

République Algérienne Démocratique et Populaire
Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche Scientifique
Université A.MIRA-BEJAIA
Faculté des Sciences Economiques, Commerciales et des Sciences de Gestion
Département des Sciences de Gestion
Laboratoire ou unité de recherche de rattachement : Economie et Développement

THÈSE

Présentée par

OUKACI Moustafa

Pour l'obtention du grade de

DOCTEUR EN SCIENCES

Filière : Sciences de Gestion

Option : Management Economique des Territoires et
Entrepreneuriat

Thème

**Entrepreneuriat en Algérie :
Caractéristiques, Enjeux et Perspectives**

Soutenue le : 27 Mars 2021

Devant le Jury composé de :

Nom et Prénom	Grade		
Mr KHERBACHI Hamid	Pr.	Univ. de Bejaia	Président
Mr ACHOUCHE Mohamed	Pr.	Univ. de Bejaia	Rapporteur
Mr ABEDOU Abderrahmane	Dir.Re	CREAD Alger	Examineur
Mr TESSA Ahmed	Pr.	Univ. de Tizi Ouzou	Examineur
Mme TALEB AIT-SIDHOM Houria	MCA	Univ. de Bejaia	Examineur
Mr CHENANE Arezki	MCA	Univ. de Tizi Ouzou	Examineur

Année Universitaire : 2020/2021

Dédicaces

*A la mémoire de ma Mère dont le
souvenir d'une femme au grand
cœur demeurera intact pour
toujours*

A mon Père et ma Famille

A Mes amis

*Et particulièrement à ma Femme et
mon fils Aksel*

Remerciements

Au terme de ce travail, je tiens à remercier vivement mon encadreur, le Pr. ACHOUCHE Mohamed d'avoir accepté de diriger cette recherche, de m'avoir fait bénéficier de ses qualités morales et intellectuelles indéniables durant la réalisation de cette thèse. Ses encouragements et ses orientations tant sur le plan de la recherche que sur le plan pédagogique ont toujours été pour moi d'un grand apport, qu'il retrouve dans ces quelques mots l'expression de ma profonde reconnaissance.

Je remercie le Pr. KHERBACHI Hamid, mon enseignant en post-graduation, d'avoir accepté de présider le jury de cette thèse et de m'avoir fait partager sa longue expérience académique et professionnelle, ainsi que son riche fond documentaire.

Je remercie les membres de jury d'avoir accepté d'évaluer ce travail, le Pr. ABEDOU Abedrrahmane, le Pr. TESSA Ahmed, le Dr. TALEB-AIT SIDHOM Houria et le Dr. CHENANE Arezki. Leur évaluation sera d'un apport certain pour perfectionner cette thèse.

Je remercie particulièrement les personnes ayant contribué à mener à bien notre enquête auprès des entrepreneurs, notamment en dehors de la wilaya de Bejaia. Je cite Mr GRAZEM Rachid à Alger, Mr BERRABEH Bilal à Boumerdès, Mr GASMI Hacène à Bouira et Mme BELHOUCINE Kahina à Tizi Ouzou.

Je tiens à remercier vivement les entrepreneurs ayant accepté de collaborer avec nous lors de l'enquête du terrain en répondant aux questionnaires et en dépit de leurs exigences de l'anonymat, je suis très reconnaissant pour leurs concours.

Je remercie également le Pr. ARIF Salaheddine pour son intérêt à cette thèse, sa disponibilité ainsi que ses précieuses orientations sur le plan de la recherche.

Je remercie aussi le Pr. OUKACI Kamal et le Dr. ABDERRAHMANI Fares pour leurs conseils et orientations depuis mon cursus en graduation à ce jour, ainsi que mes collègues de la Faculté SECSG, notamment ceux qui m'ont éclairé dans la partie empirique de cette thèse.

Enfin, je termine par remercier vivement ma femme NASSIMA et sa famille, dont le soutien moral et affectif a été d'un apport indéniable pour l'aboutissement de cette thèse.

« Il y a ceux qui voient les choses telles qu'elles sont et se demandent pourquoi, il y a ceux qui imaginent les choses telles qu'elles devraient être et se disent...pourquoi pas »

George Bernard Shaw (1856-1950)

Abréviations et Acronymes

AFCM	Analyse Factorielle des Correspondances Multiples
AGI	Autorisation Globale d'Importation
ANDI	Agence Nationale pour le Développement des Investissements
ANDPME	Agence Nationale de Développement de la PME
ANDRS	Agence Nationale pour le Développement de la Recherche en Santé
ANDRU	Agence Nationale pour le Développement de la Recherche Universitaire
ANIREF	Agence Nationale d'Intermédiation et de Régulation Foncière
ANGEM	Agence Nationale de Gestion du Microcrédit
ANSEJ	Agence Nationale pour le Soutien à l'Emploi des Jeunes
ANVREDET	Agence Nationale de Valorisation des Résultats de la Recherche et du Développement Technologique
APSI	Agence pour la Promotion et le Soutien à l'Investissement
ATRST	Agence Thématique de Recherche en Sciences et Technologie
BTPH	Bâtiment et Travaux Publics et Hydrauliques
CGCI	Caisse de Garantie des Crédits d'Investissement
CNAC	Caisse Nationale d'Assurance Chômage
CNI	Conseil National des Investissements
CNRC	Centre National du Registre de Commerce
FGCPME	Fond de Garantie des Crédits aux PME
FMI	Fond Monétaire International
FRR	Fond de Régulation des Recettes
IDH	Indice du Développement Humain
GEM	Global Entrepreneurship Monitor
NTIC	Nouvelles Technologies de l'Information et de la Communication
OCDE	Organisation de Coopération et de Développement Economique
ONS	Office National des Statistiques
PAS	Plan d'Ajustement Structurel
PME	Petite et Moyenne entreprise
PMI	Petite et Moyenne Industrie
TAE	Taux d'Activité Entrepreneuriale
TPE	Très Petite Entreprise

SOMMAIRE

INTRODUCTION GENERALE	01
PREMIER CHAPITRE : Entrepreneuriat et Création d'Entreprise, Revue de Littérature	11
Première section : Paradigmes et Modèles Conceptuels	12
Deuxième section : Entrepreneuriat et Création d'Entreprise	25
DEUXIEME CHAPITRE : Entrepreneurs, Théories et Caractéristiques	33
Première section : Caractéristiques et Approches de Recherche	34
Deuxième section : Evolution de la Théorie de l'Entrepreneur	43
TROISIEME CHAPITRE : Entrepreneuriat Privé et Entrepreneurs en Algérie	56
Première section : Entrepreneuriat et Secteur Privé	57
Deuxième section : Entrepreneurs Algériens, Profils et Caractéristiques	73
QUATRIEME CHAPITRE : Politiques Publiques et Dynamique Entrepreneuriale	84
Première section : Politiques publiques et entrepreneuriat privé	85
Deuxième section Dynamique de création des entreprises privées	91
CINQUIEME CHAPITRE : Analyse des Caractéristiques de l'Entrepreneuriat	102
Première section Méthodologie de l'investigation empirique	103
Deuxième section : Analyse multidimensionnelle et discussion des résultats	115
CONCLUSION GENERALE	134
BIBLIOGRAPHIE	140

INTRODUCTION GENERALE

1. Cadre théorique et conceptuel de la recherche
2. Contextualisation de la recherche, constats et faits
3. Problématique de la recherche et hypothèses
4. Méthodologie de la recherche
5. Plan de restitution de la thèse

« Ce que l'on conçoit bien, s'énonce clairement. Et les mots pour le dire arrivent aisément ».

Nicolas BOILEAU (1636 -1711)

1. Cadre théorique et conceptuel de la recherche

L'entrepreneuriat et la création d'entreprise sont reconnus comme des leviers importants pour la croissance et le développement économique et social (BOUTILLIER et UZINIDIS, 1995 ; CARREE et THURIK, 1998) et cela depuis à l'essoufflement du modèle de la grande entreprise et de son manager au cours des années quatre-vingt. De ce fait, l'économie mondiale, en proie aux crises (chômage et inflation), a assisté à la mutation d'un capitalisme managérial vers un capitalisme entrepreneurial (ACS, 1984 ; DRUCKER, 1985 ; AUDRETSCH, 2006), et les politiques publiques se sont orientées vers la promotion de l'entrepreneuriat et de la création d'entreprise afin de garantir la création d'emplois et de la richesse et la résorption du chômage.

Le concept de l'entrepreneuriat est multidisciplinaire, il divise les spécialistes de son domaine de recherche plus qu'il les réunit (TOUNES, 2003). Son champ d'analyse est constitué de plusieurs disciplines : économie, gestion, sociologie, psychologie ou sciences du comportement, d'où la difficulté d'un consensus autour d'une définition exhaustive (GARTNER, 1990 ; BRUYAT, 1993 ; BARONET, 1996 ; FILION, 1997 ; VERSTRAETE, 1999). En plus, l'entrepreneuriat renvoie à des situations tellement hétérogènes qu'il est vain de se limiter à une seule définition (LAVIOLETTE et LOUE, 2006)

Toutefois, et bien que sa recherche soit relativement récente, et que certains auteurs la situent encore à une phase préparadigmatique, des spécialistes confirmés (VERSTRAETE et FAYOLLE, 2005) OU (MESSEGHEM, 2006) prônent une lecture multiparadigmatique. Une position dictée par la complexité du phénomène de l'entrepreneuriat et les multiples facettes et réalités qu'il recouvre.

Les paradigmes les plus dominants pour expliquer l'entrepreneuriat sont la saisie d'opportunités d'affaires (VERSTRAETE, 1999 ; SHANE et VENKATARAMAN, 2000 ; FAYOLLE, 2004), la création d'organisation (GARTNER, 1990), la création de valeur (BRUYAT et JULIEN, 2001) et l'innovation (SCHUMPETER, 1911, 1935 ; CARLAND et AL, 1984).

La création d'entreprise constitue l'expression la plus acceptée de l'entrepreneuriat (PATUREL, 2000 ; VERSTRAETE, 2000 ; TOUNES, 2003 ; TOUNES et FAYOLLE, 2006). Dans la littérature empirique, elle est souvent utilisée pour mesurer l'entrepreneuriat,

du fait que les nouvelles entreprises créées remplacent celles qui sont obsolètes et défailtantes, selon le processus de « destruction créatrice » de SCHUMPETER.

L'entrepreneuriat et la création d'entreprise en particulier exercent souvent un impact positif sur la croissance et le développement économique, que ce soit dans les pays développés ou ceux en développement. Selon le modèle du GEM (Global Entrepreneurship Monitor), cet impact serait la conséquence d'une dynamique entrepreneuriale composée des créations, expansions, restructurations et même des fermetures d'entreprises. La création d'entreprise impacte également d'une manière positive la création d'emplois (AUDRETSCH, 2006), cependant, cela demeure valable sur de longues périodes (VERSTRAETE et SAPORTA, 2006).

L'acteur principal de la dynamique de création d'entreprise est l'entrepreneur, son étude est étroitement liée à celle de l'entrepreneuriat tellement la frontière entre les deux concepts est floue (GARTNER, 1990). Le concept de l'entrepreneur bute sur un problème de définition, à cause de l'absence d'une théorie universellement acceptée (GARTNER, 1988 ; CASSON, 1991 et 2003 ; MARCHESNAY, 2012). Il est étudié à travers ses caractéristiques et attributions (FILION, 1997), sa fonction et son comportement (GARTNER, 1990), toute de même, il existe un consensus sur la difficulté d'établir un profil-type universel de l'entrepreneur.

L'entrepreneur a toujours suscité l'intérêt des recherches académiques de l'entrepreneuriat et aussi celles des économistes depuis l'évolution de la théorie économique (CANTILLON, 1730 ; SAY, 1814 ; SCHUMPETER, 1911). Cette dernière a échoué à donner un modèle universel à l'entrepreneur comme elle l'a fait pour l'entreprise avec le modèle de la théorie néoclassique de la firme. C'est la nature diverse et complexe de l'entrepreneur qui est à l'origine de l'impuissance de la théorie économique (MARCHESNAY, 2012). Ce terme renvoyant à la fois à un personnage, un individu particulier et aussi à une fonction.

2. Contextualisation de la recherche : constats et faits

En Algérie, le secteur privé a été systématiquement marginalisé jusqu'à la fin des années 1980, bien que dans les faits, certaines exceptions auraient été surnoisement tolérées (LIABES, 1984). L'évolution de l'entrepreneuriat privé ne peut être dissociée des mutations économiques que le pays a connues de l'économie dirigée et planifiée à la transition

inachevée à l'économie de marché. C'est un découpage institutionnel qui renvoie au mode de régulation de l'économie algérienne (TALAHITE ,2010).

Le débat sur la transition est dominé par la thématique économie dirigée/économie de marché, et en Algérie, cette thématique se double par l'analyse du passage d'une économie de rente à une économie productive (BENABDELLAH, 2008). Or, pour parvenir à l'émergence d'une véritable économie productive, l'apport des entrepreneurs est plus que décisif et indispensable.

La transition à l'économie de marché a naturellement libéré l'initiative individuelle et encouragé l'esprit d'entreprise. Elle a permis à l'émergence d'une classe d'entrepreneurs privés aux traits caractéristiques distincts et spécifiques et qui ont bénéficié d'un cadre institutionnel favorable à l'entrepreneuriat et la création d'entreprise (Loi sur la Monnaie et le Crédit, 1990 ; Code des Investissements, 1993 ; Loi d'orientation sur la PME, 2001). Des dispositifs d'aide et de soutien aux promoteurs de nouveaux projets sont mis en place (ANDI, ANSEJ, CNAC), piliers d'une nouvelle politique publique volontariste pour promouvoir l'investissement et l'entrepreneuriat privé.

Les entrepreneurs privés ont été les artisans d'une dynamique entrepreneuriale soutenue, bien qu'ils soient portés par les dispositifs d'aide et de financement, la hausse des dépenses publiques et de la consommation des ménages et l'amélioration des conditions de réalisation et d'exploitation des investissements privés (BENACHENHOU, 2007). Cette dynamique entrepreneuriale s'est manifestée à travers l'accroissement de créations de nouvelles entreprises, des PME (petite et moyenne entreprise) en majorité, au début des années 2000.

En effet, un tiers (1/3) des PME recensées en 2005 ont été créées en cinq années, soit à partir de 2000 (KERZABI et TABET-AOUEL, 2009), le cap d'un million de PME privées toutes catégories confondues a été atteint en 2015 selon le Ministère de l'Industrie et des Mines, en charge du secteur. Toutefois, le nombre de PME personnes morales a atteint 628 219 entreprises en 2018 et leur contribution à l'emploi salarié est estimée à près de 63% (ONS, 2018).

Par conséquent, l'entrepreneur privé en Algérie est consacré et reconnu dans le paysage économique du pays, que ce soit dans l'imaginaire des citoyens ou dans les rouages de l'Etat, bien que la position de ce dernier à son égard oscille entre méfiance, ambivalence et reconnaissance, au gré des dirigeants du moment et de leurs politiques économiques.

3. Problématique de la recherche et hypothèses

Les travaux sur l'entrepreneuriat en Algérie issu de la transition à l'économie de marché ont abordé des thématiques diverses : la dimension transnationale des nouveaux entrepreneurs en transition (BOUYACOUB, 1997), les entrepreneurs en milieu rural (BEDRANI, 1997), l'entrepreneuriat privé et le développement local (OUSSALEM, 2002), les caractéristiques entrepreneuriales (FERFERA et BELARBI, 2006 ; ASSASSI et HAMMOUDA, 2006), les trajectoires des entrepreneurs (BENACHENHOU, 2007 ; MADOU, 2008), l'entrepreneur et son environnement (MELBOUCI, 2008) l'ouverture économique et la dynamique entrepreneuriale (TALEB-AIT SIDHOM, 2011), les compétences entrepreneuriales et les PME (SIAGH, 2014) ou le profil entrepreneurial et le développement économique (BOUKHARI et ABEDOU, 2016).

A travers ce constat que nous avons établi, et partant des résultats des différentes études que nous venons de citer, nous essayerons à travers cette recherche de décrire l'entrepreneuriat en Algérie et d'examiner ses différents aspects, en particulier les traits caractéristiques de l'entrepreneur.

A cet effet, la problématique à laquelle cette recherche essayera à répondre, s'énonce de la façon suivante : « *Quels sont les traits caractéristiques des entrepreneurs algériens issus de la transition à l'économie de marché ? Quels sont les enjeux que présente l'émergence d'une classe d'entrepreneurs potentiels sur l'économie nationale ? Et enfin, quelles sont les perspectives que peuvent offrir ces entrepreneurs pour le développement économique du pays ?* ».

Plus précisément, des études ont été réalisées pour caractériser l'entrepreneuriat en Algérie, et cela en se focalisant sur des aspects divers. Ainsi, ces recherches ont concerné l'âge des entrepreneurs (AKNINE et ZIOUR, 2006 ; TOUNES et ASSALA, 2007), le genre des entrepreneurs (HIMRANE et HASSANI, 2017), leur niveau de formation (BENGHABRIT et RAHOU, 2006 ; SETTI, 2012), les motivations à l'entrepreneuriat (ABEDOU, BOUYACOUB, KHERBACHI, Rapport GEM, 2013), le caractère familial des entreprises créées (GILLET, 2004 ; BELMIHOUB, 2006) ou le secteur d'activité choisi (BENACHENHOU, 2007).

A partir de cette revue de littérature, et afin d'apporter des réponses aux questions soulevées par la problématique, nous proposons des hypothèses que nous allons soumettre à l'épreuve

de terrain, afin de simplifier et réguler le raisonnement que nous allons suivre pour l'aboutissement de cette recherche.

En premier lieu, les entrepreneurs algériens issus de la transition à l'économie de marché ont suivi des trajectoires diverses et sont issus des origines et horizons différents, ils ont été influencés par les mutations que l'économie algérienne a connues. De ce fait, une première hypothèse que nous proposons suggère que *les traits caractéristiques des entrepreneurs en Algérie ne peuvent être regroupés dans un profil-type unique* Cela suppose l'existence de plusieurs profils d'entrepreneurs, chacun ayant ses propres caractéristiques.

En second lieu, la dynamique entrepreneuriale est un fait indéniable dans l'économie algérienne depuis au moins deux décennies. Cependant, les entrepreneurs préfèrent investir dans des activités de services ou (commerce en particulier), ou de construction (BTPH), qui sont peu risquées et peu innovantes et forte valeur ajoutée. Partant de là, nous proposons une seconde hypothèse qui suppose que *les enjeux de l'entrepreneuriat en termes d'emplois, d'innovation ou de diversification de l'économie sont loin d'être concrétisés en Algérie.* Ce qui suggère que l'entrepreneuriat s'inscrit plutôt dans le prolongement de l'économie rentière à travers les activités de distribution et portées plutôt vers la consommation que la production.

Et en troisième lieu, l'entrepreneuriat privé en Algérie, de par sa formation historique et de par la nature de la gouvernance économique du pays, est demeuré tributaire de l'Etat et ses politiques publiques. A cet effet, nous proposons une troisième hypothèse qui conjecture que *l'entrepreneuriat en Algérie peut avoir comme perspective son indépendance de l'emprise de l'Etat et de ses politiques pour devenir un outil incontournable de développement économique.* Ce qui implique que les entrepreneurs privés algériens peuvent constituer une force économique à part entière et jouer pleinement leur rôle dans le développement économique du pays.

4. Méthodologie de recherche

L'objet de cette recherche consiste à étudier l'entrepreneuriat en Algérie, décrire les caractéristiques de ses entrepreneurs ainsi que mettre en évidence les enjeux et les perspectives de cette dynamique entrepreneuriale. Et afin de vérifier les hypothèses de recherche que nous avons énoncées après la problématique, nous avons adopté une démarche méthodologique essentiellement inductive, qui suppose que la connaissance produite peut être le résultat des observations empiriques.

Ainsi, dans un premier temps, une analyse statistique présente la dynamique entrepreneuriale et son évolution à travers l'état des lieux des petites et moyennes entreprises privées (PME). Dans un second temps, et du fait que nous avons eu accès à la base de données de l'enquête du GEM (Global Entrepreneurship Monitor) pour l'Algérie en 2011, nous avons tiré un échantillon d'entrepreneurs établis que nous avons analysé et nous exposons particulièrement leurs caractéristiques.

Dans un troisième temps, nous présentons une investigation de terrain menée auprès d'un échantillon d'entrepreneurs privés, répartis sur cinq wilayas de la région centre du pays, connues pour leur importante dynamique entrepreneuriale. L'objectif de cette enquête, en sus de décrire les caractéristiques des entrepreneurs questionnés, est de mettre en évidence les enjeux de l'entrepreneuriat et ses perspectives en Algérie, bien que l'échantillon soit en grande partie composé d'entrepreneurs privés de la wilaya de Bejaia.

Enfin, nous présentons une comparaison entre les conclusions des deux enquêtes précédemment citées, afin de porter un regard global sur l'évolution de l'entrepreneuriat et de sa dynamique de création d'entreprise dans le temps, en prenant le soin de préciser qu'il ne s'agit pas des mêmes individus entre les deux périodes.

Cette recherche s'inscrit dans une perspective de développement économique, d'où l'intérêt particulier qu'elle revêt du fait que l'entrepreneuriat est désormais un facteur essentiel qui assure de l'emploi et stimule la croissance économique. Cet intérêt est d'autant plus important pour les économies en développement comme l'Algérie, et promouvoir l'entrepreneuriat peut éradiquer à terme, sinon réduire, la dépendance de l'économie nationale aux hydrocarbures et rompre avec son caractère rentier.

5. Plan de restitution de la thèse

La présente thèse est structurée autour de cinq chapitres, qui abordent à tour de rôle, l'entrepreneuriat, la création d'entreprise, et l'entrepreneur, puis une spécification du cas de l'Algérie à travers les caractéristiques des entrepreneurs, ainsi que les enjeux et perspectives de l'entrepreneuriat.

Le premier chapitre est consacré à une revue de littérature sur les concepts de l'entrepreneuriat et de la création d'entreprise. Des concepts qui sont difficiles à appréhender, du fait de leur caractère multidisciplinaire, en particulier l'entrepreneuriat. Dans une

première section, nous présenterons les paradigmes dominants et les modèles conceptuels mobilisés pour expliquer l'entrepreneuriat. Et dans une seconde section, nous aborderons la création d'entreprise comme un phénomène entrepreneuriale, ses différentes approches ainsi que sa contribution au développement économique à travers la création d'emplois.

Le deuxième chapitre consiste à étudier le concept de l'entrepreneur, au vu de son importance dans la dynamique entrepreneuriale. Nous exposerons, dans une première section, les multiples définitions du concept de l'entrepreneur, ses caractéristiques ainsi que les diverses approches de recherche qui l'ont étudié. Ensuite, nous présenterons, dans une seconde section, les différentes théories de l'entrepreneur à travers l'évolution de son concept dans l'analyse économique.

Le troisième chapitre a pour objet le secteur privé en Algérie et les profils et caractéristiques des entrepreneurs. De ce fait, une première section présentera, respectivement, une rétrospective de l'économie algérienne, l'évolution du cadre institutionnel de l'entrepreneuriat privé, et le rôle du secteur privé dans le développement économique du pays. Une seconde section exposera une revue de littérature sur les entrepreneurs algériens, leurs trajectoires professionnelles ainsi que leurs profils et caractéristiques.

Le quatrième chapitre analyse les politiques publiques en faveur de la création d'entreprise, et présente la dynamique entrepreneuriale et son évolution en Algérie. Ainsi, nous aborderons successivement, dans une première section, la politique de l'Etat pour promouvoir l'entrepreneuriat privé, les dispositifs publics de soutien et de financement de la création d'entreprise, et l'environnement et le climat des affaires dans le pays. Et dans une seconde section, nous exposerons la dynamique de création d'entreprises privées en présentant un état des lieux des PME privées, leur évolution dans le temps et leur contribution en termes de création d'emplois et de valeur ajoutée.

Le cinquième et dernier chapitre est consacré à la présentation des résultats essentiels de la thèse, et qui ont mobilisé une partie de l'enquête GEM pour l'Algérie de 2011 et une autre enquête que nous avons réalisée auprès d'un échantillon d'entrepreneurs privés de la région centre du pays en 2018.

A cet effet, nous présenterons, dans une première section, la démarche méthodologique adoptée pour mener l'investigation empirique de la recherche, à travers le questionnaire, l'échantillonnage et les techniques statistiques utilisées. Ensuite, une analyse

unidimensionnelle des résultats sera exposée et concernera le profil, les motivations et l'environnement de l'entrepreneur, et cela en comparant entre les deux enquêtes que nous avons déjà citées.

Et dans une seconde section, nous exposerons une analyse multidimensionnelle des résultats relatifs aux caractéristiques des entrepreneurs, par la technique de l'AFCM (analyse factorielle des correspondances multiples). Elle est appliquée aux données des deux enquêtes pour pouvoir comparer l'évolution des caractéristiques des entrepreneurs dans le temps. Nous présenterons également, dans cette section, certains enjeux de l'entrepreneuriat relatifs aux deux enquêtes et enfin, nous porterons un regard critique, dans la discussion des résultats, notamment sur la perception des entrepreneurs enquêtés des perspectives de l'entrepreneuriat en Algérie.

CHAPITRE I

ENTREPRENEURIAT ET CREATION

D'ENTREPRISE : REVUE DE

LITTERATURE

I. PARADIGMES ET MODELES CONCEPTUELS
DE L'ENTREPRENEURIAT

1. Origine et définition du concept de l'entrepreneuriat
2. Une lecture multiparadigmatique de l'entrepreneuriat
3. Modèles conceptuels dominants en entrepreneuriat

II. ENTREPRENEURIAT ET CREATION
D'ENTREPRISE

1. Création d'entreprise : phénomène entrepreneurial
2. Approches entrepreneuriales et création d'entreprise
3. Création d'entreprise et développement économique

"Dans la pensée scientifique, la méditation de l'objet par le sujet prend toujours la forme de projet".

Gaston BACHELARD (1884 -1962)

Introduction

L'entrepreneuriat est un phénomène économique, social et culturel. Il est étudié par plusieurs disciplines : économie, gestion, sociologie, psychologie et sciences du comportement. Cela a généré une abondance de la littérature et de sources, son étude requiert donc de choisir la littérature appropriée.

L'objectif de ce chapitre est de discuter les concepts de l'entrepreneuriat et de la création d'entreprise sur le plan théorique et conceptuel. Sans prétendre restituer l'ensemble de la revue de littérature relative aux deux concepts cités, et du fait de son abondance notamment pour l'entrepreneuriat, nous avons essayé de limiter notre recherche à un niveau relativement moyen en choisissant les définitions et les positionnements que nous jugeons adéquats avec la problématique et l'objectif de la thèse.

Ainsi, dans une première section, nous présenterons, après une synthèse de définitions, les principaux paradigmes développés par les spécialistes du champ de l'entrepreneuriat (FAYOLLE, VERSTRAETE, MESSEGHEM, SHANE, VENKATARAMAN, BRUYAT, JULIEN, GARTNER), des paradigmes divers allant de la saisie d'opportunité à l'innovation en passant par la création d'organisation ou de la valeur. Ensuite, des modèles conceptuels mobilisant les facteurs explicatifs de l'entrepreneuriat seront exposés selon leur chronologie avec une attention particulière pour le modèle du GEM (Global Entrepreneurship Monitor).

Dans une deuxième section, nous aborderons le phénomène de la création d'entreprise, considéré comme l'expression la plus acceptée et la plus concrète de l'entrepreneuriat. En mettant en évidence le caractère entrepreneurial de la création d'entreprise en premier lieu, nous présenterons ses différentes approches entrepreneuriales en second lieu. Et en dernier, l'impact de la création d'entreprise sur le développement économique sera discuté. Un impact qui se manifeste à travers la contribution à la création de l'emploi et la résorption du chômage, mais aussi à la croissance économique, bien que cette dernière semble étalée dans le temps pour que l'effet exercé par l'entrepreneuriat se fasse sentir sur l'économie.

1. PARADIGMES ET MODELES CONCEPTUELS DE L'ENTREPRENEURIAT

La recherche en entrepreneuriat n'a pas vraiment avancé que vers la seconde moitié du vingtième siècle à cause de la marginalisation du rôle des entreprises de petite dimension dans

le développement économique au profit de la grande entreprise industrielle. Toutefois, avec la crise des années 1970 et l'essoufflement du modèle de la grande entreprise, un intérêt croissant est accordé aux petites entreprises, leurs modes de création et leurs créateurs d'où l'essor important qu'a connu la recherche académique sur l'entrepreneuriat dans le monde Anglo-saxon avant de s'étendre au monde Francophone.

Cette première section est dédiée à l'introduction du concept de l'entrepreneuriat en mettant en évidence de différentes définitions que des spécialistes du domaine lui ont consacrées. Ensuite, des paradigmes que la communauté académique de l'entrepreneuriat a établi des consensus autour, seront présentés, au même titre que des cadres conceptuels explicatifs du phénomène entrepreneurial.

1.1. Origine et définition du concept de l'entrepreneuriat

L'entrepreneuriat est un concept qui divise plus qu'il ne réunit (TOUNES, 2003). Les chercheurs en entrepreneuriat (GARTNER, 1990 ; BRUYAT, 1993 ; BARONET, 1996 ; FILION, 1997 ; VERSTRAETE, 1999) s'accordent sur l'absence de consensus autour d'une définition exhaustive, bien que des synthèses aient bien été développées.

1.1.1. De la difficulté de définir le concept de l'entrepreneuriat

L'entrepreneuriat est un concept multidisciplinaire qui reste encore à définir en raison du flou qui entoure sa signification ainsi que les différentes disciplines qui constituent son champ de développement. Il semble que ce flou est, selon FAYOLLE (2005) causé par la graphie du terme dont il peut s'agir *d'entrepreneuriat*, *entrepreneriat*, ou encore *entreprenariat*. Dans la majorité des travaux de recherche, la graphie la plus utilisée est celle proposée par l'Office Québécois de la Langue Française en 1984, à savoir *entrepreneuriat*, bien que le terme *entrepreneuriat* ne soit pas la traduction exacte du terme anglais *entrepreneurship*.

Ce dernier est justement utilisé par les Anglo-saxons d'une façon unique et sans équivoque. Pour notre cas, nous continuerons avec la graphie « entrepreneuriat » car nous considérons qu'elle est la mieux placée pour représenter sémantiquement le phénomène entrepreneurial.

Selon DESCHAMPS (2000, p. 67) : « *L'entrepreneuriat est étudié sous plusieurs angles (entrepreneur, processus, création d'entreprise, créateur, perspective stratégique) et appréhendé par différentes disciplines : psychologie, sociologie, économie, gestion, management des hommes (Baronet, 1996 ; Bruyat, 1993 ; Verstraete, 1999). Cette diversité*

des problématiques et des domaines de recherche rend une tentative de synthèse illusoire..... » .

Cela illustre toute la difficulté à appréhender le concept de l'entrepreneuriat, un constat rejoint par FAYOLLE et FILION (2006) qui ont montré son interdisciplinarité ainsi que la diversité de ses approches méthodologiques. Par ailleurs, il est recommandé de l'étudier d'un point de vue global et multidisciplinaire et non pas d'un angle parcellaire. Cependant, il faut distinguer l'entrepreneur (un individu) de l'entrepreneuriat (dialectique individu-organisation) bien que la frontière entre les deux concepts est extrêmement floue (GARTNER, 1988). Enfin, l'entrepreneuriat renvoie à des situations tellement hétérogènes qu'il est vain de se limiter à une seule définition (LAVIOLETTE et LOUE, 2006)

1.1.2. De la complexité de la perception de l'entrepreneuriat

«L'entrepreneuriat est un phénomène dont les facettes sont la complexité et la temporalité » (SAPORTA, 2003). Cette complexité se manifeste à travers la multiplicité des activités que recouvre l'entrepreneuriat (intrapreneuriat, entreprises ou coopératives sociales, travail autonome ou indépendant, reprise d'entreprise ou création d'organisation), seulement, la perception commune de la majorité des chercheurs s'accorde sur le fait d'associer l'entrepreneuriat à la création d'entreprise.

Selon LEGER-JARNIOU (2013) la première vision de l'entrepreneuriat est anglo-saxonne et fait référence à deux courants de pensée : à l'émergence organisationnelle (GARTNER, 1988 ; ALDRICH, 1999 ; SHARMA et CHRISMAN, 1999 ; HERNANDEZ, 1999), un processus qui permet à un individu de créer une nouvelle organisation, et à l'identification et à l'exploitation des opportunités (STEVENSON et JARILLO, 1990 ; BYGRAVE et HOFER, 1991 ; SHANE et VENKATARAMAN, 2000). La seconde vision est plus globale et considère l'entrepreneuriat comme un mode de comportement, à la fois complexe et multidimensionnel (MUZYKA, 1998). Une troisième conception est celle de BRUYAT (1993) qui privilège la modélisation du phénomène entrepreneurial combinant universalité et contingence et en mettant l'accent sur la dimension processuelle. Il a montré que l'entrepreneuriat est devenu une discipline à part entière.

1.1.3. Une synthèse des différentes définitions de l'entrepreneuriat

Bien que les chercheurs en entrepreneuriat, francophones ou anglo-saxons, s'accordent sur l'absence de consensus autour d'une définition exhaustive du phénomène, nous allons

présenter celles qui nous paraissent les plus à même de synthétiser cet état de fait. BYGRAVE et HOFER (1991) en parlant de cette situation : « *En l'absence d'une définition scientifique acceptée par tous, il est de la responsabilité de chaque chercheur d'établir clairement ce qu'il entend par ce terme quand il l'utilise* » (cité par EMIN, 2003, p.47). Pour cette présente recherche, nous opterons pour la création d'entreprises comme expression équivalente à l'entrepreneuriat.

La multitude des définitions sur l'entrepreneuriat est très connue entre les spécialistes du domaine, et au lieu d'essayer de faire une liste exhaustive, nous rejoignons BRUYAT (1993) qui, en se référant à la recherche menée par Gartner, un des pionniers de l'entrepreneuriat, a conclu grâce à une analyse factorielle, à présenter huit (08) thèmes majeurs¹ : les caractéristiques des entrepreneurs, l'innovation, la création d'organisation, la création de valeur, le secteur privé, une organisations à forte croissance, l'aspect unique, et les dirigeants propriétaires.

GARTNER (1990) a conclu que deux points de vue principaux se dégagent de son étude sur l'entrepreneuriat : un point de vue dominant relatif aux caractéristiques de l'entrepreneuriat à savoir : l'entrepreneur et ses caractéristiques personnelles, l'innovation, la croissance et le caractère unique et un autre relatif aux résultats de l'entrepreneuriat : la création de valeur, les entreprises à but lucratif et la notion du propriétaire-gestionnaire (cité par BARONNET, 1996)

Selon MOREAU (2004) l'entrepreneuriat couvre quatre types de sujets : la création d'entreprise, l'esprit d'entreprise, l'entrepreneur et le champ de la recherche (cité par BOUGHATTAS-ZRIG, 2011). Et pour HISRICH et PETERS (1991), la plupart des définitions s'accorde que l'entrepreneuriat est « *un type de comportement englobant une prise d'initiative, l'organisation et la réorganisation de mécanismes économiques et sociaux dans le but d'exploiter des ressources et des situations, l'acceptation du risque et de l'échec. Il s'agit d'un processus qui consiste à créer quelques choses de différent et possédant une valeur, en lui consacrant le temps et le travail nécessaires, en assumant les risques financiers,*

¹Gartner (1990) a tenté de répondre à la question « what are we talking about when we talk about entrepreneurship ? », autrement : de quoi parle-t-on quand on parle de l'entrepreneuriat ? Ce travail de Gartner était le résultat d'une recherche menée auprès de 283 experts de l'entrepreneuriat (universitaires, hommes d'affaires et politiques).

psychologiques et sociaux correspondants et en recevoir les fruits sous forme de satisfaction pécuniaire et personnelle » (cité par SIOMY , 2007, p.94)

Selon JULIEN et CADIEUX, (2010, p.25) : « *L'entrepreneuriat, c'est l'action humaine, soutenue par le milieu environnant, générant de la valeur sur le marché par la création ou le développement d'une activité économique, évoluant avec cette valeur pour finalement affecter l'économie, et ce, dans le but de mieux répondre aux besoins individuels et collectifs d'un territoire »* Alors pour FILION (1997, p.23) : « *L'entrepreneuriat est défini comme le champ qui étudie la pratique des entrepreneurs. Il est concerné par leurs activités, leurs caractéristiques, par les effets économiques et sociaux de leur comportement »*

VERSTRAETE et FAYOLLE (2004, p.19) proposent une définition intégrée de l'entrepreneuriat comme « *initiative portée par un individu (ou plusieurs s'associant pour l'occasion) construisant ou saisissant une opportunité d'affaire dont le profit n'est pas forcément considéré comme pécuniaire, par l'impulsion d'une organisation pouvant faire naître une ou plusieurs entités, créant de la valeur nouvelle (plus forte dans le cas d'une innovation) pour les parties prenantes à qui elle s'adresse »*

TOUNES (2003, p. 30) définit l'entrepreneuriat comme « *un processus dynamique et complexe. Il est le fruit de facteurs psychologiques, sociaux, culturels, politiques et économiques. Il prend la forme d'attitudes, d'aptitudes, de perceptions, de motivations et de comportements qui se manifestent dans un contexte donné »*

Ces définitions de l'entrepreneuriat confirment à la fois son caractère interdisciplinaire, l'étendue des réalités qu'il recouvre ainsi que les différentes formes qu'il peut revêtir. Nous terminons cet élément par d'autres définitions dans le tableau ci-dessous.

Tableau 1-1 : Différentes définitions de l'entrepreneuriat

Définition(s)	Source(s)
L'entrepreneuriat représente la création d'une nouvelle entreprise.	LOW et MAC MILLAN (1988)
L'entrepreneuriat est la création d'une nouvelle organisation.	GARTNER (1989, 1990)
L'entrepreneuriat est un processus impliquant toutes les fonctions, activités et actions permettant la détection d'occasions et leur exploitation, par une création d'entreprise.	BYGRAVE et HOFER (1991)
L'entrepreneuriat est le processus permettant à un ou à plusieurs individus d'utiliser un ensemble de ressources leur permettant d'exploiter les opportunités détectées sur le marché. Cela peut se produire dans tout contexte organisationnel et avoir plusieurs conséquences, comme la création d'une nouvelle entreprise ou la création de nouveaux produits, services, procédés et processus de gestion.	MORRIS (1998)
L'entrepreneuriat représente toute tentative de la part d'un ou de plusieurs individus	GEM (1999)

(équipe) de créer une nouvelle entreprise, qu'il s'agisse de son propre emploi (travail autonome), d'une nouvelle entreprise, ou de l'expansion d'une entreprise existante.	
L'entrepreneuriat est le champ qui étudie la pratique des entrepreneurs : leurs activités, leurs caractéristiques, les effets économiques et sociaux de leurs comportements ainsi que les modes de soutien qui leur sont apportés pour faciliter l'expression d'activités entrepreneuriales.	FILION (1999)
L'entrepreneuriat est un champ incluant le processus de d'identification, d'évaluation et d'exploitation d'opportunités, de même que les individus qui les détectent, les évaluent et les exploitent.	SHANE et VENKATARAMAN (2000)
L'entrepreneuriat représente un état d'esprit ainsi que le processus de création et de développement de l'activité économique par la combinaison de la prise de risque, de la créativité et/ou de l'innovation et d'une saine gestion dans une organisation nouvelle ou existante.	COMMISSION EUROPEENNE (2003)
L'entrepreneuriat relève de l'initiative portée par un individu (ou de plusieurs individus s'associant pour l'occasion) dont le profil n'est pas forcément d'ordre pécuniaire, forgeant ou saisissant une occasion d'affaires (du moins ce qui est considéré comme tel), par l'impulsion d'une organisation pouvant faire naître une ou plusieurs entités et créant de la valeur nouvelle (plus forte dans le cas d'une innovation) pour les parties prenantes du projet.	VERSTRAETE et FAYOLLE (2004)
L'entrepreneuriat résulte de la volonté d'un ou de plusieurs individus,œuvrant ou non dans une même entreprise, de percevoir et d'exploiter de nouvelles occasions (nouveaux produits, nouvelles méthodes de production, nouveaux processus de gestion, nouveaux marchés, etc.), cela malgré l'incertitude liée à ces projets et aux ressources mises à leur disposition.	CAREE et THURIK (2005)
L'activité entrepreneuriale est une fonction à l'intérieur du sous-système économique de la société. Cette fonction, en plus de sa composante primordiale qui est économique, a des répercussions sur le plan social, culturel, environnemental et politique. Elle est incarnée par des personnes. Ces personnes jouent un rôle social qui appartient à la sphère entrepreneuriale en vertu de droits de propriété qu'ils détiennent à l'égard d'une ou de plusieurs entreprises, ou de postes qu'ils occupent dans la gestion d'entreprise. Une personne peut évoluer dans la sphère des occupations entrepreneuriales en étant à la fois propriétaire et gestionnaire d'entreprise ou l'un ou l'autre. La fonction entrepreneuriale peut être assumée par un ou plusieurs individus et peut se vivre au sein d'entreprises individuelles ou collectives, privées ou publiques, avec ou sans but lucratif ou coopératives, etc.	DUMAIS et COLL (2005)
L'entrepreneuriat représente le processus d'identification, d'exploration et d'exploitation d'une occasion d'affaires en vue de la création d'une activité.	AOUNI et SURLEMONT (2007)
L'entrepreneuriat est un processus multidimensionnel, incluant l'innovation, le risque et la croissance, et ce, peu importe la taille de l'entreprise.	LUKE et COLL (2007)
L'entrepreneuriat est l'action humaine d'entreprendre en vue de générer de la valeur par la création ou le développement d'une activité économique, en identifiant et en exploitant de nouveaux produits, procédés ou marchés.	OCDE (2007)
L'entrepreneuriat est la capacité de l'entrepreneur à reconnaître des occasions et à entreprendre des actions pour les exploiter dans un marché.	LANDSTRÖM (2008)

Source : JULIEN P.A. et CADIEUX L. (2010), p.88

1.2. Pour une lecture multiparadigmatique de l'entrepreneuriat

Il est généralement admis que le phénomène de l'entrepreneuriat est si complexe que nous ne pourrions pas le réduire à un seul paradigme pour cerner ses différentes réalités. Et bien que certains auteurs considèrent que l'entrepreneuriat se situe encore à une phase préparadigmatique du fait que la recherche est relativement récente, nous rejoignons VERSTRAETE et FAYOLLE (2005) ou MESSEGHEM (2006), qui défendent une lecture multiparadigmatique de l'entrepreneuriat. Ce choix est dicté par la complexité du phénomène étudié et les multiples dimensions qu'il regroupe.

1.2.1. De la notion du paradigme

Un paradigme «*fait référence aussi bien à un ensemble d'hypothèses théoriques générales et de lois qu'à une communauté scientifique* » (CHABAUD et MESSEGHEM, 2010, p.100). VERSTRAETE et FAYOLLE (2004) définissent le paradigme comme «*une construction théorique faisant l'objet d'une adhésion d'une partie suffisamment significative des chercheurs qui, au sein de la communauté ainsi constituée, partagent le point de vue proposé par le paradigme. Par construction théorique, on peut entendre : concept, modèle, théorie ou toute autre qualificatif résultant d'une intellectualisation d'un objet ou d'une notion* » (cité par BOUGHATTAS-ZRIG, 2011, p. 111)

D'après S. KUHN (1962, cité par JAZIRI, 2009, p.3), un paradigme scientifique «*est l'ensemble des convictions partagées par le groupe scientifique considéré à un moment donné de l'histoire; convictions que le groupe défend contre toute menace et toute atteinte par le rejet de tout élément théorique hétérogène.....Les paradigmes fournissent une loi, une théorie, une application et un dispositif expérimental, bref un modèle qui donne naissance à des traditions particulières et cohérentes de recherche scientifique* ».

Dans le cas de l'entrepreneuriat, *un paradigme serait les normes admises par les spécialistes du domaine pour délimiter les faits dignes d'être étudiés et d'adopter un courant de pensée à un instant bien précis de la recherche*. Cependant, cela ne signifie pas pour autant que le paradigme soit spécifique à une seule théorie ou courant de pensée, bien au contraire, la complexité des phénomènes dans les sciences sociales suppose la coexistence de plusieurs théories et méthodologies à l'intérieur d'un seul paradigme.

1.2.2. Des paradigmes dominants en entrepreneuriat

FAYOLLE et VERSTRAETE (2005) ont présenté quatre paradigmes pour définir l'entrepreneuriat :

- Opportunité d'affaire : c'est la capacité de créer ou de repérer des opportunités et de les exploiter (SHANE ET VENKATARAMAN, 2000);
- Création d'organisation : par une ou plusieurs personnes (GARTNER, 1990) ;
- Création de valeur : l'entrepreneuriat est un processus créant de la valeur (RONSTADT, 1984; BRUYAT et JULIEN, 2001) dont les travaux portant sur le lien entre entrepreneuriat et croissance économique peuvent être rattachés à ce paradigme ;
- Innovation : elle permettrait de différencier les entrepreneurs des propriétaires dirigeants des PME (SCHUMPETER, 1910 ; CARLAND ET AL, 1984). Bien qu'elle puisse prendre plusieurs formes, l'innovation constitue le fondement de l'entrepreneuriat.

a. Paradigme de l'innovation

C'est le paradigme le plus ancien en entrepreneuriat qui doit sa formulation à Joseph A. SCHUMPETER et à la tradition ou école autrichienne. C'est dans son ouvrage intitulé « *Théorie de l'évolution économique* » paru en 1911 que SCHUMPETER décrit pour la première fois le processus de l'innovation. Pour cet auteur, le rôle perturbateur de l'entrepreneur à travers l'innovation consiste en cinq combinaisons nouvelles : nouveau produit, nouvelle méthode de production, nouveau marché, nouvelle matière première et nouvelle organisation de production.

A ce propos, SCHUMPETER (1928) considère que « *L'essence de l'entrepreneuriat se situe dans la perception et l'exploitation de nouvelles opportunités dans le domaine de l'entreprise... Cela a toujours à faire avec l'apport d'un usage différent de ressources nationales qui sont soustraites de leur utilisation naturelle et sujettes à de nouvelles combinaisons* » (cité par FILION, 1997, p.06).

En 2010, l'OCDE reprend la troisième édition du Manuel d'Oslo: « *l'innovation est définie comme la mise en œuvre d'un produit (bien ou service) ou d'un procédé nouveau ou sensiblement amélioré, d'une nouvelle méthode de commercialisation ou d'une nouvelle méthode organisationnelle dans les pratiques de l'entreprise, l'organisation du lieu de travail ou les relations extérieures* » (cité par NOAILLES, 2011, p.14). DRUCKER (1985) est l'un des principaux partisan de ce paradigme en considérant l'innovation comme la fonction

spécifique de l'entrepreneuriat, et qui sera rejoint par JULIEN ET MARCHESNAY (1996, p.35) qui affirment que « *l'innovation est le fondement de l'entrepreneuriat* ».

b. Paradigme de l'opportunité d'affaires

Ce paradigme est avancé par plusieurs auteurs mais c'est SHANE et VENKATARAMAN (2000, p.218) qui l'ont ouvert la voie de la recherche : *‘we define the field of entrepreneurship as the scholarly examination of how, by whom, and with what effects opportunities to create future goods and services are discovered, evaluated, and exploited...Consequently, the field involves the study of sources of opportunities; the processes of discovery, evaluation, and exploitation of opportunities; and the set of individuals who discover, evaluate, and exploit them’*.

Ils ont proposé de refonder le champ de l'entrepreneuriat dans une perspective gestionnaire en analysant la façon dont sont découvertes, créées et exploitées les opportunités de mettre sur le marché de nouveaux biens et services, par qui et avec quelles conséquences (CHABAUD et MESSEGHEM, 2010). L'entrepreneuriat est donc le processus par lequel des opportunités à créer des produits et des services futurs sont découvertes, évaluées et exploitées par des individus. Cette perception s'inscrit dans une perspective du processus entrepreneurial où tout entrepreneur doit suivre ces étapes.

