenir ce financement :

Oui

Non

**Q39** : est ce que vous êtes en collaboration avec l'université :

Oui

Non

**Q40** : quel est l'avantage d'avoir des relations avec

l'université : .....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

## Résumé

Le thème de ce travail de recherche s'intitule « les déterminants personnels et sociaux de la création des entreprises dans la wilaya de Bejaia ». Alors, on cherche des réponses aux questions qui concernent les caractéristiques et les motivations de l'entrepreneur dans le processus de création d'entreprise, le profil psychologique de l'entrepreneur privé de la wilaya de Bejaia, le rôle du réseau familial et social dans le soutien de l'entrepreneur privé dans sa concrétisation du projet et l'existence d'un esprit d'entreprise dans la région.

Le travail est subdivisé en deux parties. La première partie est théorique et la deuxième est pratique. La partie théorique se compose de deux chapitres. Le premier chapitre donne une vision sur l'entrepreneuriat, sa relations avec les théories économiques, la délimitation de son champs d'étude ainsi que ses dimensions. Le deuxième chapitre englobe l'entrepreneur et son environnement socio économique et culturel, en essayant d'encadrer l'entrepreneur dans les différentes théories, et de détecter les déterminants socio économiques de la création d'entreprises. La partie pratique est composée de trois chapitres. Le premier chapitre porte sur la dynamique et les organismes de soutien à la création des entreprises en Algérie. Les deux derniers chapitres concernent la wilaya de Bejaia, l'un expose le potentiel de ressources, les PME et les dispositifs d'aide à la création des entreprises de la wilaya, et l'autre met en exergue les résultats de l'enquête faite sur un échantillon de 20 entrepreneurs privé de la wilaya de Bejaia et leur interprétation.

Les déterminants de la création d'entreprises pour entrepreneurs enquêtés sont divisés en deux niveaux : Au niveau personnel et au niveau de l'environnement. Au niveau personnel, avoir l'intention et la volonté de créer une entreprise parait un pas primordial. En effet, la quête d'autonomie, avoir un niveau de connaissances élevé et de l'expérience, l'amour du travail, être entouré de personne voulant vraiment travailler, ne manquent d'importance par rapport aux premiers. La première étape à réaliser est de se convaincre de sa propre idée avant de la concrétiser, et de la réaliser dans tous les cas. Au niveau de l'environnement, l'appui s'est accentué sur la nécessité d'avoir des zones d'activité et industrielles aménagées puisque, la proximité à d'autres activité représente un atout pour les entrepreneurs. L'accès facile aux financements bancaires, les avantages fiscaux, la conjoncture favorable, la disponibilité du foncier industriel ainsi que l'allègement des procédures administratives sont des facteurs importants à la création d'entreprises. En outre le chômage est aussi un déterminant qui ne manque d'importance dans la concrétisation de projet, soit du côté de l'entrepreneur lui-même et cela afin d'améliorer simplement sa vie matérielle, soit du côté des personnes de son entourage afin de leur offrir des postes de travail. Enfin, la détection de l'opportunité enregistre un avis commun dans son rôle dans la création d'entreprise.

**Mots clés :** entrepreneuriat, entrepreneur, esprit d'entreprise, agences nationales au soutien à la création d'entreprises, environnement de création d'entreprises.

## Summary

The theme of this research work is personal and social determinants to create an undertaking in Bejaia country. For this reason, it's important to ask too many questions which have a relation with private undertaker and particularly his social environment, the questions are:

- Characteristics and motivations of undertaker in process for creating an enterprise.
- Psychological profile of private undertaker in Bejaia.
- Role of family and social network to support private undertaker in making enterprise.
- Existence of enterprise spirit in region.

Indeed, this work is composed into two parts. The first part is theoretical and the second one is practical. The theoretical part is divided into two chapters. These chapters include theory of entrepreneurship which speaks about its relation with theories of firms, dimensions and delimitation of its study field, besides the theories of undertaker and his environment making enterprise. The second part is divided into three chapters. The first chapter exposes dynamic and organisms to support realization project in Algeria. The other two chapters concern Bejaia country. First one gives general vision of potential SME and appliance to create enterprise. The second exposes the interpretation results of inquiry for twenty private's undertakers.