Selon cette approche, la poursuite des opportunités est le caractère essentiel de la démarche entrepreneuriale, ce qui conduit à définir l'entrepreneuriat comme un processus de transformation d'opportunités en affaires. VERSTRAETE et SAPORTA (2006, p.92) ajoutent que « *l'essentiel du phénomène entrepreneurial, c'est la rencontre, qui ne va pas de soi, entre les opportunités d'affaires et ceux-les entrepreneurs - qui les découvrent et les exploitent* »

c. Paradigme de la création de la valeur

L'entrepreneuriat est considéré un créateur de richesse et de valeur ajoutée à travers sa contribution à la croissance économique et l'emploi. Cette conception est présentée par BRUYAT (1993, p.57)² qui considérait l'entrepreneuriat dans une dialogique individu/création de valeur : « *l'objet scientifique étudié dans le champ de l'entrepreneuriat*

² La thèse de doctorat en 1993 de Christian Bruyat « Création d'entreprises : contribution épistémologiques et modélisation » est considérée comme une référence épistémologique en matière de modélisation de l'action entrepreneuriale.

est la dialogique individu/création de valeur»). Selon cet auteur, c'est l'individu (l'entrepreneur), acteur principal, qui détermine les modalités de production ainsi que son ampleur pour créer de la valeur nouvelle.

Le paradigme de création de valeur regroupe les principales dimensions de l'entrepreneuriat à savoir l'individu, l'objet créé, l'environnement et le processus (JAZIRI, 2009). Et il semble que ce paradigme soit considéré comme l'un des plus privilégiés par les chercheurs en sciences de gestion car il caractérise à la fois l'entrepreneur et le phénomène entrepreneurial.

d. Paradigme de la création de l'organisation

Cette vision de l'entrepreneuriat met l'accent sur le fait que l'entrepreneur, une fois qu'il a détecté une opportunité, crée une organisation pour l'exploiter. GARTNER (1988) a présenté le concept de l'émergence organisationnelle en mettant en évidence l'écart entre une organisation qui existe déjà et une organisation qui émerge, le rôle de l'entrepreneur dans l'organisation émergente est plus qu'essentiel pour sa réussite.

Il a également montré que l'organisation ainsi créée peut être considérée la fois comme un moyen et comme un résultat du processus entrepreneurial. Ce paradigme a été critiqué par PATUREL (2007) sur l'apport et l'originalité d'une telle approche et aussi par SHANE et VENKATARAMAN (2000) sur le fait de ne pas se limiter à considérer que seule une entreprise est une organisation impulsée mais aussi les entités à but non lucratif.

1.2.3. Des autres paradigmes en entrepreneuriat

De son côté, PATUREL (2007) a présenté huit (08) paradigmes qui sont en réalité une suite de ceux avancés par FAYOLLE et VERSTRAETE (2004) en ajoutant respectivement le paradigme des traits individuels, le paradigme des faits entrepreneuriaux, le paradigme du processus entrepreneurial et le paradigme de projet.

Dans ce perspective, PATUREL (2007) énonce : « *Ne pourrait-on pas avancer que l'entrepreneuriat est, à partir d'une idée, l'exploitation d'une opportunité dans le cadre d'une organisation impulsée, créée de toute pièce ou reprise dans un premier temps, puis développée ensuite, par une personne physique seule ou en équipe qui subit un changement important dans sa vie, selon un processus qui aboutit à la création d'une valeur nouvelle ou à l'économie de gaspillage de valeur existante ?* » (cité par JAZIRI, 2009, p.5)

a. Paradigme des traits individuels

L'apport de ce paradigme à l'étude de l'entrepreneuriat est considéré marginal (JAZIRI, 2009), même s'il a mis en évidence l'ensemble des caractéristiques individuelles des entrepreneurs pour les présenter comme des modèles de réussite sociale à imiter. Les caractéristiques concernent, entre autres, l'entourage familial, la carrière professionnelle, l'origine sociale ainsi que les compétences et les motivations. Selon ce paradigme, avoir un parent ou un autre membre de la famille comme entrepreneur influence positivement la décision d'entreprendre.

Du même, le niveau d'instruction des entrepreneurs est plus élevé que le reste de la population (GASSE et D'AMOURS, 2000), par conséquent, la formation devient un élément important pour l'entrepreneuriat. Cela suppose également que les entrepreneurs sont compétents donc capables de faire face aux situations difficiles. Les tenants de ce paradigme des traits individuels des entrepreneurs reconnaissent que ceux qui réussissent sont persévérants et motivés, aspirent à devenir autonomes et indépendants et à s'affranchir du travail salarié.

L'âge et l'expérience antérieure de l'entrepreneur sont également des traits individuels décisifs pour la réussite lors d'une création d'une nouvelle entreprise. L'environnement entrepreneurial immédiat est également mis en évidence par ce paradigme comme un facteur favorisant l'initiative individuelle et l'entrepreneuriat en faisant valoir la différence en termes d'opportunités d'affaire entre un milieu ou territoire et un autre. Cependant, la critique principale adressée aux partisans de ce paradigme est son incapacité à établir un profil-type d'entrepreneur avec des caractéristiques bien propres à lui (DANJOU, 2002), car la complexité du phénomène entrepreneurial suppose une multitude de profils ou de personnages d'entrepreneurs et des caractéristiques spécifiques pour chaque situation.

b. Paradigme du processus entrepreneurial

Ce paradigme est considéré par de nombreux chercheurs (FAYOLLE, 2002 ; FILLION, 1999) comme une approche récente de l'entrepreneuriat, et ce n'est qu'au début des années 1990 que ce paradigme soit reconnu dans la recherche en entrepreneuriat, bien que cette dernière soit elle-même récente. Pour JOHANNISSONN (2003) *«l'entrepreneuriat est un processus dans lequel des ressources, indépendantes à l'origine, sont réorganisées d'une nouvelle façon pour saisir une occasion d'affaires»* (cité par JAZIRI, 2009).

GARTNER (1985, 1993) est considéré comme l'un des précurseurs du paradigme du processus entrepreneurial en proposant un cadre conceptuel pour décrire le phénomène de la création d'une nouvelle entreprise. Il comporte quatre dimensions (environnement, individus, processus et organisation) et l'auteur assimile le processus entrepreneurial à une activité à part entière ou à une fonction (FAYOLLE, 2004).

Sur les traces des travaux de GARTNER, BYGRAVE et HOFER (1991) considèrent que le processus entrepreneurial se caractérise par son aspect dynamique et holistique³ : dynamique car la création d'entreprises évolue dans le temps, et holistique car cette évolution est la conséquence d'un système de variables en interaction.

Le paradigme de processus entrepreneurial est centré davantage sur la description et l'analyse des étapes conduisant à la création d'une nouvelle entreprise ou la reprise d'une déjà existante, que sur la description étroite ou limitée d'un seul aspect, d'une seule caractéristique humaine ou d'une seule fonction économique. Cette perception trouve son origine dans la complexité du phénomène de l'entrepreneuriat et son étude requiert donc de le considérer comme un tout ou un ensemble et non d'un point de vue parcellaire. D'ailleurs, ce paradigme est étroitement lié aux autres paradigmes de l'entrepreneuriat, en particulier, l'opportunité d'affaires, la création d'une organisation et l'innovation,

c. Paradigme des faits entrepreneuriaux

Ce paradigme permet d'identifier l'entrepreneur par son comportement et évaluer ses compétences et sa capacité à atteindre les objectifs. Il met en évidence l'analyse de la fonction entrepreneuriale ainsi que le processus entrepreneurial, ce qui le rend complémentaire avec le paradigme du processus. Donc *«le rôle fondamental de l'entrepreneur sera la mise en place d'une nouvelle structure selon une démarche qui laisse révéler ses qualités d'innovateur, d'organisateur, de stratège»* (JAZIRI, 2009, p.7), ce qui laisse entendre que les caractéristiques intrinsèques de l'entrepreneur influencent significativement la création d'une nouvelle organisation ou l'impulsion d'une autre déjà existante.

Néanmoins, PATUREL (2007) a critiqué ce paradigme en mettant en garde contre l'universalité d'une telle approche qui pourrait faire croire que les réussites des parcours des entrepreneurs sont considérées comme une règle générale dans les affaires.

³ De l'holisme, qui, selon le Dictionnaire de la Langue française, une théorie épistémologique dans laquelle on doit toujours considérer un énoncé à caractère scientifique relativement à l'environnement dans lequel il se manifeste.

d. Paradigme de projet

Comme les trois derniers paradigmes cités précédemment, le paradigme de projet a été avancé par PATUREL (2007) en présentant son modèle des « 3 E » : Entrepreneur (porteur du projet), Entreprise (ressources et compétences à intégrer dans l'organisation) et Environnement (possibilités offertes sur le plan global ou spécifique). Il a également présenté un autre modèle des « 3 F » : Efficacité (comparaison des réalisations avec les objectifs sur la base des critères), Efficience (manière dont les ressources et compétences sont utilisées par l'entreprise) et Effectivité (niveau de satisfaction des parties prenantes de l'entreprise). Ces deux modèles sont applicables à tout projet d'une organisation ou d'une entreprise quel que soit son domaine d'affaires.

1.2. Des modèles conceptuels dominants en entrepreneuriat

La compréhension et l'appréhension du phénomène complexe qui est l'entrepreneuriat a amené de nombreux spécialistes de son domaine de recherche à proposer des modèles conceptuels mobilisant des facteurs explicatifs de l'entrepreneuriat.

1.3.1. Le modèle de SHAPERO (1975)

C'est le modèle le plus connu pour expliquer l'événement entrepreneurial ainsi que ses différents choix. Il est le résultat de la combinaison de quatre variables : les déplacements négatifs, positifs ou situations intermédiaires, les perceptions de la désirabilité de l'acte d'entreprendre, la faisabilité de l'acte d'entreprendre en prenant en compte les facteurs issus de l'environnement culturel, économique, politique et social et enfin la propension à l'action.

1.3.2. Le modèle de GARTNER (1985)

Ce modèle est une application de la théorie de la contingence, issue des travaux des précurseurs BURNS ET STALKER (1961), sur le champ de l'entrepreneuriat. La théorie de la contingence stipule que chaque entreprise ou organisation doit s'adapter à son environnement (stable ou instable) et adopter en conséquence un mode de management adéquat pour chaque situation.

Gartner a mis en place un modèle multidimensionnel d'une cinquantaine de variables pour conceptualiser l'entrepreneuriat et l'acte d'entreprendre en se basant sur quatre axes essentiels : les individus, l'organisation, le processus ainsi que l'environnement.

1.3.3. Le modèle de COVIN ET SLEVIN (1991)

Ce modèle présente l'entrepreneuriat comme un comportement organisationnel. Il est fondé sur un ensemble de variables qui influencent l'attitude entrepreneuriale, responsable de la performance de l'entreprise. Ces variables qui expliquent le phénomène entrepreneurial sont des variables internes (valeurs et philosophie de la haute direction, ressources et compétence organisationnelles, culture organisationnelle, structure organisationnelle), des variables externes (environnement externe, sophistication technologique, dynamisme, hostilité, étapes de cycle de vie de l'industrie), et des variables stratégiques (mission stratégique, pratique des affaires et tactiques concurrentielles).

1.3.4. Le modèle de HAYTON, GEORGE et ZAHRA (2002)

C'est un modèle qui s'inspire des travaux empiriques sur la relation entre entrepreneuriat, caractéristiques de l'entrepreneur et culture nationale. Cette dernière est incarnée par les besoins et les motivations de l'entrepreneur, ses croyances et compétences, sa cognition ainsi que les valeurs individuelles ou collectives. Ce modèle conceptuel est donc une présentation de la relation entre les valeurs culturelles, l'environnement (économique, institutionnel) et le comportement entrepreneurial.

1.3.5. Le modèle conceptuel du GEM⁴ (Global Entrepreneurship Monitor)

Selon ce modèle, l'entrepreneuriat est un processus qui consiste à identifier, évaluer et exploiter des opportunités d'affaires, ce qui mène nécessairement à la création de nouvelles entreprises. Il met en évidence le rôle de l'entrepreneuriat dans la croissance économique d'un pays. Depuis la première mise en place de ce cadre conceptuel en 1999, il a été démontré que l'entrepreneuriat comptait pour un tiers (1/3) des variations de la croissance économique dans les pays étudiés (Rapport GEM, 2005).

D'après la conception du modèle GEM, l'activité entrepreneuriale est complexe et influencée par le contexte socio-économique national, lequel contexte est décrit par des conditions cadres de l'entrepreneuriat (CCE). Ces conditions sont, entre autres, le soutien financier, les politiques gouvernementales, les programmes gouvernementaux, la formation et l'éducation, le transfert de la R&D (Recherche et Développement), l'infrastructure commerciale et

⁴ Le projet GEM initié en 1997, est une collaboration entre deux prestigieuses institutions académiques anglo-saxonnes actives dans le domaine de l'entrepreneuriat : le Babson College au Etats-Unis et la London Business School en Grande-Bretagne.

professionnelle, l'ouverture au marché interne, l'accès aux infrastructures, et les normes culturelles et sociales.

L'étude GEM intègre quatre variables pour appréhender l'ensemble du phénomène entrepreneurial, à savoir :

- Les entrepreneurs dans des entreprises émergentes (nascent entrepreneurs), et qui sont dans une phase de gestation d'un projet d'entreprise (recherche de capitaux, rédaction d'un business-plan...);
- Les entrepreneurs dans des entreprises nouvelles (new business owner-managers), c'est les dirigeants d'entreprises qui ont payé des salaires à leurs employés depuis moins de 3 années et demie.
- Les entrepreneurs dans des entreprises établies (established business owner), c'est les propriétaires dirigeants qui ont payé des salaires depuis plus de 3 années et demie à leurs employés.
- Le taux d'activité entrepreneuriale (TAE) (Total Entrepreneurial Activity, TEA), qui est une combinaison entre le taux des entrepreneurs émergents et le taux des entrepreneurs nouveaux.

2. ENTREPRENEURIAT ET CREATION D'ENTREPRISE

Il est communément admis que l'entrepreneuriat renvoie à quatre types de réalités : la création d'entreprise, l'esprit d'entreprise, l'entrepreneur et le champ de recherche. Dans la littérature empirique, l'entrepreneuriat est souvent assimilé à la création d'entreprise pour mesurer l'entrepreneuriat, du fait que les nouvelles entreprises créées remplacent celles qui sont obsolètes et défaillantes, en référence au processus de « destruction créatrice » de Schumpeter (GHANEM, 2017).

Cette seconde section abordera en premier le phénomène de la création d'entreprise à travers son aspect entrepreneurial, mais aussi ses multiples dimensions (objet, acteur, processus et environnement). Ensuite, les approches entrepreneuriales de la création d'entreprise seront présentées et la section se terminera par la discussion de l'impact de la création d'entreprise sur le développement économique via la création d'emplois notamment.

2.1. Création d'entreprise : phénomène entrepreneurial à facettes multiples

« La plupart des créations d'entreprises, mêmes modestes, partagent au moins certaines caractéristiques des phénomènes entrepreneuriaux » (VERSTRAETE et SAPORTA, 2006, p. 102). Cette affirmation des deux influents auteurs francophones de l'entrepreneuriat dénote que la création d'entreprise peut être assimilée d'emblée à un acte entrepreneurial, qu'il convient d'ailleurs de montrer les éléments qui le constituent. Toutefois, et selon BRUYAT (1993, p.92) : « la création d'entreprise est un concept à facettes multiples qui se révèlent dans le temps ».

2.1.1. Du caractère entrepreneurial de la création d'entreprise

La création d'entreprise constitue l'expression la plus acceptée de l'entrepreneuriat (FAYOLLE, 2003). « Lorsqu'on évoque le champ de l'entrepreneuriat, l'expression création d'entreprise suit instantanément, comme si cette modalité de devenir entrepreneur ne possédait pas d'alternative » (PATUREL, 2000, p 187). VERSTRAETE (2000, p.11) fait le même constat : « souvent, il [l'entrepreneuriat] est étroitement associé à la création d'entreprise, voire de façon synonymique ».

Pour TOUNES (2003, p. 30) : « la création d'entreprise constitue pour nous la manifestation la plus visible du phénomène entrepreneurial. Elle prend le sens d'une opportunité que nous assimilons à la concrétisation d'un projet pérenne avec les risques y afférents ». Du même, l'OCDE, le Doing Business et d'autres banques de données internationales, définissent l'entrepreneuriat comme la création de nouvelles entreprises (new business creation). Selon MOREAU (2004), la création d'entreprise peut englober plusieurs formes :

- La création d'entreprise pure ou « ex-nihilo », où une nouvelle organisation (entreprise) qui n'existait pas auparavant va apparaître en exploitant de nouveaux moyens de production ;
- La reprise d'entreprise, où une personne ou une unité reprend totalement ou partiellement l'activité d'une entreprise déjà existante ;
- La réactivation d'entreprise où une personne relance l'activité d'une entreprise qui a cessé son activité pour une raison ou une autre ;
- L'essaimage où un salarié d'une entreprise crée une nouvelle entreprise et bénéficiant du soutien de son ancien employeur.

2.1.2. De l'hétérogénéité des créations d'entreprises

« La création d'entreprise est un phénomène hétérogène, correspondant à des logiques diverses et évolutives, aux limites floues, éphémère, difficilement repérable dans le temps » (BRUYAT, 1993, p. 108). Ce constat d'un des pionniers du domaine de l'épistémologie de l'entrepreneuriat est fondé sur le sens large que recouvre ce concept de la création d'entreprise. En effet, la création d'entreprise est un phénomène multidimensionnel (GARTNER, 1985), complexe et hétérogène (BRUYAT, 1993) et se basant sur quatre dimensions : l'objet de la création (l'entreprise nouvelle), l'acteur de la création (l'entrepreneur), le processus de la création ainsi que l'environnement dans lequel se déroule la création de l'entreprise.

Nous présenterons successivement chacune des quatre dimensions :

- L'objet de la création (l'entreprise nouvelle)

C'est le résultat et l'objet de la création, c'est l'entreprise nouvelle qui voit le jour. Cette dimension est abordée dans les travaux ayant trait à la démographie des entreprises.

- L'acteur de la création (l'entrepreneur)

C'est naturellement la dimension qui a suscité dans le passé le plus de l'intérêt. Des économistes, mais aussi, des sociologues, ou des spécialistes des sciences de comportement, se sont interrogé sur l'individu créateur de l'entreprise (entrepreneur), son profil, ses caractéristiques ainsi que sa fonction et son comportement.

- Le processus de la création (le temps)

Cette dimension met l'accent sur le fait que la création d'entreprise n'est pas un phénomène spontané (SAMMUT, 2001), mais plutôt un ensemble d'étapes constituées des activités allant de la perception d'une opportunité d'affaires à son exploitation via la création d'une nouvelle organisation (BYGRAVE et HOFER, 1991).

- L'environnement de la création (le contexte)

L'ultime dimension abordée est relative à l'environnement dans lequel le créateur de l'entreprise ou l'entrepreneur évolue, soit en agissant sur ce dernier (environnement), soit en s'adaptant à ses conditions et contraintes (GARTNER, 1985).

2.2. Approches entrepreneuriales et création d'entreprise

Jusqu'à la fin des années 1980, la recherche en entrepreneuriat a connu principalement deux approches : descriptive (fonctionnelle) et comportementale. Une troisième approche, dite processuelle est apparue dans les années 1990.

2.2.1. Approche fonctionnelle des économistes

C'est l'approche la plus ancienne et qui remonte à près de deux siècles. Elle est dite fonctionnelle car elle s'intéresse aux fonctions de l'entrepreneur en essayant de répondre à la question : « *Qu'est ce que fait un entrepreneur ?* »⁵ Elle a été développée par des économistes pour souligner le rôle de l'entrepreneuriat dans le développement du système économique.

Cette approche est l'œuvre des économistes, essentiellement (CANTILLON, 1730 ; SAY, 1814 ; et SCHUMPETER, 1910) qui se sont intéressés au rôle joué par l'entrepreneuriat dans le développement économique et social. Ils ont défini l'entrepreneur par ses caractéristiques et ses fonctions économiques et sociales. Leurs travaux, centrés sur les aspects économiques de l'entrepreneuriat, ont abouti à une typologie autour de deux modèles : l'entrepreneur-organisateur (CANTILLON et SAY) et l'entrepreneur-innovateur (SCHUMPETER).

2.2.2. Approche comportementale des behavioristes

La seconde approche est une approche des spécialistes des sciences de comportement, elle s'intéresse aux caractéristiques personnelles et aux traits individuels des entrepreneurs. Elle remonte au début des années 1950 et adopte comme hypothèse de base, la différence entre entrepreneurs et non entrepreneurs. Elle englobe dans son domaine d'application les entrepreneurs eux-mêmes, les entrepreneurs potentiels, le système éducatifs ainsi que les formateurs.

Autour des actions de l'entrepreneur et son projet entrepreneurial en se focalisant sur ses stratégies de succès (lancement, croissance, innovation) et leurs chances d'aboutir. Elle considère l'entrepreneur comme un élément déterminant du processus complexe de la création d'entreprise. (GARTNER, 1990)

Elle englobe dans son domaine d'application les entrepreneurs eux-mêmes, les entrepreneurs potentiels, le système éducatifs ainsi que les formateurs. Le mérite de cette approche, initiée par MC CLELLAND et M. WEBER, est qu'elle a amorcé l'entrepreneuriat comme un

⁵ What the entrepreneur do?

véritable champ de recherche (TOUNES, 2003), en s'intéressant aux actes et comportements de l'entrepreneur dans l'exercice de son activité et en tenant compte de son environnement culturel, social, politique et économique.

2.2.3. Approche processuelle des gestionnaires

L'approche centrée sur le processus entrepreneurial est la plus récente dans la recherche en entrepreneuriat, elle date du début des années 1990. C'est une approche développée par les spécialistes des sciences de gestion, de l'action et des théories des organisations. Elle s'intéresse au processus de création d'une nouvelle activité ou d'une nouvelle organisation en essayant de répondre à la question du « Comment ? » tout en soulignant la différence qui existerait entre les processus entrepreneuriaux. Son champs d'action comprend, outre les entrepreneurs, les entrepreneurs potentiels, les éducateurs et formateurs et les structures d'accompagnement et d'appui des entrepreneurs.

Cette approche est articulée autour de la personnalité de l'entrepreneur en s'intéressant à ses compétences, ses caractéristiques socio-démographiques et psychologiques. Elle a comme objectif d'établir un profil-type d'entrepreneur disposant de caractéristiques spécifiques et empiriquement démontrées (FILION, 1997). Et c'est A. SHAPERO et L. SOKOL qui sont les premiers qui ont éclairé l'optique processuelle du phénomène entrepreneurial en essayant de comprendre le déclenchement d'un événement entrepreneurial en le corrélant avec des facteurs situationnels et individuels. Tout événement entrepreneurial, font-ils remarquer, est la fin d'un processus et le début d'un autre.

2.3. Création d'entreprise et développement économique

L'entrepreneuriat et la création d'entreprise en particulier exercent un impact certain sur le développement économique, que ce soit dans les pays développés ou ceux en développement. Cet impact se manifeste à travers deux aspects essentiels, la croissance économique et la création d'emplois.

2.3.1. Entrepreneuriat et croissance économique

La relation entre l'entrepreneuriat et la croissance économique peut être considérée dans les deux sens, autrement dit, une période de forte croissance économique multiplie les opportunités entrepreneuriales d'un côté, et de l'autre, un fort taux de l'entrepreneuriat influence positivement la croissance économique.

Nous nous contentons dans cet élément d'aborder l'impact de l'entrepreneuriat sur la croissance économique à travers la création de nouvelles entreprises. Ainsi, CARREE et THURIK (1998), qui, en mesurant la part des petites entreprises dans les secteurs industriels en Europe, ont confirmé que l'entrepreneuriat influence positivement la croissance industrielle ainsi que la croissance économique.

Le modèle du GEM a contribué à situer l'apport de l'entrepreneuriat à la croissance économique (Rapport GEM, 2005). Cette dernière serait la conséquence d'une dynamique entrepreneuriale composée des créations, expansions, restructurations mais aussi fermetures d'entreprises. Une dynamique économique impulsée par les entreprises déjà établies et par la présence d'opportunités entrepreneuriales qui sont saisies par des individus compétents et motivés. Et bien que l'effet de l'entrepreneuriat sur la croissance économique semble long et indirect (VERSTRAETE et SAPORTA, 2006), il ne demeure pas moins que la dynamique entrepreneuriale contribue à la mise en place des processus de changement des comportements des acteurs économiques conduisant à la croissance.

2.3.2. Entrepreneuriat et création d'emplois

C'est dans le domaine de la création d'emplois que le rôle de l'entrepreneuriat a été identifié le premier (AUDRETSCH, 2006). La création d'entreprise permet en effet à un nombre non négligeable de chômeurs de s'insérer dans la vie professionnelle en créant leur propre emploi. Toutefois, l'impact global sur l'emploi ne se fait sentir que sur une longue période, car les créations d'emplois sont généralement modestes mais leurs cumuls dans le temps permettent d'obtenir un impact positif (VERSTRAETE & SAPORTA, 2006).

Subséquemment, sur plusieurs années successives, les nouvelles créations d'entreprises et donc d'emplois sont additionnées à celles déjà existantes, en tenant compte évidemment des disparitions suite aux faillites d'entreprises qui ne peuvent survivre (durant les trois premières années généralement). Mais, cet effet de perte d'emplois peut être compensé par l'augmentation des dimensions des entreprises, qui, en passant de très petite ou petite entreprise à moyenne ou grande entreprise, contribuent à la création de nouveaux emplois tout en pérennisant ceux qui en existent auparavant.

Conclusion

L'objectif de ce premier chapitre était de présenter un cadre théorique et conceptuel de l'entrepreneuriat et de son corolaire la création d'entreprise en tenant compte de la relative

jeunesse du champ de recherche de l'entrepreneuriat. Deux sections ont été développées, la première était relative aux multiples définitions proposées par les spécialistes du domaine de l'entrepreneuriat, en plus des paradigmes essentiels et des cadres conceptuels en entrepreneuriat. La seconde section était consacrée au concept de la création d'entreprise dans son aspect entrepreneurial ainsi que son impact sur le développement économique.

La première section a montré une difficulté avérée pour définir le concept de l'entrepreneuriat à cause de son interdisciplinarité et de la différence des outils d'analyse qu'utilise chaque discipline pour l'appréhender. Une autre difficulté relative à la perception du phénomène entrepreneurial a été exposée en plus d'une synthèse des différentes définitions de l'entrepreneuriat. Cette section a également mis en évidence le caractère multiparadigmatique de l'entrepreneuriat du fait de la complexité et de l'existence de plusieurs dimensions de l'évènement entrepreneurial, de ses tenants et aboutissants et qui ne sauront être confinés en un seul paradigme.

Toutefois, des paradigmes comme l'opportunité, la création de valeur ou l'innovation semblent plus indiqués pour définir et expliquer l'entrepreneuriat. La section s'est achevée par établir la présence de plusieurs modèles conceptuels expliquant l'entrepreneuriat par la mobilisation de plusieurs variables liées à l'environnement politique, socio-économique et culturel de chaque pays.

La seconde section, de son côté, a permis de placer le concept de la création d'entreprise dans le contexte de l'entrepreneuriat en démontrant son caractère entrepreneurial ainsi que les multiples facettes qui la caractérisent, la multitude des approches entrepreneuriales de la création d'entreprise qui tenaient compte de l'individu, du contexte et du projet entrepreneurial. Cette section a examiné aussi le rôle de l'entrepreneuriat dans le développement économique et a démontré que la création d'entreprise accomplit ce rôle à travers son impact sur la création d'emplois et sur la croissance économique. Toutefois, cet impact est relativement marginal dans l'immédiat, autrement dit, il faudrait une période plus moins longue pour établir que la création de nouvelles entreprises contribue positivement à la création d'emplois et la résorption du chômage mais aussi à stimuler la croissance économique, et cela que ce soit dans les pays développés ou ceux en développement.

Le chapitre suivant est consacré à l'entrepreneur, ses caractéristiques ainsi que les différentes théories qui l'ont abordé. En effet, c'est un prolongement logique de ce premier chapitre dans la mesure où l'entrepreneuriat en général et la création d'entreprise en particulier sont

l'œuvre des entrepreneurs et cela en dépit de la divergence de leurs profils, de leurs objectifs ou de leurs environnements. D'où l'importance d'étudier le personnage de l'entrepreneur, son profil sociodémographique, ses motivations, son parcours et sa formation.

CHAPITRE II

ENTREPRENEURS, THEORIES ET CARACTERISTIQUES

I. Caractéristiques et Approches de recherche

1. Pour une définition consensuelle de l'entrepreneur
2. Caractéristiques de l'entrepreneur
3. Approches de recherche sur les entrepreneurs

II. Evolution de la théorie de l'entrepreneur

1. Théorie économique de l'entrepreneur
2. Théories contemporaines de l'entrepreneur
3. Théorie moderne de l'entrepreneur

« Les besoins de l'humanité sont innombrables et variés mais la créativité humaine est sans limite. Dans toute société se trouvent des personnes habiles à transformer des rêves ou des occasions d'affaires en entreprises viables qui sauront satisfaire les besoins humains. On les nomme entrepreneurs ».

Manifeste de la Fondation de l'Entrepreneurship, 1993

Introduction

L'entrepreneur est un élément central dans le phénomène entrepreneurial et un acteur principal de sa dynamique. Son étude est étroitement liée à l'étude de l'entrepreneuriat tellement la frontière entre les deux concepts est floue (GARTNER, 1990). C'est un personnage qui a toujours suscité de l'intérêt des chercheurs dans le champ académique de l'entrepreneuriat mais aussi des économistes depuis l'évolution de la théorie économique (CANTILLON, SAY, SCHUMPETER), en plus des spécialistes des autres disciplines (sociologie, psychologie...).

L'objectif de ce chapitre est d'étudier le concept de l'entrepreneur en se focalisant sur plusieurs aspects qui lui sont relatifs. En effet, nous nous intéresserons à la définition du concept de l'entrepreneur, ses multiples caractéristiques ainsi que les différentes approches de recherches qui se sont intéressées à lui. Nous retraçons ensuite l'évolution de l'entrepreneur dans la théorie économique, une évolution liée aux mutations socioéconomiques qu'a connues l'économie capitaliste et, pour terminer par présenter les formes modernes de l'entrepreneur.

Dans une première section, nous discuterons des multiples définitions de l'entrepreneur en essayant de présenter une définition consensuelle, de ses différentes caractéristiques, compétences et comportements. Nous présenterons aussi les approches de recherche qui se sont intéressées à l'entrepreneur. Dans une seconde section, nous exposerons la théorie de l'entrepreneur qui regroupe des contributions des auteurs classiques ou contemporains en analyse économique, et qui sont considérés à raison comme les précurseurs de la conceptualisation de l'entrepreneur. Les contributions présentées constituent le périple de l'entrepreneur, son personnage et sa fonction à travers le temps, de la révolution industrielle jusqu'à l'ère moderne du numérique.

1. CARACTERISTIQUES ET APPROCHES DE RECHERCHE

Au-delà de l'étude du phénomène entrepreneurial, les chercheurs en entrepreneuriat se sont naturellement intéressés à l'entrepreneur, l'acteur qui permet l'émergence et la croissance et la pérennité des entreprises et qui incarne l'esprit du capitalisme. Définir l'entrepreneur n'est pas une chose aisée, bien au contraire car la théorie économique a échoué à lui donner un modèle universel et nécessaire, comme elle a pu le faire, par exemple, pour l'entreprise avec la théorie néoclassique de la firme (MARCHESNAY, 2012).

Cette première section sera consacrée à la recherche d'une définition de l'entrepreneur qui fait consensus car le concept est connu par la multitude des approches qui le définissent. Ensuite, les caractéristiques attribuées à l'entrepreneur seront exposées au même titre que ses compétences et la section se termine par l'analyse des principales approches de recherche en entrepreneuriat qui ont traité de l'entrepreneur.

1.1. Pour une définition consensuelle de l'entrepreneur

Il existe différentes façons de définir l'entrepreneur selon le point de vue de chaque discipline. Selon TOUNES (2003), la notion d'entrepreneur est une réponse au besoin de la théorie économique de s'appuyer sur un type idéal afin de fournir une explication générale du fonctionnement de l'économie de marché. En effet, selon BOURGUIBA (2007, p. 39). *« Les fondements historiques de l'entrepreneuriat émanent des sciences économiques par des études dédiées au rôle de l'entrepreneur dans le développement du système économique »*.

1.1.1. De la difficulté de définir et de cerner le concept de l'entrepreneur

A l'instar l'entrepreneuriat, le concept de l'entrepreneur souffre d'un problème de définitions, à cause de l'absence d'une théorie unique universellement acceptée par les chercheurs de la discipline (GARTNER, 1988 ; CASSON, 1991, 2003). Pour MARCHESNAY (2012, p. 97) : *« l'impuissance de la théorie pure à nous donner un modèle universel de l'entrepreneur tient tout simplement à la nature profondément diverse de celui-ci »*. Le concept d'entrepreneur ne revêt pas toujours le même sens selon les époques et selon les contextes. Par conséquent, il doit être approché en fonction des mutations socio-économiques et des contingences spatio-temporelles (TOUNES et FAYOLLE, 2006).

La difficulté vient également du fait que la plupart des définitions de l'entrepreneur sont teintées des empreintes de la discipline de l'auteur qui les propose (SIOMY, 2007). En effet, la recherche en entrepreneuriat étant multidisciplinaire, les définitions de l'entrepreneur divergent nécessairement entre les auteurs économistes, les spécialistes des sciences de comportement, ceux des sciences de gestion ou encore des autres disciplines. Ainsi, l'entrepreneur est perçu comme innovateur par les économistes, créatif pour les behavioristes, coordinateur de ressources pour les ingénieurs, ou preneurs de risques pour les financiers (GRANDCLAUDE et NOBRE, 2013).

1.1.2. De la multitude des définitions de l'entrepreneur

Le concept de l'entrepreneur, confiné au départ dans l'acte individuel de créer une entreprise, a évolué considérablement dans le temps en suivant aussi bien le développement économique que les mutations culturelles et sociales du monde contemporain. Selon (TOUNES et FAYOLLE, 2006), les différents visages de l'entrepreneur viennent des contingences spatiales et pas seulement temporelles, autrement dit, les définitions qui ont été données à ce concept peuvent souvent être en perspective avec les évolutions économiques et culturelles qui affectent le fonctionnement des sociétés, et des pays.

CUNNINGHAM et LISCHERON (1991) ont distingué six écoles de pensée en entrepreneuriat à propos des entrepreneurs :

- L'école des « *grands hommes* » qui considère les entrepreneurs comme des personnes ayant des capacités exceptionnelles innées et qui les différencient des autres personnes non entrepreneurs ;
- L'école des « *caractéristiques psychologiques* » qui définit les entrepreneurs à partir de leurs caractéristiques personnelles et leurs valeurs propres à eux comme les attitudes et les besoins ;
- L'école « *classique* » qui perçoit les entrepreneurs comme des innovateurs et des créatifs, capables de créer leurs opportunités d'affaires par leurs recherches persévérantes;
- L'école du « *management* » qui voit les entrepreneurs comme des organisateurs de processus de création de richesses économiques en saisissant des opportunités par l'utilisation de techniques appropriées de gestion et de management ;
- L'école du « *leadership* » considère que les entrepreneurs comme des leaders ayant les capacités à motiver, diriger et conduire leurs personnels, c'est des meneurs d'hommes.
- L'école de « *l'intrapreneurship* » suggère que les entrepreneurs disposent de compétences appropriées pour innover, développer et diversifier les activités de leurs entreprises existantes.

De multiples définitions de l'entrepreneur ont été proposées par les chercheurs du domaine de l'entrepreneuriat selon différentes façons de chaque discipline. Selon DESCHAMPS (2000, p.69) : « *Chaque auteur donne une définition traduisant sa propre vision de l'entrepreneur et, même si des chevauchements existent entre les différentes tentatives (Sharma et Chisman, 1999), de nombreuses typologies ont contribué à rendre compte de la diversité de l'acteur et à conclure que chaque entrepreneur est un individu à part entière que l'on ne peut définir comme un type unique (Ettinger, 1989) ».*

Nous présenterons dans ce qui suit quelques définitions de l'entrepreneur que nous avons choisies de la littérature abondante de l'entrepreneuriat et de l'entrepreneur. Ainsi, selon HISRICH et PETERS (1991) : *« l'entrepreneur est un agent social dont le rôle consiste à risquer son capital en créant une entreprise pour en gagner davantage »* (cité par SIOMY, 2007, p.99). Pour TOUNES (2003, p.87) *« l'entrepreneur réunit et emploie, de façon rationnelle, les diverses ressources pour concrétiser une opportunité, en assumant les risques y afférents et en assurant la pérennité de son organisation »*.

Et selon SIOMY (2007, p.100) : *« l'entrepreneur incarne un agent social (individuel ou institutionnel) engagé, peu importe sa catégorie socioprofessionnelle, qui entreprend des actions et réunit les moyens nécessaires pour développer l'entrepreneurship (entrepreneuriat), aussi bien par l'acte de création d'une entreprise que par celui de soutien au développement et à la promotion des conditions favorables à l'émergence de la culture entrepreneuriale et à l'entrepreneurship »*.

Enfin, MARCHESNAY (2012, p. 98) définit l'entrepreneur : *« ...comme toute personne engageant son capital (au sens large) et s'engageant (s'investissant) dans son affaire, en organisant les diverses ressources mobilisées en vue de constituer des capacités, si possible distinctives, dans le but d'offrir un bien/service, plus ou moins différent de ce qui existe, en escomptant un retour satisfaisant (en fonction de ses attentes personnelles) »*

L'ensemble de ces définitions énumèrent sur les tâches et les actions qu'un entrepreneur doit accomplir, à savoir mobiliser des ressources et les employer d'une manière rationnelle, en prenant les risques nécessaires pour garantir la réussite de son entreprise.

1.1.3. Pour une définition consensuelle de l'entrepreneur

L'un des points de convergence entre les différentes traditions et écoles de la pensée économique à propos de l'entrepreneur, réside dans la reconnaissance de son rôle dans la création des richesses. Pour notre part, nous avons choisi de présenter la définition de l'entrepreneur, empruntée à FILION (1997), bien que relativement ancienne, mais que nous estimons apte à faire consensus parmi la multitude des définitions traitant de l'entrepreneur, de ses traits et de ses faits.

Selon FILLION (1997, p.151) : *« Un entrepreneur est une personne imaginative, caractérisée par une capacité à fixer et à atteindre des buts. Cette personne maintient un niveau élevé de sensibilité en vue de déceler des occasions d'affaires. Aussi longtemps qu'il/elle continue*

d'apprendre au sujet d'occasions d'affaires possibles et qu'il/elle continue à prendre des décisions modérément risquées qui visent à innover, il/elle continue à jouer un rôle entrepreneurial ». Cette définition met en évidence les traits de l'entrepreneur qui consiste dans sa capacité à fixer et réaliser ses objectifs, son sens d'imagination et sa sensibilité à détecter les opportunités d'affaires. Elle montre également les faits de l'entrepreneur à travers la saisie d'opportunités avec persévérance, la prise de décision et du risque, et l'innovation. Par conséquent, l'entrepreneur est associé aux paradigmes de l'opportunité et de l'innovation mais également aux notions de direction et de prise de risque et cela d'une manière générale et non exclusive.

1.2. Caractéristiques des entrepreneurs

Les recherches sur les caractéristiques de l'entrepreneur ne peuvent être dissociées de celles réalisées sur l'entrepreneur lui-même, selon les disciplines et les approches mobilisées. Néanmoins, nous nous plaçons dans une perspective des sciences de gestion pour aborder les caractéristiques des entrepreneurs à travers la présentation des approches relatives au sujet : de l'approche par les traits de personnalité versus l'approche par les faits, l'approche compétentielle et terminons par l'approche comportementale.

1.2.1. Approche par les traits versus approche par les faits

Il existe une certaine complémentarité entre l'approche par les traits et l'approche par les faits. Alors que la première répond à la question de « *qui est l'entrepreneur ?* », la seconde complète avec la réponse à la question « *que fait l'entrepreneur ?* », donc ces deux approches combinées permettent d'obtenir une plus grande connaissance sur ce personnage controversé.

a. Approche par les traits

Autour de la personnalité de l'entrepreneur en s'intéressant à ses caractéristiques socio-démographiques et psychologiques et qui le distinguent des autres individus non entrepreneurs. Elle a comme objectif d'établir un profil-type d'entrepreneur disposant de caractéristiques spécifiques et empiriquement démontrées (FILION, 1997) en essayant de répondre à la question « *qui est l'entrepreneur ?* ». Le tableau ci-après présente certaines études sur les traits et les caractéristiques déterminantes de l'entrepreneur.

Tableau 1-2 : Approche par les traits et caractéristiques des entrepreneurs

Auteurs	Méthodologie et échantillon	Caractéristiques déterminantes
KOLVEREID (1996)	Questionnaires envoyés à 720 diplômés	Opportunité économique, autorité,

	de master en gestion	challenge, accomplissement
SHANE (2000)	Interviews de 22 individus (30 heures) et emploi de données secondaires	Education et formation influencent la saisie d'opportunités
DAVIDSSON et HONIG (2003)	380 répondants longs interviews téléphoniques	Education, première expérience, entourage entrepreneurs, encouragements des proches
ARENIUS et MINNITI (2005)	51 721 répondants dans 28 pays	Age, genre, éducation, connaissance d'entrepreneurs, opportunités, confiance
CASSAR (2007)	Etude longitudinale	Accumulation de richesse, indépendance, carrière
BAUMOL, SCHILLING et WOLF (2009)	Biographies d'entrepreneurs et inventeurs de 1400 à aujourd'hui	Proportion grandissante avec le temps d'entrepreneurs éduqués (master, PHD)
FARMER, YAO et KUNG-MCINTYRE (2011)	Questionnaire envoyé à 301, 313, 260 individus des USA, Chine et Taiwan	L'entrepreneuriat doit être enseigné en termes de compétences et de culture

Source : Adapté par nos soins de GRANDCLAUDE et NOBRE (2013).

L'ensemble des tenants de cette approche de définir l'entrepreneur à partir de ses traits regroupent des variables représentatives sous formes de caractéristiques personnelles (âge, traits de personnalité, motivations), antécédents familiaux, formation et expérience professionnelles, besoin d'accomplissement, autonomie et indépendance.

b. Approche par les faits

Autour des actions de l'entrepreneur et son projet entrepreneurial en se focalisant sur ses stratégies de succès (lancement, croissance, innovation) et leurs chances d'aboutir. Cette approche considère l'entrepreneur comme un élément déterminant du processus complexe de la création d'entreprise (GARTNER, 1988, 1990). Elle privilégie le « *comment* » au détriment du « *qui* », elle s'intéresse aux actions et comportements de l'entrepreneur qui mène à l'acte d'entreprendre et le considère comme une fonction.

L'approche par les faits s'intéresse également aux compétences nécessaires à un entrepreneur pour réussir ses activités entrepreneuriales en les décomposant en trois types de compétences (NEFFAKHI, 2008) : savoir (connaissances), savoir-faire (pratiques professionnelles et expérience) et savoir-être (comportement, attitudes, capacité d'adaptation). Toutefois, les recherches sur les compétences entrepreneuriales ont abouti à l'avènement d'une approche compétentielle à part entière.

1.2.2. Approche compétentielle

La recherche en entrepreneuriat n'a pas abordé les compétences des entrepreneurs qu'à partir des années 1990, et encore les études ne se sont pas développées dans cette direction qu'au milieu des années 2000. Elles ont expliqué la performance de l'entreprise à travers les compétences des entrepreneurs.

La contribution majeure de CHANDLER et JANSEN (1992) a décliné les compétences des entrepreneurs en trois catégories :

- Compétences entrepreneuriales : identification et prise d'avantage des opportunités, travail intensif ;
- Compétences managériales : coordination des intérêts et des activités de l'entreprise, direction des individus, positionnement dans un réseau d'affaire ;
- Compétences technico-fonctionnelles : utilisation des outils, procédures et techniques spécialisées.

Néanmoins, différentes conceptions se sont révélées, dont celle distinguant entre compétences de l'entrepreneur et compétences entrepreneuriales (BOUGHATTAS-ZRIG, 2011). Une revue de littérature de GRANDCLAUDE et NOBRE (2013) sur les référentiels de compétences de l'entrepreneur (BAUM, 1995 ; DUPUICH et BELLIER, 2000 ; GIBB, 2005 ; DUPOUY, 2008 ; PETERSON et SAINT-PIERRE, 2009.....) a recensé cinq types de capacités ou compétences avec leurs composantes respectives :

- Entrepreneuriales : identification des opportunités, réseaux, connaissances ;
- Stratégiques : vision, planification, communication de la stratégie ;
- Managériales : organisation, communication, relations, motivation du personnel ;
- Fonctionnelles : connaissance produits, facteurs clefs de succès ;
- Cognitives : prise de décision, pensée systémique, résolution créative de problèmes.

1.2.3. Approche comportementale

Cette approche, considérée comme un prolongement de l'approche compétentielle, s'est focalisée sur les caractéristiques du comportement de l'entrepreneur dont une revue de littérature très exhaustive a été présentée par (BIRD, SCHJOEDT et BAUM, 2012 ; cité par GRANDCLAUDE et NOBRE, 2013).

Elle a, entre autres, montré plusieurs comportements de l'entrepreneur dont les plus essentiels se présentent comme suit : Temps passé à développer des liens (GREVE et SALAFF, 2003) ; Résolution des problèmes (HITE, 2005) ; Obtenir du soutien (HANLON et SAUNDERS, 2007) ; Transmettre la crédibilité, organiser, tisser des liens avec l'actionnaire (ZOTT et

HUY, 2007) ; Leadership direct et participatif (HMIELESKI et ENSLEY, 2007) ; Réseauter (WATSON, 2007) ; Approcher l'investisseur (ZHANG et AL., 2008) ; et Identifier les idées (FIET et PATEL, 2008).

1.3. Approches de recherches sur les entrepreneurs

Selon FAYOLLE (2004), les diverses approches ayant caractérisé le champ de l'entrepreneuriat du fait de son caractère multidisciplinaire, peuvent se regrouper en trois grands courants : l'approche par les spécificités individuelles centrée sur l'individu, l'approche environnementale centrée sur l'individu et le contexte, et l'approche processuelle centrée sur l'individu, le contexte et le projet. En toute évidence, l'individu concerné par ces approches est l'entrepreneur donc il convient de les présenter (les approches) respectivement selon leur ordre de succession dans la recherche en entrepreneuriat.

1.3.1. Approche par les spécificités individuelles (individu)

Cette approche a pour objectif d'établir des connaissances sur les compétences et les caractéristiques des individus créateurs d'entreprises, communément appelés entrepreneurs et s'intéresse au fait que certains individus sont des entrepreneurs alors que d'autres ne le sont pas. Elle montre que des spécificités individuelles et psychologiques sont l'origine de la différence entre entrepreneurs et non-entrepreneurs, ces spécificités peuvent être des traits de personnalité, comportements, motivations et origines ou des trajectoires sociales (BOUGHATTAS-ZRIG, 2011).

Ainsi, selon BOURGUIBA (2007, p. 40), «*le besoin d'accomplissement (MC CELLAND, 1961), le besoin d'indépendance et d'autonomie, la créativité, la tolérance envers l'ambiguïté (SCHERE, 1982), la prise de risque (BROCKHUS, 1980), la confiance en soi... pour ne nommer que les caractéristiques les plus citées, sont des traits et des attitudes liés aux entrepreneurs*». La critique adressée à cette approche consiste dans la difficulté de généraliser les caractéristiques psychologiques des entrepreneurs à l'ensemble de la population du fait de la singularité et de la complexité des individus qui forment cette population et qui ne sauront être confinés dans un unique profil-type.

Ajoutons à cela, l'incapacité de cette approche à prédire le futur choix entrepreneurial des personnes qui ne se sont pas encore lancées dans l'entrepreneuriat. Enfin, pour BOURGUIBA (2007), il semble que des traits démographiques comme le genre, l'âge, le niveau intellectuel

et le type de formation sont plus déterminants à la création d'entreprise que les traits psychologiques.

1.3.2. Approche environnementale (individu-contexte)

Cette approche s'intéresse à l'influence des facteurs environnementaux sur la création d'entreprise en distinguant entre facteurs d'ordre général (macro et socioéconomiques) ou immédiat (microsociologiques).

Ces facteurs d'ordre général peuvent être le rôle joué par des acteurs socio-économiques tels que les universités, les pouvoirs publics, ou le cadre institutionnel, agissent positivement sur la création d'entreprises (VAN DE VEN et POOLE, 1995, cité par BOURGUIBA, 2007). Les facteurs d'ordre immédiat, constitués de l'environnement socioculturel, du contexte familial, du milieu professionnel et du réseau des relations personnelles du créateur de l'entreprise, influencent l'émergence et l'aboutissement du projet entrepreneurial.

SHAPIRO et SOKOL (1982) et STARR et FONDAS (1992) ont également montré que des facteurs comme le groupe d'appartenance, les expériences antérieures, les apprentissages ainsi que les images d'imitation sont considérés comme des catalyseurs du processus conduisant à la décision de créer une entreprise (cité par BOUGHATTAS-ZRIG, 2011).

Toutefois, d'autres auteurs (HERNANDEZ : 1999 ; DE LA VILLE : 2001 et DANJOU : 2002) ont critiqué cette approche en soulignant qu'elle n'explique pas les comportements différents des individus dans des contextes ou situations semblables, réagissent différemment par rapport à la décision d'entreprendre.

1.3.3. Approche holistique (individu-contexte-projet)

Les deux approches précédentes ont été critiquées sur le fait qu'il est réducteur d'expliquer un phénomène aussi complexe comme l'entrepreneuriat par des traits psychologiques ou sociologiques (STEVENSON et JARILLO, 1990). Et c'est l'approche comportementale qui a tenté d'identifier les habilités et les compétences qu'un individu doit posséder s'il souhaite créer son entreprise. Le concept de l'émergence organisationnelle de GARTNER (1990, 1993) est mis en évidence pour expliquer la création des entreprises, en analysant les activités qui permettent à un individu ou entrepreneur de créer une nouvelle entité ou entreprise. (FAYOLLE, 2004).

Des critiques ont été également formulées à l'égard de cette approche sur plusieurs aspects : son incapacité à prédire l'occurrence du phénomène entrepreneurial et l'identité de l'acteur (AUDET, 2001), son occultation de l'étude des processus de création qui n'ont pas abouti (FAYOLLE, 2004). Mais aussi, sur le fait que tous les individus ne possèdent pas le même potentiel pour créer une entreprise, et ceux qui en possèdent, n'essaient pas tous de se lancer dans l'entrepreneuriat (BOURGUIBA, 2007).

2. EVOLUTION DE LA THEORIE DE L'ENTREPRENEUR

La théorie économique a échoué à donner un modèle universel et nécessaire à l'entrepreneur comme elle l'a fait pour l'entreprise avec le modèle de la théorie néoclassique de la firme. C'est la nature diverse et complexe de l'entrepreneur qui est à l'origine de l'impuissance de la théorie économique (MARCHESSNAY, 2012). Ce terme renvoie à un personnage, un individu particulier mais aussi à une fonction.

Cette deuxième section est de ce fait consacrée au récit de la place de l'entrepreneur dans la théorie économique, en commençant par présenter les auteurs précurseurs qui ont étudié l'entrepreneur et son rôle dans le développement économique. Par la suite, les auteurs contemporains de l'après seconde guerre mondiale seront abordés sur leurs rapports à l'entrepreneur, la section se termine par la mise en évidence d'une nouvelle perception moderne de l'entrepreneur qui correspond aux mutations économiques et sociales que le monde vit à l'aube du troisième millénaire.

2.1. Théorie économique de l'entrepreneur

Historiquement, les auteurs précurseurs de la théorie économique de l'entrepreneur sont R. Cantillon (vers 1680-1734), J.B. Say (1767-1832) et J.A. Schumpeter (1883-1950) bien que les travaux de R.Turgot (1727-1781) sont originaux concernant la perception de l'entrepreneur (PELLETIER, 1990)

2.1.1. Incertitude, risque et marginalisme

Le terme entrepreneur a acquis sa signification actuelle au cours du XVIIème siècle, mais c'est R. CANTILLON (1730) qui fut le précurseur à lui donner une conception claire de sa fonction. C'est cet auteur qui a fait entrer l'entrepreneur dans la théorie économique dans son traité « *Essai sur la nature du commerce en général* » en distinguant les entrepreneurs, personnes à gages incertains dont le revenu relève du risque et de l'incertitude et les rentiers qui tirent des bénéfices de leur rente.

Il a décrit l'entrepreneur comme un agent de direction de la production et du commerce et qui supporte seul les risques liés aux contraintes du marché et aux fluctuations des prix. Les éléments essentiels de son analyse sont donc l'incertitude et le risque.

Et du fait de la domination du commerce au XVII^{ème} et XVIII^{ème} siècle, les entrepreneurs sont vus comme des aventuriers où la figure du marchand est la plus dominante. A. SMITH (1723-1790), considéré comme le fondateur de l'économie politique moderne et du courant libéral, a assigné à l'entrepreneur le rôle de l'accumulation du capital comme fonction principale en distinguant le profit, le salaire et la rente. Ce profit ne varie pas selon l'état économique de la nation et si l'activité est nouvelle, l'entrepreneur peut réaliser des profits très importants à travers la spéculation, d'où la méfiance qu'il a développé à son égard dans ses travaux¹.

Cependant, pour TOUNES et FAYOLLE (2006), il n'existe pas une analyse du rôle de l'entrepreneur en tant qu'agent économique et de son influence sur l'activité économique dans les travaux d'A. SMITH. Pour J. B. SAY (1814), de par son expérience d'industriel et de banquier, il a mis l'accent sur le rôle d'organisateur de l'entrepreneur, qui dirige, organise mais aussi prend des risques. Il a critiqué SMITH, pourtant son prédécesseur (STEINER, 1997, cité par BOUTILLIER, 2014, p.103), sur le rôle attribué à l'entrepreneur et le consacre comme acteur central de l'activité économique de par les informations qu'il détient sur les marchés.

Il a également mis en évidence la notion de l'incertitude à laquelle est confronté l'entrepreneur dans son activité. La critique formulée à la conception de SAY est le fait qu'il semble oublier ou mésestimer le rôle perturbateur de l'entrepreneur et son action sur l'environnement économique et social.

Au XVIII^{ème} siècle, avec la révolution industrielle en Europe, la figure qui domine l'activité économique est celle du manufacturier, ce qui a donné naissance au capitalisme libéral. Cependant, l'émergence du courant marginaliste à la fin du 19^{ème} siècle, incarné par les fondateurs de la Microéconomie : L. WALRAS (1834-1910), S. JEVONS (1835-1882) et C. MENGER (1840-1921), a relégué l'entrepreneur dans la théorie économique à une place secondaire (BOUTILLIER, 2014).

¹ Adam Smith a publié *La théorie des sentiments moraux* en 1759 soit 17 ans avant *La richesse des nations*, publié en 1776. Dans le premier ouvrage, il a distingué trois caractères d'individus qui renvoient à trois figures de l'entrepreneur : l'homme prudent, le fils de l'homme pauvre et le faiseur de projet.

En effet, la fonction de l'entrepreneur se résume à combiner les facteurs de production (capital et travail) selon leurs prix et à vendre le bien produit selon le prix du marché. Pis encore, WALRAS a exclu toute incertitude, partant de l'hypothèse de l'information parfaite² sur le marché, ce qui enlève de facto à la théorie de l'entrepreneur ses deux caractéristiques majeures, à savoir le risque et l'incertitude.

Les directeurs de fabriques succèdent aux manufacturiers et une différenciation s'opère entre la production et la gestion. Le centre d'intérêt s'est déplacé de l'entrepreneur vers l'entreprise qui est devenue plus élaborée et vue comme une organisation. Ce changement de dimension des entreprises a favorisé l'émergence de la fonction managériale.

Cette période a vu l'avènement du capitalisme managérial, avec l'essor de la grande organisation au sein de l'économie industrielle où l'entrepreneur était pratiquement exclu. Son rôle est remplacé par des formes collectives de direction appelées technostuctures et constituées de managers. L'entrepreneur a presque disparu de la théorie économique dominante car elle s'est intéressée davantage aux phénomènes de production d'équilibre général cher à Walras, ne laissant au mieux qu'un rôle marginal aux agents du changement.

Dans ce contexte, seuls des économistes autrichiens, à leur tête J. A. SCHUMPETER (1883-1950), F. VON HAYEK (1899-1992), F. KNIGHT (1885-1972)³ et I. KIRZNER (né en 1930) ont gardé l'entrepreneur au centre de leurs analyses économiques.

2.1.2. De l'innovation à l'ignorance

SCHUMPETER considéré comme le père du champ de l'entrepreneuriat, et influencé par l'école historique austro-allemande, a rejeté la notion du risque pour l'entrepreneur et l'a adossée pour le capitaliste. Il a mis en avant le rôle perturbateur de l'entrepreneur à travers l'innovation qui consiste en cinq combinaisons nouvelles : nouveau produit, nouvelle méthode de production, nouveau marché, nouvelle matière première et nouvelle organisation de la production.

² L'information parfaite est l'une des hypothèses d'un marché en concurrence pure et parfaite, cadre d'analyse privilégié des économistes classiques et néoclassiques.

³ Frank Knight était l'un des fondateurs de l'école de Chicago. Il appartenait aussi à la Société du Mont-Pèlerin, cofondée par Friedrich A. von Hayek, une association internationale soucieuse de promouvoir le libéralisme économique.

Schumpeter a produit une approche non strictement économique de l'activité entrepreneuriale : il a esquissé même une analyse sociologique et historique de la fonction entrepreneuriale. Et avec la publication de «*Théorie de l'évolution économique* » en 1911, il a jeté les bases d'une analyse dynamique qui explique le changement endogène du fonctionnement de l'économie capitaliste. Il a distingué un comportement dynamique et énergétique qui caractérise l'entrepreneur de celui statique et hédoniste qui caractérise le circuit économique.

A partir des années 1930, SCHUMPETER a mis l'accent davantage sur l'innovation que sur l'entrepreneur et enfin, vers 1947, il a favorisé une approche interdisciplinaire du phénomène entrepreneurial dans ses derniers travaux. Pour GLORIA-PALERMO (2002), l'un des aspects principaux de l'originalité autrichienne dont a hérité SCHUMPETER est une vision dynamique des phénomènes entrepreneuriaux (cité par VIVEL, 2004, p.98).

Bien qu'admirateur de l'œuvre de WALRAS, SCHUMPETER a rejeté le modèle de la concurrence parfaite en mettant l'accent sur la nature entrepreneuriale de l'économie de marché et l'existence de monopôles temporaires.

Il a donc construit une théorie entrepreneuriale de la concurrence ayant deux caractéristiques : un processus de sélection naturelle des firmes, caractéristique de l'économie de marché et un processus de *destruction créatrice* permettant de sélectionner les firmes grâce à la concurrence ainsi qu'un processus de création de nouvelles firmes innovantes.

Il a rejoint MANGER sur le fait que l'entrepreneur possède une volonté lui permettant d'affronter l'incertitude liée à l'introduction de nouvelles combinaisons productives, et d'innovations. En 1928, SCHUMPETER a distingué quatre types historiques d'entrepreneurs :

- Le fabricant-commerçant : propriétaire de l'entreprise, il est compétent en matière technique et commerciale ;
- Le capitaine d'industrie : préside le conseil d'administration et exerce une influence personnelle, en plus il oriente la politique générale ;
- Le directeur : se caractérise par son goût du travail bien fait et sa responsabilité professionnelle ;
- Le fondateur (promoteur) : conçoit et lance des nouvelles affaires dont il peut toucher une rémunération.

En définitive, ce qui différencie le manager de l'entrepreneur est le fait que le premier suit une routine antérieure alors que le second introduit une nouvelle manière de penser et d'agir. SCHUMPETER, dans les années 1940, a prévu que le capitalisme entrepreneurial disparaîtra au profit d'un capitalisme d'Etat, ce que l'Histoire des faits économiques finira par démentir (JULIEN et MARCHESNAY, 2001).

Le renouveau de l'entrepreneur doit donc son retour aux limites de la grande organisation, au renoncement de l'Etat à ses monopôles et à la chute de la croissance industrielle des grandes entreprises. Le milieu des années 1970 a connu une rupture dans le capitalisme industriel à travers le fonctionnement des marchés, la tertiarisation accrue de l'activité économique et le rôle joué par l'innovation dans ce processus.

2.1.3. Création ou découverte d'opportunités

L'analyse de SCHUMPETER sur le rôle nouveau de l'entrepreneur a inspiré les économistes de ce qui est communément appelée l'école autrichienne⁴. (VON MISES, 1949 ; cité par BOUTILLIER, 2014) a considéré dans son analyse que tout le monde peut être entrepreneur dans sa fonction de création. Alors que pour VON HAYEK (1937, 1959), l'entrepreneur informe le marché des nouveautés qu'il y présente (cité par VIVEL, 2004).

VON HAYEK (1968) considère que l'économie de marché est supérieure en termes de coordination des actions individuelles du fait que son système d'incitation particulier, à savoir la propriété privée des moyens de production. Cette représentation du marché repose sur une hypothèse importante : la croyance en l'existence d'une tendance à la coordination permise par la diffusion des connaissances nécessaires à l'établissement d'une coordination des actions individuelles. Et c'est grâce au mécanisme des prix que les agents économiques acquièrent les informations nécessaires à la prise de décisions, d'où leur liberté permanente à choisir selon leurs intérêts.

KIRZNER (2005) de son côté a proposé les concepts de la vigilance et d'apprentissage. L'entrepreneur peut donc percevoir et détecter les opportunités jusqu'au là ignorées. Ses décisions affecteront les niveaux des prix, par conséquent, il est moins exposé à l'incertitude de son environnement grâce à sa capacité de vigilance. En définitive, c'est une situation

⁴ Pour approfondir l'apport des économistes autrichiens à la théorie de l'entrepreneur, voir la thèse de Doctorat de Vivel (C) : « L'entrepreneur dans la tradition autrichienne », Université de Lyon 2, 2004.

d'asymétrie informationnelle vis-à-vis des opportunités du marché qui fait que l'entrepreneur vigilant est en mesure de les détecter et de les évaluer mais surtout de les exploiter.

2.2. Théories contemporaines de l'entrepreneur

La période entre 1945 et 1975 appelée les Trente glorieuses⁵, a vu la théorie de l'entrepreneur mise en hibernation au profit de la théorie managériale car à cette époque (GALBRAITH, 1968 ; CHANDLER, 1977), c'est la grande entreprise qui dominait l'économie où la figure du manager était mise en avant au détriment de l'entrepreneur (BOUTILLIER, 2014). Cette période était caractérisée par la forte augmentation du salariat et la croissance de la taille des entreprises. La crise des années 1970 (chômage, chocs pétroliers) et les limites du système de la grande entreprise ont conduit au retour sur le premier plan de la petite entreprise, avec le fameux slogan « *small is beautiful* » et de l'entrepreneur, réhabilité après une longue traversée de désert.

Pour DRUCKER (1985), c'est l'économie de management qui se transforme progressivement en une économie d'entrepreneurs. Cela est dû aux difficultés de la grande entreprise qui n'est plus l'objectif recherché mais aussi aux performances de la petite entreprise, qu'elles soient sociales (réalisation de soi, insertion), économiques (innovation, nouveaux services et création d'emplois) ainsi que sa contribution au développement local.

2.2.1. Des opportunités au cadre institutionnel

Le renouveau de la théorie économique de l'entrepreneur est attribué à W. BAUMOL (1968, 1990). Selon cet auteur, « *l'entrepreneur est en même temps un des personnages les plus fascinants et les plus insaisissables dans la distribution des rôles des sujets de l'analyse économique* » (cité par VIVEL, 2004 p.25).

Ce dernier a défini l'entrepreneur comme une personne qui agit pour modifier le présent et atteindre un objectif et a montré à travers une étude historique, que l'entrepreneuriat est le moteur de la création de la richesse, mais à condition qu'il existe une bonne culture et de bonnes institutions. Les mauvaises institutions vont encourager les activités improductives et l'entrepreneur peut verser dans la prédation au lieu de la production et par conséquent, l'activité entrepreneuriale ne va pas forcément impulser la croissance économique. Et dans

⁵ Cette période, consécutive à la Seconde guerre mondiale, était caractérisée par une croissance soutenue de l'économie mondiale, grâce à l'essor de l'économie américaine qui a contribué à la reconstruction de l'Europe dévastée par la guerre.

cette situation, c'est l'Etat qui doit jouer son rôle de régulateur économique en clarifiant le cadre institutionnel et en encourageant la création d'entreprise et l'initiative individuelle.

Pour BAUMOL (1993), l'entrepreneur peut adopter un comportement dommageable pour l'économie, comme la recherche de situations de rente. Ce qui l'a amené à introduire l'influence de l'environnement sur le comportement de l'entrepreneur dans son analyse.

2.2.2. Reconnaissance de la complexité de l'entrepreneuriat

CASSON (1982), suivant la voie des Autrichiens, a développé une théorie intégrant la firme et l'entrepreneur. Le jugement de ce dernier diffère de celui des autres agents économiques, car c'est un agent de changement, préoccupé par l'amélioration de l'allocation des ressources rares et la création de marchés.

CASSON a souligné la difficulté d'accéder à l'information d'où le recours de l'entrepreneur à la création d'entreprise comme moyen de lutter contre l'ignorance (BOUTILLIER, 2014), par la collecte de l'information auprès de sources extérieures pour développer de nouvelles idées. Et quand l'entreprise s'agrandit, d'autres de ses membres vont la quitter pour créer une autre entreprise grâce aux informations particulières qu'ils ont capitalisées.

SHANE (2003) en se référant à CASSON, s'est inscrit dans la théorie des opportunités en considérant que ces dernières existent bel et bien et que l'entrepreneur doit les détecter pour les exploiter. Seulement, cette exploitation d'opportunité à travers la création d'entreprise suppose un choix entre travailler pour un employeur ou en être lui-même l'employeur, et cela en calculant le coût d'opportunité. SHANE, tout comme CASSON d'ailleurs, a mis en avant le cadre institutionnel dans lequel agissent les entrepreneurs (environnement économique, politique et socioculturel) et sa contribution à la réussite des initiatives entrepreneuriales.

2.2.3. Entrepreneur, innovation et proximité

Z. ACS et D. AUDRETSCH (1988, 1989) ont apporté une contribution majeure à la théorie de l'entrepreneur en mettant l'accent sur les capacités des petites entreprises à innover en remettant en cause la domination des grandes entreprises sur cet aspect (BOUTILLIER, 2014). AUDRETSCH ET AL. (1994) a notamment mené des travaux portant sur la création d'entreprises issues de la recherche scientifique (théorie des effets de débordement cognitifs de la connaissance) dans le sillage de l'émergence de l'économie de la connaissance.

Ces débordements de la connaissance, produite par les centres de R&D des grandes entreprises ou les laboratoires universitaires, ne vont pas se transformer directement en innovations. Et justement le rôle décisif de l'entrepreneur comme intermédiaire va apparaître pour permettre la circulation des connaissances et leurs transformations en innovations.

BOUTILLIER (2014) remarque que cette conception d'ACS et AUDRETSCH de l'entrepreneur, renoue avec la définition originelle de SAY (1803) qui considérait l'entrepreneur comme un intermédiaire entre le savant qui produit la connaissance et l'ouvrier qui l'applique à l'industrie.

Et depuis les années 1990, la théorie de l'entrepreneur s'est focalisée sur les opportunités bien que le cadre institutionnel dans lequel l'entrepreneur est inséré joue un rôle primordial dans la réussite de l'initiative entrepreneuriale (BAUMOL, 1990).

Tout de même, force est de reconnaître que le retour de l'entrepreneur dans la sphère académique n'est que le reflet de la résurgence du courant libéral au début des années 1980. L'ensemble des travaux publiés ont essayé de montrer que l'économie n'est pas une affaire d'Etat mais d'acteurs économiques, d'où le recours à la figure de l'entrepreneur pour caractériser cette perception nouvelle de l'économie, particulièrement libérale.

Et pour BOUTILLIER (2013, p.41) de conclure « *La complexité de la théorie de l'entrepreneur réside dans une double vocation, avec d'une part l'idée selon laquelle il existe des individus nommés entrepreneurs que l'on peut aisément identifier par ce qu'ils sont par exemple propriétaires et dirigeants d'une entreprise, et d'autre part la volonté d'identifier par le biais du vocable entrepreneur un phénomène économique donné. Ce phénomène est celui (pour simplifier) de la croissance économique et du progrès technique qui l'accompagne d'une manière générale* ».

2.3. Théorie moderne de l'entrepreneur

Longtemps considéré comme motivation essentielle des entrepreneurs, le profit et la réussite économique sur le marché sont parfois relégués au second plan. En effet, de nombreux entrepreneurs ont d'autres objectifs à réaliser que de s'enrichir, présentant ainsi une autre conception de l'entrepreneuriat et ne s'inscrivant pas forcément dans une logique marchande.

2.3.1. L'entrepreneur de la petite, ou de la très petite entreprise

Après des décennies de domination du modèle de la grande entreprise industrielle avec sa production standardisée de masse, les années 1980 et surtout 1990 ont connu un essor considérable de l'entreprise de la petite dimension pour répondre à de nouvelles exigences des consommateurs, de plus en plus personnalisées.

Cela a amené une segmentation accrue des marchés en petites entités dont la caractéristique principale est la fourniture des services adaptables, flexibles et de proximité, une tâche assurée par des entrepreneurs qui ont créé des petites entreprises ou même très petites (PME/TPE)⁶ pour remplacer progressivement les grandes entreprises sur ces nouveaux marchés.

C'est ainsi que l'économie se transforme, selon DRUCKER (1985) ou (AUDRETSCH 2006) en une économie d'entrepreneurs ou économie entrepreneuriale. Le secteur des services va prendre une place prépondérante et l'entrepreneur, créateur de sa petite entreprise, également son propriétaire-dirigeant, suscitera un intérêt particulier et croissant de la part des chercheurs en entrepreneuriat (BOUTILLIER et UZINIDIS, 1995).

L'entrepreneur retrouve une certaine légitimité socioéconomique au même titre que l'entreprise de petite dimension car cette dernière permet une insertion sociale très rapide par la création de son propre emploi en plus d'offrir la possibilité de réalisation de soi pour bon nombre de personnes à travers l'entrepreneuriat indépendant plutôt que le salariat.

Dans cette perspective, TOUNES et FAYOLLE, (2006, p.26) estiment que *« aujourd'hui, l'entrepreneur se confond généralement avec la petite entreprise. Il n'est plus héroïque par des innovations majeures qui bouleversent la société. Il crée souvent son propre emploi. Il est proche de ses clients, de ses fournisseurs, de ses financiers et de ses partenaires locaux. Il s'inscrit dans un réseau complexe d'entreprises où il trouve son inspiration et ses sources d'innovation »*.

2.3.2. L'entrepreneur social

L'évolution économique et sociale du a bouleversé la façon avec laquelle les entrepreneurs perçoivent leurs rôles dans la société et les théories traditionnelles de l'économie se trouvent tronquées devant des entrepreneurs qui ne sont pas entièrement *homo economicus*, (TOUNES, 2003). Autrement dit, la pratique entrepreneuriale n'est plus expliquée par une question de

⁶ Petite et Moyenne Entreprise/ Très Petite Entreprise

profits et de gains financiers mais bel et bien par d'autres motivations qui ne s'inscrivent pas forcément dans une logique marchande.

Une nouvelle conception de l'entrepreneuriat est apparue, l'entrepreneuriat social ou socioéconomique (TOLEDANO, 2011), encouragée par des facteurs divers tels que l'incapacité de l'Etat et du marché à satisfaire certains besoins spécifiques de la population, la segmentation des besoins collectifs ou les mutations survenues dans la gestion de l'activité économique et des affaires publiques. L'entrepreneuriat social, une des expressions les plus visibles de l'économie sociale, peut alors prendre une multitude de formes : association, organisation à but non lucratif, ou entreprise sociale.

L'avènement de cet entrepreneuriat social a engendré naturellement l'apparition d'une nouvelle figure d'entrepreneur, en l'occurrence l'entrepreneur social. Ce dernier est défini selon l'OCDE (1998) comme : « *l'entrepreneur social semble déployer les mêmes compétences, à l'exception de distribuer des bénéfices monétaires* » (Cité par TOUNES, 2003).

Cela sous-entend que l'entrepreneur social ne diffère de l'entrepreneur classique (si on peut l'appeler ainsi) que sur l'aspect financier, ne cherchant pas de profits et ne distribuant pas de bénéfices. De même, l'action de l'entrepreneur social s'oriente plutôt vers l'intérêt général en ciblant des groupes sociaux bien déterminés (communauté ethnique par exemple) ayant des besoins spécifiques (éducation, formation ou emploi), ce qui contribue davantage à la cohésion sociale et inclusive et au développement économique.

2.3.3. L'entrepreneur virtuel

La fin du 20^{ème} siècle et le début du nouveau millénaire ont été marqués par un développement rapide et effréné des nouvelles technologies de l'information et de la communication (NTIC), ce qui a bouleversé le monde en le rendant un village planétaire interconnecté dont les notions du temps et de l'espace ont considérablement changé.

Cette mutation majeure des moyens de télécommunication, représentée notamment le par réseau Internet, a impacté d'une manière directe ou indirecte l'activité économique en réduisant les coûts de transactions et en facilitant l'accès à l'information. Cela a permis l'émergence d'une toute nouvelle figure d'entrepreneur que TOUNES et FAYOLLE (2006) ont appelé entrepreneur virtuel.

L'entrepreneur virtuel n'est pas très différent de l'entrepreneur au sens classique, car c'est une personne qui innove au sens de SCHUMPETER dans la mesure où il offre des services qui sont nouveaux et inexistants auparavant, et il sait bien saisir les opportunités qu'offrent les marchés avec l'avènement des NTIC.

En effet, les nouvelles technologies ont transformé radicalement les comportements des producteurs et des consommateurs ainsi que les structures des marchés, et cela donnait lieu à de multiples opportunités de production et de commercialisation de services nouveaux. Ces nouveaux entrepreneurs les ont aussitôt saisies et surtout transformées à leurs avantages notamment dans ce qui est communément appelée l'économie numérique, du savoir et de la connaissance⁷.

Conclusion

L'objectif de ce deuxième chapitre était de discuter le concept de l'entrepreneur ainsi que ses différents aspects que les spécialistes du domaine de l'entrepreneuriat lui ont consacré dans leurs recherches. Deux sections ont été présentées, la première section ayant trait aux définitions de l'entrepreneur, ses caractéristiques ainsi que ses approches de recherche. La deuxième section était relative à la place de l'entrepreneur dans l'analyse et la théorie économique.

La première section a montré toute la difficulté de définir et de cerner le concept de l'entrepreneur tellement les disciplines qui l'étudient sont diverses et chacune a sa propre perception de l'entrepreneur. La multitude de définition a également été mise en évidence, seulement, une définition de l'entrepreneur que nous avons estimée consensuelle a été présentée.

Aussi, l'étude des caractéristiques de l'entrepreneur a montré la diversité des approches et des perceptions des spécialistes de l'entrepreneuriat à l'égard du sujet, dont l'opposition entre l'approche par les traits et celle par les faits n'est qu'une partie. En plus, la section a étalé les compétences de l'entrepreneur et son comportement comme des approches récentes dans le développement de sa recherche.

La deuxième section a permis l'examen de la place de l'entrepreneur dans la théorie économique et a montré que ce dernier a toujours accompagné les grandes mutations qu'a

⁷ Ces dernières années, les plus grandes capitalisations boursières sont des entreprises issues de la révolution des NTIC, les fameuses GAFAM (Google, Amazon, Facebook, Apple et Microsoft).

connues le système capitaliste, de la première révolution industrielle jusqu'à la révolution numérique. Il a été également démontré que l'entrepreneur est un agent économique incontournable pour le développement économique, bien que son rôle ait été marginalisé à un moment donné au profit de la grande entreprise, avant qu'il soit réhabilité par la suite.

La section s'est achevée par souligner l'avènement de nouvelles figures d'entrepreneurs, qui contrastent avec celles connues auparavant, et qui sont une réponse à l'évolution de l'économie mondiale, notamment des pays développés, vers une économie du savoir, de la connaissance et du numérique.

Le chapitre suivant est consacré à l'entame du contexte de l'étude de cette thèse, à savoir l'Algérie et son économie. En effet, après avoir présenté succinctement les concepts de l'entrepreneuriat, de la création d'entreprise dans le premier chapitre, le concept de l'entrepreneur dans ce second chapitre, il est indispensable de s'intéresser et d'étudier la dynamique entrepreneuriale en Algérie. Cela ne peut occulter l'historique de sa genèse mais surtout l'examen de la naissance de la figure de l'entrepreneur algérien et son évolution en parallèle avec le processus du développement économique du pays.

CHAPITRE III

ENTREPRENEURIAT PRIVE ET ENTREPRENEURS EN ALGERIE

I. Entrepreneuriat et secteur privé en Algérie

1. Evolution de l'économie algérienne : une dépendance structurelle aux hydrocarbures
2. Evolution de l'entrepreneuriat privé : une reconnaissance tardive mais bien méritée
3. Secteur privé et développement économique : un rôle marginal mais qui s'affirme davantage

II. Entrepreneurs algériens : profils et caractéristiques

1. Revue de littérature sur l'entrepreneur algérien
2. Trajectoires des entrepreneurs en Algérie
3. Profils et caractéristiques des entrepreneurs algériens

« Dés lors, est-on en droit de parler d'entreprise. Je proposerais de parler de l'entreprise comme résultat d'une stratégie (stratégies plurielles en vérité) de l'entreprendre, ce terme signifiant l'action de mettre en combinaison non seulement hommes et matières (les fameux facteurs de production) mais surtout le processus de fabrication, à partir d'éléments hétérogènes, d'un espace social où l'on socialise...ou qui se socialise en même temps qu'il se fabrique ».

Djilali LIABES, Qu'est-ce qu'entreprendre ? 1987.

Introduction

L'entrepreneuriat privé en Algérie et son évolution ont été étroitement liés à l'évolution de l'économie nationale et les multiples mutations qu'elle a connues. Et bien que le pays ait choisi la voie socialiste pour son développement au lendemain de l'Indépendance, cela n'a pas empêché les entrepreneurs privés d'investir, même si leur activité a été très encadrée par l'Etat.

La transition à l'économie de marché à la fin des années quatre-vingts a naturellement encouragé l'initiative individuelle et l'esprit d'entreprise dans le pays et les entrepreneurs privés ont bénéficié des incitations et des avantages institutionnels et économiques pour investir.

L'objectif de ce chapitre est d'examiner la place de l'entrepreneuriat et du secteur privé dans l'économie nationale et aussi les profils et caractéristiques des entrepreneurs privés. Ainsi, dans une première section, nous présenterons une brève rétrospective de l'économie algérienne en prenant le soin de la décomposer chronologiquement selon les changements majeurs qu'avait connus sa gouvernance.

Ensuite, l'évolution de l'entrepreneuriat privé, notamment son cadre institutionnel, sera analysé selon la chronologie auparavant citée, et enfin, le rôle du secteur privé dans le développement économique national sera abordé en mettant l'accent sur sa contribution aux différents secteurs économiques, en particulier, hors hydrocarbures (HH).

Dans une seconde section, nous étudierons les entrepreneurs en Algérie à travers l'examen de leurs profils et des multiples caractéristiques qui les distinguent du reste de la population. Nous commençons par une brève revue de littérature des auteurs incontournables sur la figure de l'entrepreneur algérien, s'en suit une présentation de ses différentes trajectoires entrepreneuriales et qui sont adossées au contexte économique dans lequel il évolue. Nous terminons par l'exposé des caractéristiques des entrepreneurs en mettant l'accent sur leurs profils sociodémographiques, leurs motivations entrepreneuriales, ainsi que les caractéristiques des entreprises qu'ils créent.

1. ENTREPRENEURIAT ET SECTEUR PRIVE EN ALGERIE : ENTRE AMBIVALENCE, MEFIANCE ET RECONNAISSANCE

On ne peut dissocier l'évolution de l'entrepreneuriat privé en Algérie des grandes mutations économiques que le pays a connues, de l'économie dirigée au lendemain de l'indépendance, à la transition à l'économie de marché au début des années 1990. Il s'agit, pour reprendre TALAHITE (2010), d'un découpage institutionnel qui renvoie au mode de régulation de l'économie.

En conséquence, trois périodes sont spécifiées : la première s'étale de l'indépendance en 1962 aux premières restructurations des entreprises publiques en 1982 ; la deuxième de 1982 à la fin du programme d'ajustement structurel (P.A.S.) en 1998, et la troisième de 1998 au dernier plan de soutien à la relance économique en 2014.

1.1. Rétrospective de l'économie algérienne : une dépendance structurelle aux hydrocarbures

L'expérience du développement économique en Algérie est relativement jeune, le pays ayant acquis son indépendance depuis une soixantaine d'années. Néanmoins, cette expérience est riche d'enseignements, de réussites et d'espoirs pour certains, d'échecs et de déceptions pour d'autres. L'étude de son évolution est, à notre avis, plus qu'indispensable pour comprendre tout fait économique, politique ou social en Algérie.

1.1.1. Economie planifiée et Etat volontariste (1962-1982)

Bien que l'histoire économique de l'Algérie ne commence pas en 1962, l'année de son indépendance, et nonobstant le fait que les phénomènes économiques sont continus, nous retraçons l'évolution de l'économie algérienne à partir de l'indépendance, car elle représente une rupture historique et la naissance officielle de l'Etat algérien contemporain.

Les premières mesures économiques prises après l'indépendance, au nom d'une orientation socialiste de l'Etat pour rompre avec le système colonial du capitalisme exploiteur et prédateur, visaient la récupération des richesses nationales et l'instauration d'un système égalitariste (BOUHOU, 2009).

Le départ massif des colons européens¹ a certes laissé des biens vacants mais aussi, a vidé les entités économiques et les administrations existantes de leurs gérants et cadres, plongeant

¹ Contrairement à ses voisins la Tunisie et le Maroc, l'Algérie a connu une colonisation de peuplement dont le nombre de colons européens était estimé à près d'un million à l'aube de l'Indépendance.

ainsi le pays, déjà fragilisé par une longue guerre de libération et une lutte fratricide de pouvoir, dans une crise de gouvernance politique et économique sans précédent.

La politique de développement ne démarre réellement qu'après l'arrivée au pouvoir en 1965 d'une nouvelle équipe dirigeante, issue du Commandement de l'Armée nationale, et qui ambitionne de transformer le pays et son économie. C'est le début des plans de développement², et la mise en place d'un modèle de développement intégré et autocentré, lancé en 1971, pour assurer l'indépendance économique, gage de l'indépendance politique (MUTIN, 1997).

Ce modèle accorde la priorité à l'industrie lourde³, un choix dicté par l'abondance des ressources naturelles dont les hydrocarbures, nationalisées à cette période et par le souci de leur valorisation. L'articulation avec le secteur agricole et la politique d'aménagement du territoire⁴ complètent les composantes du modèle de développement national dont l'emprise de l'Etat sur l'activité économique est prépondérante (le secteur public compte 80% de l'investissement, 65% du PIB et 58% de l'emploi).

Les résultats escomptés de l'effort considérable de l'investissement public sont loin d'être négligeables (outil agricole, électroménager, sidérurgie, pétrochimie, textile et cuir) mais l'examen du bilan global de cette période est plutôt mitigé (TALAHITE, 2010). En effet, le secteur agricole n'a pas permis l'autosuffisance ciblée (l'achat des biens alimentaires passait de 6% des importations en 1970 à 41% en 1980), et le secteur industriel a connu une très faible productivité (de 1967 à 1980, pour augmenter la valeur ajoutée de 1 dinar, il a fallu investir 11,2 dinars, 6 dinars pour l'ensemble des secteurs).

Le tableau ci-après donne un aperçu sur l'évolution du PIB dans la période allant de 1960 à 1980.

Tableau 1-3 : Evolution de la structure du Produit intérieur brut PIB (en %)

Secteurs	1960	1965	1980
Agriculture	18,58	12,88	8,51
Industrie	29,37	37,73	57,65
dont industries manufacturières	15,12	13,30	10,55

² Le premier plan triennal date de 1967, suivi de deux plans quadriennaux.

³ Le projet de développement repose sur le schéma des *industries industrialisantes*, se fondant sur la création de pôles de développement qui abritent des industries motrices à partir desquelles se diffuse la croissance et le progrès et qui sont susceptibles d'avoir des effets d'entraînements en amont et en aval.

⁴ Cette politique volontariste d'aménagement du territoire a été initiée par l'Etat pour lutter contre les disparités régionales héritées de la période coloniale, entre le littoral et les autres régions du pays.

dont Hydrocarbures	11,10	13,12	31,50
Services	52,05	49,40	33,84

Source : BOUYACOUB (2010), p. 86.

Deux conclusions de ce tableau corroborent l'échec relatif de la stratégie de développement des années 1970. Primo, le recul de la part de l'agriculture dans le PIB malgré la révolution agraire et son lot de mesures et d'initiatives, secundo, la baisse de la part de l'industrie manufacturière malgré l'effort considérable de l'investissement public, bien que la part de l'industrie des hydrocarbures ait presque triplé. Une situation qui va structurer durablement l'économie algérienne en la rendant exclusivement dépendante des hydrocarbures et empêchant toute diversification possible (BYRD, 2003).

1.1.2. Restructuration, réformes économiques et P.A.S. (1982-1998)

Le début des années quatre-vingt a connu des changements importants en Algérie sur les plans politique et économique, avec l'arrivée aux commandes d'une autre équipe de dirigeants, et la remise en cause, certes déguisée et progressive du modèle de développement adopté.

Des aménagements importants sont mis en œuvre, les structures agraires sont encore réformées et l'accès à la propriété foncière agricole est autorisé, sans que la production agricole ne s'améliore pour autant (MUTIN, 1997), la dépendance alimentaire s'aggravant au passage. Les grandes sociétés nationales sont restructurées en 1982 en des entités plus spécialisées et régionalisées⁵ dont l'objectif recherché est l'amélioration technique et la bonne gestion de l'appareil industriel.

Un changement de doctrine économique a même eu lieu, la consommation est encouragée au détriment de la production, par un recours massif aux importations (programmes anti pénuries), financées par la rente pétrolière encore abondante (les hydrocarbures représentaient déjà 97% des exportations et le demeureront). Toutefois, la chute brutale des prix du pétrole en 1985/1986, conjuguée à celle du dollar américain, va précipiter le pays dans une crise économique sans précédent.

Les exportations et les importations baissent simultanément de plus de la moitié, paralysant ainsi l'économie trop dépendante du commerce extérieur tant pour le secteur industriel que pour les produits alimentaires (TALAHITE, 2010), en dépit de coûteux programmes

⁵ La SONATRACH a été scindée en 13 sociétés, et 71 grandes sociétés nationales ont été restructurées en plus de 450 entreprises nouvelles, soit nationales, mais plus spécialisées, soit régionales, voir (MUTIN, 1997, p.08)

d'investissements consentis notamment à la faveur de la hausse des revenus pétroliers suite aux chocs de 1973 et 1979.

C'est dans ce contexte délétère économiquement mais aussi politiquement⁶, que des réformes économiques sont engagées (entre 1989 et 1991 notamment), assorties d'un processus d'ouverture politique. Leurs objectifs étaient l'insertion rapide dans l'économie de marché, l'octroi de l'autonomie aux entreprises publiques et la sortie de la centralisation administrative et bureaucratique.

Néanmoins, des obstacles majeurs ont obstrué la bonne marche des réformes à l'instar de l'hostilité de l'élite administrative et économique de l'époque qui sentait ses privilèges et rentes remis en cause, du poids prépondérant de la dette extérieure (à hauteur de 30 MD de \$) et surtout de la crise politique qui s'est aggravé particulièrement à partir de l'été 1991.

Les réformes entreprises consistaient dans l'abandon du monopole de l'Etat sur le commerce extérieur, la levée du caractère discriminatoire entre le secteur public et le secteur privé (SEBTI, 1998) et la refonte du secteur bancaire⁸, tout en concluant un premier accord de refinancement sans conditionnalité auprès du Fond Monétaire International (F.M.I.)⁹ pour gérer la contrainte de la dette.

Toutefois, ces réformes sont interrompues à partir de 1992 dans le sillage d'une aggravation de la crise politique¹⁰, et d'un accroissement du poids de la dette et de son service (jusqu'à 86% des exportations en 1993). En juin 1994, et contrepartie d'un rééchelonnement de sa dette, l'Algérie se soumet à un plan d'ajustement structurel du FMI et de la Banque Mondiale sur la période 1994-1998 portant des mesures de stabilisation macro financières.

Ces mesures consistent en la réduction du déficit budgétaire et des dépenses publiques, la libéralisation des prix et du commerce extérieur, la dévaluation du dinar de près de 50% et

⁶ Les événements d'octobre 1988 sont, en partie, la conséquence d'un climat social des plus explosif suite aux retombées économiques désastreuses de la chute des prix du pétrole, et exacerbé, faut-il le souligner, par une lutte politique interne.

⁷ En juin 1991, une insurrection civile a eu lieu dans la capitale orchestrée par un parti politique pour contester la loi électorale, ce qui a entraîné la démission du gouvernement ayant initié les réformes.

⁸ Une importante loi sur la monnaie et le crédit (90-10) a été promulguée et qui donnait aux autorités monétaires une autonomie vis-à-vis du pouvoir politique.

⁹ Connu sous le nom de l'accord Stand By de mai 1989-mai 1990.

¹⁰ Le processus électoral des législatives est interrompu, le parlement étant dissous et le président est démissionné, créant ainsi un vide institutionnel inédit et c'est un Haut Comité d'Etat qui le va le combler.

l'assainissement et la privatisation des entreprises publiques non performantes. Le coût économique qui en résulte est très pesant (BENISSAD, 1997), avec une compression du niveau de vie d'une large frange de la population (baisse de près d'un tiers), une inflation et un taux de chômage très élevés (19% et 28% respectivement en 1996 avec 380 000 salariés publics licenciés), et un taux de croissance très moyen de 1,9%.

En conclusion, et en dépit du fait que le plan d'ajustement structurel a permis une stabilisation des équilibres macroéconomiques du pays et a même permis une petite reprise de la croissance économique (voir tableau ci-après), il demeure pas moins, pour reprendre BOUYACOUB (1997, p.83) que « *le programme d'ajustement structurel, aussi nécessaire soit-il, ne peut pas remplacer un programme de développement* ».

Tableau 2-3 : Evolution de la croissance du PIB 1990-1998 (en %)

Année	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998
Croissance du PIB	-1,4	0,2	-1,6	-2,2	-0,9	3,9	3,8	1,2	4,7

Source : CHERIET (2009), p. 29.

Notons enfin que le secteur des hydrocarbures, malgré toutes les réformes engagées par les gouvernements successifs ou imposées par les institutions internationales, demeure le principal pilier de l'économie nationale (autour de 35% du PIB) mais aussi son talon d'Achille dans les moments de baisses des cours sur le marché international.

1.1.3. Economie de marché et plans de relance publics (1998-2014)

Après une décennie d'instabilité politique et économique, l'Algérie entame l'an 2000 avec un semblant de sérénité retrouvée, tant sur le plan politique¹ qu'économique, les cours du pétrole ayant connu une remontée salutaire pour le pays car un troisième rééchelonnement de la dette extérieure était pratiquement inéluctable (BRAVIN, 1997 ; TALAHITE, 2010).

Cependant, la rigueur budgétaire est maintenue dans les premières années de la décennie et un remboursement anticipé de la dette intervient en 2006, grâce aux réserves constituées¹² de la hausse continue des prix des hydrocarbures depuis 2004.

Sur le plan des dépenses publiques, un fond de régulation des recettes (FRR) est institué pour recevoir les excédents de recettes pétrolières et bien que la nouvelle équipe dirigeante s'inscrit

¹¹ Une élection présidentielle a eu lieu en 1999 et un référendum en 2000 ont pu améliorer sensiblement la situation sécuritaire dans le pays, après sept années d'un conflit interne meurtrier.

¹² A titre d'exemple, les réserves de change ont atteint 62 milliards de dollars fin mars 2006.

dans une optique d'économie de marché libérale, une politique de dépenses publiques est vite mise en place à travers des plans de relance économique. Prés de 730 milliards de dollars ont été mobilisés entre 2000 et 2014 dont près de 75% ont été alloué à ces plans de relance (MEZOUAGHI, 2015),

Le premier plan est destiné au soutien de la relance économique (2001-2004) et doté de 7 MD\$, le second est un plan de soutien à la croissance (2005-2009) d'une enveloppe de 50 MD\$ et portée à 100 MD\$ en 2006, le troisième est un plan de développement (2010-2014) et pourvu de 286 MD\$.

L'objectif de cet investissement public considérable est de réaliser une croissance économique endogène à long terme, en développant les infrastructures de base qui sont en retard dans le pays (transport, télécommunication, éducation et formation) et dont les externalités obtenues vont élever la productivité des facteurs de production et garantir ainsi une croissance et un développement économiques pérennes.

Des performances avérées ont été réalisées grâce à ces plans : une augmentation de 48% du parc de logements entre 2000 et 2013, un taux d'accès à l'eau potable de 98% en 2014, 99,4% au réseau électrique et 53% au réseau gazier alors que ce dernier était de 31% au début des années 2000. Le réseau routier a été étendu de 13 000 kilomètres dont une autoroute de 1 200 km reliant le pays d'Est en Ouest, le réseau ferroviaire a été modernisé bien que les chantiers sont toujours en cours et le transport urbain à été renforcé (métro d'Alger, tramway, téléphériques).

Le volet social n'a pas été négligé avec des transferts massifs, couvrant les subventions de tout genre, l'augmentation des capacités scolaires, universitaires et sanitaires, tout en réaffirmant la gratuité des soins et de l'enseignement. Ces mesures permettent au revenu national brut par habitant d'être multiplié par plus de trois, la consommation des ménages par deux mais surtout c'est l'indice du développement humain (IDH)³ qui s'est amélioré significativement en passant de 0,625 en 2000 à 0,717 en 2013, et dépassant largement, à titre d'exemple, la moyenne mondiale en 2011 (BOUYACOU, 2012).

Toutefois, à coté des résultats économiques et des acquis sociaux indéniables, force est de reconnaître que des dysfonctionnements importants ont caractérisé la gouvernance

¹³ L'IDH, compris en 0 et 1, mesure les performances réalisées en matière de développement humain, calculé par l'espérance de vie à la naissance, le niveau d'éducation et le niveau de vie.

économique de l'Algérie pendant cette période dont les conséquences néfastes continuent de peser lourdement sur le développement du pays.

Ainsi, des politiques économiques incohérentes ont été adoptées selon la conjoncture et le bon vouloir des dirigeants politiques (libéralisme économique jusqu'à 2005, infléchissement entre 2006 et 2009, recul sur l'ouverture économique à partir de 2009), des dépenses publiques croissantes et qui ont profité davantage aux importations de biens et services qu'à l'industrie productive nationale qui a reculé à 5% à peine du PIB, une situation qualifiée même de *désindustrialisation* (BENABDELLAH, 2009).