At last, it's important to present vision of private's undertakers about the real determinants making enterprise. In personal level; there are many factors like specially having intention and will for realization project, more experience, competence, like working, all these advantages are primordial. In social and economic level, access to banking financing, alleviation of heaviness administrative proceeding, availability of industrial land and arrangement of activity and industrial zones. Besides, unemployment is also an important factor, for undertaker to improve his life, or for persons who leave in his environment to their giving work. Finally, opportunity is the one of determinant which all private's undertakers have the same opinion for its importance in making enterprise.

**Key words:** entrepreneurship, undertaker, spirit enterprise, national's agencies to support making enterprise, environment creating enterprise.

## ملخص

موضوع هذه المذكرة يتمحور حول العوامل الاجتماعية و الشخصية في تكوين المقاولات، في هذا السياق يتوجب الرد على أسئلة مهمة لها علاقة بالمقاول الخاص و محيطه الاجتماعي خاصة. و تكمن هذه الأسئلة في خصائص و دوافع المقاول تحقيق مشروعه،

التصنيف البسيكولوجي للمقاول الخاص في ولاية بجاية، الدور الذي تلعبه الشبكات العائلية و الاجتماعية في مساندة المقاول الخاص في تكوين مؤسسته، وجود روح المقولة في المنطقة.

الفصل الأول يتطرق إلى الجانب النظري ذو العلاقة المباشرة مع موضوع الدراسة في هذه المذكرة، حيث أن الفصل الأول يقدم نظرة عن المقولة، علاقتها مع النظريات الاقتصادية، وكذا أبعاد هذه الأولى وأخيرا تحديد ميدانها. الفصل الثاني يتحدث عن المقاول و محيطه الاقتصادي، الاجتماعي و الثقافي، بحيث يعرف المقاول حسب النظريات المطروحة وكذا دور المحيط عامة من اجل تحفيز المقاول في تكوين مشاريعه. الفصل الثالث يتطرق إلى ديناميكية و وكالات التحفيز لتكوين المؤسسات في الجزائر. الفصل الرابع يعرض الموارد التي تزخر بها ولاية بجاية و يصف المؤسسات الصغيرة و المتوسطة، و نتائج دعم الوكالات لتكوين المقاولات فيها. أخيرا الفصل الخامس يرمى إلى الإجابة عن الأسئلة المطروحة في المذكرة عن طريق إجراء تحقيق في 20 مؤسسة في كل من بلديتي أوزلاقن و أقبو.

في هذا السياق النتائج المحصل عليها تخص العوامل المساعدة تكوين المقاولات من خلال التحقيق الذي جرى. إذن من جانب العوامل الشخصية للمقاول تعتبر العزيمة و الرغبة في تكوين المؤسسة خطوة مهمة إلى جانب البحث عن الاستقلالية، الخبرة و الكفاءة العالية، حب العمل، وجود أفراد يحبون العمل، من هنا يمكن القول أن الأهم في هذا إقناع ذاته بالفكرة لتحقيقها و مهما كانت الظروف. من المنظار الثاني الذي هو العوامل المحفزة في المحيط؟ أغلب المقاولين اتفقوا على الحوافز التالية تهيئة مناطق للنشاطات الصناعية و التجارية للمقاولات لأن القرب إلى النشاطات يعتبر هام بالنسبة للمقاولين، الحصول على قروض بنكية توفر العفار الصناعي و التخفيف من ثقل الخطوات الإدارية. بالإضافة إلى عامل آخر و هو البطالة، سواء من طرق المقاول و ذلك بتحسين ظروفه المادية، أو من الطرف الآخر الذي يكمن في توفير عمل لأفراد محيطه. و تبقى الفرصة التي تتوفر من المحيط أساسا هاما لتكوين المقولة.

**الكلمات المفتاحية:** المقاول، المقولة، روح المقولة، وكالات دعم تكوين المقاولات، محيط تكوين المؤسسات.