Ajoutons à cela, une transition économique inachevée ou même avortée dont le problème nodal est le rôle de l'Etat qui, selon DAHMANI (1999), a fait défaut dans le cas de l'Algérie « *puisque l'Etat moderne qui pourrait accompagner la transition à l'économie de marché est absent. De plus, ce qui fait office d'Etat et qui se réduit à un conglomérat d'intérêt contradictoires, constitue le principal obstacle au changement et à la mutation du système économique et social, à l'évolution vers une économie de marché* »(p. 69)

En conclusion, l'expérience du développement de l'économie algérienne est riche et édifiante à plus d'un titre, entre une volonté assumée de garantir la croissance et le développement pour toute la population et les contraintes internes ou externes que l'Etat fait face, mais aussi entre les tenants d'une gestion étatique sans partage de l'économie et ceux privilégiant l'économie de marché et l'ouverture.

L'économie algérienne demeure très dépendante des hydrocarbures : 1/3 du PIB, 96% des recettes d'exportations, 70% des recettes fiscales et 3% de la population active (BOUYACOUB, 2012 ; CHETAB, 2012 ; MEZOUAGHI, 2015), et son enjeu majeur consiste à rompre avec son caractère rentier pour devenir une économie productive et diversifiée.

1.2. Evolution de l'entrepreneuriat privé : une reconnaissance tardive mais bien méritée

Après avoir présenté l'évolution économique de l'Algérie dans le premier élément de la section, ce second élément sera consacré à l'entrepreneuriat privé, à travers l'examen des conditions de son émergence ainsi que les étapes de son évolution. Nous avons choisi de reconduire le même découpage institutionnel déjà réalisé pour l'évolution économique du

pays, à savoir la période de l'économie planifiée, la période des réformes et de transition et la période de l'ouverture économique sur le marché.

1.2.1. L'Etat entrepreneur et ambivalence face au privé (les décennies 1960 et 1970)

L'émergence de l'entrepreneuriat et du secteur privé en Algérie, son évolution ainsi que son poids et sa place dans l'économie nationale ont été déterminés par les politiques de l'Etat et ses pratiques, ne reposant pas toujours sur des considérations économiques mais souvent d'ordre politico-idéologiques (DERRAS, 1997).

L'attitude de l'Etat algérien à l'égard du capital privé se caractérise par son ambivalence, tantôt belligérante du fait de son potentielle émancipation du pouvoir politique en s'alliant au capitalisme international, tantôt conciliante du fait de son rôle de complément et de soutien, voir de substitut au secteur public. Cette posture du rapport ambigu entre l'Etat national algérien et le secteur privé national va impacter fortement ce dernier et l'accompagnera tout au long de son évolution.

A l'indépendance, l'entrepreneuriat hérité de l'époque coloniale était marginalisé (BOURDIEU, 1963) dans un contexte politique et économique confus et incertain. Sur le plan institutionnel, la loi n° 63-227 de juillet 1963 est considéré comme le premier code des investissements et reconnaît la liberté d'entreprendre mais selon des critères très contraignants et destinés aux investisseurs étrangers. Les entrepreneurs privés nationaux sont laissés dans le flou total bien que leur activité économique était strictement encadrée (OUSSALEM, 2002).

Dans les faits, une certaine tolérance leur était accordée par l'Etat, et ces entrepreneurs se sont orientés vers des secteurs peu stratégiques (commerce, hôtellerie, restauration) et adoptent par conséquent une position très prudente, se contentant d'être moins visibles. L'autogestion a également été instituée à cette période dans les secteurs agricole et industriel dont près de 300 entreprises de différentes tailles ont été gérées par les ouvriers.

A ce propos, PENEFF (1982, p.62) explique : *«Le petit capitalisme algérien se présente donc comme minoritaire mais actif dans les branches spécifiques où il se cantonne (là où sont requis peu de capitaux et de technologie), s'adaptant par des reconversions faciles, aux besoins et aux goûts d'une clientèle citadine aisée ».*

Le changement de direction politique survenue en 1965 va impulser un nouveau souffle pour une restructuration économique et sociale importante. Un second code d'investissement est

promulgué en 1966¹⁴, et qui précise la place du secteur privé national dans la nouvelle politique économique du pays.

En effet, ce code a imposé l'interdiction au privé d'investir dans des secteurs stratégiques et de concurrencer le secteur public, par contre, l'Etat a mis en place une commission nationale d'investissement chargée des crédits, et des structures d'aide et d'orientation des investisseurs, en plus certains avantages fiscaux et garanties, ce qui va impacter positivement l'entrepreneuriat privé (DERRAS, 1997), dont pas moins de 688 projets ont été agréés entre 1966 et 1971.

Au début des années septante, l'adoption des Industries industrialisantes mettait en valeur la grande entreprise industrielle nationale et son dirigeant (manager), et qui concentre l'essentiel de son pouvoir, délégué par les autorités politiques. Les avantages accordés au secteur privé sont suspendus (Loi des Finances 1971), son accès aux importations est sévèrement encadré par l'instauration des A.G.I. (autorisation globale d'importation). La charte nationale de 1976 a même accusé l'entrepreneur privé d'appartenir à une classe de bourgeoisie exploiteuse.

L'attitude des entrepreneurs (appelés officiellement opérateurs privés) à cette période était défensive et attentive, néanmoins, selon MELBOUCI (2006), l'entrepreneur algérien doit sa survie dans un marché monopolisé par l'Etat et ses grandes entreprises, à sa stratégie d'accumulation de capital social (capital-relations, capital-connaissances et capital financier), qui va lui permettre de saisir la moindre opportunité sur le marché et au mieux, garder ses positions déjà acquises.

Aussi paradoxal que cela puisse paraître, le secteur privé national va progresser nettement au milieu des années soixante-dix, notamment les branches du textile, l'agroalimentaire et surtout le bâtiment et travaux publics (BTP). Cependant, le caractère majeur ces entreprises privées est la très petite taille de leurs unités de production (60% à moins de 5 salariés), la plupart de type familial.

Cette situation invraisemblable est si bien décrite par l'imminent sociologue Dj. LIABES (1984, p.63) : « *Enfin de compte, jamais une bourgeoisie ne s'est trouvée liée à l'Etat et objectivement favorisée par des pratiques d'un Etat national paradoxalement anticapitaliste* ». De ce fait, une certaine division du travail s'est implicitement constituée entre le secteur public et le secteur privé, donnant à ce dernier des opportunités de produire certains produits

¹⁴ Ordonnance n° 66.284 du 15 septembre 1966 portant code des investissements.

dans les branches du textile, produits chimiques et plastiques, ou agroalimentaire, donnant parfois lieu à des monopoles privés.

Ajoutons à cela, selon DERRAS (1997), le recours d'une partie des entrepreneurs privés à des pratiques frauduleuses comme l'exploitation féroce de la force du travail (allongement de la durée, bas salaires et précarité), la répression syndicale, la pénibilité des conditions du travail ou la surenchère salariale sur la main d'œuvre qualifiée du secteur public, tout cela a donné lieu à une accumulation de profits substantiels en un temps record pour les entrepreneurs privés.

1.2.2. Réformes et développement de l'entrepreneuriat privé (les décennies 1980 et 1990)

Avec la restructuration des entreprises publiques en 1982, des ajustements ont été mis en place par la nouvelle équipe dirigeante et concernaient aussi bien le secteur public que le secteur privé. Ce dernier est intégré officiellement par l'Etat dans l'effort de développement national et reconnu comme une force économique et social incontournable. C'est dans cette perspective qu'un troisième code des investissements est promulgué en août 1982 (Loi n°82-11) ayant pour objectif l'encadrement et l'orientation de l'acte d'investir et d'entreprendre.

Ce nouveau code comporte, comme celui qui l'a précédé, des contraintes pour l'entrepreneuriat privé mais également des avantages. Ainsi, les investissements ont été plafonnés à 30 millions de dinars, leurs cumuls par un seul employeur sont interdits et tout nouveau projet ou extension d'activité sont soumis à agréments d'une commission étatique. Et comme avantages, en sus de sa reconnaissance et son agrément, le secteur privé national a bénéficié de l'exonération de l'impôt durant 5 ans et de la facilité d'accès aux crédits bancaires.

En conséquence, l'entrepreneuriat privé progresse, dans le secteur manufacturier notamment, et bien que la taille des entreprises demeure toujours petite, leur nombre a fait un saut notable en peu de temps, passant de 9 387 unités en 1980 à 14 154 unités en 1984. Les déséquilibres apparus sur plusieurs marchés ont également ouvert des débouchés aux entreprises privées (OUSSALEM, 2002), mais ces dernières sont demeurées dépendantes du secteur public en termes d'approvisionnements, d'intrants et du foncier.

Le choc pétrolier de 1986 va davantage fragiliser les jeunes entreprises privées et leurs propriétaires entrepreneurs qui se trouvent essouffés par la conjoncture économique défavorable, qui n'a pas épargné ni le secteur public, ni le secteur privé. La baisse drastique

des exportations et surtout des importations (près de la moitié) a impacté négativement les capacités de production des entreprises à cause des manques dans l'approvisionnement en matières premières, des pièces de rechange pour l'outil de production et des crédits bancaires, entraînant des arrêts momentanés d'activité, et parfois des fermetures d'usines.

La fin des années 1980 a constitué un tournant majeur dans le pays avec l'abandon de l'économie planifiée, les réformes et la transition à l'économie de marché. Un quatrième code des investissements est promulgué en juillet 1988 (Décret n°93-12) et qui a levé toute les contraintes et restrictions imposées au secteur privé. Mais, c'est le cinquième code des investissements d'octobre 1993 (décret 93-12) qui va marquer une rupture définitive de la position ambiguë de l'Etat algérien à l'égard du secteur privé, du moins sur le plan institutionnel.

En effet, le nouveau code ne fait plus de distinction entre secteurs public ou privé, national ou étranger. Cette période était caractérisée par des facteurs encourageant l'entrepreneuriat privé : cadre institutionnel assoupli, main d'œuvre qualifiée et expérimentée en provenance du public, et politique incitative d'emplois de jeunes (dispositif ANSEJ notamment).

Mais aussi, par des obstacles freinant l'initiative privée comme l'accès au foncier industriel, la lourdeur administrative malgré un cadre réglementaire favorable, le financement limité et les effets de la dévaluation de la monnaie nationale sur les intrants et équipements importés (DERRAS, 1997).

Par conséquent, un développement contrasté a caractérisé les entreprises privées ; les très petites (moins de 5 salariés) sont en progression, certes modérée et ont atteint 16 894 unités, alors que les moyennes et grandes entreprises sont en difficulté où pas moins de 217 unités de plus de 20 employés ont fermé. La création d'une agence pour la promotion et le soutien à l'investissement (APSI) a grandement contribué à l'essor de la petite et moyenne entreprise (PME), même si c'est la très petite qui a le plus progressé. Selon BOUYACOUB (2004), 60% des PME recensées en 2000 ont été créées après 1994, soit après la promulgation du code des investissements de 1993.

Dans une économie en transition vers le marché, le secteur privé se développe en privatisant les entreprises d'Etat, en créant des entreprises nouvelles ou en implantant des entreprises étrangères. *« C'est un privé plutôt commercial, marchand, peu porté sur l'aventure technologique, qui prospère sous la permanente protection de l'Etat, même si les pouvoirs publics développent officiellement un discours opposé »* (BOUYACOUB, 2004, p.154)

La stratégie des acteurs privés est liée à la configuration sociopolitique du pouvoir économique en Algérie. Ce dernier est exercé par une technobureaucratie d'Etat dont les privilèges se confondent avec ceux de groupes d'intérêts diffus et marqués par une culture jacobine et une conception privative de l'Etat (HAMAMDA, 2011).

1.2.3. Consécration et reconnaissance de l'entreprise privée (les décennies 2000 et 2010)

Dans les années 2000, et à la faveur de la hausse des prix du pétrole, l'économie nationale connaît une croissance indéniable, traduite par une augmentation des dépenses publiques pour équiper le pays et rattraper le retard des années 1990. Le secteur privé national n'est pas resté en marge de cette conjoncture où les entreprises privées nationales ont réalisé pour la plupart une croissance soutenue et positive.

Elles ont été encouragées par les aménagements législatifs de 2001¹⁵ et 2006 favorables à l'amélioration des conditions de réalisation et d'exploitation des investissements privés et garantissant une meilleure concurrence sur le marché (BENACHENHOU, 2007).

Cela s'inscrit dans la prise en conscience des pouvoirs publics en Algérie qu'en sus des politiques économiques (monétaires et fiscales), les réformes institutionnelles sont indispensables pour la création et le développement de nouvelles entreprises et au renforcement de leur compétitivité (AKACEM, 2008).

C'est dans cette perspective qu'une agence nationale pour le développement des investissements (ANDI) a été créée en 2001 en remplacement de l'APSI, et d'un conseil national des investissements (CNI), sous la tutelle du Chef du gouvernement. La politique de libéralisation fondée sur l'encouragement du secteur privé s'est articulée autour de trois leviers, à savoir la politique fiscale, l'ouverture du marché et l'encouragement de l'initiative privée et de la PME.

La conséquence de la politique incitative est l'accélération de créations de nouvelles entreprises. A titre d'exemple, 75% des PME recensées en 2005 ont été créées à partir de la fin des années nonante et 35 % d'entre elles ont été créées durant les cinq dernières années, soit entre 2000 et 2005 (KERZABI et TABET-AOUEL, 2009), avant d'atteindre le cap d'un

¹⁵ En 2001, la loi n°01-18 d'orientation sur la petite et moyenne entreprise a été promulguée. Elle définit les mesures de facilitations administratives dans la phase de création de l'entreprise qui pourraient être mises en œuvre. Elle prévoit également la création d'un fonds de garantie des prêts accordés par les banques en faveur des PME.

million de PME à partir de 2015 selon le Ministère de l'Industrie et des Mines, en charge du secteur de la PME.

Cependant, si l'assouplissement du cadre réglementaire a indéniablement permis l'essor du secteur privé, la réforme de l'administration, du droit des affaires, de la fiscalité demeure inachevée et trop lente pour s'adapter aux impératifs de la nouvelle structure du marché (ASSALA, 2006). En effet, la lourdeur des formalités administratives (six mois en moyenne pour créer une entreprise), la difficulté d'accès au foncier et au financement ou le problème récurrent de rapatriement des bénéficiaires pour les étrangers en sont des exemples typiques.

La figure de l'entrepreneur privé est définitivement consacrée dans l'économie nationale et sa contribution en termes d'emplois, de fiscalité et de création de richesse n'est plus à démontrer, bien son destin reste toujours lié à celui de l'Etat et ses orientations économiques. Et en dépit que le classement annuel « Doing Business » (BANQUE MONDIALE, 2018) sur le climat des affaires classe l'Algérie dans une position peu favorable (166^{ème} place sur 190 pays pour 2018), le pays a fait des progrès significatifs dans le domaine de l'entrepreneuriat et de la création d'entreprises.

1.3. Secteur privé et développement économique : un rôle marginal mais qui s'affirme davantage

Etant dépendant du secteur public au début de sa formation, le secteur privé en Algérie s'est souvent développé à l'ombre de l'Etat (BENACHENHOU, 2007), mais a réussi tout de même à apporter sa contribution au développement économique du pays. La raison est évidente, c'est la part importante des hydrocarbures dans la création de la richesse et de la valeur ajoutée (VA) nationale donc la contribution du secteur privé est perceptible hors hydrocarbures (HH). L'économie hors hydrocarbures est représentée dans la Comptabilité Nationale à travers six grands secteurs d'activité économique : agriculture, industrie hors hydrocarbures, bâtiment et travaux publics (BTP), transports et communication, commerces et services.

1.3.1. Les décennies 1960 et 1970

A l'Indépendance, les entreprises détenues par des privés algériens étaient près de 1 554 sociétés (BOUKHEBZA, 1990), représentant à peine 20% par rapport aux Sociétés détenues par les Européens. Les entrepreneurs algériens dont une cinquantaine d'industriels (PENEFF, 1982), se concentraient pour leur majorité (80%) dans le petit commerce et l'artisanat. Cette

situation de se confiner dans des secteurs peu visibles a perduré dans les premières années de l'indépendance, pour échapper à la nationalisation et à l'autogestion, prônée par les pouvoirs publics de l'époque. Notons que la part des employeurs dans la population active totale était à peine de 0,5 % en 1966.

L'accroissement du nombre des entreprises privées et de leur impact sur l'économie du pays a commencé vers la fin de la décennie 1960. En effet, on a recensé 4 046 entreprises privées en 1969, soit une hausse de 160% par rapport à l'indépendance. Ces entreprises sont réparties entre 2 201 à moins de 5 salariés (54,4%) et 1 845 à plus de 5 salariés (45,6%).

Cette tendance s'est accentuée durant toute la décennie 1970, paradoxalement au moment de l'économie planifiée, puisqu'en 1977, le nombre des entreprises privées a atteint 6 070, soit une hausse de 50% par rapport à 1969. La répartition en termes du nombre d'employés est pratiquement la même, avec 55% pour les moins de 5 salariés et 45% pour les plus de 5 salariés.

Le secteur privé a contribué à l'effort de développement national à travers l'emploi, dont la part a atteint 23,3% des salariés en 1974, avec notamment 52,6% dans l'industrie et 45,2% dans le bâtiment et travaux publics. Les entreprises privées de la branche BTP employaient jusqu'à 100 000 travailleurs en 1975, concurrençaient même le secteur public (DERRAS, 1997).

Pour l'industrie hors hydrocarbures, 84 entreprises privées du textile représentent 13,8% de la branche, 50,2% de l'emploi et 50,8% du chiffre d'affaire en 1974. La branche bonneterie et confection occupent 65,4% des entreprises et 59% de la main d'œuvre à la même période. C'est dire le poids désormais important du secteur privé dans l'économie nationale, bien que cela est valable en dehors des hydrocarbures.

Dans ce sens, en 1979, le secteur privé représentait 26% de la production industrielle hors hydrocarbures (HH) et l'indice de la production industrielle a été multiplié par 2,6 entre 1969 et 1985 contre 6,7 pour le secteur public (BOUYACOU, 1997, 2012). Et comme nous l'avons souligné dans l'évolution de l'économie algérienne, LIABES (1984) considérait que le secteur privé s'est paradoxalement prospéré au moment de la gestion planifiée et centralisée de l'Etat.

1.3.2. Les décennies 1980 et 1990

Au début des années 1980, le secteur privé en Algérie parvenait déjà à produire 49% de la valeur ajoutée (VA) hors hydrocarbures, une performance plus qu'appréciable tenant compte du cadre institutionnel et réglementaire contraignant de cette période. Le nombre d'entreprises privées a été estimé en 1980 à quelques 9 387 unités, réparties entre 5 000 ayant moins de 5 salariés soit 53,26% et 4 387 ayant plus de 5 salariés, soit 46,74%.

Le nombre d'entreprises dans le secteur privé a plus ou moins progressé durant les années suivantes, passant en 1984 à 14 154 unités (+ 50%), 16 490 en 1986 (+16,5%) puis baisse à 14 477 unités en 1988 (-12,20%), puis remonte à 20 107 unités en 1992 (+38,89%).

Pour les emplois, le secteur privé a connu une tendance presque identique, une hausse continue au départ puis une baisse relative suite au choc pétrolier de 1986. Ainsi, le nombre de salariés privés est passé de 32 029 salariés en 1982 à 97 388 en 1984 (+204%), se stabilise autour de 97 322 en 1986 et 97 956 en 1988. Néanmoins en 1990, leur effectif a baissé à 90 000 salariés et encore à 78 539 salariés en 1992 (ONS). Mais cela n'a pas empêché la part des employeurs dans la population active d'augmenter pour autant, passant de 1,54 % en 1986, 2,2 % en 1992.

Concernant les secteurs d'activité économiques, la contribution du secteur privé n'a pas cessé également de progresser, où sa part dans la VA hors hydrocarbures a atteint 62% en 1990, 66% en 1994 et 76% en 1998. Cela en dépit de la baisse de sa participation dans la production industrielle HH à 15% en 1995 alors qu'elle était de l'ordre de 20% en 1989 (BOUYACOUB, 1997, 2001).

Néanmoins, la diminution de la part de la production industrielle concernait l'ensemble de l'économie nationale et le secteur privé n'a pas échappé à cet état de fait, et cela malgré ses efforts indéniables. (43% du PIB en 1990, TALAHITE, 2006). La part des crédits alloués au secteur privé était de 32% en 1994 et 19% en 1999, pour l'industrie, sa part est passée de 3,4% en 1990 à 2,9% en 1998.

Les autres secteurs d'activités hors hydrocarbures sont devenues pratiquement dominés par les entreprises privées à partir des années nonante, consécutives à l'ouverture et la transition à l'économie de marché. En effet, la part du secteur privé dans la VA de l'agriculture nationale est de 99% en 1993 et 99,7% en 1998, et dans la branche BTP, ce taux est passé de 46% en 1990 à 60,6% en 1993 (avec 7 224 entreprises privées et 70 344 salariés) pour atteindre 64% en 1998. La part du privé dans le transport a également progressé passant de

49% en 1990 à 56,2% en 1993 puis 67% en 1998, et dans les services, ce taux tourne autour de 84,3% (ANDREFF, 2009).

Notons que la plus grande progression de la part de la VA du secteur privé concerne le commerce (toutes formes confondues), puisque elle est passé de seulement 23% en 1990 à 97% en 1998. Cela s'explique par la libéralisation du commerce extérieur dans le cadre du P.A.S. (1994-1998), ce qui créé un engouement sans précédent pour l'activité commerciale qu'elle soit interne (gros et détail) ou externe (import) et que les opérateurs privés ont saisi.

Pour l'année 1996 à titre d'exemple, sur les 10 Milliards de \$ d'importations, l'Etat n'est représenté par 300 entreprises alors que la part du secteur privé est de 25 700 opérateurs, et sur les 861 millions de \$ des exportations HH, 94% sont réalisées par des entreprises privées. Une situation qui va perdurer par la suite puisqu'au second semestre de l'année 1999, 60% des importations sont accaparées par des opérateurs privés.

1.3.3. Les décennies 2000 et 2010

La transition à l'économie de marché, entamée au début des années nonante, a consolidé davantage le secteur privé en Algérie et a permis de libérer l'initiative individuelle et l'esprit entrepreneurial. La contribution du secteur privé national dans l'économie du pays a poursuivi sa croissance atteignant 42% du PIB en 2000 (TALAHITE, 2006) et cela malgré l'afflux des entreprises étrangères suite à une politique d'inspiration libérale mise en œuvre par les pouvoirs publics entre 2000 et 2006 (MEZOUGHFI, 2015).

Ainsi, en 2005 la part du secteur privé dans la VA de l'agriculture a été de 99,7% (contre 99,5% en 2000), celle du BTP a été de 64,2% (contre 67,9% en 2000), celle du transport et télécommunications a été de 67,3% (contre 72,3% en 2000) et celle du commerce a été de 96,6% (contre 89,3% en 2000).

Ajoutons à cela, la branche de l'industrie agroalimentaire, qui a vu la part du privé dans sa VA progresser sensiblement, puisqu'elle est passée de 47% en moyenne dans la période allant de 1990 à 1999 à 71% pour la période allant de 2000 à 2004 et atteignant 80% en 2005. Et selon l'ONS, toujours en 2005, les entreprises privées nationales ont contribué à 75% du PIB hors hydrocarbures et même à 5% dans les hydrocarbures (ANDREFF, 2009), alors que ce taux était nul dans les années nonante.

Pour l'emploi, la contribution du secteur privé tourne autour d'un tiers (BOUYACOUB, 2004) et cela en dépit que 99% d'entreprises privées ont moins de 5 salariés selon l'ONS. En

2010, les PME privées emploient 940 788 salariés, soit 58,94% de l'ensemble des emplois déclarés, et 606 737 employeurs soit 38,01% de la population active.

Enfin, en 2015, la part du secteur privé dans la VA hors hydrocarbures a atteint 85%, cependant, le secteur bancaire, vital pour l'investissement privé est resté dominé par les banques publiques qui représentent 90% des dépôts et 88% des crédits selon la Banque d'Algérie en 2015, et au moment où les banques privées à capitaux algériens ont pratiquement disparu (MEZOUAGHI, 2015).

2. ENTREPRENEURS ALGERIENS : PROFILS ET CARACTERISTIQUES

Après avoir mis en évidence, dans la première section de ce chapitre, l'évolution du secteur privé en Algérie, notamment son cadre institutionnel, et montré la contribution de ce dernier au développement économique, nous consacrons cette deuxième section à l'entrepreneur algérien. En effet, nous allons présenter un ensemble d'auteurs incontournables ayant étudié l'entrepreneur privé en premier lieu, les trajectoires des entrepreneurs en second lieu et leurs profils et caractéristiques en dernier lieu.

2.1. Revue de littérature sur l'entrepreneur privé en Algérie

Sans prétendre restituer l'ensemble des travaux relatifs à l'étude de l'entrepreneur privé algérien, nous avons jugé utile de présenter les auteurs que nous estimons incontournables tout en prenant le soin de le faire suivant une chronologie bien établie.

2.1.1. Les années 1980 : travaux de PENEFF et de LIABES

La nature de l'orientation économique que l'Algérie a suivie dès l'indépendance (économie planifiée) a laissé peu de place à la figure de l'entrepreneur privé et indépendant, et bien que le secteur privé s'est développé malgré ces contraintes.

PENEFF (1982) s'est intéressé aux entrepreneurs privés algériens, émergés au lendemain de l'Indépendance, et cela à travers leurs carrières et trajectoires sociales. Il a mené une enquête au début des années septante auprès de 220 chefs d'entreprises privées installés dans la région algéroise. Il a classé ces entrepreneurs, à partir des caractéristiques les plus typiques de leurs trajectoires en trois catégories : les anciens négociants, les anciens commerçants et employés et les anciens ouvriers. Ils sont considérés comme la première génération d'entrepreneurs industriels algériens et se caractérisent par leurs catégories sociales

différentes (commerçants, artisans, fonctionnaires, ouvriers), par leurs apprentissages des affaires sur le tas car n'ayant pas reçu de formations spécifiques à la gestion de l'entreprise et par leur engagement dans la guerre de libération nationale.

LIABES (1984), imminent sociologue s'est intéressé à la logique de formation du secteur privé national dans le contexte des transformations économiques (industrialisation) ou sociales (urbanisation) que l'Algérie a connu durant les deux premières décennies de son indépendance. Il a mis l'accent sur le fait que l'entreprise algérienne n'est pas seulement un espace de production de biens mais elle est portée par le non économique, donc l'entrepreneur algérien ne peut être analysé par rapport aux théories classiques de l'entrepreneuriat (TALEB-AIT SIDHOM, 2011).

Il a également mis en évidence deux caractéristiques essentielles de l'entrepreneur algérien, à savoir sa poly fonctionnalité et la prééminence du groupe familial. Cette poly fonctionnalité (entrepreneur à la fois commerçant, industriel, promoteur immobilier et administrateur) trouve son origine dans la formation historique du capital privé algérien par le passage du commerce à l'industrie, confirmant ainsi les conclusions de PENEFF, auparavant citées.

Et concernant la prééminence de la famille pour l'entrepreneur en Algérie, LIABES considère ce dernier comme un individu qui ne doit son existence économique et sociale qu'à son groupe d'appartenance familiale et qui cherche à légitimer sa richesse à travers des actions à caractère caritatif ou religieux pour affirmer son rôle dans la société.

Enfin, l'auteur a observé le comportement des opérateurs privés suite aux restructurations et réformes économiques des années 1980 et a conclu que l'entrepreneur algérien s'inscrit toujours dans une logique de réseaux de clientélisme et de système de patronage, insérés dans le monopole exercé par le pouvoir des appareils de l'Etat et dont le capital relationnel est primordial pour la réussite entrepreneuriale (LIABES, 1987).

2.1.2. Les années 1990 : travaux de HENNI, de BOUYACOUB et de BEDRANI

HENNI (1990), auteur de l'essai « Le cheikh et le patron », a mis en évidence le rapport qu'entretient l'entrepreneur privé avec ses employés en soulignant qu'il s'agit plutôt d'une combinaison sociale qu'il constitue avec sa clientèle, à qui il distribue des versements pour les

fidéliser. L'auteur a même qualifié ce patron entrepreneur de cheikh du fait qu'il se met à la disposition de ses employés (clients) en entreprenant souvent des actions qui ne sont pas d'un ordre économique et encore moins marchand. En effet, le cheikh commence déjà par recruter ceux qui sont liés à sa tribu ou à sa région, leur distribue une partie de l'impôt religieux (aumône), leurs octroie des aides dans leurs fêtes maritales.

En plus, il intervient personnellement auprès des organismes étatiques pour contourner les lourdeurs bureaucratiques afin d'obtenir qui un logement, qui un lot de terrain ou même des denrées alimentaires au moment des pénuries. Tout cela confère, selon l'auteur, à l'entrepreneur chef d'entreprise, une position sociale confortable mais qui n'est pas liée forcément à une performance économique remarquable.

BOUYACOUB, auteur de plusieurs travaux sur l'entrepreneuriat en Algérie dans ses analyses sur l'évolution de l'économie algérienne (2012, 2008, 2006, 2001, 1997), a mis l'accent sur l'émergence d'une nouvelle catégorie d'entrepreneurs après la libéralisation du commerce extérieur dans le cadre des réformes économiques des années 1990.

Cependant, ces derniers se sont inscrits plutôt dans l'économie rentière de l'Etat que dans une économie productive, en essayant de capter le maximum de ressources publiques sans une véritable contrepartie (financements bancaires, foncier presque gratuit, patrimoine des entreprises publiques en faillite ou liquidées).

BEDRANI (1997) a analysé à son tour, l'émergence des entrepreneurs privés dans le monde rural dans la période charnière de la transition du pays à l'économie de marché. Il a mis en évidence le profil jeune des entrepreneurs, leur polyvalence dans les métiers agricoles et ruraux et leur niveau d'instruction moyen mais souvent compensé par l'expérience acquise durant leurs années de travail précoce. L'auteur a également montré le caractère individuel et familial des entreprises privées créées, leurs tailles très réduites, la quasi absence de financement bancaire et de liens avec l'étranger.

Enfin, l'attitude des entrepreneurs à l'égard de l'Etat est qualifiée par l'auteur d'ambivalente dans la mesure où ces derniers sont partagés entre la nécessité de la présence de l'Etat pour réguler l'économie et protéger les catégories les plus vulnérables y compris les petites entreprises, et la nécessité du retrait de l'Etat dans le cadre de l'économie de marché pour garantir la concurrence et l'allocation optimale des ressources disponibles entre les différentes parties.

2.1.3. Les années 2000 : travaux d'OUSSALEM, de BENACHENHOU et de MADOU

OUSSALEM (2002), à partir des enquêtes réalisées sur le secteur privé de la région de Tizi Ouzou, a présenté une typologie des entrepreneurs à partir de leur passé socioprofessionnel et des ressources qu'ils ont mobilisées pour créer leurs entreprises. Cette typologie est constituée de trois catégories d'entrepreneurs :

- Les entrepreneurs issus de la sphère commerciale, plus anciens (années 1970) et plus nombreux, ils ont accumulé leurs capitaux en captant les rentes nées des pénuries et de leurs connaissances des marchés, et ont tissé des relations avec les entreprises publiques, pour ensuite investir dans les industries alimentaires tout en ayant une taille d'entreprises moyennes (jusqu'à 50 employés).
- Les entrepreneurs valorisant un capital de compétences, émergés généralement au cours des années 1980, ils ont prospéré en profitant des compétences techniques (procédés de fabrication) et managériales (connaissance des marchés, règles et procédures), acquises durant leur expérience, parfois longue, dans les entreprises du secteur public. La taille de leurs entreprises est restée petite (entre 10 et 20 employés) mais leurs secteurs d'activités sont relativement diversifiés (BTP, industries de transformation, services). En plus, les entrepreneurs de ce groupe se distinguent par une aptitude à innover et à adopter des méthodes modernes de management et de gestion des entreprises, partant de leurs compétences et leur culture technique et managériale.
- Les entrepreneurs valorisant des positions dans l'administration publique, composés des anciens combattants de la guerre de libération qui ont bénéficié des autorisations pour investir et des financements, des fonctionnaires ayant quitté l'administration publique ou sont toujours en activité, qui ont bénéficié des avantages pour entreprendre à moindre coût (lots en zone d'activité, locaux commerciaux) et qui ont tiré profit de leurs positions (anciennes ou actuelles) pour obtenir des marchés.

BENACHENHOU (2007) a montré de son côté, que le secteur privé algérien en général et les entrepreneurs en particulier, sont le résultat de l'histoire économique du pays et ne peuvent en aucun cas en être dissociés. Il a souligné que les entrepreneurs algériens ont toujours évolué un peu à l'ombre de l'Etat, ne montrant pas trop leur réussite par crainte, ont subi successivement l'épreuve de l'économie dirigée, celle du tarissement des finances extérieures des années 1980 et celle de l'instabilité politique et économique des années 1990.

Cela a eu comme conséquence, selon l'auteur, que ces entrepreneurs ont développé des comportements spécifiques, créé des habitudes, forgé des caractères et adopté des stratégies appropriées afin de pérenniser leurs entreprises et prospérer leurs affaires.

MADOUI (2008), en analysant l'émergence de nouvelles figures de l'entrepreneuriat dans le cadre de la transition de l'Algérie à l'économie de marché, a mis en évidence le rôle prépondérant que le nouveau entrepreneur algérien doit accomplir en économie de marché.

Et bien qu'il ait qualifié sa création de l'entreprise de parcours de combattant, du fait de la multitude des ressources requises pour entreprendre (compétences, connaissances, réseaux administratifs et bancaires, culture et éthique du travail), il ne demeure pas moins que ceux des entrepreneurs ayant réussi à surmonter les contraintes et obstacles dans leurs parcours, jouissent des égards et considérations et deviennent des modèles pour la population en quête de promotion sociale.

L'auteur a également identifié une autre figure de l'entrepreneur en Algérie (MADOUI, 2011), à savoir l'entrepreneur religieux, et a montré que ce dernier tend à mobiliser l'éthique du travail de la religion musulmane à des fins de management moderne et de compétitivité de son entreprise, en plus d'utiliser les réseaux sociaux pour trouver de nouveaux marchés, recruter et construire du lien social, ce qui est entièrement inédit et nouveau.

2.2. Trajectoires des entrepreneurs algériens

En se basant sur la classification établie par BENACHENHOU (2007) sur les trajectoires des entrepreneurs algériens et la typologie établie par MADOUI (2008) sur les nouveaux entrepreneurs issus de la transition à l'économie de marché, nous avons abouti à une catégorisation de trois grandes classes d'entrepreneurs algériens selon leurs trajectoires respectives.

2.2.1. Trajectoire familiale (reprise ou héritage familial)

Les entrepreneurs de cette classe se caractérisent par la place centrale de la famille dans leur perception de l'entrepreneuriat et des affaires en général, et dont la séparation entre la propriété et la gestion est pratiquement inexistante dans l'entreprise. Une partie d'entre eux a repris ou hérité l'entreprise familiale, de tradition commerçante et entrepreneuriale, ils sont déjà employés avant de prendre la direction, sont moins formés, plus âgés, 40 à 50 ans, et motivés pour perpétuer le modèle patriarcal.

Une autre partie de ces entrepreneurs sont moins jeunes, universitaires, bien formés et ouverts d'esprit, et souvent motivés par le changement du mode de fonctionnement et gestion de l'entreprise familiale vers des pratiques modernes mais cela devient sources de tensions entre les générations.

2.2.2. Trajectoire politique (ouverture économique ou reconversion du secteur public)

Le point commun entre les entrepreneurs de cette classe réside dans le fait que la conjoncture politique a joué un rôle prépondérant dans leurs choix de se lancer dans l'entrepreneuriat privé et la création d'entreprise. Ils sont soit des anciens combattants de la guerre d'Indépendance, soit des anciens dirigeants politiques ou militaires, qui disposaient déjà d'une certaine légitimité politique qu'ils ont utilisée dans leurs activités économiques.

Il y a également les anciens reconvertis du secteur public (salarié ou cadre) expérimentés et bien formés et souvent compétents, ils disposaient de réseaux de relations très importants et d'un capital social considérable. Ces entrepreneurs ont su saisir les opportunités de l'ouverture économique des années 1990, notamment la libéralisation du commerce extérieur, pour entreprendre soit dans les services (importation, commerce de gros) ou dans l'industrie (agroalimentaire).

2.2.3. Trajectoire diverse (contrainte, émigration ou aventure)

Les entrepreneurs de cette classe regroupent ceux qui ont entrepris par contrainte, ceux issus de l'émigration, et ceux par l'aventure. Les entrepreneurs contraints sont des anciens employés au chômage, conséquence de l'ajustement structurel et des privatisations, âgés de 45 à 50 ans, et disposaient d'un réseau familial pour les capitaux financiers. Ou bien, ils sont des bénéficiaires des crédits des programmes publics pour le financement des créations d'entreprises, généralement sans formation, ni expériences ou capacités requises pour entreprendre mais l'ont fait par nécessité.

Les entrepreneurs migrants sont souvent très expérimentés, profitant des compétences acquises à l'étranger durant leurs années de travail, ils sont motivés et disposent pour financer leurs activités, d'une épargne personnelle ou d'aides financières d'un membre de la famille resté à l'étranger. Enfin, certains entrepreneurs se sont engagés par aventure en considérant l'entreprise comme un prétexte pour s'enrichir sans cause et effort en utilisant à l'évasion fiscale, en profitant des changes parallèles et en s'adonnant à la spéculation au lieu de la

production.

2.3. Profil et caractéristiques de l'entrepreneur en Algérie

Avant la transition vers l'économie de marché, les entrepreneurs algériens étaient caractérisés par une hétérogénéité prononcée. Cependant, même avec les réformes économiques, les entrepreneurs en Algérie ne formaient pas relativement une catégorie homogène (BOUYACOUB, 1997) et se différencient les uns des autres dans leurs perceptions de l'activité économique, leurs points de vue de projets de sociétés auxquels ils aspirent, leurs profils ou le mode de fonctionnement de leurs entreprises. Cependant, ils partagent certains caractères qui les distinguent naturellement du reste de la population dont le profil sociodémographique, les motivations entrepreneuriales et l'environnement social et familial.

2.3.1. Profil sociodémographique (âge, genre, niveau de formation)

Les entrepreneurs en Algérie sont relativement jeunes et la tendance est à son renforcement. Plusieurs études ont montré cet état des faits ; BOUYACOUB (1997), AKNINE et ZIOUR (2006), ASSASSI et HAMMOUDA (2006), TOUNES et ASSALA (2007), et aussi le rapport GEM pour l'Algérie (2013). Ce dernier a démontré clairement l'implication de plus en plus de jeunes dans l'activité entrepreneuriale, avec toutefois un âge moyen des entrepreneurs compris entre 25 ans et 44 ans, et peut atteindre rarement la cinquantaine.

Cependant, une nuance s'impose pour l'âge des entrepreneurs : les jeunes sont certes plus nombreux dans les premières phases de création de l'entreprise, mais leur part diminue une fois l'entreprise est établie (au bout de trois ans et demi). Cela s'explique par le fort taux de faillite des nouvelles entreprises créées.

Concernant le genre, l'entrepreneuriat en Algérie est majoritairement masculin, néanmoins la part des femmes qui se lancent dans la création de leurs entreprises est plutôt appréciable et progresse au fil des années bien que lentement (ASSASSI et HAMMOUDA, 2006), (HIMRANE et HASSANI, 2017). Le rapport GEM (2013) a également mis en évidence cette situation en indiquant qu'en moyenne, les hommes sont deux fois plus nombreux à s'impliquer dans la création d'une nouvelle entreprise que les femmes en Algérie.

Pour le niveau de formation, il est communément admis que l'entrepreneuriat en Algérie tend à devenir de plus en plus une affaire de personnes instruites et formées, qu'elles soient issues du monde universitaire ou de la formation professionnelle. Cette tendance a été observée par

BOUYACOUB (1997) et confirmée par d'autres études (BENGHABRIT et RAHOU, 2006 ; SETTI, 2012 ; BOUKHARI et ABEDOU, 2016).

Le rapport GEM (2013) pour l'Algérie a également corroboré cet état de fait dans la mesure où la part des diplômées est prépondérante parmi les entrepreneurs et cela quel que soit la nature de leur genre. Cependant, ce rapport a montré que les entrepreneurs décrocheurs (ayant échoué et fait faillite) sont ceux dont le niveau de formation est le plus bas et la moyenne d'âge est de moins de 35 ans.

2.3.2. Caractéristiques entrepreneuriales (motivations à entreprendre, environnement familial et social)

Les motivations des entrepreneurs en Algérie sont diverses. Elles varient entre la saisie des opportunités d'affaires qui se présentent sur le marché, l'entrepreneuriat par nécessité suite au chômage ou au licenciement, le désir d'être indépendant en devenant son propre employeur mais aussi l'aspiration à évoluer sur le plan professionnel et surtout financier.

Les auteurs du rapport GEM (2013)¹⁶ pour l'Algérie ont remarqué que deux motivations majeures caractérisent les entrepreneurs : l'entrepreneuriat par opportunité et l'entrepreneuriat par nécessité. En observant la période allant de 2009 à 2012, ils ont conclu qu'un changement de tendance s'opère progressivement par rapport à la motivation des créateurs d'entreprises.

Alors qu'en 2009, les créations d'entreprises motivées par opportunité étaient 4 fois plus que les créations motivées par nécessité, en 2012, ce rapport a baissé à seulement 2 fois en faveur de l'opportunité, et l'étude GEM a clairement supposé que l'entrepreneuriat en Algérie s'oriente désormais vers l'entrepreneuriat de nécessité. Néanmoins, BOUKHARI et ABEDOU (2016) ont montré dans une étude sur le profil entrepreneurial l'existence d'un mix entre entrepreneurs par opportunité et entrepreneurs par nécessité.

Concernant l'environnement familial et social, souvent il est favorable en Algérie. Autrement dit, les entrepreneurs sont globalement issus d'un milieu familial favorable à l'initiative entrepreneuriale et la création d'entreprises (AKNINE-SOUIDI et ZIOUR, 2006). Un membre de la famille est souvent un entrepreneur, généralement les parents ou la fratrie, et fait bénéficier son expérience et son capital social et relationnel au nouvel entrepreneur qui crée son entreprise (ASSASSI et HAMMOUDA, 2006).

2.3.3. Caractéristiques des entreprises créées (capital familial, taille, secteur d'activité)

¹⁶ A. ABEDOU, A. BOUYACOUB et H. KHERBACHI.

Le capital privé algérien est de nature familial, de petite taille et se concentre dans les services. Cette sentence résume, à quelques nuances près, la réalité des entreprises privées algériennes. En effet, le caractère familial dominant dans le capital de l'entreprise est presque présent dans 95 % des PME algériennes (MADOUI, 2003 ; GILLET, 2004 ; BELMIHOUB, 2006) et même dans les grandes entreprises du fait de l'absence délibérée ou pas, de la culture de l'actionnariat et de la Bourse.

La taille des entreprises créées par les entrepreneurs en Algérie est souvent petite, voire très petite, d'ailleurs la catégorie la plus dominante dans la classification des entreprises est la TPE (très petite entreprise) qui emploie moins de 10 salariés avec près de 90% (BOUYACOUB, 1997 ; ASSALA, 2006, SETTI, 2012).

Cependant, même au niveau international, la prédominance des entreprises de petite taille est un fait majeur dans le recensement de l'activité économique. Ajoutons à cela, les faibles perspectives de croissance qui caractérisent une grande partie des entreprises nouvellement créées, et qui fait que leurs tailles demeurent souvent petite, voire très petite, car ne créant pas de nouveaux emplois. Concernant le secteur d'activité que les entrepreneurs en Algérie investissent, force est de reconnaître qu'ils se dirigent souvent vers des secteurs peu industriels, peu risqués et à forte valeur ajoutée (BENACHENHOU, 2007).

Ainsi, les secteurs dominants sont les services (particulièrement le commerce) et les activités orientées vers la consommation et qui concentrent plus de la moitié des entreprises (Rapport GEM, 2013). Ils sont suivis par le BTP (bâtiments et travaux publics) dont la part atteint jusqu'à un cinquième des entreprises qui profitent essentiellement de la commande publique. Par contre, l'industrie demeure minoritaire dans le choix des secteurs d'activités privilégiés des entrepreneurs en Algérie, bien que les industries de transformation (agroalimentaire notamment) sont bien présentes et se développent progressivement dans le secteur privé algérien.

Conclusion

Ce troisième chapitre portait sur la réalité de l'entrepreneuriat privé en Algérie ainsi que sur les entrepreneurs. Deux sections ont été exposées, la première était relative à l'évolution de l'initiative entrepreneuriale privée dans le pays, tandis que la deuxième section concernait les profils et caractéristiques des entrepreneurs.

La première section a montré que les mutations économiques qu'a connues l'économie algérienne ont souvent impacté l'évolution de l'entrepreneuriat et du secteur privé, et que l'Etat a toujours eu un rapport typique à son égard, entre ambivalence, méfiance et reconnaissance. Egalement, il a été mis en évidence le fait que les entreprises du secteur privé, dynamiques grâce aux efforts indéniables déployés par les entrepreneurs privés, contribuent au développement économique du pays, dans les secteurs hors hydrocarbures en particulier.

La deuxième section a permis de faire la lumière sur la figure de l'entrepreneur algérien à travers les auteurs qui l'ont abordé dans le contexte de l'expérience du développement économique que le pays a connue sur une période de plus d'un demi-siècle. Il a été aussi démontré que les différentes trajectoires suivies par les entrepreneurs algériens sont encore une fois tributaires des mutations économiques du pays et des politiques publiques engagées par l'Etat pour son développement. Enfin, la section a analysé les profils et caractéristiques des entrepreneurs ainsi que celles des entreprises créées et a conclu en l'hétérogénéité certaine des traits caractéristiques.

Le prochain chapitre est consacré à l'étude de la dynamique entrepreneuriale en Algérie et la création des entreprises privées. Car, pour appréhender concrètement sur le terrain la réalité complexe de l'entrepreneuriat, il est indispensable de présenter les différents éléments relatifs à la mesure de l'activité entrepreneuriale à travers les statistiques sur les créations de nouvelles entreprises ainsi que leurs évolutions dans le temps.

CHAPITRE IV

POLITIQUES PUBLIQUES ET DYNAMIQUE ENTREPRENEURIALE EN ALGERIE

I. Politiques publiques et entrepreneuriat privé en Algérie

1. Politique publique en faveur de l'entrepreneuriat
2. Dispositifs publics d'aide à la création d'entreprise
3. Environnement et climat des affaires

II. Dynamique de création des entreprises privées

1. Etat des lieux des PME privées
2. Evolution des créations de PME privées
3. Contribution des PME privées

«On peut noter enfin que le désengagement de l'Etat en Algérie ne s'accompagne pas d'un engagement équivalent du secteur privé en raison de la nature de ce dernier qui relève de sa formation historique, d'un climat des affaires répulsif et d'une anticipation négative des effets de l'ouverture ».

Y. BENABDELLAH, 2009,

Introduction

La transition de l'Algérie à l'économie de marché a fortement encouragé l'initiative privée et l'esprit d'entreprise, une situation rendue possible grâce à un changement majeur dans la perception de l'Etat de l'activité économique et de sa gouvernance. En effet, à la politique de libéralisation économique adoptée par les autorités, s'ajoutait des mesures incitatives et autres facilitations pour l'acte d'investir pour le secteur privé notamment, alors que le cadre réglementaire a déjà été modifié significativement en faveur de la nouvelle politique adoptée en faveur de l'entrepreneuriat privé.

L'objectif de ce chapitre est double : étudier les différentes politiques publiques mises en place par l'Etat en Algérie afin de promouvoir l'entrepreneuriat privé et la création d'entreprises, et aussi, mettre en évidence la dynamique entrepreneuriale qui en a résulté et son évolution dans le temps.

Ainsi, dans la première section, la politique de l'Etat en faveur de la promotion de l'entrepreneuriat sera présentée en premier, suivie des différents dispositifs publics mis en place pour le soutien et le financement de la création d'entreprise, et enfin, l'environnement et le climat des affaires en Algérie sera étudié à la lumière des efforts consentis par les pouvoirs publics pour son amélioration.

Dans la seconde section, la dynamique de création d'entreprises privées sera abordée à travers la présentation des statistiques et autres informations relatives aux PME privées (petites et moyennes entreprises), considérées comme les données qui reflètent le mieux la dynamique entrepreneuriale en Algérie. Par conséquent, l'état des lieux des PME privées sera abordé en premier lieu, l'évolution de leur nombre au cours des deux dernières décennies sera examinée en second lieu, enfin, leur apport en termes de création d'emplois et de valeur ajoutée sera discuté en dernier lieu.

1. Politiques publiques et entrepreneuriat privé en Algérie

Depuis la transition à l'économie de marché entamée à la fin des années quatre-vingts, l'Algérie a mis en place une politique de libéralisation économique dont les leviers principaux sont, entre autres, une politique fiscale incitative, une ouverture du marché et un

encouragement sans précédent de l'initiative privée et de l'entrepreneuriat. Ce dernier se manifeste à travers une politique de promotion en deux volets : une assistance technique et conseil d'un côté et des programmes de financement de l'autre.

1.1. Politique publique en faveur de l'entrepreneuriat

Bien que l'économie de marché soit un cadre idéal pour la liberté économique de l'ensemble des agents économiques (liberté d'entreprendre, d'investir, de consommer, etc), il se trouve que son mécanisme de fonctionnement a toujours eu besoin de l'intervention de l'Etat pour sa régulation.

Ainsi, les autorités étatiques mettent souvent en place des politiques publiques afin d'avoir une allocation optimale des ressources d'un côté et d'encourager les agents économiques soit pour produire (entreprises), soit pour consommer (ménages). Et c'est dans cette perspective que l'Etat algérien fait de la promotion de l'entrepreneuriat privé à travers les leviers de la formation, le soutien à l'investissement et l'innovation (BOUKHARI, 2009).

1.1.1. La formation

L'effort premier déployé par les pouvoirs publics en Algérie est la formation de la population. La gratuité de l'enseignement, qu'il soit académique ou professionnel, est l'un des marqueurs de la politique du développement du pays, et qui trouve son origine dans le principe de la justice sociale considérée comme un acquis irréversible de l'Indépendance. Cependant, la qualité de la formation est loin d'être parfaite, en témoigne le manque de la main d'œuvre qualifiée et le chômage structurel d'une partie des diplômés, dû à l'inadéquation entre l'offre et la demande du travail (BOUKHARI, 2009).

Et bien que les études sur les entrepreneurs en Algérie indiquent clairement que leur niveau de formation tend de plus en plus à être élevé (universitaire ou de formation professionnelle). Et cela n'a pas influencé, selon TOUNES (2007), les qualités managériales de ces entrepreneurs dans le sens de leurs améliorations, une situation due essentiellement à l'absence d'une culture entrepreneuriale et managériale. Un constat partagé par MELBOUCI (2006, p.16) qui estime que *«La débrouillardisme (de l'entrepreneur algérien) est l'équivalent de l'esprit d'entreprise dans les pays industrialisés »*.

Il faut souligner que la réforme du système universitaire entamée au début des années 2000 a plus ou moins contribué à changer les contenus de la formation relative à l'entrepreneuriat dont la discipline commence à être enseignée et même des formations entières (Licence et

Master) lui sont consacrées. Ajoutons à cela, les structures d'accompagnement des étudiants (incubateurs, maisons de l'entrepreneuriat) qui pourraient promouvoir dans le futur l'esprit entrepreneurial parmi les jeunes diplômés.

1.1.2. Les structures de soutien

En plus de la politique volontariste de la formation que l'Etat en Algérie a engagé en faveur de la population, des structures de soutien et de promotion de l'entrepreneuriat privé et de la création d'entreprises sont mises en place afin de faciliter et d'accompagner les démarches des entrepreneurs dans l'aboutissement de leurs projets entrepreneuriaux.

Ces structures comprennent des organes centraux, des fonds de garanties ainsi que des structures de facilitation. Les organes centraux sont représentés par le Conseil National de l'Investissement (CNI, ordonnance 01-03 du 20 août 2001) et placé sous l'autorité du Chef du gouvernement, l'Agence Nationale de Développement des Investissement (ANDI, ordonnance 01-03 du 20 Août 2001), l'Agence Nationale de Développement de la PME (ANDPME, décret exécutif 05-165 du 03 Mai 2005) et l'Agence Nationale d'Intermédiation et de Régulation Foncière (ANIRF, décret exécutif 07-119 du 23 avril 2007).

Leurs missions respectives sont la promotion de l'investissement, la mise en place de la stratégie sectorielle des pouvoirs publics pour le développement des PME, le suivi de la démographie et la collecte des informations sur les entreprises, ainsi que la régulation du marché foncier et immobilier destiné à l'investissement.

Les fonds de garanties sont représentés par le Fonds de Garantie des Crédits aux PME (FGCPME, décret exécutif 02-373 du 11 novembre 2002) et la Caisse de Garantie des Crédits d'Investissement (CGCI, décret 04-134 du 19 avril 2004). Leur mission principale est la garantie des crédits de financement des PME, que ce soit pour la création ou l'extension de l'activité à travers la couverture des risques d'insolvabilité encourus par les banques lors de l'octroi des crédits.

Les structures de facilitation sont représentées par les Pépinières d'Entreprises (décret exécutif 03-78 du 25 février 2003) et les Centres de Facilitation (décret exécutif 03-79 du 25 février 2003). Leurs missions respectives sont le développement des synergies avec l'environnement des entrepreneurs, la promotion des projets innovants, la facilitation des procédures et des démarches de création d'entreprises ainsi que l'accompagnement des entrepreneurs en matière de formation, gestion et conseils dans le monde de l'entreprise.

1.1.3. L'innovation

Le troisième levier de la politique publique de promotion de l'entrepreneuriat privé en Algérie est l'innovation, considérée comme l'essence même de l'entrepreneuriat (SCHUMPETER, DRUCKER). Trois agences nationales de valorisation de la recherche scientifique sont créées par les pouvoirs publics afin de promouvoir l'innovation : en 1995, l'Agence Nationale pour le Développement de la Recherche Universitaire, ANDRU (devenue ATRST : Agence Thématique de Recherche en Sciences et Technologie en 2012), en 1997 l'Agence Nationale pour le Développement de la Recherche en Santé, ANDRS et en 1998, l'Agence Nationale de Valorisation des Résultats de la Recherche et du Développement Technologique, ANVREDET.

Leurs missions consistent dans le financement des programmes de recherche scientifique, la mise en œuvre de la stratégie nationale de valorisation des résultats de la recherche, ainsi que l'accompagnement des innovateurs. Toutefois, malgré les efforts déployés par les pouvoirs publics, la politique de l'innovation en Algérie est, selon BOUKHARI (2009), loin d'avoir réussi à atteindre ses objectifs du fait de l'absence d'un système national d'innovation, intégré et coordonné.

1.2. Dispositifs publics d'aide à la création d'entreprises

Comme il a été abordé précédemment, le code des Investissements de 1993 a constitué un tournant majeur dans le cadre institutionnel en faveur de l'entrepreneuriat privé et de la création d'entreprises. Et bien que les années 1990 n'aient pas permis une grande relance du secteur privé, les pouvoirs publics ont procédé à la révision des textes réglementaires régissant l'investissement à travers la promulgation de l'ordonnance n°01-03 du 20 Août 2001 relative au développement des investissements et la loi n° 01-18 du 12 Décembre 2001, relative à l'orientation sur la promotion de la PME. En plus, des dispositifs publics ont été mis en place dans l'objectif d'aide et de soutien à la création d'entreprises à l'instar de l'ANSEJ, l'ANGEM et la CNAC

1.2.1. Le dispositif de l'Agence Nationale pour le Soutien à l'Emploi des Jeunes (ANSEJ)

L'ANSEJ est créée en 1996 (Décret exécutif n° 96-296), elle finance la création de nouvelles entreprises et les extensions et cela par le biais de deux modes de financement : triangulaire avec les banques et mixte et destiné aux jeunes promoteurs (entre 19 et 40 ans) et ayant des

idées et de projets à réaliser. Selon le dernier recensement économique (RGPH, 2011), près de 2/3 (65,7%) des entrepreneurs qui ont bénéficié des dispositifs d'aide à la création des entreprises l'ont fait auprès de l'ANSEJ et concerne beaucoup plus le secteur des services.

Néanmoins, selon GHANEM (2017), le taux de financement est très moyen (27,3%) du fait de l'écart important entre le nombre d'attestations d'éligibilité accordées aux promoteurs et le nombre de projets réellement financés. Tout de même, le dispositif ANSEJ a permis le financement de 374 325 projets depuis son lancement jusqu'au premier semestre 2018 et a généré 892 699 postes d'emplois, selon le bulletin d'information statistique de la PME n°33.

Le secteur des services s'accapare la part la plus importante avec 28,58% des financements, suivi par le transport de marchandise avec 15,10% et l'agriculture avec 14,76% alors que l'industrie ne représente que 6,84% des l'ensemble des projets financés.

1.2.2. Le dispositif de l'Agence Nationale de Gestion du Microcrédit (ANGEM)

L'ANGEM est créée en 2004 (Décret exécutif n° 04-14), elle s'occupe du financement des projets d'investissement ne dépassant les 100 000 dinars algériens à travers l'octroi d'aides financières à des conditions avantageuses (prêts non rémunérés, taux bonifiés). Le dispositif accorde trois types de financement : le petit prêt de survie, le financement mixte et le financement triangulaire en partenariat avec les banques.

Ces financements sont généralement destinés au secteur de la très petite industrie, l'artisanat et l'agriculture de petite dimension et l'achat de matières premières représente la part la plus importante des crédits accordés selon les données de l'Agence.

Le bilan du dispositif ANGEM depuis sa création et arrêté au premier semestre 2018, fait état de 844 926 crédits octroyés dont 763 254 crédits, soit 90,33% sont des financements pour achat de matières premières et 81 672 crédits, soit 9,67% sont des financements triangulaires (ANGEM-banque-promoteur), avec des emplois créés estimés à 1 267 389 postes.

1.2.3. Le dispositif de la Caisse Nationale d'Assurance Chômage (CNAC)

Ce dispositif, créé en 1994 (Décret exécutif n°94-188), est destiné aux chômeurs promoteurs d'activité dont l'âge est compris entre 35 et 50 ans. Le type de financement est uniquement triangulaire et qui comprend un apport du chômeur

promoteur du projet, un prêt non rémunéré octroyé par la Caisse et un crédit accordé par la banque à un taux bonifié.

Plus de la moitié (54,35%) des crédits alloués par ce dispositif ont été destinés au secteur de transport de marchandises, suivi par celui des voyageurs (17%) et des services en général (GHANEM, 2017). Au bilan cumulé global du dispositif CNAC du premier semestre 2018, le nombre de projets financés est de l'ordre de 143 493 projets, alors que le nombre de postes d'emplois créés est estimé à 300 602 postes.

1.3. Environnement et climat des affaires en Algérie

Après avoir exposé la politique publique en faveur de la promotion de l'entrepreneuriat privé et de la création d'entreprises en Algérie et les différents dispositifs de financement et les structures d'accompagnement et de conseils, il est opportun de présenter le climat des affaires dans le pays et cela à travers l'examen des procédures de création des entreprises, de l'environnement macroéconomique ainsi que la mortalité des entreprises.

1.3.1. Facilitation des créations d'entreprises

Au niveau international, l'évaluation périodique du climat des affaires de chaque économie est fournie par le classement annuel « *Doing Business* » de la Banque Mondiale ; ce dernier comprend des indicateurs quantitatifs mesurant les procédures administratives et réglementaires relatives à la création et au développement des affaires.

Toutefois, le classement du *Doing Business* pour l'Algérie est passé de la 128^{me} place sur 155 en 2005 à la 136^{me} place sur 183 en 2010 et à la 166^{me} place sur 190 en 2018, marquant ainsi un recul certain en termes de facilité de faire les affaires dans le pays.

Et concernant la création des entreprises en particulier, et en dépit des efforts considérables consentis par les pouvoirs publics en Algérie dans ce domaine, le classement du pays est également en recul passant de la 120^{me} place en 2006 à la 145^{me} place en 2016 selon les rapports de la Banque Mondiale. Cette situation se manifeste à travers la lourdeur, la longévité et le coût élevé du processus de création d'une entreprise privée en Algérie (AMIR et BELLACHE, 2018).

Ainsi, il faut en moyenne 13 procédures et 24 à 25 jours de délai pour créer une entreprise, 55 jours pour enregistrer la propriété et 17 jours pour avoir un permis de construire. Des délais qui sont relativement allongés, faisant du climat des affaires en Algérie un climat contraignant

(GHANEM, 2017) et comparativement à ses voisins de la région MENA (Afrique du Nord et Moyen-Orient), elle se s'est classée à la 16^{ème} position sur les 20 économies classées en 2015.

Malgré cela, deux indicateurs relatifs à la création d'entreprises se sont améliorés, à savoir le coût de création (en % du revenu par habitant, 21,5% en 2006 et 12,4% en 2013 à titre d'exemple) et le capital minimum exigé (toujours en % du revenu par habitant, 46% en 2006 et 28,6% en 2013) selon les différents rapports Doing Business pour l'Algérie.

1.3.2. Environnement macroéconomique des entreprises

Selon AMIR et BELLACHE (2018), l'environnement institutionnel et macroéconomique des entreprises privées algériennes, en particulier les PME, est en proie à des contraintes majeures qui entravent leurs développements et leurs expansions. L'extension du secteur informel est, semble-t-il, la contrainte essentielle du fait de la concurrence déloyale que livrent les opérateurs informels avec les entrepreneurs qui sont en règle.

Les pratiques informelles sont diverses ; allant de la vente et achat sans facturation à la fraude fiscale et la sous-déclaration des chiffres d'affaires et des employés, ce qui constitue un obstacle certain à la concurrence (BELLACHE, 2010) et peut même inciter les entrepreneurs formels à s'adonner à ces combines informelles afin de résister sur les marchés.

D'autres contraintes pénalisent les entrepreneurs dans leurs affaires, à savoir le difficile accès aux financements du fait de leurs réticences à diluer leurs capitaux et à publier leurs informations, d'où l'absence d'un marché financier pour les entreprises (BELMIHOUB, 2006), ce qui les oblige à contracter des financements informels (ASSALA, 2006).

Ajoutons à cela, le niveau élevé des impositions sur le bénéfice des entreprises ainsi que le difficile accès au foncier dans les villes du littoral notamment et enfin le problème de la corruption, qui a pris des proportions alarmantes ces dernières années.

1.3.3. Mortalité des entreprises

Il est communément admis qu'une partie des entreprises qui sont nouvellement créées ne survivent pas au bout d'une certaine période et cela à travers tous les pays du monde. L'Algérie n'échappe pas évidemment à cette règle de mortalité de nouvelles entreprises,

seulement la proportion diffère d'un pays à un autre et d'une région à une autre, et les causes de ces cessations d'activité divergent également.

En effet, et selon le rapport GEM pour l'Algérie (2013), l'indice de succès ou réussite entrepreneuriale a reculé de 2,7 en 2009 à 1,7 en 2012. Il est à préciser que cet indice de réussite entrepreneuriale est calculé en divisant le taux d'activité entrepreneuriale globale par le taux de discontinuité ou de fermeture des entreprises. Et le fait que les nouvelles créations sont relativement importantes cache en réalité des taux de mortalité d'entreprises élevés, car le solde entre les créations et les radiations demeure souvent positif.

Toutefois, la fermeture des entreprises, notamment celles nouvellement créées est perçue comme un échec, que ce soit pour l'entrepreneur ou pour la collectivité, et engendre un coût économique et social non négligeable (MALEK-AYAD, 2017). Dans ce sens, il semble que cette situation est liée à plusieurs facteurs : la non rentabilité de l'entreprise pour la moitié des entrepreneurs selon l'enquête GEM Algérie (2012), la difficulté de financement pour d'autres entrepreneurs, le manque de maturation dans le lancement des projets ainsi que la faible compétitivité des entreprises, selon les autorités chargées du secteur de la PME en Algérie (Ministère de l'Industrie et de la PME, 2013).

Enfin, l'absence d'accompagnement après la création de l'entreprise semble également être un motif important de l'échec de certains entrepreneurs à pérenniser leurs activités et à dépasser le cap des trois premières années, et qui sont considérées généralement comme la période la plus difficile pour toute nouvelle entreprise.

2. DYNAMIQUE ENTREPRENEURIALE DE CREATION D'ENTREPRISES

Les politiques publiques en faveur de la promotion de l'entrepreneuriat privé et de la création d'entreprise sont venues accompagner le changement du cadre institutionnel encourageant l'initiative et l'investissement privés. Cela a eu pour conséquence le développement d'une dynamique entrepreneuriale soutenue à travers la création d'entreprises privées, en grande majorité des PME (petite et moyenne entreprise).

Une dynamique qui s'est particulièrement développée depuis les années 2000 et dont cette section présentera, respectivement, un état des lieux des PME privées, leur évolution ces deux dernières décennies ainsi que leur contribution à l'économie nationale en termes d'emplois et de valeur ajoutée.

2.1. Etat des lieux des PME privées

Aborder le secteur privé en Algérie et particulièrement les entreprises qui s'y activement reviennent nécessairement à s'intéresser au secteur des PME privées qui en constituent l'écrasante majorité. Cela est possible en se fiant aux statistiques officielles fournies par les organismes étatiques compétents en la matière et nonobstant le fait de l'absence d'entités indépendantes pour collecter les statistiques et autres informations relatives aux entreprises privées.

2.1.1. Définition de la PME en Algérie

L'intérêt grandissant pour l'entrepreneuriat et l'initiative individuelle en Algérie depuis la transition à l'économie de marché a naturellement mis en évidence le rôle prépondérant de l'entreprise dans le développement économique du pays et en particulier les plus petites.

Dans cette perspective, les pouvoirs publics, à travers les aménagements apportés au cadre réglementaire régissant ce secteur, ont adopté une définition de la PME dans l'objectif de faciliter la classification des entreprises, le recueil de leurs statistiques ainsi qu'une visibilité de entrepreneurs vis-à-vis des différents dispositifs publics de soutien à l'entrepreneuriat. Cette définition, inspirée par celle de l'Union Européenne sur la PME en 2000, est articulée autour de trois critères, en l'occurrence l'effectif, le chiffre d'affaires et l'indépendance de l'entreprise.

Ainsi, selon la Loi d'orientation sur la promotion de la petite et moyenne entreprise et la petite et moyenne industrie de Décembre 2001, la moyenne entreprise (ME) est définie comme une entreprise employant de 50 à 250 personnes et dont le chiffre d'affaires est compris entre 200 million et 2 milliards de dinars ou dont le total du bilan est compris entre 100 et 500 millions de dinars.

La petite entreprise (PE) est définie comme une entreprise employant de 10 à 49 personnes et dont le chiffre d'affaires annuel n'excède pas 200 millions de dinars ou dont le total du bilan n'excède pas 100 millions de dinars. La très petite entreprise (TPE) ou micro-entreprise, est définie comme une entreprise employant de 1 à 9 employés et réalisant un chiffre d'affaires annuel inférieur à 20 millions de dinars ou dont le total du bilan n'excède pas 10 millions de dinars.

Et pour le critère d'indépendance, est considérée comme entreprise indépendante, toute entreprise dont le capital ou les droits de vote ne sont pas détenus à 25% et plus par une autre entreprise ou conjointement par plusieurs autres entreprises ne correspondant pas elles même à la définition de PME.

2.1.2. Aperçu théorique sur les PME en Algérie

Nombreux travaux de recherche abordant l'entrepreneuriat en Algérie sont naturellement penchés sur la PME privée comme l'expression la plus concrète de la dynamique entrepreneuriale. Les études de (BOUYACOUB, 2004 ; GILLET, 2004 ; MELBOUCI, 2004 ; ASSALA, 2006) ont pu établir que les PME algériennes sont quasiment de nature familiale dont la notion d'ouverture du capital est pratiquement absente. Elles se concentrent dans des secteurs d'activité peu risqués et peu innovants (construction, commerces, petits services) et souvent délaissés par le secteur public.

En plus de leurs activités formelles, les PME algériennes exercent certaines activités dans la sphère informelle, notamment la commercialisation ou le financement, enfin, le marché de ces entreprises est souvent local ou national, cependant il existe certaines PME qui ont entamé le processus de leur internationalisation par l'export.

D'autres travaux ont abordé diverses problématiques liées à la PME et l'entrepreneuriat dans le contexte algérien. Ainsi, LAKHEF (2004) a montré que les PME constituent l'une de dynamiques essentielles de l'investissement en Algérie, HADDAD (2008) a étudié l'émergence des PME ainsi que les activités entrepreneuriales et les dynamismes des entrepreneurs qui les caractérisent. HAMIDI (2008), s'est penché sur l'influence du contexte de la mondialisation sur les entreprises algériennes en démontrant que cela a des effets positifs et négatifs simultanés selon les stratégies adoptées par leurs dirigeants.

AMOKRANE (2011), de son côté, s'est intéressé aux petites entreprises et leur environnement en les considérant comme un phénomène économique et social qui influence le marché. SIAGH (2014) a analysé la contribution du profil et des compétences entrepreneuriale à la réussite des PME et a conclu que la motivation, la perception et l'orientation des entrepreneurs influencent positivement le succès des petites et moyennes entreprises.

GHANEM (2017) a exploré le lien entre le développement financier et la dynamique de création des entreprises (y compris les PME) en Algérie et a montré que la pertinence des

systèmes financiers, à travers la qualité institutionnelle exerce un effet positif et significatif sur la densité de création de nouvelles entreprises.

2.2. Evolution de la création des PME privées

Pour appréhender concrètement la dynamique de création des entreprises en Algérie, il existe deux bases de données officielles, la première est éditée par le CNRC (Centre National du Registre de Commerce) qui donne l'enregistrement des unités commerciales, la seconde est fournie par le Ministère de l'Industrie et concerne toutes les données relatives à la PME.

Nous rejoignons GHANEM (2017), en estimant que la base de données qui reflète le mieux la dynamique de création des entreprises en Algérie est celle relative au recensement des PME, contenu dans les bulletins d'information statistique édités périodiquement la Direction de la PME au niveau du Ministère de l'Industrie.

2.2.1. La PME privée au 30/06/2018

Selon le bulletin d'information statistique de la PME n°33 (données du 1^{er} semestre 2018), édité par le Ministère de l'Industrie et des Mines, le nombre total des PME, tous statuts confondus, a atteint 1 093 170 unités dont 99,98% relèvent du secteur privé. Les personnes morales constituent 57,47%, soit 628 219 PME privées et les personnes physiques 45,55%, réparties entre les professions libérales avec 20,42%, soit 223 195 unités et activités artisanales avec 22,09%, soit 241 494 unités. Le tableau ci-après montre clairement cet état de fait en plus de la part très faible de la PME publique avec un taux d'à peine 0,02%, soit 262 unités.

Tableau 1-4 : Population globale des PME au 1^{er} Semestre 2018

Types de PME	Nombre de PME	Part (%)
<i>PME privées</i>		
Personnes morales	628 219	57,45
Personnes physiques	464 689	42,55
<i>Dont Professions libérales</i>	223 195	20,42
<i>Dont Activités artisanales</i>	241 494	22,09
S/Total 1	1 092 908	99,98
<i>PME publiques</i>		
Personnes morales	262	0,02
S/Total 2	262	0,02
Total	1 093 170	100,00

Source : Bulletin d'information statistique de la PME, n°33, Ministère d'Industrie, 2018.

La taille des PME est largement dominée par la Très Petite Entreprise (TPE, effectif de moins de 10 salariés) avec 97,7%, le reste est réparti entre la Petite Entreprise (PE, entre 10 à 49 salariés) avec 2,00% et la Moyenne Entreprise (ME, entre 50 et 249 salariés) avec 0,30%. Concernant les secteurs d'activité des PME privée au premier semestre 2018, les Services sont dominants avec 53,82%, suivis par le BTPH avec 29,04%, l'Industrie manufacturière avec 15,56%, l'Agriculture étant marginale à 1,11%

La répartition géographique des PME privées est contrastée en Algérie, la région Nord abrite 70 % de leur effectif total, soit 438 260 unités, suivie par les Hauts-Plateaux avec 22%, soit 136 899 unités et la région Sud, avec à peine 8%, soit 53 060 unités. Par conséquent, la densité des PME privées pour 1000 habitants par région s'établit comme suit : 17 PME pour 1000 habitants pour la région Nord, 11 PME pour 1000 habitant pour la région des Hauts plateaux et 13 PME pour 1000 habitants pour la région Sud.

Notons que la moyenne nationale de la densité des PME, tous statuts confondus, est de 26 PME pour 1000 habitants alors que la moyenne internationale est de 45 PME pour 1000 habitants, tandis que la moyenne nationale de la densité des PME privées, personnes morales, est de 15 PME pour 1000 habitants.

Pour ce qui de l'évolution des PME privées, personnes morales toujours, au premier semestre 2018, par rapport à la même période de 2017, elle est de l'ordre de 5,39%, soit un accroissement de 32 145 unités. Cette évolution est répartie entre les secteurs des Services (7,01%), du BTPH (2,67%), des Industries manufacturières (5,31%), de l'Agriculture (7,59%) et des Hydrocarbures, Energie, Mines et services liés (3,27%).

L'emploi dans les PME privée a également connu une évolution positive entre le premier semestre 2017 et le premier semestre 2018, estimée à 3,49%, et répartie entre les salariés (3,76%) et les employeurs (3,10%).

2.2.2. Evolution de la PME privée

La dynamique de croissance du nombre de PME privées en Algérie est indéniable. Depuis le début des années 2000, l'évolution des statistiques relatives aux PME privées ne cesse de s'affirmer au fil du temps, à la faveur des facteurs favorisant la création d'entreprise et l'initiative individuelle auparavant cités.

Le tableau ci-après donne un aperçu global de l'évolution significative du nombre de PME privées (personnes morales) et cela à travers une périodicité de cinq (05) années à partir de 2005 pour permettre l'examen de cette évolution sur une période plus ou moins longue.

Tableau 2-4 : Evolution des PME privées personnes morales sur la période 2005-2018

Année	2005	2010	2015	2018 (SI)	2020* (prévision)
PME privée (personnes morales)	245 842 PME	369 319 PME	537 901 PME	628 219 PME	718 537 PME
Taux d'évolution (base 2005)	100	150,22	218,79	374,32	566,43
% d'évolution	-	50,22%	45,64%	16,79%*	33,58%

Source : Etabli par nos soins à partir des bulletins d'information statistique de la PME (2005-2018)

16,79%* : L'évolution ne concerne que la période entre 2015 et le premier semestre 2018, soit deux (02) années et demi.

A la lumière des informations contenues dans ce tableau, la variation du nombre des PME privées (personnes morales) suit une tendance croissante, mais à un rythme différent d'une période à une autre. Ainsi, la période 2005–2010 a connu une augmentation du nombre d'entreprises privées de 50,22%, soit plus de 120 000 PME alors la période 2010-2015 est davantage plus prolifique en terme de progression du nombre d'entreprises privées avec un taux de 45,64 %, soit plus de 160 000 PME.

Enfin, pour la période de 2015 au premier semestre 2018, soit à la moitié des 5 années retenues par rapport à 2020, le taux d'évolution est de l'ordre de 16,79 %, soit plus de 90 000 PME. En plus, nous avons simulé des prévisions pour 2020 à partir de la période 2015- semestre I 2018 afin d'avoir une périodicité de 5 années et nous avons obtenu un taux d'évolution de 33,58%, soit plus de 180 000 PME.

Deux enseignements majeurs peuvent être tirés de ces informations. Le premier est relatif à l'évolution du nombre de PME privées depuis 2005 et qui est en nette progression, du double en 2015 et à presque le triple en 2018 (Semestre I). Le second enseignement est relatif au taux d'évolution sur cette même période (2005-2018) fractionné en périodicité de 5 années, et qui en dépit d'être toujours positif, connaît une tendance légèrement à la baisse mais qui reste tout de même appréciable, passant de la moitié (50%) au tiers (33%). Cela démontre clairement que la dynamique de création d'entreprises privées en Algérie depuis le début des années 2000 est plus qu'appréciable et significative.

2.3. Contribution des PME privées

Après avoir présenté les statistiques récentes relatives aux PME privées en Algérie ainsi que leurs évolutions depuis le milieu des années 2000, nous terminons cette partie par examiner l'apport de ces entreprises privées à l'économie nationale à travers leurs contributions à l'emploi et à la valeur ajoutée hors hydrocarbures (HH).

2.3.1. Contribution des PME privées à l'emploi

Le secteur privé en Algérie est bien connu d'être un pourvoyeur non négligeable de postes d'emplois, bien que la part la plus importante revient au secteur public, qu'il soit économique ou administratif.

Et malgré le fait que la majorité des PME sont de très petite taille (moins de 10 salariés), elles contribuent à l'emploi à travers le statut de leurs employeurs qui assurent déjà leurs propres postes et ensuite le nombre de salariés que compte chaque entreprise. Le tableau ci-après donne un aperçu global sur la contribution des PME privées à l'emploi sur la période 2005-2018 ainsi que son évolution.

Tableau 3-4 : Contribution des PME privées à l'emploi sur la période 2005-2018

Année	2005	2010	2015	2018 (SI)
Nombre d'emplois des PME (salariés et employeurs)	1 081 573	1 577 030	2 426 196	2 668 173
Taux d'évolution (base 2005)	100	145,80	224,25	246,69
Evolution (%)	-	45,80%	53,84%	9,97%*

Source : Etabli par nos soins à partir des bulletins d'information statistique de la PME (2005-2018)

9,97%* : L'évolution ne concerne que la période entre 2015 et le premier semestre 2018, soit deux (02) années et demi.

Le premier constat à établir à partir de ce tableau est la progression continue du nombre d'emplois assurés par les PME privées et qui a plus que doublé en dix (10) ans, entre 2005 et 2015 et a continué de progresser au premier semestre 2018. Cela s'explique naturellement par l'évolution significative du nombre des entreprises privées, toutes catégories confondues, sur la même période.

Le second constat des données contenues dans le tableau est cependant plus nuancé par rapport au taux d'évolution des emplois des PME privées sur des périodes de cinq (05) années. En effet, pour les deux premières périodes (2005-2010 et 2010-2015), le taux d'évolution est très appréciable, presque 50% en moyenne, alors que pour la période de 2015

au premier semestre 2018, soit la moitié des 5 années retenues dans le tableau, le taux d'évolution n'est qu'à peine 10%.

Cela suppose clairement que depuis 2015, le nombre d'emplois fournis par les PME privées est en baisse certaine par rapport aux années précédentes, un résultat corroboré par le ralentissement déjà observé dans l'évolution des entreprises privées, notamment les PME, sur la même période, bien que sur l'ensemble leur nombre continue de progresser.

2.3.2. Contribution des PME privées à la valeur ajoutée

Comme nous l'avons déjà abordé dans le chapitre précédent, le trait caractéristique de l'économie algérienne est sa dépendance structurelle aux hydrocarbures. Cela a eu pour conséquence qu'une grande part du PIB (produit intérieur brut) et de la VA (valeur ajoutée) est fournie par ce secteur.

Néanmoins, une part non négligeable est réalisée hors hydrocarbures (HH) et qui est en constante progression depuis l'ouverture économique et dont le secteur privé, notamment les PME, semble tirer vers le haut. Le tableau ci-après donne la contribution des PME privées à la VA (HH) durant la période 2005-2015, son évolution ainsi que sa part par rapport à la VA globale (HH) de l'ensemble de l'économie.

Tableau 4-4 : Contribution des PME privées à la valeur ajoutée HH, période 2005-2015

Année	2005	2010	2015
Valeur en Millions de dollars us	2 299,89	4 450,76	8 089,67
Evolution (base 2005)	100	193,52	351,74
Taux d'évolution (%)	-	93,52%	81,76%
% par rapport à la VA globale (HH)	86,17%	92,89%	91,39%

Source : Etabli par nos soins à partir des bulletins d'information statistique de la PME (2005-2015)

D'après les données de ce tableau, la contribution des PME privées à la VA (HH) est en progression continue sur l'ensemble de la période 2005-2015, presque le double entre 2005 et 2010 (93,52%) et un peu moins entre 2010 et 2015 (81,76%). Et bien que le taux d'évolution a légèrement baissé entre les deux périodes des cinq (05) années, l'évolution est tout de même très significative entre 2005 et 2015, atteignant un peu plus de deux (02) fois et demi (251,74%).

Et concernant la part des PME privées par rapport la VA (HH) globale, force est de constater qu'elle est prépondérante, oscillant entre 85% et 90% et parfois plus, un résultat qui confirme l'apport important et indéniable du secteur privé en Algérie, principalement aux secteurs hors

hydrocarbures. En plus, cet apport ne cesse d'augmenter dont les données de ce tableau en attestent, où la part des PME privées dans la VA (HH) globale a progressé entre 2005 et 2010, mais aussi globalement sur l'ensemble de la période 2005-2015.

Conclusion

Ce chapitre portait sur les politiques publiques en faveur de l'entrepreneuriat privé ainsi que sur la dynamique de création d'entreprises. Il se composait de deux sections, la première avait trait aux organismes et autres mécanismes mis en place par l'Etat pour encourager l'entrepreneuriat, alors que la seconde mesurait l'évolution des entreprises privées, notamment les PME.

La première section a mis en évidence les efforts de l'Etat en Algérie en faveur de la promotion de l'entrepreneuriat privé, des efforts qui se manifestent à travers la politique de formation, de l'innovation et de la mise en place des structures d'orientation et de conseil pour faciliter et accompagner l'acte d'investir des entrepreneurs privés.

En plus, les pouvoirs publics ont assuré des programmes de financements importants pour la création d'entreprises, et cela à travers des dispositifs divers destinés aux promoteurs de projets nouveaux. Cette section a également présenté le climat des affaires dans le pays et a montré les difficultés rencontrées par les entrepreneurs en matière de création d'entreprises et de l'environnement macroéconomique, ainsi que la mortalité des nouvelles entreprises qui n'est pas négligeable.

La seconde section de ce chapitre a montré, de son côté, que la dynamique de création d'entreprises privées en Algérie, particulièrement les PME, est en évolution constante. Le nombre de PME privées n'a pas cessé de croître depuis le début des années 2000, et en dépit de quelques fluctuations, la tendance demeure globalement à la hausse.

Le même constat est valable pour les emplois assurés par les PME privées et qui augmentent d'une manière appréciable, au même titre d'ailleurs de la part de ces entreprises privées dans la valeur ajoutée des secteurs hors hydrocarbures.

Le chapitre suivant est consacré à la présentation des caractéristiques de l'entrepreneuriat en Algérie à travers l'examen des résultats de l'investigation empirique relative à la problématique. Les résultats d'une enquête de terrain auprès d'un échantillon d'entrepreneurs privés de la région centre du pays seront discutés ainsi que ceux tirés d'un autre échantillon de la base de données de l'enquête GEM pour l'Algérie de 2011. Une comparaison entre les

conclusions des deux études sera aussi mise en évidence à travers l'évolution des différents aspects de la dynamique entrepreneuriale.

CHAPITRE V

ANALYSE DES CARACTERISTIQUES DE L'ENTREPRENEURIAT EN ALGERIE

I. Méthodologie de l'investigation empirique

1. Enquête, questionnaire et échantillonnage
2. Recueil des données et techniques statistiques
3. Profil, motivations et environnement de l'entrepreneur

II. Analyse et discussion des résultats

1. Caractéristiques des entrepreneurs
2. Enjeux de l'entrepreneuriat
3. Perspectives de l'entrepreneuriat

« Il est important également de relever que dans la dynamique entrepreneuriale globale, la création d'entreprises nouvelles reste d'une façon générale dominée par des motivations liées à l'identification d'opportunités pour le démarrage d'une nouvelle entreprise. Cette catégorie d'entrepreneuriat est importante car elle concerne des acteurs qui ont fait des choix motivés de démarrage mais surtout ils ont choisi leurs propres créneaux d'investissement par qu'ils disposent de connaissances, d'expériences et d'information sur le marché. Ce groupe d'entrepreneurs constitue l'essentiel du potentiel entrepreneurial que nous avons identifié précédemment ».

ABEDOU, BOUYACOUB et KHERBACHI, L'entrepreneuriat en Algérie 2009/2012,

Rapport GEM Algérie 2012.

Introduction

La présente thèse s'intéresse à la dynamique entrepreneuriale en Algérie, elle s'interroge sur les caractéristiques des entrepreneurs, les enjeux de l'entrepreneuriat et ses perspectives. L'objectif de ce dernier chapitre est d'analyser justement ces trois éléments constituant la problématique du travail et cela à travers la présentation des résultats essentiels de l'investigation empirique que nous avons menée en deux temps.

En effet, nous avons constitué un échantillon d'entrepreneurs à partir de la base de données de l'enquête GEM pour l'Algérie en 2011 et un deuxième échantillon à partir d'une enquête que nous avons réalisée dans cinq wilayas de la Région Centre en 2018 auprès d'entrepreneurs privés. Une comparaison entre les conclusions des deux enquêtes est ensuite réalisée afin d'apprécier l'évolution de la dynamique entrepreneuriale entre les deux périodes, bien que les entrepreneurs interrogés ne soient pas les mêmes pour les deux enquêtes.

Ce chapitre est constitué de deux sections. La première présentera la démarche méthodologique suivie pour recueillir l'information nécessaire pour répondre aux questions soulevées dans la problématique. Les données des enquêtes utilisées, la conception du questionnaire, la constitution des deux échantillons des entrepreneurs privés sont respectivement exposés dans la section ainsi que la présentation des statistiques descriptives du profil des entrepreneurs et leur évolution.

La seconde section présentera une analyse multidimensionnelle des caractéristiques des entrepreneurs de chaque échantillon, une mise en évidence des enjeux de l'entrepreneuriat et se terminera par les perspectives de l'entrepreneuriat à travers l'examen des propos tenus par les entrepreneurs interrogés lors de l'enquête menée par nos soins en région Centre du pays en 2018.

1. METHODOLOGIE DE L'INVESTIGATION EMPIRIQUE ET ANALYSE UNIDIMENSIONNELLE

L'objet de cette section est de présenter la méthodologie et les objectifs de la partie pratique de ce travail. Elle consiste en une investigation de terrain à travers l'exploitation de l'enquête du GEM pour l'Algérie en 2011 et d'une autre enquête réalisée par nos soins en 2018 sur cinq wilayas de la Région Centre du pays, les plus dynamiques en termes d'entrepreneuriat privé et de création d'entreprises.

1.1. Enquête, questionnaire et échantillonnage

Pour appréhender concrètement sur le terrain les caractéristiques de l'entrepreneuriat et des entrepreneurs en Algérie, nous avons opté pour l'enquête par questionnaire auprès d'un échantillon d'entrepreneurs privés qui ont créé des entreprises et sont leurs propriétaires-dirigeants.

1.1.1. Enquête et objectifs

L'enquête de terrain est un excellent instrument de collecte de données dans les sciences sociales, c'est une approche directe qui permet un contact facile avec l'objet de la recherche. Le thème de la présente thèse justifie amplement le recours à une étude de terrain afin de recueillir et d'analyser les données relatives aux entrepreneurs privés, à leurs entreprises, et à la dynamique entrepreneuriale en Algérie d'une manière générale.

Nous avons réalisé une enquête auprès d'un échantillon d'entrepreneurs privés qui dirigent leurs entreprises, durant l'année 2018, et à travers cinq (05) wilayas de la région Centre du pays (Alger, Bejaia, Bouira, Boumerdes et Tizi-Ouzou). Un choix justifié par la forte concentration des entreprises privées, particulièrement les PME, dans cette région dont trois wilayas (Alger, Bejaia et Tizi-Ouzou) sont parmi les cinq plus dynamiques au niveau national, en termes d'entrepreneuriat et de création d'entreprises.

En comme nous avons eu accès à la base de données de l'enquête GEM pour l'Algérie de 2011, nous l'avons exploité en partie afin de déceler les caractéristiques de l'entrepreneuriat et des entrepreneurs à cette période. Et bien que la méthodologie de l'enquête GEM concerne la population adulte 18-64 ans et sa perception de l'entrepreneuriat, la partie que nous avons exploitée de l'enquête concerne uniquement les entrepreneurs établis et propriétaires de leurs entreprises et sont en activité au moment de l'étude.

1.1.2. Population et échantillons

La population ciblée par l'enquête est les entrepreneurs privés et par extension, les entreprises privées en Algérie. Et comme c'est les petites et moyennes entreprises (PME) qui dominent à 99% le tissu économique du secteur privé en Algérie, elles constituent donc la population ciblée par notre enquête. Le bulletin d'information statistique de la PME, édité régulièrement par le Ministère de l'Industrie et des Mines, retrace d'une manière détaillée la population des entreprises privées en Algérie, tous secteurs confondus.

Par conséquent, la population de l'enquête englobe les PME privées, personnes morales (en dehors des fonctions libérales et des artisans), en activité au cours de l'année 2018. Et comme il n'est pas évident du tout de procéder à interroger toute la population des PME privées pour des raisons liées à sa grande dimension, au coût important et aux délais requis, la technique de l'échantillonnage est la mieux indiquée pour mener à bien ce genre d'investigation empirique.

Par conséquent, nous avons ciblé un échantillon aléatoire d'entrepreneurs et propriétaires de PME privées, tous secteurs d'activités confondus. Le choix de la méthode aléatoire de l'échantillonnage obéit à la volonté de rechercher une meilleure représentativité, de minimiser autant que possible les non réponses, mais aussi le temps et le coût de l'enquête.

Le choix de la région Centre, à travers les wilayas d'Alger, Bejaia, Boumerdes, Bouira et Tizi-Ouzou comme zone géographique de l'enquête, est justifié, en plus de la forte concentration de PME privées (prés d'un tiers des entreprises personnes morales), par l'accessibilité évidente des entrepreneurs et entreprises ciblées par rapport à notre lieu de travail et de résidence, qui est Bejaia.

Tableau 5-1 : Répartition des PME personnes morales des wilayas de l'enquête Région Centre

Wilaya	Nombre de PME	(%) National	Classement National
Alger	69 721	11,09 %	01
Bejaia	31 391	04,99 %	03
Bouira	14 907	02,37 %	13
Boumerdès	23 970	03,81 %	07
Tizi Ouzou	38 309	06,09 %	02
Total	178 298	28,38 %	-

Source : Etabli par nos soins à partir du bulletin d'information statistique de la PME n°30, 2018

1.1.3. Questionnaire et structure

L'objet de cette étude étant d'appréhender les aspects de la dynamique entrepreneuriale en Algérie, nous avons élaboré un questionnaire d'enquête dont l'objectif est l'identification des caractéristiques des entrepreneurs et les enjeux de l'entrepreneuriat sur l'économie nationale.

Ce questionnaire est inspiré en grande partie du modèle conceptuel de GEM et de son questionnaire pour les entrepreneurs établis. Cela se justifie par notre volonté d'essayer de reproduire une partie de cette enquête GEM en 2018 alors que nous disposons des données de l'enquête de 2011 et comparer ainsi l'évolution de la dynamique entrepreneuriale en Algérie.

De ce fait, le questionnaire est composé de quatre rubriques répondant aux objectifs de l'enquête et de la thèse en général. La première rubrique est relative à l'identification de

l'entreprise enquêtée et comporte des questions sur l'année de création, la forme juridique et le secteur d'activité.

La seconde rubrique, plus consistante, concerne les caractéristiques des entrepreneurs. Elle comporte des questions relatives au profil sociodémographique (âge, genre, niveau de formation), aux motivations pour entreprendre (entrepreneuriat par opportunité, par nécessité, ou combinaison des deux), au statut avant de devenir entrepreneur ainsi que l'incidence de son expérience au travail sur l'idée de créer l'entreprise, le cas échéant.

La troisième rubrique examine l'environnement de l'entrepreneur et comporte des questions sur son entourage immédiat (connaissance d'un entrepreneur, perception d'opportunités), capacités et expériences pour entreprendre, peur de l'échec et prise de risque. Egalement, d'autres questions sur les ressources mobilisées par l'entrepreneur, les aides des institutions chargées du soutien à la création d'entreprise et les formations à l'entrepreneuriat.

La quatrième rubrique se consacre aux enjeux de l'entrepreneuriat et comporte des questions relatives au nombre d'emplois assurés par l'entreprise, à leur prévision pour les cinq prochaines années, à l'innovation dans les produits, à la part des clients établis à l'étranger ainsi qu'à la présence des concurrents de l'entreprise.

D'autres questions s'intéressent aux facteurs d'attractivité du territoire de l'implantation de l'entreprise, aux facteurs de compétitivité, à l'impact sur l'aménagement du territoire ainsi qu'à sa contribution au développement économique. Une dernière question ouverte est posée pour recueillir l'opinion des entrepreneurs et leurs appréciation en général sur l'entrepreneuriat et la création d'entreprise en Algérie, alors que la majorité des questions sont fermées, à choix multiples bien précis.

1.2. Recueil des données et techniques statistiques

Une fois que le questionnaire a été finalisé et que la population de l'enquête définie, nous sommes passés à l'étape cruciale de terrain, à savoir administrer les questionnaires auprès des entrepreneurs de l'échantillon ciblé. Les éléments suivants donnent un aperçu global sur le déroulement de l'enquête, les données recueillies ainsi que les techniques statistiques utilisées.

1.2.1. Pré-test et déroulement de l'enquête

Avant l'entame de l'enquête, nous avons procédé à un pré-test du questionnaire auprès de cinq entrepreneurs de la région de Bejaia. Cela a permis de corriger des anomalies contenues dans le questionnaire, reformuler certaines questions pour qu'elles soient plus claires et en supprimer un petit nombre pour redondance. Ce pré-test a également permis d'avoir une idée précise sur le mode d'administration du questionnaire, la gestion du temps alloué à l'enquête ainsi la forme finale du questionnaire en termes de présentation et du nombre de pages.

Ainsi, nous avons opté donc pour l'administration directe du questionnaire à l'entrepreneur propriétaire de l'entreprise en privilégiant de répondre conjointement aux questions lors du premier contact dans les locaux de l'entreprise. Et comme c'est un nombre réduit des entrepreneurs qui ont coopéré dès le départ, nous étions contraints de laisser les questionnaires à leur niveau et de revenir un certain temps après pour les récupérer.

Tout de même, nous avons exigé que c'est les entrepreneurs eux-mêmes qui se chargeront de remplir le questionnaire et qui nous ont exigé de leur côté, toute la confidentialité sur les informations qu'ils vont nous communiquer, chose que nous avons accepté volontiers.

D'ailleurs, c'est cette option qui a été retenue pour une grande partie des questionnaires récupérés, cependant, un troisième cas de figure s'est présenté lors de l'enquête, où après deux relances ou même trois, le questionnaire n'est pas toujours rempli pour divers motifs (manque temps, absence du propriétaire-dirigeant, manque de volonté), nous avons décidé de ne plus récupérer les questionnaires en question en se contentant de ceux déjà remplis. Notons enfin, que nous avons envoyé une version électronique du questionnaire aux adresses mail de certaines entreprises, et force est de constater que cela n'a pas vraiment abouti, à part quelques exceptions près.

L'enquête a débuté le mois de Juin 2018 et comme elle couvrait les cinq wilayas du centre que nous avons ciblée, a pris fin le mois de Novembre de la même année, soit près de six mois. Nous avons pu distribuer 150 questionnaires, avec une concentration dans la wilaya de Bejaia, avec 60 questionnaires, le reste est réparti entre Alger (25 questionnaires), Tizi-Ouzou (25 questionnaires), Boumerdes (20 questionnaires) et Bouira (20 questionnaires).

1.2.2. Données recueillies

A la fin de l'enquête, nous avons pu récupérer 84 questionnaires, et qui sont tous exploitables du fait de l'attention accordée lors des réponses de la part des entrepreneurs ou de ceux que

nous avons assistés, donnant un taux de réponse de 56%. Le taux de non-réponse est relativement important et nous estimons que c'est l'une des difficultés majeures des travaux d'enquêtes sur le terrain des entreprises en Algérie.

Et il faut reconnaître la méfiance d'une partie des entrepreneurs privés à toute recherche d'informations de la part de personnes ou d'organismes externes à l'entreprise. Pour notre enquête, une bonne partie des réponses favorables émanent des entrepreneurs à qui nous avons été destinataires de recommandations en bonne et due forme de la part des personnes qui les connaissent.

Après près de six mois de démarches auprès des entrepreneurs ou de leurs collaborateurs, et grâce à l'aide précieuse de personnes qui nous ont épaulées dans cette tâche, notamment dans les autres wilayas autres que Bejaia, nous avons pu obtenir un échantillon d'entrepreneurs privés, représentant les cinq wilayas ciblées par l'enquête.

Tableau 2-5 : Echantillon final de l'enquête Région Centre 2018 et répartition géographique

Wilayas	Echantillon ciblé	Echantillon réalisé	% de l'échantillon	Taux de réponse
Alger	25	10	11,90	40%
Bejaia	60	54	64,30	90%
Bouira	20	05	05,95	25%
Boumerdès	20	05	05,95	25%
Tizi-Ouzou	25	10	11,90	40%
Total	150	84	100	56%

Source : Etabli par nos soins à partir de l'enquête Région Centre 2018.

Le tableau 2-5 donne un aperçu global sur la composition de l'échantillon final retenu, le taux de réponse étant de 56%, plus ou moins satisfaisant. La répartition des entrepreneurs enquêtés sur les cinq wilayas de la région centre fait ressortir une disparité en matière de représentativité, avec une prépondérance de la wilaya de Bejaia qui concentre plus de la moitié des entrepreneurs enquêtés. Cela est relatif au nombre élevé du sous échantillon ciblé dans cette wilaya ainsi que le fort taux de réponse obtenu. Le taux de réponse est également satisfaisant dans les wilayas d'Alger et de Tizi Ouzou, et cela en tenant compte des conditions de déroulement de l'enquête

1.2.3. Analyse factorielle des correspondances multiples (AFCM)

La nature des données recueillies par l'enquête que nous avons menée ainsi que celles que nous avons tirées de l'enquête GEM pour l'Algérie, et qui consiste dans des variables qualitatives à plusieurs modalités, a guidé le choix des méthodes statistiques utilisées. Ainsi,

en sus de l'analyse statistique unidimensionnelle (descriptive), nous avons fait appel à l'analyse multidimensionnelle à travers l'analyse factorielle de correspondances multiples (AFCM).

Selon THIETART et AL (1989), l'analyse multidimensionnelle des données regroupe des traitements statistiques qui permettent de réduire un volume de données de plus ou moins grande taille à un petit nombre de facteurs, facilitant ainsi la lecture et la compréhension des données initiales.

L'analyse factorielle des correspondances multiples (ACM ou AFCM), développée par BENZECRI (1980), est une technique statistique multidimensionnelle qui permet la représentation sur un plan factoriel d'un nombre élevé d'observations ou d'individus. Elle permet également de représenter les similitudes entre les individus et entre les modalités des variables qualitatives, en plus d'extraire et de synthétiser l'essentiel de l'information recueillie, et généralement construite autour d'un tableau individus-variables.

L'analyse des résultats obtenus de l'AFCM à travers les graphiques des plans factoriels obéissent à certaines considérations incontournables à savoir la proximité et l'opposition entre les modalités par rapport au centre, l'attraction entre les variables et les modalités, et aussi la contribution des variables aux axes factoriels.

L'interprétation des axes factoriels l'AFCM repose également sur des paramètres spécifiques, en l'occurrence, les *valeurs propres* représentant les inerties de chaque axe, les *contributions* des variables ou modalités dans l'inertie expliquée par un facteur, les *cosinus carrés* exprimant la part d'un facteur dans la dispersion d'une modalité, et enfin, les *valeurs test* donnant la significativité d'une variable dans la constitution d'un axe factoriel.

1.3. Profil, motivations et environnement de l'entrepreneur

Après avoir exposé la méthodologie suivie lors de l'investigation empirique de cette recherche, nous terminons cette section par la mise en évidence des caractéristiques globales des deux échantillons construits à partir de la base de données GEM pour la l'Algérie de 2011 et de l'enquête menée par nos soins en Région Centre de 2018.

1.3.1. Enquête GEM Algérie 2011

Selon le modèle conceptuel du GEM, l'entrepreneuriat est processus qui consiste à identifier, évaluer et exploiter des opportunités d'affaires. L'enquête GEM est destinée à la population

adulte 18-64 ans et son originalité réside dans son approche centrée sur l'individu comme unité d'observation pour la collecte des informations sur les motivations entrepreneuriales, les aspirations, attitudes et perceptions et enfin les caractéristiques des individus. L'échantillon réalisé par les enquêtes GEM avoisine en moyenne 2 000 personnes pour chaque pays qui participe au projet, l'Algérie ayant participé à trois reprises, 2009, 2011 et 2012.

Et comme nous avons eu accès à la base de données de 2011 qui comportait un échantillon de 3 427 personnes, le questionnaire de l'enquête étant constitué de 489 questions, réparties sur plusieurs blocs, nous avons choisi d'exploiter la partie relative aux entrepreneurs dans des entreprises établies. Ces derniers sont les propriétaires dirigeants d'entreprises qui ont payé des salaires depuis plus de trois ans et demi au moment de l'enquête. Nous avons tiré un échantillon de 125 entrepreneurs établis, que nous avons ramené à 74 entrepreneurs après vérifications des réponses aux questions que nous avons retenues.

Les questions que nous avons choisies relèvent toutes du cadre conceptuel du GEM, à savoir le profil sociodémographique de l'entrepreneur (âge, genre, niveau de formation); les motivations à entreprendre (opportunité, nécessité, combinaison des deux) et l'environnement social de l'entrepreneur (connaissance d'un entrepreneur, perception des opportunités entrepreneuriale, capacités et expériences à entreprendre et peur de l'échec comme obstacle à la création de l'entreprise).

a. Age de l'entrepreneur

L'âge de l'entrepreneur est une caractéristique essentielle de l'entrepreneuriat, bien que dans les faits, toutes les catégories d'âges sont susceptibles de créer des nouvelles entreprises et de devenir des entrepreneurs indépendants.

Dans cet échantillon, il semble que les jeunes (moins de 35 ans) sont les plus entreprenants et si on ajoute les moins de 55 ans, on obtient plus de neuf entrepreneurs sur dix (9/10). Notons aussi que même les personnes plutôt âgées (55 ans et plus) entreprennent également, bien que faiblement représentées dans l'échantillon de l'enquête GEM.

Tableau 3-5 : Structure de l'échantillon GEM 2011 par âge de l'entrepreneur

Catégorie d'âge	Effectifs	Pourcentage (%)
Moins de 35 ans	38	51,35
De 35 à 55 ans	33	44,59
Plus de 55 ans	03	04,06
Total	74	100

Source : Etabli par nos soins à partir de la base de données GEM Algérie, 2011.

La lecture des données contenues dans le tableau 3-5 montre que l'entrepreneuriat en Algérie est particulièrement tourné vers les jeunes ou ceux qui sont à un âge intermédiaire (jusqu'à 55 ans). Cela s'explique par la politique publique en faveur de la création d'entreprises privées et destinée principalement à cette frange de la population. Ajoutons à cela, le fait que les jeunes diplômés de l'enseignement supérieur ou de la formation professionnelle sont confrontés au chômage, d'où leur orientation vers l'entrepreneuriat privé.

b. Genre de l'entrepreneur

La promotion de la place de la femme dans l'activité économique a toujours été une préoccupation des politique publique que ce soit en Algérie ou ailleurs. Cette promotion passe par un accès égal à l'emploi, en plus de favoriser l'entrepreneuriat des femmes. L'échantillon des entrepreneurs que nous avons analysé, bien que majoritairement composé du genre masculin (à hauteur de 3/4), comporte pas moins d'un quart de femmes entrepreneures, ce qui est relativement appréciable.

Tableau 4-5 : Structure de l'échantillon de l'enquête GEM 2011 par genre de l'entrepreneur

Genre de l'entrepreneur	Effectifs	Pourcentage (%)
Homme	54	72,97
Femme	20	27,03
Total	74	100

Source : Etabli par nos soins à partir de la base de données GEM Algérie, 2011.

Les données du tableau 4-5 indiquent certes la prédominance des hommes dans la création d'entreprises, au détriment des femmes, mais cela semble tendre à se réduire. L'accès des femmes à l'enseignement et à la formation est, de plus en plus, élargi et garanti dans l'ensemble du pays.

Cela a induit automatiquement la hausse du nombre des diplômées, et aussi, celle de la part des femmes dans la population occupée. Et une part non négligeable de ces femmes veut devenir entrepreneures par soucis d'indépendance ou pour échapper au chômage.

c. Niveau de formation de l'entrepreneur

Les formations et les qualifications sont des éléments importants dans le profil des entrepreneurs, bien que des personnes sont formations préalables ont réussi leurs affaires et créé et géré leurs entreprises. L'échantillon de l'enquête GEM est composé majoritairement d'entrepreneurs ayant un niveau de formation du secondaire ou moins (plus que deux tiers),

alors que ceux issus de la formation professionnelle et de l'enseignement supérieur réunis représentent à peine un (1/3) de l'effectif total de l'échantillon.

Tableau 5-5 : Structure de l'échantillon GEM 2011 par niveau de formation de l'entrepreneur

Secteurs d'activité	Effectifs	Pourcentage (%)
Secondaire ou moins	52	70,27
Formation professionnelle	05	06,76
Universitaire	17	22,97
Total	74	100

Source : Etabli par nos soins à partir de la base de données GEM Algérie, 2011.

Bien que la majorité des entrepreneurs issus de cet échantillon ait un niveau de formation secondaire ou moins, le facteur expérience n'est pas pris en considération dans la définition et la prise en compte du critère de formation de l'entrepreneur. Par conséquent, certains entrepreneurs, ayant accumulé déjà une expérience comme employé, se sont lancés dans la création de leurs entreprises, et cela, en dépit d'un niveau de formation moyen ou secondaire.

Cependant, les autres entrepreneurs étudiés justifient des qualifications de formations professionnelles et de diplômes universitaires, ce qui les rend éligibles aux programmes publics d'aides et de soutien à la création d'entreprise et à l'entrepreneuriat privé.

d. Motivations et environnement social des entrepreneurs

Selon le modèle conceptuel initial du projet GEM, l'entrepreneuriat est décrit comme un processus de saisie d'opportunités présentes sur le marché pour créer des entreprises. Néanmoins, dans le questionnaire relatif à l'enquête GEM, les motivations à l'entrepreneuriat, en sus de saisir une opportunité, peuvent être la nécessité ou bien la combinaison des deux.

Tableau 6-5 : Structure de l'échantillon GEM 2011 par motivations de l'entrepreneur

Motivations de l'entrepreneur	Effectifs	Pourcentage (%)
Saisir une opportunité	45	60,82
Entreprendre par nécessité	19	25,67
Combinaison opportunité/nécessité	10	13,51
Total	74	100

Source : établi par nos soins à partir de l'enquête GEM Algérie, 2011.

Le tableau 6-5 donne un aperçu sur les motivations des entrepreneurs de l'échantillon que nous avons tiré de l'enquête GEM pour l'Algérie de 2011. Ainsi, l'entrepreneuriat par

opportunité est dominant avec plus de la moitié des entrepreneurs enquêtés, un quart d'entre eux entreprennent par nécessité, le reste combinant l'opportunité et la nécessité.

Et concernant l'environnement social des entrepreneurs en Algérie, la connaissance d'un entrepreneur dans l'entourage immédiat est bien présente (85,14% de réponses favorables), la perception d'opportunités entrepreneuriales l'est également (77,03% de réponses favorables), ainsi que la capacité et l'expérience que les entrepreneurs estiment en avoir pour créer leurs entreprises (86,49% de réponses favorables). Enfin, pour les entrepreneurs enquêtés, la peur de l'échec ne constitue pas un obstacle à l'entrepreneuriat (70,27% de réponses favorables).

1.3.2. Enquête Région Centre 2018

L'enquête que nous avons menée durant l'année 2018 à travers cinq wilayas de la région centre du pays nous a permis de constituer un échantillon de 84 entrepreneurs privés, bien que l'échantillon ciblé au départ comportait 150 entrepreneurs. La forme juridique des entreprises créées par ces entrepreneurs est répartie entre la SARL (44,05%), la SPA (27,38%), l'EURL (21,42%) et la SNC (7,15%)

Nous avons déjà évoqué dans ce chapitre toute la difficulté que nous avons rencontrée pour mener à terme cette enquête de terrain, due essentiellement à la réticence de certains chefs d'entreprises à remplir le questionnaire et le rendre dans les délais convenus, ou bien au refus de coopération, bien que cela ne se manifeste pas d'une manière assez claire.

Et pour pouvoir comparer l'évolution du profil de l'entrepreneur entre les deux périodes des deux enquêtes, nous allons reprendre la présentation des résultats issus de l'enquête Région Centre 2018 concernant le profil, les motivations et l'environnement des entrepreneurs.

a. Age de l'entrepreneur

Tableau 7-5 : Structure de l'échantillon Région Centre 2018 par âge de l'entrepreneur

Catégorie d'âge	Effectifs	Pourcentage (%)
Moins de 35 ans	27	32,14
De 35 à 55 ans	48	57,14
Plus de 55 ans	09	10,72
Total	84	100

Source : Etabli par nos soins à partir de l'enquête Région Centre, 2018.

L'examen des données contenues dans le tableau 7-5 montre que la catégorie d'âge dominante est celle des 35 à 55 ans avec plus de la moitié des entrepreneurs enquêtés, alors que les moins de 35 ans représentent un tiers (1/3). Et comparativement à l'échantillon de l'enquête

GEM 2011, l'âge dominant des entrepreneurs est passé des moins de 35 ans en 2011 à celui compris entre 35 ans à 55 ans, toutefois, l'addition des deux catégories d'âge donne pratiquement la même tendance globalement.

b. Genre de l'entrepreneur

Tableau 8-5 : Structure de l'échantillon Région Centre 2018 par genre de l'entrepreneur

Genre de l'entrepreneur	Effectifs	Pourcentage (%)
Homme	79	94,05
Femme	05	05,95
Total	84	100

Source : Etabli par nos soins à partir de l'enquête Région Centre, 2018.

Le tableau 8-5 indique clairement la prépondérance du genre masculin sur l'échantillon des entrepreneurs enquêtés avec plus de neuf entrepreneurs sur dix (9/10) sont des hommes, la part des femmes étant très faible. En comparaison entre les deux périodes (2011 et 2018), il s'avère que la part des femmes entrepreneures, bien que minoritaire, a davantage reculé dans le temps. Néanmoins, ce résultat est à prendre avec précaution, car la part des femmes dans l'entrepreneuriat en Algérie est en progression.

c. Niveau de formation de l'entrepreneur

Tableau 9-5 : Répartition de l'échantillon Région Centre 2018 par niveau de formation

Niveau de formation	Effectifs	Pourcentage (%)
Secondaire ou moins	21	25,00
Formation professionnelle	21	25,00
Universitaire	42	50,00
Total	84	100

Source : Etabli par nos soins à partir de l'enquête Région Centre, 2018.

La lecture des données du tableau 9-5 montre que la moitié des entrepreneurs de l'échantillon de l'enquête Région Centre 2018 ont un niveau de formation universitaire, ceux de la formation professionnelle et ceux du secondaire ou moins partagent équitablement l'autre moitié. Et par rapport à l'enquête GEM 2011, le niveau de formation dominant des entrepreneurs est passé du secondaire ou moins à l'universitaire, avec une progression remarquable de la formation professionnelle. Par conséquent, l'entrepreneuriat tend de plus en plus vers les personnes formées et diplômées.

e. Motivations et environnement social de l'entrepreneur

Tableau 10-5 : Structure de l'échantillon Région Centre 2018 par motivations de l'entrepreneur

Motivations de l'entrepreneur	Effectifs	Pourcentage (%)
Saisir une opportunité	64	76,20
Entreprendre par nécessité	20	23,80
Combinaison opportunité/nécessité	00	00,00
Total	84	100

Source : établi par nos soins à partir de l'enquête GEM Algérie, 2011.

Selon les données du tableau 10-5 la motivation principale de la majorité des entrepreneurs est la saisie d'opportunité (3/4), alors qu'un quart (1/4) entreprennent par nécessité. En comparaison avec l'enquête GEM 2011, l'entrepreneuriat par opportunité s'est davantage renforcé, bien que légèrement entre les deux périodes.

La connaissance d'un entrepreneur dans l'entourage immédiat a connu une légère baisse par rapport à l'enquête GEM de 2011 (69,05% de réponses favorables), au même titre que la perception d'opportunités (58,34% de réponses favorables) et la capacité et l'expérience pour entreprendre (61,91% de réponses favorables). Le sentiment de la peur de l'échec ne constitue pas un obstacle à l'entrepreneuriat (73,81% de réponses favorables) et comparativement à 2011, cela s'est même accentué.

1.3.3. Evolution du profil, motivations et environnement des entrepreneurs

Bien que les entrepreneurs constituant les deux échantillons tirés respectivement de l'enquête GEM Algérie de 2011 et de l'enquête réalisée par nos soins en Région Centre en 2018, ne soient pas les mêmes individus, nous avons tout de même tenté de mettre en évidence l'évolution du profil, des motivations et de l'environnement des entrepreneurs entre les deux périodes.

En effet, les résultats de l'analyse unidimensionnelle (statistiques descriptives) des deux enquêtes montre une évolution significative des caractéristiques du profil sociodémographique de l'entrepreneur, de ses motivations alors que son environnement social demeure plutôt stable.

Ainsi, cette évolution se manifeste à travers l'âge des entrepreneurs qui passe de la jeunesse à un âge médian (entre la trentaine et la cinquantaine), et dans la formation des entrepreneurs qui passe du niveau secondaire ou moins à un niveau universitaire ou supérieur, confirmant la tendance vers un entrepreneuriat de diplômés. Néanmoins, le genre de l'entrepreneur reste

dominé par les hommes et n'a pas connu de changements notables durant la période allant de 2011 à 2018.

Concernant les motivations des entrepreneurs, l'entrepreneuriat par opportunité a évolué positivement entre les deux périodes, tout en restant davantage la motivation principale pour se lancer dans la création d'entreprise. Cependant, l'environnement social de l'entrepreneur n'a pas connu de bouleversement majeur, bien au contraire, il est plutôt resté stable pour l'ensemble de ses composants, à quelques nuances près. L'entourage entrepreneurial favorable, la perception d'opportunités entrepreneuriales ou l'absence du sentiment de l'appréhension de l'échec sont demeurés sur la même tendance positive entre 2011 et 2018.

2. ANALYSE MULTIDIMENSIONNELLE ET DISCUSSION DES RESULTATS

La première section de ce chapitre a exposé la méthodologie suivie dans l'investigation empirique des deux enquêtes précédemment citée, ainsi que l'analyse unidimensionnelle des caractéristiques des entrepreneurs. La seconde section se portera sur les résultats de l'analyse multidimensionnelle. Les enjeux et perspectives de l'entrepreneuriat seront également présentés ainsi qu'une discussion globale des résultats.

2.1. Caractéristiques des entrepreneurs

La technique d'analyse des données utilisée est de l'AFCM (analyse factorielle des correspondances multiples). Elle permet une représentation des individus (entrepreneurs) qui se ressemblent et des modalités des variables qui les caractérisent, et in fine, elle met en évidence une possible typologie des profils des entrepreneurs étudiés.

A partir du questionnaire de l'enquête, nous avons retenu dix (10) variables sur les caractéristiques des entrepreneurs, inspirées en grande partie du cadre conceptuel du GEM. Elles concernent le profil sociodémographique (âge, genre et niveau de formation), les motivations à l'entrepreneuriat (opportunité ou nécessité) et l'environnement social (connaissance d'un entrepreneur, perception des opportunités entrepreneuriale, capacités et expériences à entreprendre et peur de l'échec comme obstacle à la création de l'entreprise). Nous avons inclus la période de création de l'entreprise ainsi que le nombre d'emplois qu'elle a générés depuis son entrée en activité. Chacune de ces variables est composée de modalités dont les significations sont données dans le tableau 10-5, ci-après.

Tableau 11-5 : Variables et modalités des caractéristiques des entrepreneurs

Code Variable	Etiquette de la variable	Modalités de la variable
GNR	Genre de l'entrepreneur	1 : Masculin, 2 : Féminin
AGE	Age de l'entrepreneur	1 : - de 35 ans, 2 : 35 ans à 55 ans, 3 : + de 55ans
FORM	Formation de l'entrepreneur	1 : Secondaire ou moins, 2 : Formation professionnelle, 3 : Universitaire
MOTV	Motivations pour entreprendre	1 : Saisir une opportunité, 2 : Par nécessité, 3 : Combinaison opportunité/nécessité
CON	Connaissance d'un entrepreneur	1 : Oui, 2 : Non
PRCP	Perception d'opportunités entrepreneuriales	1 : Oui, 2 : Non
CPEX	Capacités et expérience pour entreprendre	1 : Oui, 2 : Non
PECH	Peur de l'échec obstacle pour entreprendre	1 : Oui, 2 : Non
AN	Année de création de l'entreprise	1 : 1990-2000, 2 : 2000-2010, 3 : A partir de 2010
EMPL	Effectif employé	1 : - de 10 employés, 2 : de 10 à 49 employés, 3 : + de 50 employés
Total	10 variables	25 modalités

Source : Etabli par nos soins à partir du cadre conceptuel GEM

2.1.1. Enquête GEM Algérie 2011

L'examen des résultats de l'AFCM contenus dans le tableau des inerties expliquées (annexe 2-1) montre que les deux premiers axes permettent d'expliquer 53,67% de la variance totale de l'échantillon. Le tableau 12-5 indique que l'axe F1 permet d'extraire 33,42% de l'information totale, et que l'axe F2 permet d'extraire 20,24%, leur cumul donne donc les 53,67%, ce qui est appréciable dans le cas d'une analyse factorielle. Nous avons par conséquent décidé de retenir les deux premiers facteurs d'autant plus que le graphique des valeurs propres (annexe 2-2) montre clairement une chute de l'inertie expliquée à partir du troisième axe (F3).

Tableau 12-5 : Valeurs propres et pourcentages d'inertie expliquée (Enquête GEM, 2011)

Axes factoriels	F1	F2
Valeur propre	00,2002	00,1780
Inertie (%)	13,3467	11,8657
% cumulé	13,3467	25,2124
Inertie ajustée	00,0124	00,0075
Inertie ajustée (%)	33,4244	20,2469
% cumulé	33,4244	53,6713

Source : AFCM du logiciel XLSTAT, 2018

L'appréciation de la qualité de représentation des variables et des individus sur le plan factoriel se fait à travers trois critères, à savoir les contributions des variables aux axes factoriels, les cosinus carrés et les valeurs test. La projection simultanée sur le plan factoriel (Annexe 2-7) des variables (représentées par les modalités) et des individus (représentés par les entrepreneurs) a donné lieu à un groupe de variables significatives sur l'axe F1 et une opposition de deux groupes de variables également significatives sur l'axe F2.

Cette projection a permis également d'associer à chaque groupe de variables représentant les caractéristiques du profil entrepreneurial, les individus représentés par les entrepreneurs, et qui partagent les mêmes caractéristiques. Le tableau 13-5 ci-après donne la composante de chaque groupe en termes d'individus (entrepreneurs), de modalités de variables (caractéristiques), leurs significations ainsi que leurs contributions aux axes factoriels, les cosinus carrés et les valeurs test.

Tableau 13-5 : Groupes de variables et d'observations sur les axes factoriels (Enquête GEM, 2011)

Groupes et Axes	Variables / Modalités	Signification des Modalités	Contribution (%)	Cosinus Carré / 1	Valeurs Test / 2
Groupe I Axe F1 14 entrepreneurs 19% de l'échantillon	CON 2	L'Entrepreneur n'en connaît pas d'autres dans son entourage	21,54	0,5066	6,0810
	PECP 2	L'entrepreneur ne perçoit pas d'opportunités entrepreneuriales	6,40	0,1663	3,4840
	CEXP 2	Il n'a pas de capacité ou d'expérience pour entreprendre	9,87	0,2284	4,0830
	PECH 2	La peur de l'échec n'est pas un obstacle à l'entrepreneuriat	1,67	0,1124	2,8640
	AN 1	Il a créé son entreprise lors de la période entre 1990 et 2000	25,16	0,5647	6,4203
Groupe II Axe F2 20 entrepreneurs 27% de l'échantillon	GENR 2	L'Entrepreneur est une Femme	2,67	0,0652	2,1816
	AGE 1	Il est âgé de moins de 35 ans	9,65	0,3532	5,0776
	FORM 1	Son niveau de formation est le secondaire ou moins	3,58	0,2146	3,9578
	MOTV 2	Il entreprend par Nécessité	9,84	0,2357	4,1482
	EMPL 1	Il emploie moins de 10 salariés	1,45	0,1469	3,2742
Groupe III Axe F2 24 entrepreneurs (33% de l'échantillon)	GNR 1	L'Entrepreneur est un homme	0,99	0,0652	-2,1816
	AG 2	Il est âgé entre 35 ans et 55 ans	7,68	0,2467	-4,2441
	FORM 3	Son niveau est Universitaire	2,50	0,0577	-2,0527
	MOTV1	Il entreprend par Opportunité	6,67	0,3030	-4,7032
	PECP 1	Il a perçu des opportunités entrepreneuriales	4,63	0,3588	-5,1178
	AN 2	Il a créé son entreprise lors de la période entre 2000 et 2010	2,10	0,0790	-2,4012
	EMPL 2	Il emploie de 10 à 49 salariés	5,33	0,1132	-2,8750

Source : Etabli par nos soins à partir de l'AFCM du logiciel XLSTAT, 2018

Le premier groupe est composé de 14 entrepreneurs, représentant près d'un cinquième de l'échantillon (19%). Les caractéristiques les plus discriminantes que partagent les

entrepreneurs de ce groupe ont trait à l'environnement social, à savoir l'entourage entrepreneurial, la perception d'opportunité, la capacité et l'expérience pour entreprendre et la peur de l'échec.

Les résultats obtenus montrent néanmoins que ces entrepreneurs n'ont pas eu un environnement social favorable, à commencer par l'absence des autres entrepreneurs dans leur entourage immédiat et proche avant de créer leurs entreprises. Ensuite, ils estiment ne pas détenir les capacités, les connaissances et l'expérience au moment d'entreprendre, et n'ont pas perçu des opportunités entrepreneuriales. Par contre, ils déclarent ne pas avoir eu peur de l'échec pour entreprendre et créer leurs entreprises, bien que cela s'est fait dans les années quatre-vingts dix (1990), donc nécessairement âgés.

Le deuxième groupe est composé de 20 entrepreneurs, soit un peu plus d'un quart de l'échantillon (27%). Les caractéristiques les plus discriminantes que partagent les entrepreneurs sont relatives au profil sociodémographique (âge, genre et niveau de formation) et aux motivations de l'entrepreneuriat. Les résultats de l'analyse factorielle montrent que les entrepreneurs sont des femmes, de jeune âge (moins de 35 ans), dont le niveau de formation est le secondaire ou moins. Leur motivation à l'entrepreneuriat est la nécessité, qui les a poussées à créer leurs entreprises, qui sont d'ailleurs de très petite taille, employant moins de 10 salariés.

Le troisième groupe est composé de 24 entrepreneurs, soit un tiers de l'échantillon (33%). Ils partagent des caractéristiques discriminantes qui concernent le profil sociodémographique de l'entrepreneur, les motivations à l'entrepreneuriat et dans une certaine mesure l'environnement social. Les résultats obtenus montrent que les entrepreneurs de ce groupe sont de genre masculin, âgés entre 35 ans et 55 ans, et ayant un niveau de formation universitaire. Leur motivation à l'entrepreneuriat est la saisie d'opportunité dont ils révèlent en avoir perçues avant de créer leurs entreprises, dont le nombre d'emplois peut atteindre les 50 salariés, sachant que les entreprises ont été créées dans les années 2000.

2.1.2. Enquête Région Centre 2018

L'AFCM appliquée aux données de cette enquête montre, dans le tableau des inerties expliquées (annexe 3-1), que les deux premiers axes permettent d'expliquer 65,24% de la variance totale. Un résultat plus qu'appréciable pour une analyse factorielle, ce qui nous amené à retenir pour l'analyse que ces deux facteurs, du même, le graphique des valeurs propres (annexe 3-2) indiquant une chute de l'inertie expliquée à partir du troisième axe.

Tableau 14-5 : Valeurs propres et pourcentages d'inertie expliquée (Région Centre, 2018)

Axes factoriels	F1	F2
Valeur propre	00,2381	00,1836
Inertie (%)	17,0069	13,1165
% cumulé	17,0069	30,1235
Inertie ajustée	00,0235	00,0086
Inertie ajustée (%)	47,7382	17,5078
% cumulé	47,7382	65,2460

Source : AFCM du logiciel XLSTAT, 2018

La projection simultanée sur le plan factoriel (annexe 3-7) des variables et des individus a permis la constitution de trois groupes d'entrepreneurs, partageant chacun des caractéristiques distinctes, représentées par les modalités des variables retenues pour l'analyse. Un groupe se trouve sur l'axe F1, alors que deux groupes sont opposés sur l'axe F2. Le tableau 15-5 ci-dessous donne en détail la composante de chaque groupe.

Tableau 15-5 : Groupes de variables et d'observations sur les axes factoriels (Région Centre 2018)

Groupes et axes	Variables / Modalités	Signification des Modalités	Contribution (%)	Cosinus Carré/ 1	Valeurs Test / 2
Groupe I Axe F1 29 entrepreneurs 35% de l'échantillon	GNR 1	L'Entrepreneur est un homme	0,17	0,0680	2,3756
	CON 2	Ne connaissant pas d'entrepreneurs dans l'entourage	2,74	0,0945	2,8003
	CPEX 1	Ayant la capacité et l'expérience pour entreprendre	2,15	0,1341	3,3358
	PECH 2	N'ayant pas peur de l'échec	0,80	0,0723	2,4504
	AN 1	Il a créé son entreprise lors de la période entre 1990 et 2000	28,2	0,7751	8,0209
	EMPL 3	Employant plus de 50 salariés	10,36	0,3910	5,6967
Groupe II Axe F1 18 entrepreneurs 22% de l'échantillon	AG 1	Entrepreneur âgé de moins de 35 ans	1,47	0,0517	-2,0722
	CPEX 2	N'ayant pas la capacité ou l'expérience pour entreprendre	3,49	0,1341	-3,3358
	PECH 1	Ayant peur de l'échec	2,24	0,0723	-2,4504
	AN 3	Créant son entreprise à partir de 2010	3,15	0,1801	-3,8662
	EMPL 1	Employant moins de 10 salariés	2,85	0,1057	-2,9622
Groupe III Axe F II 17 entrepreneurs 20% de l'échantillon	FORM 1	Entrepreneur ayant un niveau secondaire ou moins	5,04	0,1235	-3,2011
	MOTV 2	Entreprenant par nécessité	7,84	0,1890	-3,9611
	CON 1	Connaissant un entrepreneur dans son entourage immédiat	5,00	0,2968	-4,9632
	PECP 1	Percevant une opportunité entrepreneuriale	9,90	0,4362	-6,0171
	EMPL 2	Employant de 10 à 50 salariés	2,55	0,0645	-2,3132

Source : Etabli par nos soins à partir de l'AFCM du logiciel XLSTAT, 2018

Le premier groupe est constitué de 29 entrepreneurs, représentant un tiers de l'échantillon (35%). Ils sont du genre masculin et partagent des caractéristiques relatives à l'environnement

social de l'entrepreneur. A cet effet, bien qu'ils ne connaissent pas d'entrepreneurs dans leur entourage proche lors de la création de leurs entreprises, ils estiment avoir disposé de capacités, de connaissances et d'expériences pour entreprendre. Ils considèrent également que la peur de l'échec ne constitue pas un obstacle à l'entrepreneuriat et la création d'entreprise, d'ailleurs ils se sont lancés en affaires dans les années 1990. Enfin, la taille de leurs entreprises est très appréciable, employant plus d'une cinquantaine de salariés.

Le deuxième groupe est composé de 18 entrepreneurs, représentant près d'un quart de l'échantillon (22%). Ils sont jeunes dont l'âge est moins de 35 ans et partagent des caractéristiques notamment sur l'environnement social de l'entrepreneur. Ainsi, ils estiment ne pas détenir la capacité, la connaissance et l'expérience au moment de créer leurs entreprises, en plus ils considèrent la peur de l'échec comme un élément inhibant l'acte d'entreprendre. Leurs entreprises ont été créées à partir de 2010 et emploient moins de 10 salariés.

Le troisième groupe formé de 17 entrepreneurs, représentant un cinquième de l'échantillon (20%). Ils partagent des caractéristiques relatives aux motivations de l'entrepreneuriat ainsi que l'environnement social de l'entrepreneur. Ils sont peu formés, disposant d'un niveau secondaire ou moins, et connaissaient des entrepreneurs dans leur entourage avant de créer leurs entreprises. Et bien qu'ils déclarent avoir perçu des opportunités sur le marché, leur motivation à l'entrepreneuriat est la nécessité. La taille de leurs entreprises est moyenne et emploient entre 10 et 50 salariés.

2.1.3. Discussion des résultats de l'analyse multidimensionnelle

L'analyse multidimensionnelle appliquée aux données de deux enquêtes relatives à l'investigation empirique de cette recherche, réalisée par le recours à l'AFCM, a permis d'appréhender les traits caractéristiques des entrepreneurs étudiés. Cela a permis également de rassembler les entrepreneurs partageant les mêmes caractéristiques dans des groupes distincts dont il est possible désormais d'établir le profil-type de l'entrepreneur dans chaque groupe.

Pour l'échantillon de l'enquête GEM Algérie de 2011, l'analyse factorielle a mis en évidence trois profils d'entrepreneurs différents que nous allons présenter selon leur prépondérance en terme de représentation. Le premier profil de l'entrepreneur est un homme de niveau universitaire, d'âge médian, qui entreprend par opportunité et dont la taille de l'entreprise, créée durant les années 2000, est moyenne. C'est le profil dominant dans l'échantillon.

Le deuxième profil de l'entrepreneur est une femme, jeune et moins instruite et qui entreprend par nécessité et dont la taille de son entreprise est très petite. C'est le second profil représenté dans l'échantillon. Le troisième profil de l'entrepreneur est un homme plutôt âgé et expérimenté, ayant créé son entreprise dans les années 1990. Et bien que son environnement entrepreneurial fût défavorable, il n'a pas eu peur de l'échec pour créer son entreprise. C'est le profil le moins représenté dans l'échantillon de l'enquête. Notons que près d'un cinquième des entrepreneurs de l'échantillon ne figurent dans aucun des trois groupes dégagés par l'AFCM, ce qui confirme l'hétérogénéité des caractéristiques des entrepreneurs.

Pour l'enquête Région Centre de 2018, l'analyse factorielle a également mis en évidence trois profils d'entrepreneurs distincts. Le premier profil de l'entrepreneur est un homme âgé et expérimenté, disposant de capacités et de connaissances pour entreprendre, et n'ayant pas peur de l'échec lors de la création de son entreprise, dont la taille est appréciable. C'est le profil dominant dans l'échantillon.

Le deuxième profil de l'entrepreneur est un jeune sans expérience et sans capacités entrepreneuriales, ayant peur de l'échec pour entreprendre, son entreprise est très petite et récemment créée. C'est le second profil représenté dans l'échantillon. Le troisième profil de l'entrepreneur est un homme peu formé, ayant un entourage entrepreneurial favorable, entreprenant par nécessité et dont la taille de l'entreprise est petite. C'est le profil le moins représenté dans l'échantillon de l'enquête. Et à l'instar de l'échantillon de l'enquête GEM, un cinquième des entrepreneurs de l'échantillon de cette enquête ne figurent dans aucun des trois groupes mis en évidence par l'AFCM

Bien que les échantillons des entrepreneurs privés des deux enquêtes étudiées ne soient pas les mêmes, nous avons porté notre attention sur l'évolution de leurs caractéristiques dans le temps et qui est bien perceptible. Pour le profil dominant de l'entrepreneur, l'évolution entre les deux périodes, soit 2011 et 2018, n'est pas notable, elle concerne seulement l'expérience qui se consolide davantage, la taille de l'entreprise qui s'agrandit au fur et à mesure, alors que le niveau de formation universitaire n'est pas discriminant avec le temps.

Pour le second profil de l'entrepreneur en termes de représentativité, c'est plutôt de la stabilité qui le caractérise que de l'évolution, car à part le genre qui diffère entre les deux périodes, les traits caractéristiques de ce profil sont demeurés les mêmes au fil du temps. Et pour le profil de l'entrepreneur le moins représenté (minoritaire), l'évolution notable entre les deux périodes concerne l'environnement entrepreneurial qui devient favorable, ainsi que l'entrepreneuriat

par nécessité qui s'affirme davantage dans le temps comme motivation à la création de l'entreprise.

En définitive, nous estimons que la complexité du phénomène de l'entrepreneuriat en général et la réalité de l'entrepreneuriat privé en Algérie, en particulier, sont de nature à considérer que l'entrepreneur algérien ne puisse être confiné dans un profil-type unique et universel. Les résultats de l'analyse multidimensionnelle des données de l'investigation empirique ont abouti à la formation de trois profils-types d'entrepreneurs pour chaque période, disposant de traits caractéristiques bien distincts. Toutefois, la différence n'est pas aussi prononcée entre les caractères de chaque profil au même titre d'ailleurs que leur évolution dans le temps.

2.2. Les enjeux de l'entrepreneuriat

Les enjeux de l'entrepreneuriat sont divers et variés. Dans cet élément, nous allons examiner les résultats respectifs des deux enquêtes étudiées, en prenant le soin de mettre en évidence certains enjeux mis en évidence par les entrepreneurs à travers leur dynamique de création d'entreprises. Nous nous contenterons de présenter et d'analyser les données descriptives extraites des réponses des entrepreneurs aux questionnaires des deux enquêtes.

2.2.1. Enquête GEM Algérie 2011

Afin de mesurer les enjeux de la dynamique entrepreneuriale, nous avons jugé utile de se référer au questionnaire de l'enquête GEM en choisissant les réponses que nous jugeons compatibles avec l'objet de cette recherche. C'est à partir du sous échantillon construit que nous avons examiné les enjeux de l'entrepreneuriat en termes de création d'emplois, du choix du secteur d'activité, de la pratique de l'innovation et de la promotion de la concurrence.

a. Création d'emplois

La création d'emplois pour résorber le chômage est un enjeu majeur de l'entrepreneuriat, allant de l'entreprise de très petite dimension qui en assure un à son créateur, à la grande entreprise, pourvoyeuse d'un nombre important d'emplois directs et indirects.

Tableau 16-5 : Répartition de l'échantillon GEM 2011 par nombre d'emplois

Nombre d'emplois créés	Effectifs	Pourcentage (%)
Moins de 10 salariés	61	82,43
De 10 à 50 salariés	12	16,21
Plus de 50 salariés	01	01,36
Total	74	100

Source : Etabli par nos soins à partir de la base de données GEM Algérie, 2011.

Le tableau 16-5 indique nettement que plus de trois quarts (3/4) des emplois créés par les entrepreneurs sont dans des très petites entreprises, une tendance qui n'est pas propre à l'Algérie. Tout de même, près d'un sixième des entrepreneurs de l'échantillon ont réussi à créer jusqu'à une cinquantaine d'emplois depuis l'entrée en activité de leurs entreprises.

b. Choix du secteur d'activité

Le choix du secteur d'activité pour les entrepreneurs qui créent de nouvelles entreprises est un enjeu important, particulièrement en Algérie. La nature rentière de l'économie nationale ainsi que son ouverture au commerce international dans le sens des importations a plutôt favorisé le secteur des services (commerce en particulier) au détriment de l'économie productive (industrie).

Tableau 17-5 : Répartition de l'échantillon GEM 2011 par choix du secteur d'activité

Secteur d'activité choisi	Effectifs	Pourcentage (%)
Agriculture	05	06,76
BTPH	09	12,16
Industrie	16	21,62
Services	44	59,46
Total	74	100

Source : Etabli par nos soins à partir de la base de données GEM Algérie, 2011.

Le tableau 17-5 montre qu'effectivement, le choix du secteur des services est dominant chez les entrepreneurs interrogés avec plus de la moitié des effectifs de l'échantillon. Toutefois, le choix de l'industrie est adopté par un cinquième d'entrepreneurs (1/5), ce qui n'est pas négligeable pour l'économie du pays.

c. Pratique de l'innovation

L'innovation est étroitement liée à l'entrepreneuriat et constitue un enjeu majeur de la dynamique entrepreneuriale. Dans le questionnaire de l'enquête GEM, c'est l'appréciation et la perception des clients par rapport à l'innovation des produits de l'entreprise qui est évaluée, bien que l'innovation puisse concerner d'autres aspects outre les produits.

Tableau 18-5 : Répartition de l'échantillon GEM 2011 par perception de l'innovation

Perception des clients de l'innovation de l'entreprise	Effectifs	Pourcentage (%)
Tous les clients considèrent les produits comme innovants	13	17,57 %
Certains clients considèrent les produits comme innovants	24	32,43 %
Les produits ne sont pas considérés comme innovants	37	50,00 %
Total	74	100 %

Source : Etabli par nos soins à partir de la base de données GEM Algérie, 2011.

Le tableau 18-5 expose la perception des clients par rapport à l'innovation dans les produits des entreprises. Les clients de la moitié des entreprises estiment que leurs produits ne sont innovants, alors que moins d'un cinquième (1/5) admettent que ces entreprises font dans l'innovation. Cela dénote un fait essentiel que l'entrepreneur algérien est peu innovateur.

d. Promotion de la concurrence

La transition à l'économie de marché a permis l'ouverture des secteurs jusqu'au là inaccessibles aux opérateurs privés nationaux et étrangers. Cependant, les entrepreneurs algériens ont choisi des secteurs plus ou moins à l'abri de la concurrence étrangère (commerce et BTPH), bien que dans la construction, des entreprises étrangères se sont implantées au milieu des années 2000.

Tableau 19-5 : Répartition de l'échantillon GEM 2011 par présence de concurrents

Présence de concurrents de l'entreprise	Effectifs	Pourcentage (%)
Présence de beaucoup de concurrents	16	21,62 %
Présence moyenne de concurrents	51	68,92 %
Absence totale de concurrents	07	09,46 %
Total	74	100 %

Source : Etabli par nos soins à partir de la base de données GEM Algérie, 2011.

Les données contenues dans le tableau 19-5 indiquent que près de trois quarts (3/4) des entrepreneurs issus de l'échantillon de l'enquête GEM 2011 estiment opérer dans un environnement avec une présence moyenne de concurrents. Seul un cinquième (1/5) parmi eux considère l'environnement très concurrentiel pour leurs entreprises et activités.

2.2.2. Enquête Région Centre 2018

Après avoir présenté les enjeux de l'entrepreneuriat à partir de l'échantillon des entrepreneurs tiré de l'enquête GEM de 2011 pour l'Algérie, nous allons reprendre la même démarche avec l'enquête Région Centre de 2018 réalisée par nos soins. Une comparaison entre les deux enquêtes est proposée pour chaque élément analysé, l'appréciation des résultats étant envisagée dans le troisième volet de cette section.

a. Création d'emplois

En se référant aux données contenues dans le tableau 20-5 ci-après, nous remarquons que les entrepreneurs enquêtés ont créé de l'emploi avec une répartition presque équitable des modalités relatives à cette question. En effet, un tiers (1/3) d'entrepreneurs ont créé des entreprises employant moins de 10 salariés, un peu moins ont créé de 10 à 50 emplois, et

même un peu plus du tiers d'entrepreneurs ont créé plus de 50 emplois, ce qui est très appréciable.

Tableau 20-5 : Répartition de l'échantillon Région Centre 2018 par nombre d'emplois

Nombre d'emplois créés	Effectifs	Pourcentage (%)
Moins de 10 salariés	30	35,72
De 10 à 50 salariés	23	27,38
Plus de 50 salariés	31	36,90
Total	84	100

Source : Etabli par nos soins à partir de l'enquête Région Centre, 2018.

Comparativement à l'échantillon de l'enquête GEM de 2011, l'échantillon de l'enquête Région Centre de 2018 est plutôt équilibré en termes de répartition de nombre d'emplois créés. L'évolution concerne la modalité de moins de 10 salariés, dominante en 2011 et qui a nettement reculé en 2018, et inversement, la modalité de plus de 50 salariés, quasiment absente dans l'enquête GEM, a progressé d'une manière significative. Cela suppose que les entrepreneurs créent davantage d'emplois, soit dans les nouvelles entreprises, soit par la croissance des entreprises déjà en activité.

b. Choix du secteur d'activité

Le tableau 21-5 ci-dessous présente la répartition des entreprises créées par les entrepreneurs interrogés en Région Centre en 2018, selon leurs choix du secteur d'activité. La répartition sur chaque wilaya concernée par l'enquête est également présentée. Les données indiquent que l'industrie s'accapare de plus de la moitié des entreprises, un cinquième (1/5) d'entreprises sont dans la construction, alors que les services et l'agriculture sont faiblement représentés.

Tableau 21-5 : Répartition de l'échantillon Région Centre 2018 par choix du secteur d'activité

Secteur d'activité	Effectifs	%	Alger	Bejaia	Bouira	Boumerdes	Tizi Ouzou
Agriculture	08	09,52	-	05	02	01	-
BTPH	19	22,62	01	13	01	02	02
Industrie	45	53,57	06	30	02	02	05
Services	12	14,29	03	06	-	-	03
Total	84	100	10	54	05	05	10

Source : Etabli par nos soins à partir l'enquête Region Centre, 2018.

En comparaison avec les résultats de l'enquête GEM, le choix des secteurs d'activité par les entrepreneurs a connu une évolution importante. Le secteur industriel a évolué d'une manière remarquable alors que celui des services a connu un net recul, les secteurs de l'agriculture et de la construction sont demeurés plutôt stables. Cependant, l'échantillon de l'enquête Région

Centre 2018 est marqué par la forte présence des entreprises industrielles de la wilaya de Bejaia, représentant près de la moitié de l'échantillon global, ce qui donne un biais à l'analyse.

Par conséquent, ce résultat sur les secteurs d'activité doit être pris avec précaution, car en dépit de la progression de l'industrie, les services sont souvent dominants dans les classifications annuelles du secteur privé en Algérie. Et comme nous l'avons souligné, c'est dans la composition de l'échantillon de l'enquête que se trouve l'explication où un fort taux de réponse était observé dans les entreprises industrielles.

c. Pratique de l'innovation

Le tableau 22-5 donne la répartition des entreprises de l'échantillon selon la perception de leurs clients par rapport à l'innovation dans leurs produits. Les données montrent un certain équilibre entre les trois modalités de réponses, avec un léger avantage aux entreprises dont les clients estiment qu'elles innovent dans leurs produits (plus qu'un tiers des entreprises). Les deux autres modalités sont bien présentes dans l'échantillon dont une part non négligeable d'entreprises ne fait pas du tout dans l'innovation selon leurs clients.

Tableau 22-5 : Répartition de l'échantillon Région Centre 2018 par perception de l'innovation

Perception des clients de l'innovation	Effectifs	Pourcentage (%)
Touts les clients considèrent les produits comme innovants	37	44,05 %
Certains clients considèrent les produits comme innovants	27	32,14 %
Les produits ne sont pas considérés du tout comme innovants	20	23,81 %
Total	84	100

Source : Etabli par nos soins à partir de l'enquête Région Centre, 2018.

La comparaison entre les deux enquêtes de 2011 et 2018 concernant l'innovation dans les produits révèle que les entrepreneurs ont fait des progrès dans cet aspect, où la part des entreprises dont les clients considèrent les produits comme innovants a progressé dans le temps. Toutefois, l'appréciation ne concerne que l'innovation dans les produits et ne peut en être étendue aux autres aspects de l'innovation, à savoir un nouveau marché ou une nouvelle façon de produire, entre autres.

d. Promotion de la concurrence

Le tableau 23-5 présente l'appréciation des entrepreneurs interrogés sur la présence de concurrents à leurs entreprises. La moitié d'entre eux estime que cette présence est

importante, alors qu'un quart la considère plutôt moyenne, tandis qu'un cinquième d'entrepreneurs enquêtés déclarent activer dans un environnement presque sans concurrence.

Tableau 23-5 : Répartition de l'échantillon Région Centre 2018 par présence de concurrents

Présence de concurrents de l'entreprise	Effectifs	Pourcentage (%)
Présence de beaucoup de concurrents	44	52,38 %
Présence moyenne de concurrents	22	26,19 %
Absence totale de concurrents	18	21,43 %
Total	84	100 %

Source : Etabli par nos soins à partir de l'enquête Région Centre, 2018.

En comparant les deux périodes d'enquêtes, il s'avère que la concurrence entre les entreprises s'est renforcée au fil du temps selon les entrepreneurs interrogés en Région Centre en 2018, ce qui est d'ailleurs un élément appréciable pour l'économie nationale. Cette concurrence pouvant amener une meilleure qualité des produits et des services et un impact positif sur les prix.

2.2.3. Appréciation des enjeux de l'entrepreneuriat

A la lumière des éléments présentés dans l'analyse descriptive des données des deux enquêtes et relatives aux enjeux de l'entrepreneuriat, quelques enseignements peuvent être tirés par rapport à la contribution des entrepreneurs à travers la création d'emplois, le choix du secteur d'activité, la pratique de l'innovation et la promotion de la concurrence.

A cet effet, il s'avère que la création d'emplois est l'enjeu principal de l'entrepreneuriat si on se réfère aux résultats des deux enquêtes précédemment citées ainsi que la tendance positive de son évolution en Algérie. Et peu importe le nombre d'emplois créés, du fait que la majorité des entreprises qu'elles soient nouvelles ou déjà en activité, sont de petite taille, l'effet de l'entrepreneuriat sur l'emploi est perceptible sur une longue période.

Concernant le choix du secteur d'activité par les entrepreneurs, il présente un enjeu de diversification de l'économie nationale en passant des activités tournées sur la consommation vers celles tournées sur la production. Les résultats obtenus indiquent une tendance non négligeable vers le secteur industriel, qui pourrait à terme jeter les bases d'une véritable économie productive et diversifiée en Algérie et rompre ainsi avec sa nature rentière structurelle. Néanmoins, l'attrait des secteurs des services et de la construction reste intact et la politique publique est un élément incontournable pour un éventuel changement de modèle économique de développement.

Enfin, l'appréciation des enjeux de l'entrepreneuriat relatifs à la pratique de l'innovation par les entrepreneurs ainsi que la promotion de la concurrence entre les entreprises est, selon les résultats des enquêtes, plutôt mitigée. Et même si la perception des entrepreneurs est plutôt positive dans ce sens du fait de leur conscience de l'importance de ces deux enjeux, il ne demeure pas moins que cela ne constitue pas une priorité pour bon nombre parmi eux.

2.3. Perspectives de l'entrepreneuriat

Dans cet ultime élément consacré aux perspectives de l'entrepreneuriat, nous allons analyser les réponses des entrepreneurs à la question ouverte posée à la fin du questionnaire de l'enquête réalisée par nos soins en Région Centre de 2018. A cet effet, un premier tri de l'ensemble des propos tenus par les entrepreneurs ayant répondu à la question sera réalisé, du fait qu'il existe ceux qui ont bien rempli le questionnaire mais se sont abstenus à donner leur appréciation de l'entrepreneuriat et de ses perspectives en Algérie.

Ensuite, nous allons sélectionner les réponses des entrepreneurs qui nous paraissent les mieux indiquées à l'objectif recherché dans cette partie et nous allons conclure par donner notre appréciation sur la manière avec laquelle les entrepreneurs envisagent les perspectives de l'entrepreneuriat en Algérie.

Un premier entrepreneur de Bejaia déclare: « *L'entrepreneuriat en Algérie demeure malgré tout peu soutenu par l'environnement macroéconomique (administration, organismes financiers, fiscalité...). La lenteur et la bureaucratie mettent en péril les PME, notamment les entreprises créées dans le cadre des dispositifs d'aide de l'Etat* ». Pour cet entrepreneur, c'est le cadre institutionnel qui doit encore être assoupli et les procédures d'accompagnement de l'entrepreneuriat par les pouvoirs publics qui gagneraient à être allégées. En un mot, c'est la politique publique en faveur des entrepreneurs privés et de leurs entreprises particulièrement les PME, en dépit des efforts considérables consentis par l'Etat, qui doit davantage être renforcée et ajustée pour améliorer le climat des affaires.

Un deuxième entrepreneur, toujours à Bejaia, parle : « *Administrativement, partout la création d'entreprises en elles-mêmes ne pose pas de vraies contraintes, mais le paysage économique n'offre pas assez de visibilité afin de projeter une image plus ou moins claire des différentes perspectives permettant de s'engager dans tel ou tel domaine ou secteur d'activité* ». Les propos de cet entrepreneur pointent du doigt le manque de visibilité qui caractérise parfois la gestion de l'économie nationale par les autorités compétentes en Algérie,

ce qui empêche, selon l'auteur, de se projeter dans l'avenir et d'avoir des perspectives pour entreprendre davantage dans des secteurs d'activité bien spécifiés.

Un troisième entrepreneur de Tizi Ouzou dit : « *La création d'emplois et l'entrepreneuriat en Algérie vont en bon chemin mais les difficultés fiscaux des impôts sont un obstacle. La saturation des secteurs, avec trop d'entreprises dans le même secteur tue l'entrepreneuriat* ». Cet entrepreneur, en dépit qu'il reconnaît que l'entrepreneuriat est bien structuré dans le pays, soulève le poids de la fiscalité qui constitue un obstacle pour les entrepreneurs, ainsi que la saturation de certains secteurs d'activité qui nuit à la concurrence entre les entreprises.

Un quatrième entrepreneur d'Alger s'exprime : « *L'entrepreneuriat en Algérie souffre de plusieurs maux : corruption, bureaucratie, difficile accès au foncier et aux financements, législation instable* ». Les propos de cet entrepreneur sont sans concession sur le climat des affaires en Algérie et qui contraste par rapports à la politique volontariste de l'Etat en matière de promotion et de soutien de l'entrepreneuriat privé et de la création d'entreprise. Il a énuméré les obstacles qui entravent les entrepreneurs pour exercer leurs activités en toute liberté et sans entraves, à savoir, la corruption, la bureaucratie, les difficultés liées aux foncier et aux financements ainsi que l'instabilité du cadre institutionnel.

Un cinquième entrepreneur, également d'Alger, déclare : « *De nos jours, je trouve qu'il est primordial de créer des entreprises afin de contribuer au développement de plusieurs secteurs industriels, en outre, cela permettra l'évolution de l'économie du pays, et apporter une valeur ajoutée à l'économie nationale* ». Cet entrepreneur met en évidence l'importance de l'entrepreneuriat privé pour le développement de l'économie nationale en spécifiant le secteur industriel comme levier important d'apporter de la valeur ajoutée pour le pays.

Un sixième entrepreneur de Tizi Ouzou s'exprime : « *Les microentreprises ont une très grande importance dans l'économie du pays, et pour cela s'il y a des compétences dans un domaine, c'est mieux de créer une entreprise puisque ça va lui permettre de créer des richesses et d'innover dans son domaine* ». Les propos de cet entrepreneur montrent l'importance des entreprises de petite taille pour l'économie nationale, et suggèrent de profiter de la présence de compétences afin de les encourager à créer des entreprises innovantes, qui peuvent garantir la création de la richesse dans le pays.

Un septième entrepreneur de Bejaia déclare : « *Le premier moyen pour booster l'économie nationale est de commencer par privatiser les entreprises étatiques défaillantes qui activent surtout dans le BTPH, le transport aérien et les TIC et encourager les PME/PMI privées qui*

ont prouvé leur performance ». La vision de cet entrepreneur est purement libérale. Selon lui, afin d'assurer le développement de l'économie nationale, il faut que les entreprises publiques défaillantes soient privatisées, ce qui n'est pas du tout évident dans le cas de l'Algérie. Par contre, il suggère d'encourager les entreprises privées performantes, ce qui incitera le secteur privé à contribuer davantage au développement économique du pays.

Un huitième entrepreneur de Boumerdes explique : « *L'entrepreneuriat a connu des lacunes surtout en Algérie par l'absence d'un milieu favorable, Les entreprises en Algérie souffre du manque de la main d'œuvre, surtout le secteur du BTPH* ». Cet entrepreneur considère l'environnement entrepreneurial en Algérie comme étant défavorable alors que l'Etat a déployé des efforts importants pour promouvoir l'entrepreneuriat et encourager le secteur privé. Il a spécifié le problème de manque de main d'œuvre dans le secteur de la construction comme une lacune dont souffrent les entreprises, ce qui pose la problématique de la formation d'une main d'œuvre qualifiée en Algérie, pas seulement pour ce secteur, mais pour l'ensemble de l'économie.

Un neuvième entrepreneur de Bouira déclare : « *Pour que l'entrepreneur réussisse mieux, il faut alléger les procédures administratives, car pour gérer, il faut être commercial, comptable, juriste...ce qui n'est pas possible et voyons les difficultés, la création d'une entreprise est une chose compliquée, l'entrepreneuriat aussi, Le domaine de l'entrepreneuriat en Algérie est très dur* ». Les propos de cet entrepreneur traduisent la difficulté de la création des entreprises à travers la lourdeur des procédures administratives qu'il conviendrait d'ailleurs d'alléger, afin de simplifier l'acte d'entreprendre pour la population, notamment les jeunes.

Et bien que le jugement porté sur le caractère dur du domaine de l'entrepreneuriat en Algérie soit plutôt juste, nous estimons, tout de même, que les entrepreneurs doivent faire face aux difficultés et persévérer dans leurs démarches afin de réaliser leurs objectifs et pérenniser leurs entreprises.

A la lumière des propos tenus par les entrepreneurs, des enseignements peuvent être tirés de leur appréciation de l'entrepreneuriat et de la création d'entreprises en Algérie. Dans ce sens, l'environnement des entreprises privées est de nature contraignante pour les entrepreneurs, son amélioration suppose l'assouplissement du cadre institutionnel, la réforme de la fiscalité, la régulation de la concurrence et l'allègement des procédures administratives.

Ajoutons à cela un certain manque de visibilité dans le paysage économique du fait des changements plus ou moins fréquents dans le cadre réglementaire de l'investissement privé. L'établissement des textes juridiques clairs régissant l'entrepreneuriat privé et la pratique des affaires va contribuer à permettre aux différents acteurs économiques, notamment les entrepreneurs privés, d'exercer leurs activités en toute sérénité et sécurité et de se projeter même dans l'avenir.

Partant de ce qui précède, force est de constater que le rôle de l'Etat demeure primordial dans la mise en place des conditions favorables à l'entrepreneuriat et à la création d'entreprises en Algérie. A cet effet, la promulgation des textes réglementaires transparents régissant l'acte d'entreprendre et d'investir est du ressort des pouvoirs publics ainsi que l'adoption d'une politique économique claire et sans équivoque en termes de moyens et d'objectifs que le pays espère réaliser. Or, en Algérie ces deux éléments sont sujets à caution et constitue le levier avec lequel l'Etat tient le secteur privés et les entrepreneurs indépendants dans son giron. Cela d'un coté, et d'un autre, l'attitude des entrepreneurs ne dénote pas, à notre avis, d'une volonté d'émancipation de cette dépendance à l'Etat et de sa politique économique. La formation historique du secteur privé en Algérie y est pour beaucoup.

Conclusion

L'objectif de ce chapitre était de présenter les résultats essentiels de cette recherche, issus de l'investigation empirique réalisée en deux temps. L'analyse d'une partie de la base de données de l'enquête GEM Algérie de 2011 et celle des résultats d'une enquête de terrain auprès d'un échantillon d'entrepreneurs privés de quelques wilayas de la région centre en 2018.

A cet effet, deux sections ont été développées, la première a exposé de la méthodologie suivie pour recueillir les données nécessaires à la partie pratique du travail. Cela consistait dans la constitution de deux échantillons d'entrepreneurs, certes pas identique, et de deux périodes différentes afin d'établir une comparaison sur l'évolution de leurs caractéristiques. La seconde section a présenté les résultats d'une analyse multidimensionnelle des données, à travers la technique de l'AFCM dont des profils d'entrepreneurs ont été mis en évidence, les enjeux et l'appréciation des entrepreneurs sur l'entrepreneuriat et la création d'entreprises.

Concernant les résultats, la première section a montré que le profil sociodémographique de l'entrepreneur a plutôt évolué entre les deux enquêtes et leurs périodes respectives. Cela a

concerné l'âge qui est passé de la jeunesse à niveau médian, le niveau de formation qui passe du secondaire à l'universitaire alors que le genre demeure dominé par les hommes. La motivation à l'entrepreneuriat est restée plutôt centrée sur l'opportunité, bien que l'entrepreneuriat par nécessité soit également présent dans les deux échantillons. Enfin, l'environnement social favorable de l'entrepreneur est demeuré stable dans le temps.

La seconde section a permis de mettre en évidence le fait que les traits caractéristiques des entrepreneurs ne peuvent être regroupés dans un seul profil-type, unique et universel. Cela est d'autant valable aussi bien pour les entrepreneurs de l'échantillon tiré de l'enquête GEM que ceux de l'enquête que nous avons menée. Par conséquent, les résultats de l'analyse factorielle ont abouti à la formation de trois profils-types d'entrepreneurs pour chaque période, ayant chacun des caractéristiques bien spécifiques, bien que la différence entre ces profils ne soit pas aussi prononcée.

Cette section a également exposé les résultats ayant trait aux enjeux de l'entrepreneuriat dont les conclusions suggèrent que la création d'emplois et d'un degré moindre, le choix de l'industrie comme secteur d'activités par les entrepreneurs, en sont les plus significatifs. Par contre, les enjeux relatifs à la pratique de l'innovation et à la promotion de la concurrence semblent ne pas être significatifs dans la dynamique entrepreneuriale.

La section s'est achevée par l'examen des perspectives de l'entrepreneuriat à travers l'appréciation des entrepreneurs dans cette direction. Et il s'avère que le rôle de l'Etat demeure indispensable pour adopter une politique économique claire et un cadre institutionnel transparent à l'égard du secteur privé, ce qui présume que l'entrepreneuriat en Algérie demeurera encore tributaire des politiques publiques et de l'emprise de l'Etat.

CONCLUSION GENERALE

1. Rappel de la problématique et de la démarche méthodologique
2. Résultats essentiels de la recherche
3. Implications théorique, pratique et managériale
4. Limites et perspectives de la recherche

« Le succès consiste d'aller d'échec en échec sans perdre son enthousiasme ».

Sir Winston CHURCHILL (1874-1965)

CONCLUSION GENERALE

1. Rappel de la problématique et de la démarche méthodologique

L'entrepreneuriat et la création d'entreprise sont désormais des objets de recherche privilégiés depuis que leur importance dans le développement économique et social est reconnue, aussi bien dans les pays développés que dans ceux en développement. En abordant cette recherche, nous avons, au préalable, interrogé la littérature sur le concept de l'entrepreneuriat et nous avons montré toute la difficulté relative à sa définition, à sa perception en tant que phénomène économique ainsi que son caractère multiparadigmatique pour l'appréhender. Dans ce sens, les paradigmes de l'opportunité, de la création de valeur et de l'innovation semblent faire consensus entre les spécialistes du domaine de la recherche.

La revue de littérature nous a permis également de démontrer le caractère entrepreneurial de la création d'entreprise, et son rôle positif dans le développement économique à travers la création de l'emploi et la contribution à la croissance. Un impact qui ne peut se faire sentir que sur des périodes plus ou moins longues. Ensuite, nous avons abordé le concept de l'entrepreneur, mis en évidence la difficulté de le définir, et la diversité des approches qui le caractérisent et nous avons conclu par considérer, à sa juste valeur, son rôle important dans le développement de l'économie capitaliste.

En s'inscrivant dans une perspective de recherche en sciences de gestion, dont la problématique s'articule autour de l'entrepreneuriat et la création d'entreprise, l'objet de cette thèse est de caractériser les entrepreneurs en Algérie, les enjeux de l'entrepreneuriat ainsi que ses perspectives. Une recherche dont la contextualisation se réfère à la transition du pays à l'économie de marché et la dynamique entrepreneuriale de création d'entreprises privées, portée par des entrepreneurs nouveaux et indépendants.

A cet effet, nous avons établi que l'évolution de l'entrepreneuriat et du secteur privé en Algérie est étroitement liée aux mutations économiques du pays et dépend des politiques de l'Etat dont le rapport à son égard demeure, à notre avis, ambivalent. Nous avons aussi souligné la contribution avérée des entreprises privées au développement économique en Algérie, dans les secteurs hors hydrocarbures en particulier.

En parallèle, nous avons analysé la figure de l'entrepreneur algérien à travers l'expérience du développement économique national, exposé ses différentes trajectoires professionnelles et recensé ses principales caractéristiques. Nous avons conclu que les traits et caractères des

entrepreneurs en Algérie sont hétérogènes et bien qu'ils se distinguent du reste de la population, ils ne forment pas pour autant une seule catégorie, bien au contraire, il en existe une multitude de profils-types.

Ensuite, nous avons apprécié la politique publique en faveur de l'entrepreneuriat privé et la création d'entreprise en soulignant les efforts consentis par l'Etat en Algérie, en termes de financements, d'accompagnements ou de formations. Néanmoins, le climat des affaires demeure globalement contraignant, en dépit de l'amélioration de certains aspects, au même titre que la mortalité des nouvelles entreprises.

Enfin, nous avons évalué la dynamique entrepreneuriale à travers l'analyse de l'évolution des PME privées ainsi que leur contribution à l'économie nationale dont les conclusions ont démontré une tendance positive depuis les années 2000, que ce soit pour le nombre de PME privées ou l'apport à l'emploi et la valeur ajoutée HH.

Une fois que nous avons présenté le contexte de la recherche et restitué la littérature théorique et empirique sur l'entrepreneur et la dynamique de création d'entreprises privées en Algérie, nous avons abordé l'investigation empirique de cette recherche dans l'objectif d'appréhender concrètement sur le terrain, les projections possibles de la problématique.

Dans cette perspective, nous avons adopté une démarche méthodologique en plusieurs étapes, afin de répondre au questionnement essentiel de la thèse sur l'entrepreneuriat en Algérie. Ce dernier étant décliné sous formes de questions relatives aux caractéristiques des entrepreneurs, aux enjeux et perspectives de l'entrepreneuriat.

En premier lieu, et comme nous avons eu accès à la base de données de l'enquête GEM pour l'Algérie de 2011, nous avons construit un premier échantillon d'entrepreneurs privés, en choisissant les entrepreneurs établis et les variables relatives aux caractéristiques de l'entrepreneur. En second lieu, nous avons mené une enquête par questionnaire en 2018 auprès d'un deuxième échantillon d'entrepreneurs privés, répartis sur cinq wilayas de la région centre, même si dans les faits, la wilaya de Bejaia est la plus représentée.

En troisième lieu, nous avons analysé les données statistiques obtenues des deux échantillons concernant les caractéristiques des entrepreneurs pour chaque période et nous avons ensuite établi une comparaison afin de porter un jugement sur leurs évolutions dans le temps. En quatrième lieu, nous avons appliqué une AFCM (analyse factorielle des correspondances multiples) aux bases de données constituées à partir des deux enquêtes précédemment citées.

L'objectif de cette étape est la constitution de groupes d'entrepreneurs partageant les mêmes caractères, pour chaque échantillon et chaque période, dans le but de s'interroger sur la présence de profils distincts d'entrepreneurs et leur évolution.

En cinquième lieu, nous avons exploité les réponses des entrepreneurs aux questions relatives à certains enjeux de l'entrepreneuriat que nous avons spécifiés dans le questionnaire de l'enquête. En dernier lieu, nous avons analysé et discuté les propos des entrepreneurs questionnés dans le cadre de l'enquête menée par nos soins en région centre en 2018. Ces propos sont consignés dans leurs réponses à une question ouverte sur leur appréciation de l'entrepreneuriat et de la création d'entreprises en Algérie et de ses perspectives.

2. Résultats essentiels de la recherche

Le recours à l'investigation du terrain pour le recueil de l'information nécessaire à la recherche, un exercice difficile en Algérie, a permis la constitution de données appréciables pour l'analyse des questions soulevées par la problématique. Leur lecture, analyse et exploitation, par les techniques statistiques utilisées nous a permis d'obtenir des résultats, certes discutables mais forts intéressants sur l'entrepreneuriat en Algérie.

Ainsi, les résultats de l'analyse unidimensionnelle des données ont montré une évolution du profil sociodémographique de l'entrepreneur, bien que cela concerne l'âge et le niveau de formation d'une manière particulière. L'opportunité comme motivation à l'entrepreneuriat et l'environnement social favorable sont demeurés plutôt stables. De leur côté, les résultats de l'analyse factorielle ont permis la mise en évidence de plusieurs profils-types d'entrepreneurs pour chaque période d'enquêtes, chaque profil ayant ses propres traits de caractères.

Par conséquent, cela implique que les caractéristiques des entrepreneurs en Algérie ne peuvent être regroupés dans un profil-type unique, *validant ainsi la première hypothèse émise au début de cette recherche*. Du même, les résultats de cette partie de la recherche ont montré la pertinence des variables mobilisées dans la démarche exploratoire en vue d'une caractérisation de l'entrepreneuriat en Algérie.

Concernant les enjeux de l'entrepreneuriat, les résultats de cette recherche sont plutôt mitigés. En effet, ils suggèrent que la création d'emplois et d'un degré moindre le choix de l'industrie comme secteur d'activité en vue d'une diversification de l'économie, sont les enjeux les plus significatifs. Ce qui implique *de valider partiellement la seconde hypothèse de cette thèse*,

étant donné que les enjeux de l'innovation et de la concurrence ne se sont pas réellement concrétisés.

Enfin, les résultats relatifs aux perspectives de l'entrepreneuriat en Algérie ont montré qu'il demeure étroitement dépendant et tributaire de l'Etat et de ses politiques. Les entrepreneurs sont toujours sensibles au cadre institutionnel des affaires et aux orientations des politiques économiques du pays. Ces deux éléments suffisent à attester de l'emprise de l'Etat en Algérie sur le secteur et les entrepreneurs privés, *invalidant ainsi la troisième hypothèse de cette recherche*. D'autant plus que cela peut réduire leur indépendance et même leur contribution au développement économique du pays

3. Implications théorique, pratique et managériale de la recherche

Au terme de cette recherche, nous estimons humblement avoir apporté une modeste contribution sur un triple plan, théorique, pratique et managérial. Dans cette perspective, l'implication théorique de la présente thèse consiste de la mise en évidence de la maturation de la perception du concept de l'entrepreneuriat par les entrepreneurs en Algérie, dont les faits entrepreneuriaux s'émergent et se consacrent davantage.

L'implication pratique de cette thèse se manifeste à travers la caractérisation de l'entrepreneuriat en Algérie et ses différents aspects. La mise en forme des profils de l'entrepreneur et l'appréciation de l'évolution de l'entrepreneuriat dans une dimension temporelle en sont les éléments les plus typiques.

Enfin, l'implication managériale de la recherche peut se décliner sous forme de recommandations aux autorités publiques en Algérie et chargées de la gestion de l'activité économiques. Ces recommandations concerneraient l'amélioration du climat des affaires en général, et celui de la petite entreprise privée en particulier, le renforcement de la politique de la formation, notamment professionnelle, la vulgarisation de l'esprit entrepreneurial dans la société dès le jeune âge et l'encouragement des idées innovantes de jeunes entrepreneurs et leurs financements dans le cadre de start-ups.

4. Limites et nouvelles pistes de recherche

Comme tout travail de recherche, nous sommes conscients que cette thèse souffre certainement de limites évidentes et dont l'évocation permettra d'envisager de nouvelles pistes de recherche à l'avenir.

Une première limite est relative la représentativité des échantillons des enquêtes par rapport à la population des entrepreneurs privés que compte le pays, en plus de la surreprésentation de la wilaya de Bejaia dans l'échantillon de la région centre. Une seconde limite porte sur le choix de l'enquête en Région Centre en 2018, du fait que d'autres régions du pays sont également dynamiques, comme l'Oranie ou le Constantinois.

Un élargissement de la portée géographique des futures enquêtes de terrain à ces régions renforcerait certainement la compréhension des contours de la dynamique entrepreneuriale du pays. Et permettrait d'établir des comparaisons entre les régions du pays et d'expliquer leurs différences en termes de dynamisme entrepreneurial de création d'entreprises privées.

Une troisième limite consiste dans l'occultation du caractère familial de l'entrepreneuriat en Algérie, bien qu'il ait été abordé brièvement dans cette thèse. Approfondir l'étude de cette spécificité du capital privé algérien, sa formation, son évolution ainsi que son rapport à l'Etat, pourrait constituer une piste de recherche intéressante dans un proche avenir.

BIBLIOGRAPHIE

1. **Abedou A., Bouyacoub A. et Kherbachi H.** (2013) « L'entrepreneuriat en Algérie, 2009/2012. Rapport GEM Algérie 2012 ». *Coopération allemande au développement (GIZ) et CREAD*, Alger.
2. **Abedou A., Bouyacoub A. et Kherbachi H.** (2013) « L'entrepreneuriat en Algérie, Données de l'enquête GEM 2011 ». *Coopération allemande au développement (GIZ) et CREAD*, Alger.
3. **Acs Z.** (1984) "The changing Structure of the U.S. Economy ". *Praeger*, New York.
4. **Akacem K.** (2008) « Des réformes économiques pour la promotion des PME ». *Revue des économies Nord Africaines*, N°5, p. 1-20.
5. **Aknine Souidi R. et Ferfera M.Y.** (2014) « Entrepreneuriat et création d'entreprise en Algérie : une lecture à partir des dispositifs de soutien et d'aide à la création des entreprises ». *Revue des Sciences Economiques et de Gestion*, N°14, p. 65-78.
6. **Aknine R. et Ziour H.** (2006) « Le profil des créateurs d'entreprises en Kabylie : le poids de la famille et l'incidence du chômage dans la création d'entreprises » *Communication au Colloque international : créations d'entreprises et territoires*, Tamanrasset, Algérie.
7. **Aktouf O.** (1987) « Méthodologie des sciences sociales et approche qualitative des organisations. Une introduction à la démarche classique et une critique ». *Les Presses de l'Université du Québec*, Montréal.
8. **Amir O. et Bellache Y.** (2018) « Institutions et organisations : quelle articulation dans une problématique de l'entrepreneuriat en Algérie ? ». *Revue Marchés et Organisations* Vol.3, N°33, p. 173-195. .
9. **Amokrane M.** (2011) « Les petites entreprises. Concepts, environnements et expériences, cas de l'Algérie ». *Thèse de Doctorat en Analyse économique*, Université d'Alger.
10. **Andreff W.** (2009) « Réformes, libéralisation, privatisation en Algérie. Point de vue d'un outsider en 1988-1994 ». *Revue Confluences Méditerranée*, Vol.4, N°71, p.41-62.
11. **Assala K.** (2006) « PME en Algérie, de la création à la mondialisation ». *Communication au 8^{ème} Congrès International Francophone en Entrepreneuriat et PME*, Fribourg, Suisse.
12. **Assala K.** (2006) « PME, Mondialisation et stratégies de défense du territoire ». *Communication au Colloque international : créations d'entreprises et territoires*, Tamanrasset, Algérie.

13. **Assassi M. et Hammouda N.** (2006) « Les entrepreneurs algériens, une image statistique », *Communication au Colloque international : créations d'entreprises et territoires*, Tamanrasset.
14. **Audretsch D.** (2006) « L'émergence de l'économie entrepreneuriale ». *Revue Reflets et Perspectives de la vie économique*, Tome XLV, Vol 1, pp. 43-70.
15. **Ayad-Malek N.** (2017) « La création d'entreprise et les politiques territoriales : cas de la wilaya de Bejaia ». *Thèse de Doctorat en Sciences Economiques*, Université de Bejaia, Algérie.
16. **Banque Mondiale** (2018) « 15ème rapport annuel Doing Business 2018 ». Washington
17. **Baronet J.** (1996) « L'entrepreneurship, un champ à la recherche d'une définition. Une revue sélective de la littérature sur l'entrepreneurship ». *Revue Cahiers de recherche*, N°96, p. 129-172.
18. **Bazin L.** (2013) « La sociologie des travailleurs algériens de Pierre Bourdieu en regard d'une ethnologie du présent ». *Revue At-Tadwin*, N° 5, p. 1-17.
19. **Bedrani S.** (1997) « Nouveaux entrepreneurs dans la transition à l'économie de marché: les entrepreneurs ruraux ». *Revue Les Cahiers du CREAD*, N° 42, p. 5-19.
20. **Bellache Y.** (2010) « L'économie informelle en Algérie, une approche par enquête auprès des ménages-le cas de Bejaia ». *Thèse de Doctorat en Sciences Economiques*, En co-tutelle, Université de Bejaia (Algérie) et Univeristé Paris-Est Créteil (France).
21. **Belmihoub M.C.** (2006) « Le comportement privé face aux contraintes institutionnelles : approche à partir de données d'enquête et de panels sur la PME privée en Algérie » *Communication au Colloque international : créations d'entreprises et territoires*, Tamanrasset.
22. **Benabdellah Y.** (2009) « Rente et désindustrialisation ». *Revue Confluences Méditerranée*, N°71, p.85-100.
23. **Benabdellah Y.** (2008) « Economie politique de la transition dans une économie pétrolière, le cas de l'Algérie ». *Communication au Séminaire CEPN*, Paris.
24. **Benachenhou A.** (2007) « Les entrepreneurs algériens », *Edition Alpha Design*, 245 p.
25. **Benghabrit-Remaoun N.** (2006) « Itinéraires de femmes entrepreneurs en Algérie : cas d'Oran ». *Communication au Colloque international : créations d'entreprises et territoires*, Tamanrasset, Algérie.

26. **Benguerna M. et Guedjali A.** (2006) « La formation à la création des entreprises en Algérie : Etat des lieux et questionnement ». *Communication au Colloque international : créations d'entreprises et territoires*, Tamanrasset, Algérie.
27. **Benissad H.** (1997) « Le plan d'ajustement structurel ». *Revue Confluences Méditerranée*
28. **Benzecri F. et Col J.P.** (1980) « Pratique de l'analyse des données. Analyse des correspondances. Exposé élémentaire ». *Edition Dunod*, Paris.
29. **Bouhou K.** (2009) « L'Algérie des réformes économiques : un goût d'inachevé ». *Revue Politique étrangère*, Vol. 2, p. 323-335.
30. **Boughattas-Zrig Y.** (2011) « Les compétences de l'entrepreneur. Définition, démarches d'évaluation et facteurs de développement ». *Thèse de Doctorat en Sciences de Gestion*, Université Nancy 2, France
31. **Boukella M. et Bouaita A.** (2006) « Territoire, entrepreneuriat et milieu : quelques enseignements tirés d'une enquête dans la wilaya de Tizi Ouzou ». *Communication au Colloque international : créations d'entreprises et territoires*, Tamanrasset, Algérie.
32. **Boukhari M.** (2009) « Rôle de l'Etat vis-à-vis des TPE/PME dans un pays nouvellement adhérent à l'économie de marché : cas de l'Algérie ». *Communication au 11^{ème} Journées scientifiques du Réseau Entrepreneuriat, INRPME*, Trois-Rivières, Canada.
33. **Boukhari M. et Abedou A.** (2016) « Le profil entrepreneurial : facteur discriminant du développement économique ». *Revue Les Cahiers du CREAD*, N° 116, p. 127-153.
34. **Boumghar M.Y. et Menna K.** (2006) « Financement, création d'entreprises et territoires : A la recherche d'un lien ». *Communication au Colloque international : créations d'entreprises et territoires*, Tamanrasset, Algérie.
35. **Bourdieu P.** (1963) « Travail et travailleurs en Algérie ». *Edition Mouton*, Paris.
36. **Bourguiba M.** (2007). « De l'intention à l'action entrepreneuriale : approche comparative auprès des TPE françaises et tunisiennes ». *Thèse de Doctorat en Sciences de Gestion*, Université Nancy 2, France
37. **Bouslikhane A.** (2011) « Enseignement de l'entrepreneuriat : pour un regard paradigmatique autour du processus entrepreneurial ». *Thèse de Doctorat en Sciences de Gestion*, Université Nancy 2, France
38. **Boutaleb K.** (2013) « La formation à l'entrepreneuriat : une nécessité pour la création d'entreprise ». *Communication aux 4^{ème} Journées Scientifiques Internationales de l'Entrepreneuriat*, Université de Biskra, Algérie.

- 39. Boutillier S.** (2015). « L'entrepreneuriat et la dynamique du changement dans la théorie économique ». In : UZINIDIS D. (sous la dir.), *L'économie du changement*, L'Harmattan.
- 40. Boutillier S.** (2014) « Théories économiques de l'entrepreneur innovant, Principes d'économie de l'innovation ». *Collection Businessse & Innovation n°8*, Peter Lang, Bruxelles, 515 p.
- 41. Boutillier S.** (2013) « L'entrepreneur, Le Deus Ex Machina des économistes » in LEGER-JARNIOU (C) (sous la dir.), *Le grand livre de l'entrepreneuriat DUNOD*, Paris, p.25-42
- 42. Boutillier S. et Uzunidis D.** (2014) « L'empreinte historique de la théorie de l'entrepreneur. Enseignements tirés des analyses de Jean-Baptiste Say et de Joseph Alois Schumpeter ». *Revue Innovation*, Vol. 3, N°45, p. 97-119.
- 43. Boutillier S. et Uzunidis D.** (1995) « L'entrepreneur. Une analyse socio-économique ». *Economica*, Paris.
- 44. Bouyacoub A.** (2012) « Quel développement économique depuis 50 ans ? », *Revue Confluences Méditerranée*, N° 81, p. 83-102.
- 45. Bouyacoub A.** (2006) « Entrepreneuriat, territoires et capital humain », *Communication au Colloque International: Création d'entreprises et territoires*. Tamanrasset
- 46. Bouyacoub A.** (2004) « Entrepreneurs et PME, approches algéro-françaises ». Edition l'Harmattan, Paris.
- 47. Bouyacoub A.** (2001) « Entreprises publiques, Ajustement structurel et privatisations ». *Revue Les Cahiers du CREAD*, Vol.3, N° 57, p.75-91.
- 48. Bouyacoub A.** (1997) « L'économie algérienne et le programme d'ajustement structurel ». *Revue Confluences Méditerranée*, N° 21, p. 77-85.
- 49. Bouyacoub A.** (1997) « Les nouveaux entrepreneurs en Algérie en période de transition : la dimension transnationale ». *Revue Les Cahiers du CREAD*, Vol.1, N°40, p. 105-119.
- 50. Bravin H.** (1997) « L'inquiétante détérioration de la situation économique en Algérie ». *Revue Confluences Méditerranée*, N° 21.
- 51. Bruyat (C)**, 1993, *Création d'entreprises : contribution épistémologiques et modélisation*, Thèse de Doctorat en sciences de gestion, ESA, Université Grenoble II, France

52. **Byrd C.W.** (2003) « Contre-performances économiques et fragilité institutionnelle ». *Revue Confluences Méditerranée*, N°45, p. 59-79.
53. **Casson M.** (2003) “*The entrepreneur : an economic theory*. Second Edition, Edwar Elgar, Cheltenham, UK.
54. **Carland J. et Al.** (1984) “Differentiating entrepreneurs from small business owners”. *The Academy of Management Review*, Vol. 09, N° 2, p. 354-359.
55. **Carree M. et Thurik R.** (1998) “Small Firms and Economic Growth in Europe”. *Atlantic Economic Journal*, Vol. 26, N°2, p. 137-146.
56. **Chabaud D. et Messeghem K.** 2010, « Le paradigme de l'opportunité. Des fondements à la refondation », *Revue française de gestion*, Vol.7, N° 206, p. 93-112.
57. **Chandler G. et Jansen E.** (1992) “The founder’s self-assessed competence and venture performance”. *Journal of Business Venturing*, Vol. 7, Issue 3, p. 223-236.
58. **Chettab N.** (2012) « Compétitivité structurelle et innovation en Algérie : une affaire d’Etat ? ». *Communication au Colloque International Algérie : Cinquante ans d’Expériences de Développement Etat-Economie-Société*, CREAD, Alger.
59. **Cheriet A.** (2009) « Mondialisation de l’économie algérienne : du Big-Push à l’ajustement structurel ». *Revue Sciences Humaines*, N°31, p. 17-36.
60. **Côte M.** (2011) « L’Algérie, mondialisation et nouvelles territorialités ». *Revue Méditerranée*, N° 116, p. 77-84.
61. **Colot O, Comble K, et Ladhari D.** (2007) « Influence des facteurs socio-économiques et culturels sur l’entrepreneuriat ». *Centre de recherche Warocque*, Bruxelles, Belgique.
62. **Covin J. et Slevin D,** (1991) “A conceptual model of entrepreneurship as firm behaviour” *Entrepreneurship, Theory and Practice*, Baylor University.
63. **Cunningham J. et Lischeron J.** (1991) “Defining Entrepreneurship”. *Journal of Small Business Management*, N° 29, p. 45-61.
64. **Dahmani A.** (1999) « L’Etat dans la transition à l’économie de marché. L’expérience algérienne des réformes ». *Revue Cahiers du CREAD*, N°50, Vol.4, p. 47-69.
65. **Danjou I.** (2002) « L’entrepreneuriat : un champ fertile à la recherche de son unité ». *Revue française de gestion*, Vol. 28, N° 138, p.109-125.
66. **De La Ville V.** (2001) « L’émergence du projet entrepreneurial : apprentissages, improvisations et irréversibilités ». *Revue de l’Entrepreneuriat*, Vol. 1, p. 43-59.
67. **De Woot Ph.** (2005) « L’entrepreneur ». *Revue Reflets et perspectives de la vie économique*, Tome XLIV, p. 93-105.

- 68. Derras O.** (1997) « Place du secteur privé industriel national dans l'économie algérienne ». *Revue Insaniyat*, N°1, p. 156-174.
- 69. Deschamps B.** (2000) « Le processus de reprise d'entreprise par les entrepreneurs personnes physiques ». *Thèse de Doctorat en Sciences de Gestion*, Université Pierre Mendès- France.
- 70. Drucker (M)**, 1985. *Les entrepreneurs*. Edition L'expansion/Hachette, Paris.
- 71. Emin (S)**, 2003, *L'intention de créer une entreprise des chercheurs publics : le cas français*, Thèse de Doctorat en Sciences de Gestion, Université Pierre Mendès-France
- 72. Facchini (F)**, 2007. *Entrepreneur et croissance économique : développements récents*. *Revue d'économie industrielle*, N° 119, p.55-84.
- 73. Fayolle (A)**, 2004. *Entrepreneuriat, apprendre à entreprendre*. Edition DUNOD, Paris.
- 74. Fayolle A.** (2004), « Entrepreneuriat et processus : faire du processus un objet de recherche et mieux prendre en compte la dimension processus dans les recherches ». *Communication au 7^{ème} Congrès international francophone en entrepreneuriat et PME*, Montpellier, France.
- 75. Ferfera M.Y. et Belarbi Y.** (2006) « L'impact des caractéristiques entrepreneuriales sur le développement des entreprises en Algérie: Etude de cas ». *Communication au Colloque International: Création d'entreprises et territoires*. Tamanrasset, Algérie.
- 76. Fillion L.** (1997) « Le champ de l'entrepreneuriat : historique, évolution, tendances ». *Revue internationale PME*, Vol. 10, N°2, p.130-172.
- 77. Janssen F.** (sous la direction) (2009) « Entreprendre, une introduction à l'entrepreneuriat », *De boeck*.
- 78. Jaziri R.** (2009) « Une vision renouvelée des paradigmes de l'entrepreneuriat : vers une reconfiguration de la recherche en entrepreneuriat », *Actes du colloque Entrepreneuriat et Entreprise : nouveaux enjeux et nouveaux défis* Gafsa, Tunisie.
- 79. Julien P.A. et Marchesnay M.** (2001) « L'entrepreneuriat », *Edition Economica*. Paris.
- 80. Julien P.A. et Cadieux L.** (2010) « *La mesure de l'entrepreneuriat. Rapport d'étude* Institut statistique du Québec, Canada.
- 81. Haddad B.** (2008) « Dynamique de création des entreprises en Algérie et émergence des petites et moyennes entreprises dans le domaine économique algérien : étude de cas des PME de la wilaya d'Alger ». *Thèse de Doctorat en Economie*, Université d'Alger.

- 82. Hafsi T. (s. dir)** (2011) « Le développement économique de l'Algérie. Expériences et perspectives ». *Casbah Editions*, Alger.
- 83. Hafsi T.** (2010) « Issad Rebrab, Commencer petit, voir grand et aller vite ». *Casbah Editions*, Alger
- 84. Hamamda M.T.** (2011) « Privatisation des entreprises publiques en Algérie ». *Revue Géoéconomie*, Vol.1, N°56, p. 133-157.
- 85. Hamed Y.** (2003) « Le financement de la micro-entreprise au Maghreb : cas de 249 micro entrepreneurs algériens ». *Cahier du GRATIS*, N° 22, Université Paris XII.
- 86. Hamidi Y.** (2008) « L'avenir des petites et moyennes entreprises algériennes dans le contexte de la mondialisation ». *Thèse de Doctorat en Sciences Economiques*, Université d'Alger.
- 87. Hayton J., George G. et Zahra S.** (2002) "National culture and entrepreneurship : A review of behavioural research". *Entrepreneurship, Theory and Practice*, Vol. 26, N° 4, p. 33-52.
- 88. Henni A.** (1990) « Le cheikh et le patron. Usages de la modernité dans la reproduction de la tradition ». *Revue Peuples méditerranéens*, N° 52-53 (spécial), p.219-232.
- 89. Himrane M. et Hassani H.** (2017) « Une analyse multidimensionnelle de l'entrepreneuriat féminin en Algérie » *Revue algérienne de développement économique*, N° 6, p. 13-26.
- 90. Gartner W.B.** (1990) *What are we talking about when we talk about entrepreneurship?* *Journal of Business Venturing*, Vol. 5, N°1, p. 15-28.
- 91. Gasse, Y. et D'Amours A.** (2000) « Profession : Entrepreneur », *Les Éditions Transcontinentales*, Montréal.
- 92. Gassemi K. et Bournois F.** (2010) *Caractéristiques et typologies des cadres dirigeants. L'exemple marocain.* *Revue internationale de psychosociologie et de gestion des comportements organisationnels*, Vol. XVI/39, p.135-160.
- 93. Ghanem Y.** (2017) « Développement du système financier : quel impact sur la dynamique de création des entreprises. Algérie-MENA ». *Thèse de doctorat en Economie appliquée*, Université de Bejaia, Algérie.
- 94. Ghouati A.** (2003) « Eléments pour comprendre l'Algérie ». *Commissariat de l'Année de l'Algérie en France 2003*.
- 95. Gillet A.** (2004) « Les entrepreneurs algériens : un groupe hétérogène entre logique familiale et logique économique ». *In Abdou A. et al., Entrepreneurs et PME. Approches algéro-française*, Edition L'Harmattan, p. 127-140.

- 96. Grandclaude D. et Nobre T.** (2013) « Caractéristiques du propriétaire-dirigeant de PME : entre l'être et le faire, où en sommes-nous ? » *Communication à la XXII^{ème} Conférence Internationale de Management Stratégique*, Clermont-Ferrand, France.
- 97. Kerzabi A. et Tabet-Aouel W.** (2009) « L'entreprise familiale en Algérie : de l'indépendance au conservatisme ». *Communication au 11^{ème} Journées scientifiques du réseau entrepreneuriat, INRPME*. Trois-Rivières, Canada .
- 98. Khodja S.** (2006) « De la rupture avec l'aide au retour à la famille et à la région, méfiance exagérée ou circonspection salutaire ? ». *Communication au Colloque International: Création d'entreprises et territoires*. Tamanrasset, Algérie
- 99. Kichou L.** (2009) « Les privatisations en Algérie sont-elles toujours d'actualité ? Eclairages institutionnalistes d'un échec ». *Revue Confluences Méditerranée*, Vol.4, N°71, p.63-84.
- 100. Lakhef O.** (2004) « La réalité des petites et moyennes entreprise et les moyens de leur soutien et développement : une étude de cas en Algérie ». *Thèse de Doctorat en Sciences Economiques*, Université d'Alger.
- 101. Laviolette E. et Loué C.** (2006), « Les compétences entrepreneuriales : définition et construction d'un référentiel ». *Communication au 8^{ème} Congrès International Francophone en Entrepreneuriat et PME*, Fribourg, Suisse.
- 102. Leger-Jarniou C.** (sous la dir.), 2013, « Le grand livre de l'entrepreneuriat », *Edition DUNOD*, Paris.
- 103. Liabès Dj.** (1987) « Qu'est-ce qu'entreprendre ? Eléments pour une sociologie des espaces productifs ». *Revue Cahiers du CREAD* N°11, p.31-42.
- 104. Liabès Dj.** (1984) « Entreprises, entrepreneurs et bourgeoisies d'industrie en Algérie. Quelques éléments pour une sociologie de l'entreprendre ». *Revue Cahiers du CREAD* N°1, p.97-113.
- 105. Liabès Dj.** (1984) « Capital privé et partons de l'industrie en Algérie, 1962-1982. Propositions pour l'analyse de couches sociales en formation », CREAD, Alger.
- 106. Liassine M.** (1996) « Les réformes économiques en Algérie : une transition vers l'économie de marché ? ». *Annuaire de l'Afrique du Nord*, CNRS Editions, Tome XXXV, p.49-68
- 107. Longuet (S)**, 2011. *L'entrepreneur et la coordination. Les limites paradoxales des approches autrichiennes*. *Revue Française de Socio-Economie*, Vol.1, N°7, p. 103-121.
- 108. Loue C.** (2011) *Les compétences de l'entrepreneur algérien : validation qualitative et quantitative d'un référentiel*, *Business Management Review*, Vol.1, N° 2, pp. 102-111.

- 109. Madoui M.** (2011) « Mondialisation et recomposition du capital algérien. L'émergence d'une nouvelle figure : l'entrepreneur religieux ». *Revue Méditerranée*, N° 116, p. 43-48.
- 110. Madoui M.** (2008) « Les nouvelles figures de l'entrepreneuriat en Algérie : un essai de typologie ». *Revue Les Cahiers du CREAD*, N°85-86, p.45-58
- 111. Marchesnay M.** (2012) *Une approche pragmatique de l'entrepreneur*, Revue internationale de psychologie et de gestion des comportements organisationnels, Vol. XVIII, N°46, p.95-106.
- 112. Marchesnay M.** (2008) « L'entrepreneur : une histoire française ». *Revue Française de gestion*, Vol. 8, N° 188-189, p. 77-95.
- 113. Melbouci L.** (2008) « L'entreprise algérienne face à quel genre d'environnement ? ». *Revue des Sciences de Gestion*, Vol. 6, N° 234, p. 75-83.
- 114. Melbouci L.** (2006) « De l'économie administrée à l'économie de marché : quelles stratégies pour l'entrepreneur algérien face à la concurrence mondiale ? » *Communication au 8^{ème} Congrès International Francophone en Entrepreneuriat et PME*, Fribourg, Suisse.
- 115. Mezouaghi M.** (2015) « L'économie algérienne : chronique d'une crise permanente ». *Revue Politique étrangère*, Vol.3, p. 17-29.
- 116. Ministère de l'Industrie et des Mines** (2018) « Bulletin d'information statistique de la PME », N°33, Données du premier semestre 2018, *Direction Générale de la Veille Stratégique, des Etudes et des Systèmes d'Information*, Alger.
- 117. Moreau R.** (2004) « L'identité entrepreneuriale en soi. Le cas de 45 fondateurs d'entreprise de nouvelle technologie ». *Revue Internationale de la PME*, Vol.17, N°2, p. 11-42.
- 118. Mouloud A. et Belattaf M.** (2013) « L'entrepreneur algérien, cinquante ans après l'indépendance : Comportement, profil et trajectoire socioéconomique ». *Communication aux 4^{ème} Journées Scientifiques Internationales de l'Entrepreneuriat*, Université de Biskra, Algérie.
- 119. Mucherie M.** (2008) « L'entrepreneur dans la théorie autrichienne. Un homme sans qualité ? » *Revue internationale de psychologie*, Vol. XIV, N°32, p. 161-180.
- 120. Mutin G.** (1997) « Le contexte économique et social de la crise algérienne ». In : *La crise algérienne : enjeux et évolution Mario Melle Editions.*
- 121. Neffakhi H.** (2008) « Equipe entrepreneuriale et prise de décision : une étude exploratoire sur le rôle de la diversité du capital humain » *Thèse de Doctorat en Sciences de Gestion*, Université Nancy 2, France

122. **Nemiri-Yaici F.** (2006) « Profil des entreprises privées de la wilaya de Bejaia : caractéristiques, financement et rentabilité ». *Communication au Colloque International: Création d'entreprises et territoires*. Tamanrasset, Algérie.
123. **Noailles P.** (2011) « De l'innovation à l'innovateur. Pour une approche structuraliste de l'innovation ». *La Revue des Sciences de Gestion*, n°247-248, p. 13-28.
124. **Oussalem M.O.** (2002) « Entrepreneuriat privé et développement local. Eléments d'analyse à partir du cas de Tizi-Ouzou ». *Revue Insaniyat*, N°16, p. 135-162.
125. **Pelletier G.** (1990) *L'entrepreneur dans la pensée économique : l'originalité méconnue de Turgot*. Revue L'Actualité économique, Vol.66, N°2, p.187-192.
126. **Peneff J.** (1982) « Carrières et trajectoires sociales des patrons algériens ». *Actes de la recherche en sciences sociales*, Vol. 41, p. 61-72.
127. **Saboun L. et Aknine R.** (2017) « Encastrement socio-territorial de l'entrepreneur : illustration par l'étude du profil et les trajectoires socioprofessionnelles des entrepreneurs de la wilaya de Tizi Ouzou ». *Revue Internationale des Affaires et des Stratégies Economiques*, Vol.6, p. 201-209.
128. **Saleh L.** (2011), *L'intention entrepreneuriale des étudiantes : cas du Liban*, Thèse de Doctorat en Sciences de Gestion, Université Nancy 2, France
129. **Santelli E.** (2010) « Entre ici et là-bas : les parcours d'entrepreneurs transnationaux. Investissement économique en Algérie des descendants de l'immigration algérienne de France ». *Revue Sociologie*, Vol. 1, p. 393-411.
130. **Saoud W. et Gasmi K.** (2016) « La contribution des PME/PME dans l'économie algérienne durant la période 2004-2015 ». *Revue Valaque d'Etudes Economiques*, Vol. 07 N°21, p. 93-102.
131. **Schumpeter J.A.** (1911) « Théorie de l'évolution économique Recherches sur le profit, le crédit, l'intérêt et le cycle de la conjoncture ». *Traduction française, 1935, Edition électronique*, 2002, Québec, Canada.
132. **Shane S. et Venkataraman S.** (2000) "The Promise of Entrepreneurship as a Field of Research", *The Academy of Management Review*, Vol. 25, No. 1, pp. 217-226
133. **Shapero A.** (1975) "The displaced, uncomfortable entrepreneur". *Psychology Today*, Vol. 9, N°6, p. 431-446.
134. **Sebti F.** (1998) « Sur l'origine de réformes économiques en Algérie et en Europe de l'Est. Une étude comparative ». *Revue des Sciences Humaines*, N°11, p. 7-16.
135. **Setti Z.** (2012) « La PME privée en Algérie : problématique de développement ». *Revue Social Studies*, Vol.3, N°3, p. 1-18.

136. **Siagh A.R.** (2014) « Contribution du profil et des compétences entrepreneuriales à la réussite des petites et moyennes entreprises en Algérie ». *Thèse de Doctorat en Sciences de Gestion*, Université Kasdi Merbah, Ouargla.
137. **Siomy M.** (2007) « Développement des compétences des leaders en promotion de la culture entrepreneuriale et de l'entrepreneurship : Le cas du Rendez-vous entrepreneurial de la Francophonie », *Thèse de Doctorat en relations industrielles*, Université de Laval, Canada.
138. **Stafford J. et Bodson P.** (2006) « L'analyse multivariée avec SPSS ». *Presse de l'Université du Québec*, Canada.
139. **Stevensen H. et Jarillo J.** (1990) « A paradigm of entrepreneurship: entrepreneurial management ». *Strategic Management Journal*, Vol. 11, Special Issue, p. 17-27.
140. **Tabet-Aouel L.W.** (2014) « Le processus entrepreneurial en Algérie, une adaptation du modèle de Gartner ». *Les Cahiers du CREAD*, N° 107-108, p. 29-50.
141. **Talahite F.** (2012) « La rente et l'Etat rentier recouvrent-ils toute la réalité de l'Algérie d'aujourd'hui ? ». *Revue Tiers Monde*, Vol.2, N°210, p. 143-160.
142. **Talahite F.** (2010) « Réformes et transformations économiques en Algérie ». *Rapport d'Habilitation à diriger des recherches*, Université Paris 13-Nord, France.
143. **Talahite F.** (2006) « L'économie algérienne depuis 1962 : le poids croissant des hydrocarbures ». *Revue AFKAR/IDEES*, N°10, p. 82-85.
144. **Taleb-Ait Sidhoum H.** (2011) « Ouverture économique et dynamique entrepreneuriale : essai de modélisation des déterminants territoriaux de la création d'entreprises dans la wilaya de Bejaia ». *Thèse de Doctorat en Sciences Economiques*, Université de Bejaia, Algérie.
145. **Thiétart R.A.** (1989) « Méthodes de recherche en management », *Edition Dunod*, Paris.
146. **Toledano N.** (2011) « Social entrepreneurship: the new narrative for the practice of the social economy ». *Revista de Economia Publica, Social y Cooperativa*, N° 73, Special Issue, p. 9-31.
147. **Tounés A.** (2003) « L'intention entrepreneuriale. Une recherche comparative entre des étudiants suivant des formations en entrepreneuriat (bac+5) et des étudiants en DESS CAAE ». *Thèse de Doctorat en Sciences de Gestion*, Université de Rouen, France
148. **Tounés A.** (2006) « L'intention entrepreneuriale des étudiants : le cas français » *La revue des sciences de gestion*, 2006/3, n°219, p.57-65.

- 149. Tounés A. et Fayolle A.** (2006) « L'odyssée d'un concept et les multiples figures de l'entrepreneur ». *La Revue des Sciences De Gestion*, Vol. 4, N° 220-221, p.17-30.
- 150. Tounés A. et Assala K.** (2007) « Influences culturelles sur des comportements managériaux d'entrepreneurs algériens ». *Communication au 5^{ème} Congrès International de l'Académie de l'Entrepreneuriat*, Sherbrooke, Canada.
- 151. Verstraete T. et Saporta B.** (2006). « Création d'entreprise et entrepreneuriat ». *Les éditions de l'ADREG*.
- 152. Verstraete T.** (1999) « Entrepreneuriat : connaître l'entrepreneur, comprendre ses actes ». *Edition L'Harmattan*.
- 153. Vivel C.** (2004) «L'entrepreneur dans la tradition autrichienne ». *Thèse de Doctorat en Sciences Economiques* (Analyse des histoires économiques des institutions et des organisations), Université Lumière Lyon 2, France.
- 154. Volery T. et Al.** (2006) « Rapport 2005 sur l'entrepreneuriat en Suisse et dans le monde » *Global Entrepreneurship Monitor*, Lausanne, Suisse.
- 155. Zemirli R. et Hammache S.** (2018) « Le contexte entrepreneurial en Algérie : quelles opportunités et contraintes pour les jeunes entrepreneurs ». *Revue du Contrôle de la Comptabilité et de l'Audit*, N°5, p. 771-787.
- 156. Zoreli M.A.** (2006) « Mesures de soutien public et développement de territoires par PME/PMI en Algérie ». *Communication au Colloque International: Création d'entreprises et territoires*. Tamanrasset, Algérie

ANNEXES

Annexe 1 : Questionnaire

Enquête sur l'entrepreneuriat en Algérie : Caractéristiques, Enjeux et Perspectives.

Madame, Monsieur,

Dans le cadre d'un travail de recherche doctorale en Sciences de Gestion à l'Université de Bejaia, sous l'égide du Laboratoire de recherche « Economie et Développement », nous menons une enquête sur l'entrepreneuriat privé en Algérie. Notre objectif est d'identifier les caractéristiques des entrepreneurs, les enjeux de l'entrepreneuriat privé sur l'économie nationale, ainsi que les perspectives pour le développement économique du pays.

Vous pouvez contribuer à cette enquête en répondant à ce questionnaire en ligne. La manière dont les questions sont posées répond à des exigences scientifiques.

Le questionnaire comporte trois parties et nécessite une vingtaine de minutes pour le remplir. Les informations recueillies demeureront **anonymes** et ne seront utilisées qu'à des fins de **recherches académiques et scientifiques**.

Si vous avez des questions concernant cette recherche, n'hésitez pas à nous communiquer vos commentaires à l'adresse mail suivante : oukaci_m@hotmail.fr

ou par téléphone au 0661 91 83 30

Merci pour votre aide précieuse.

Moustafa OUKACI
Enseignant, Doctorant, Faculté SECSG,
Université A/ Mira Bejaia.

I. Identification de l'entreprise

1. Raison sociale.....
2. Année de création :
3. Forme juridique :.....
4. Adresse (lieu d'implantation):
5. Secteur d'activité de l'entreprise :
 Agriculture BTPH Industrie Services

II. Caractéristiques de l'entrepreneur

6. Genre de l'entrepreneur : Homme Femme
7. Catégorie d'âge de l'entrepreneur
 Moins de 35 ans De 35 à 55 ans Plus de 55 ans
8. Niveau de formation acquis de l'entrepreneur :
 Secondaire ou moins Formation professionnelle Universitaire
9. Motivations pour créer l'entreprise
 Saisir une opportunité d'affaires
 Par nécessité, pas de meilleurs choix
 Combinaison entre l'opportunité et la nécessité
10. Raisons pour saisir l'opportunité entrepreneuriale
 Autonomie et indépendance Maintien de revenus
 Augmentation des revenus Autres raisons
11. Étiez-vous un employé avant de devenir entrepreneur ? Oui Non
12. L'idée de créer l'entreprise vient-elle de l'expérience comme employé ? Oui
 Non

III. Environnement de l'entrepreneur

13. Avez-vous pris des risques en créant votre entreprise ? Oui Non
14. Connaissez-vous un entrepreneur dans votre entourage familial ou professionnel avant de créer votre entreprise ? Oui Non
15. Percevez-vous des opportunités entrepreneuriales dans votre région ?
 Oui Non
16. Avez-vous les connaissances, compétences et expériences requises pour créer votre entreprise ? Oui Non
17. Considérez-vous la peur de l'échec comme un obstacle à la création de votre entreprise et à l'entrepreneuriat en général ? Oui Non

18. Quelles sont les ressources mobilisées lors de la création de votre entreprise ?Ressources financières Administratives et juridiques En gestion d'entreprises Réseau d'affaires **19. Avez-vous bénéficié d'aides des institutions pour la création de votre entreprise ?**Financements bancaires Accompagnement et avantages fiscaux Réglementation favorable Accès au secteur financier **20. Avez-vous bénéficié de formations pour la création d votre entreprise ?**En création d'entreprises En accompagnement entrepreneurial Absence de formations **IV. Enjeux de l'entrepreneuriat****21. Quel est le nombre d'employés actuels de votre entreprise ?**Moins de 10 employés De 10 à 50 employés Plus de 50 employés **22. Quelle prévision du nombre d'employés dans les 5 années à venir ?**Moins de 10 employés De 10 à 50 employés Plus de 50 employés **23. Est-ce que vos produits sont considérés comme innovants par vos clients ?**Oui, tous les clients Oui, mais une partie des clients Non, aucun client **24. Quelle est la part de vos clients établis à l'étranger ?**Plus de 90% 90% à 50% 50% à 10% Moins de 10% **25. Dans quelle mesure estimez-vous la présence de concurrents à votre entreprise ?**Beaucoup de concurrents Peu de concurrents Pas de concurrents **26. Quels sont les facteurs d'attractivité du territoire d'implantation de votre entreprise ?**Matières premières à faibles coûts Main d'œuvre qualifiée et expérimentée Disponibilité des capitaux financiers Disponibilité d'un savoir-faire particulier **27. Selon vous, quels sont les facteurs de compétitivité de votre entreprise ?**Main d'œuvre qualifiée Technologie et innovation Réduction des coûts de production Prospection de nouveaux marchés **28. Quel impact de la création de votre l'entreprise sur l'aménagement de son territoire ?**

Implantation de la population

Implication des acteurs locaux

Regroupement des entreprises

29. Comment estimez-vous la contribution de votre entreprise au développement économique de la région ?

Création d'emplois et de richesses

Croissance économique

Contribution au budget de l'Etat

Diversification de l'économie

30. Si vous souhaitez donner votre opinion sur l'entrepreneuriat en Algérie et sur la création d'entreprises en particulier, ou vous exprimer plus généralement sur le sujet, n'hésitez pas à le faire dans cet espace qui vous est réservé.

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

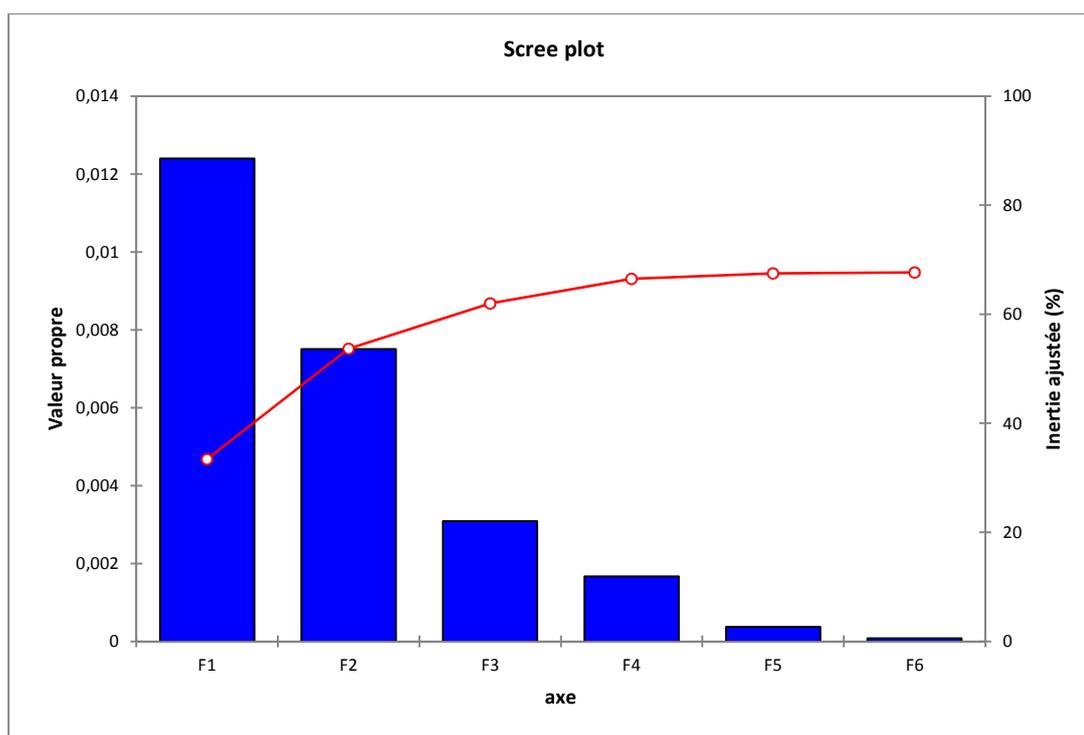
Merci pour votre collaboration.

Annexe 2 : AFCM (Enquête GEM Algérie 2011)

2.1. Valeurs propres et pourcentage d'inertie

Axes	F1	F2	F3	F4	F5	F6
Valeur propre	0,2002	0,1780	0,1500	0,1367	0,1174	0,1079
Inertie (%)	13,3467	11,8657	9,9981	9,1152	7,8235	7,1931
% cumulé	13,3467	25,2124	35,2105	44,3257	52,1491	59,3423
Inertie ajustée	0,0124	0,0075	0,0031	0,0017	0,0004	0,0001
Inertie ajusté(%)	33,4244	20,2469	8,3133	4,4907	1,0024	0,2076
% cumulé	33,4244	53,6713	61,9847	66,4754	67,4777	67,6853

2.2. Graphique des valeurs propres



2.3. Coordonnées principales des variables

Variables	F1	F2	F3	F4	F5	F6
CON-1	-0,2974	-0,0350	-0,0933	-0,0486	0,0544	0,0609
CON-2	1,7033	0,2004	0,5341	0,2785	-0,3114	-0,3489
PRCP-1	-0,2227	-0,3271	0,0485	0,0220	-0,1512	-0,1049
PRCP-2	0,7467	1,0968	-0,1625	-0,0736	0,5069	0,3516
CPEX-1	-0,1889	-0,1083	0,0335	-0,0729	-0,2200	0,0628
CPEX-2	1,2089	0,6931	-0,2144	0,4668	1,4080	-0,4022
PECH-1	-0,5153	0,3285	0,8084	0,4129	0,3634	0,2267
PECH-2	0,2180	-0,1390	-0,3420	-0,1747	-0,1537	-0,0959
GNR-1	0,1989	-0,1554	0,0537	-0,0271	-0,2278	0,3172
GNR-2	-0,5369	0,4196	-0,1451	0,0732	0,6150	-0,8564
AGE-1	-0,1025	0,5784	0,0872	-0,3515	0,2187	0,3962
AGE-2	0,1783	-0,5537	-0,2123	0,6257	-0,2898	-0,3104
AGE-3	-0,6631	-1,2364	1,2305	-2,4304	0,4182	-1,6033
FORM-1	0,0782	0,3013	0,3203	0,0395	-0,2684	-0,0682
FORM-2	0,7585	-1,6378	0,0838	-1,9740	0,7688	-0,6899
FORM-3	-0,4624	-0,4399	-1,0045	0,4598	0,5948	0,4116
MOTV-1	0,2102	-0,4419	-0,0180	0,0002	0,3586	0,1355
MOTV-2	-0,5428	0,8260	0,7352	-0,1934	-0,5113	-0,2998
MOTV-3	0,0852	0,4191	-1,3159	0,3664	-0,6420	-0,0403
AN-1	2,1583	-0,0375	0,4055	0,2919	-0,4705	-0,4007
AN-2	-0,3398	-0,2662	0,3362	0,3447	0,3146	-0,1367
AN-3	-0,1487	0,3957	-0,6058	-0,5844	-0,3150	0,3162
EMPL-1	-0,1015	0,1769	-0,1669	0,0598	-0,0548	-0,2452
EMPL-2	0,5906	-0,7649	0,6352	-0,5982	0,3102	1,0533
EMPL-3	-0,8967	-1,6129	2,5555	3,5295	-0,3819	2,3159

2.4. Contribution des variables

Variables	Poids	Poids (relatif)	F1	F2	F3	F4	F5	F6
CON-1	63	0,0851	0,0376	0,0006	0,0049	0,0015	0,0021	0,0029
CON-2	11	0,0149	0,2154	0,0034	0,0283	0,0084	0,0123	0,0168
PRCP-1	57	0,0770	0,0191	0,0463	0,0012	0,0003	0,0150	0,0078
PRCP-2	17	0,0230	0,0640	0,1553	0,0040	0,0009	0,0503	0,0263
CPEX-1	64	0,0865	0,0154	0,0057	0,0006	0,0034	0,0357	0,0032
CPEX-2	10	0,0135	0,0987	0,0365	0,0041	0,0215	0,2283	0,0203
PECH-1	22	0,0297	0,0394	0,0180	0,1295	0,0371	0,0334	0,0142
PECH-2	52	0,0703	0,0167	0,0076	0,0548	0,0157	0,0142	0,0060
GNR-1	54	0,0730	0,0144	0,0099	0,0014	0,0004	0,0323	0,0680
GNR-2	20	0,0270	0,0389	0,0267	0,0038	0,0011	0,0871	0,1837
AGE-1	38	0,0514	0,0027	0,0965	0,0026	0,0464	0,0209	0,0747
AGE-2	33	0,0446	0,0071	0,0768	0,0134	0,1277	0,0319	0,0398
AGE-3	3	0,0041	0,0089	0,0348	0,0409	0,1751	0,0060	0,0966
FORM-1	52	0,0703	0,0021	0,0358	0,0481	0,0008	0,0431	0,0030
FORM-2	5	0,0068	0,0194	0,1018	0,0003	0,1926	0,0340	0,0298
FORM-3	17	0,0230	0,0245	0,0250	0,1546	0,0355	0,0693	0,0361
MOTV-1	45	0,0608	0,0134	0,0667	0,0001	0,0000	0,0666	0,0104
MOTV-2	19	0,0257	0,0378	0,0984	0,0925	0,0070	0,0572	0,0214
MOTV-3	10	0,0135	0,0005	0,0133	0,1560	0,0133	0,0475	0,0002
AN-1	8	0,0108	0,2516	0,0001	0,0119	0,0067	0,0204	0,0161
AN-2	39	0,0527	0,0304	0,0210	0,0397	0,0458	0,0444	0,0091
AN-3	27	0,0365	0,0040	0,0321	0,0893	0,0911	0,0308	0,0338
EMPL-1	61	0,0824	0,0042	0,0145	0,0153	0,0022	0,0021	0,0459
EMPL-2	12	0,0162	0,0283	0,0533	0,0436	0,0424	0,0133	0,1667
EMPL-3	1	0,0014	0,0054	0,0198	0,0588	0,1231	0,0017	0,0672

2.5. Cosinus Carrés des Variables

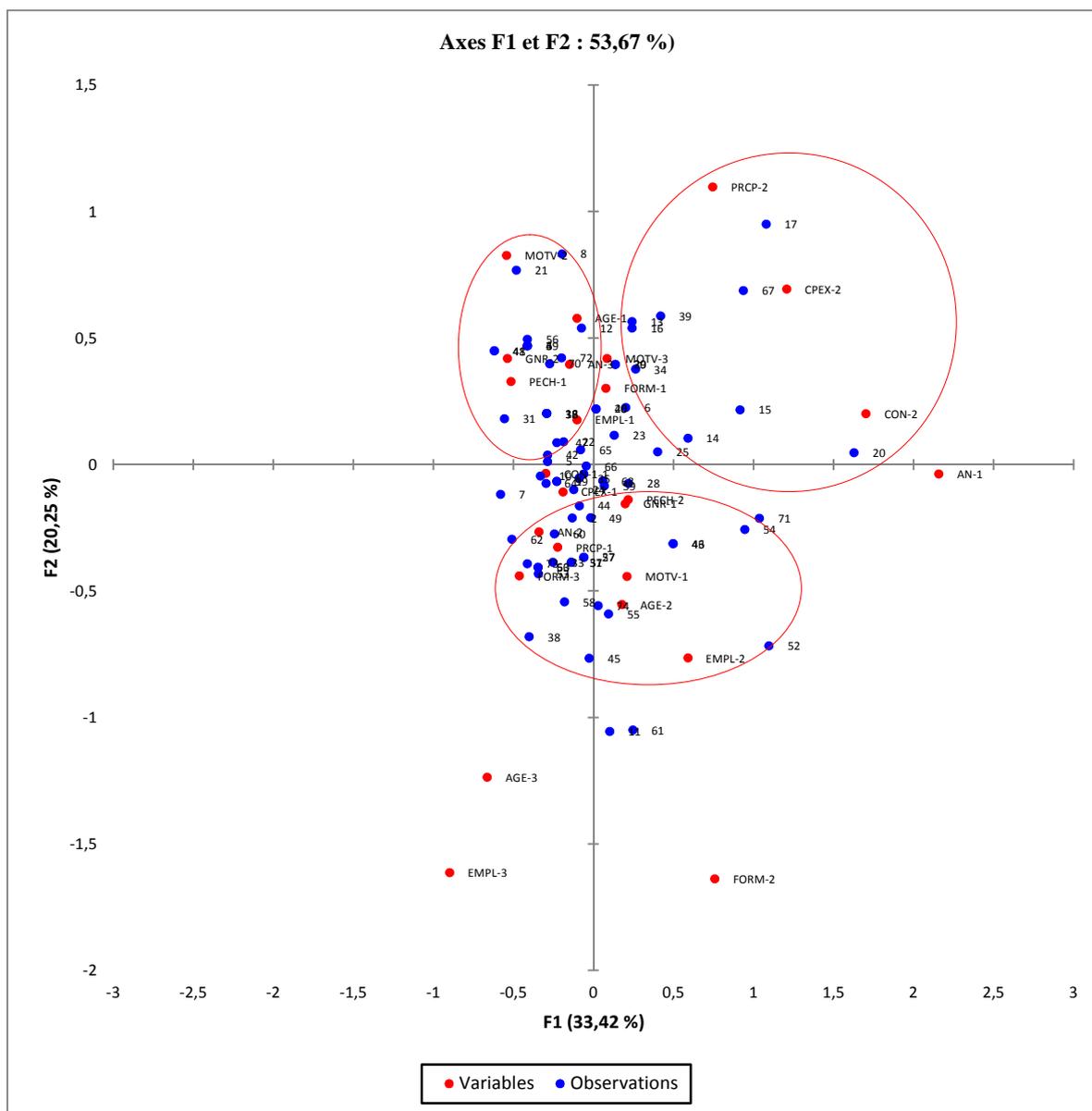
Variables	F1	F2	F3	F4	F5	F6
CON-1	0,5066	0,0070	0,0498	0,0135	0,0169	0,0212
CON-2	0,5066	0,0070	0,0498	0,0135	0,0169	0,0212
PRCP-1	0,1663	0,3588	0,0079	0,0016	0,0766	0,0369
PRCP-2	0,1663	0,3588	0,0079	0,0016	0,0766	0,0369
CPEX-1	0,2284	0,0751	0,0072	0,0341	0,3098	0,0253
CPEX-2	0,2284	0,0751	0,0072	0,0341	0,3098	0,0253
PECH-1	0,1124	0,0457	0,2765	0,0721	0,0559	0,0217
PECH-2	0,1124	0,0457	0,2765	0,0721	0,0559	0,0217
GNR-1	0,1068	0,0652	0,0078	0,0020	0,1401	0,2716
GNR-2	0,1068	0,0652	0,0078	0,0020	0,1401	0,2716
AGE-1	0,0111	0,3532	0,0080	0,1304	0,0505	0,1657
AGE-2	0,0256	0,2467	0,0363	0,3151	0,0676	0,0776
AGE-3	0,0186	0,0646	0,0640	0,2496	0,0074	0,1086
FORM-1	0,0145	0,2146	0,2425	0,0037	0,1702	0,0110
FORM-2	0,0417	0,1944	0,0005	0,2824	0,0428	0,0345
FORM-3	0,0638	0,0577	0,3009	0,0630	0,1055	0,0505
MOTV-1	0,0686	0,3030	0,0005	0,0000	0,1995	0,0285
MOTV-2	0,1018	0,2357	0,1867	0,0129	0,0903	0,0310
MOTV-3	0,0011	0,0274	0,2706	0,0210	0,0644	0,0003
AN-1	0,5647	0,0002	0,0199	0,0103	0,0268	0,0195
AN-2	0,1287	0,0790	0,1259	0,1324	0,1103	0,0208
AN-3	0,0127	0,0899	0,2108	0,1962	0,0570	0,0575
EMPL-1	0,0483	0,1469	0,1306	0,0168	0,0141	0,2821
EMPL-2	0,0675	0,1132	0,0781	0,0693	0,0186	0,2147
EMPL-3	0,0110	0,0356	0,0895	0,1707	0,0020	0,0735

2.6. Valeurs Test des Variables

Variables	F1	F2	F3	F4	F5	F6
CON-1	-6,0810	-0,7155	-1,9067	-0,9942	1,1119	1,2455
CON-2	6,0810	0,7155	1,9067	0,9942	-1,1119	-1,2455
PRCP-1	-3,4840	-5,1178	0,7580	0,3434	-2,3650	-1,6406
PRCP-2	3,4840	5,1178	-0,7580	-0,3434	2,3650	1,6406
CPEX-1	-4,0830	-2,3409	0,7240	-1,5766	-4,7554	1,3582
CPEX-2	4,0830	2,3409	-0,7240	1,5766	4,7554	-1,3582
PECH-1	-2,8640	1,8257	4,4925	2,2947	2,0193	1,2598
PECH-2	2,8640	-1,8257	-4,4925	-2,2947	-2,0193	-1,2598
GNR-1	2,7919	-2,1816	0,7546	-0,3807	-3,1976	4,4528
GNR-2	-2,7919	2,1816	-0,7546	0,3807	3,1976	-4,4528
AGE-1	-0,8996	5,0776	0,7658	-3,0854	1,9195	3,4776
AGE-2	1,3667	-4,2441	-1,6275	4,7961	-2,2215	-2,3796
AGE-3	-1,1647	-2,1715	2,1610	-4,2684	0,7344	-2,8158
FORM-1	1,0275	3,9578	4,2077	0,5188	-3,5253	-0,8960
FORM-2	1,7446	-3,7669	0,1927	-4,5402	1,7683	-1,5868
FORM-3	-2,1574	-2,0527	-4,6868	2,1454	2,7753	1,9204
MOTV-1	2,2376	-4,7032	-0,1915	0,0026	3,8161	1,4423
MOTV-2	-2,7258	4,1482	3,6919	-0,9713	-2,5677	-1,5053
MOTV-3	0,2878	1,4153	-4,4441	1,2374	-2,1682	-0,1360
AN-1	6,4203	-0,1116	1,2062	0,8684	-1,3995	-1,1920
AN-2	-3,0647	-2,4012	3,0322	3,1089	2,8371	-1,2332
AN-3	-0,9628	2,5623	-3,9228	-3,7845	-2,0398	2,0479
EMPL-1	-1,8784	3,2742	-3,0882	1,1070	-1,0137	-4,5376
EMPL-2	2,2202	-2,8750	2,3878	-2,2484	1,1661	3,9592
EMPL-3	-0,8967	-1,6129	2,5555	3,5295	-0,3819	2,3159

Les valeurs affichées en gras sont significatives au seuil $\alpha=0,05$

2.7. Graphique symétrique des variables et des observations

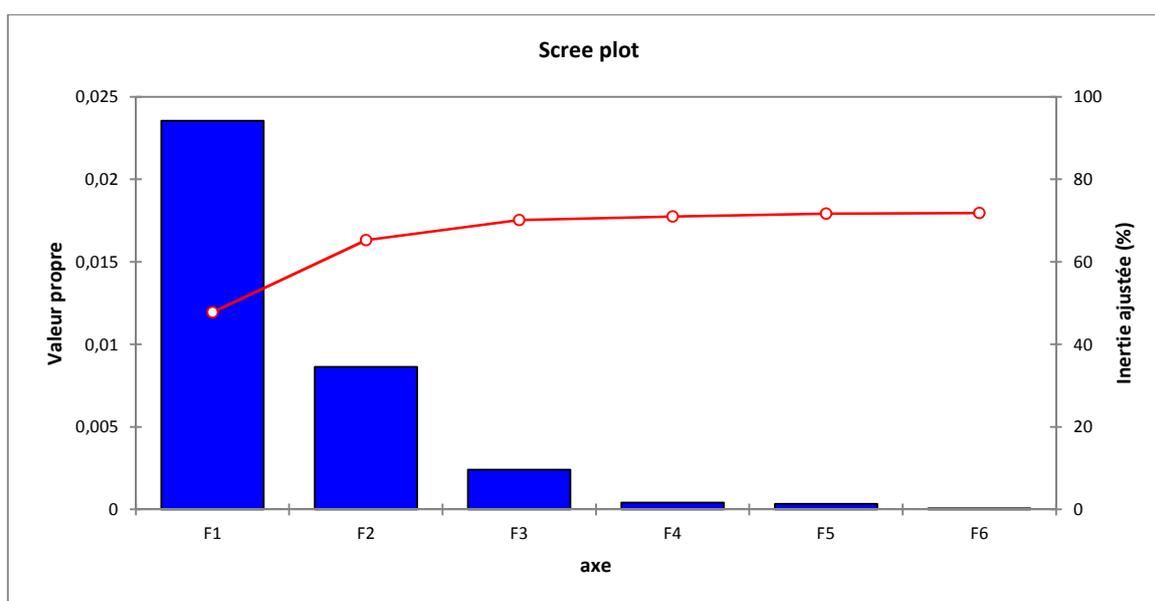


Annexe 3 : AFCM (Enquête Région Centre 2018)

3.1. Valeurs propres et pourcentage d'inertie

Axes	F1	F2	F3	F4	F5	F6
Valeur propre	0,2381	0,1836	0,1441	0,1184	0,1166	0,1072
Inertie (%)	17,0069	13,1165	10,2944	8,4602	8,3298	7,6606
% cumulé	17,0069	30,1235	40,4178	48,8780	57,2078	64,8685
Inertie ajustée	0,0235	0,0086	0,0024	0,0004	0,0003	0,0001
Inertie ajustée (%)	47,7382	17,5078	4,8730	0,8514	0,6913	0,1315
% cumulé	47,7382	65,2460	70,1190	70,9704	71,6617	71,7932

3.2. Graphique des valeurs propres



3.3. Coordonnées principales des variables

Axes	F1	F2	F3	F4	F5	F6
CON-1	-0,2058	-0,3647	-0,2475	-0,0099	0,0711	0,1762
CON-2	0,4591	0,8137	0,5520	0,0220	-0,1585	-0,3931
PRCP-1	-0,0109	-0,5582	-0,2189	-0,1797	-0,0350	0,1677
PRCP-2	0,0152	0,7815	0,3065	0,2515	0,0489	-0,2348
CPEX-1	0,2872	-0,0076	-0,2819	-0,4073	-0,1186	0,3156
CPEX-2	-0,4668	0,0123	0,4581	0,6619	0,1928	-0,5128
PECH-1	-0,4515	0,7022	0,2534	0,0828	-0,2018	0,9523
PECH-2	0,1602	-0,2492	-0,0899	-0,0294	0,0716	-0,3379
GNR-1	0,0656	0,0498	-0,1471	-0,0237	-0,0407	-0,0283
GNR-2	-1,0365	-0,7875	2,3235	0,3748	0,6432	0,4471
AGE-1	-0,3305	0,1925	0,7980	-0,9041	-0,1779	0,0715
AGE-2	-0,2820	-0,0774	-0,5258	0,4652	0,0830	-0,1000
AGE-3	2,4953	-0,1646	0,4105	0,2311	0,0909	0,3189
FORM-1	-0,4554	-0,6086	0,8319	0,2736	-0,3127	0,4913
FORM-2	0,1279	0,3748	-0,3637	0,0092	-1,1224	-0,7804
FORM-3	0,1637	0,1169	-0,2341	-0,1414	0,7176	0,1445
MOTV-1	0,0883	0,2431	-0,0594	0,0939	-0,2452	0,2087
MOTV-2	-0,2827	-0,7778	0,1899	-0,3004	0,7848	-0,6679
AN-1	1,9686	-0,2406	0,1525	0,1746	-0,0366	0,1100
AN-2	-0,4756	-0,8378	0,0195	0,7104	-0,6674	0,2069
AN-3	-0,3587	0,4278	-0,0519	-0,3543	0,2965	-0,1201
EMPL-1	-0,4362	0,6770	-0,3964	0,3617	0,2973	0,2966
EMPL-2	-0,5330	-0,4135	-0,0113	-0,7268	-0,5575	-0,3529
EMPL-3	0,8176	-0,3484	0,3920	0,1892	0,1260	-0,0252

3.4. Contribution des variables

Variables	Poids	Poids (relatif)	F1	F2	F3	F4	F5	F6
CON-1	58	0,0690	0,0123	0,0500	0,0293	0,0001	0,0030	0,0200
CON-2	26	0,0310	0,0274	0,1116	0,0654	0,0001	0,0067	0,0446
PRCP-1	49	0,0583	0,0000	0,0990	0,0194	0,0159	0,0006	0,0153
PRCP-2	35	0,0417	0,0000	0,1386	0,0272	0,0223	0,0009	0,0214
CPEX-1	52	0,0619	0,0215	0,0000	0,0341	0,0867	0,0075	0,0575
CPEX-2	32	0,0381	0,0349	0,0000	0,0555	0,1409	0,0121	0,0934
PECH-1	22	0,0262	0,0224	0,0703	0,0117	0,0015	0,0091	0,2215
PECH-2	62	0,0738	0,0080	0,0250	0,0041	0,0005	0,0032	0,0786
GNR-1	79	0,0940	0,0017	0,0013	0,0141	0,0004	0,0013	0,0007
GNR-2	5	0,0060	0,0269	0,0201	0,2230	0,0071	0,0211	0,0111
AGE-1	27	0,0321	0,0147	0,0065	0,1420	0,2218	0,0087	0,0015
AGE-2	48	0,0571	0,0191	0,0019	0,1096	0,1044	0,0034	0,0053
AGE-3	9	0,0107	0,2802	0,0016	0,0125	0,0048	0,0008	0,0102
FORM-1	21	0,0250	0,0218	0,0504	0,1200	0,0158	0,0210	0,0563
FORM-2	21	0,0250	0,0017	0,0191	0,0229	0,0000	0,2701	0,1420
FORM-3	42	0,0500	0,0056	0,0037	0,0190	0,0084	0,2208	0,0097
MOTV-1	64	0,0762	0,0025	0,0245	0,0019	0,0057	0,0393	0,0309
MOTV-2	20	0,0238	0,0080	0,0784	0,0060	0,0181	0,1257	0,0990
AN-1	14	0,0167	0,2713	0,0053	0,0027	0,0043	0,0002	0,0019
AN-2	21	0,0250	0,0237	0,0956	0,0001	0,1065	0,0955	0,0100
AN-3	49	0,0583	0,0315	0,0581	0,0011	0,0618	0,0440	0,0078
EMPL-1	30	0,0357	0,0285	0,0892	0,0389	0,0395	0,0271	0,0293
EMPL-2	23	0,0274	0,0327	0,0255	0,0000	0,1221	0,0730	0,0318
EMPL-3	31	0,0369	0,1036	0,0244	0,0393	0,0111	0,0050	0,0002

3.5. Cosinus Carrés des Variables

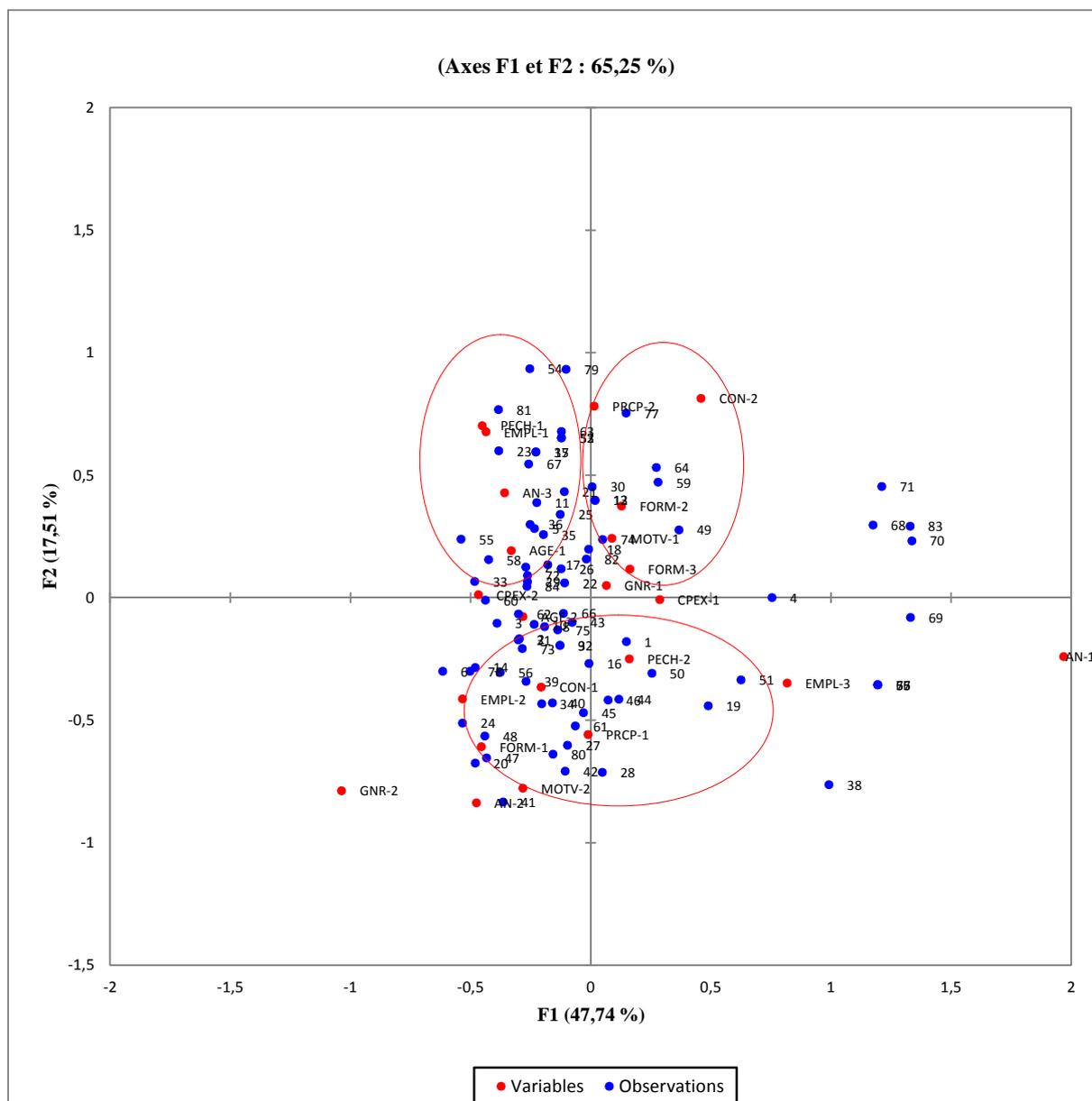
Variables	F1	F2	F3	F4	F5	F6
CON-1	0,0945	0,2968	0,1366	0,0002	0,0113	0,0693
CON-2	0,0945	0,2968	0,1366	0,0002	0,0113	0,0693
PRCP-1	0,0002	0,4362	0,0671	0,0452	0,0017	0,0394
PRCP-2	0,0002	0,4362	0,0671	0,0452	0,0017	0,0394
CPEX-1	0,1341	0,0001	0,1292	0,2696	0,0229	0,1619
CPEX-2	0,1341	0,0001	0,1292	0,2696	0,0229	0,1619
PECH-1	0,0723	0,1750	0,0228	0,0024	0,0145	0,3218
PECH-2	0,0723	0,1750	0,0228	0,0024	0,0145	0,3218
GNR-1	0,0680	0,0392	0,3417	0,0089	0,0262	0,0127
GNR-2	0,0680	0,0392	0,3417	0,0089	0,0262	0,0127
AGE-1	0,0517	0,0176	0,3016	0,3872	0,0150	0,0024
AGE-2	0,1060	0,0080	0,3687	0,2886	0,0092	0,0133
AGE-3	0,7472	0,0033	0,0202	0,0064	0,0010	0,0122
FORM-1	0,0691	0,1235	0,2307	0,0250	0,0326	0,0805
FORM-2	0,0055	0,0468	0,0441	0,0000	0,4199	0,2030
FORM-3	0,0268	0,0137	0,0548	0,0200	0,5149	0,0209
MOTV-1	0,0250	0,1890	0,0113	0,0282	0,1925	0,1394
MOTV-2	0,0250	0,1890	0,0113	0,0282	0,1925	0,1394
AN-1	0,7751	0,0116	0,0047	0,0061	0,0003	0,0024
AN-2	0,0754	0,2339	0,0001	0,1682	0,1485	0,0143
AN-3	0,1801	0,2562	0,0038	0,1758	0,1231	0,0202
EMPL-1	0,1057	0,2547	0,0873	0,0727	0,0491	0,0489
EMPL-2	0,1071	0,0645	0,0000	0,1992	0,1172	0,0470
EMPL-3	0,3910	0,0710	0,0899	0,0209	0,0093	0,0004

3.6. Valeurs Test des Variables

Variables	F1	F2	F3	F4	F5	F6
CON-1	-2,8003	-4,9632	-3,3671	-0,1342	0,9668	2,3977
CON-2	2,8003	4,9632	3,3671	0,1342	-0,9668	-2,3977
PRCP-1	-0,1172	-6,0171	-2,3598	-1,9366	-0,3769	1,8081
PRCP-2	0,1172	6,0171	2,3598	1,9366	0,3769	-1,8081
CPEX-1	3,3358	-0,0881	-3,2743	-4,7305	-1,3779	3,6652
CPEX-2	-3,3358	0,0881	3,2743	4,7305	1,3779	-3,6652
PECH-1	-2,4504	3,8108	1,3754	0,4492	-1,0954	5,1679
PECH-2	2,4504	-3,8108	-1,3754	-0,4492	1,0954	-5,1679
GNR-1	2,3756	1,8049	-5,3255	-0,8590	-1,4741	-1,0247
GNR-2	-2,3756	-1,8049	5,3255	0,8590	1,4741	1,0247
AGE-1	-2,0722	1,2072	5,0035	-5,6688	-1,1154	0,4482
AGE-2	-2,9664	-0,8145	-5,5316	4,8939	0,8734	-1,0520
AGE-3	7,8751	-0,5195	1,2955	0,7294	0,2869	1,0064
FORM-1	-2,3952	-3,2011	4,3755	1,4392	-1,6450	2,5842
FORM-2	0,6727	1,9713	-1,9130	0,0483	-5,9038	-4,1047
FORM-3	1,4917	1,0651	-2,1326	-1,2883	6,5374	1,3168
MOTV-1	1,4396	3,9611	-0,9674	1,5300	-3,9967	3,4015
MOTV-2	-1,4396	-3,9611	0,9674	-1,5300	3,9967	-3,4015
AN-1	8,0209	-0,9804	0,6213	0,7112	-0,1492	0,4481
AN-2	-2,5014	-4,4065	0,1028	3,7364	-3,5105	1,0881
AN-3	-3,8662	4,6114	-0,5599	-3,8193	3,1961	-1,2944
EMPL-1	-2,9622	4,5975	-2,6918	2,4565	2,0186	2,0138
EMPL-2	-2,9817	-2,3132	-0,0631	-4,0659	-3,1188	-1,9742
EMPL-3	5,6967	-2,4276	2,7312	1,3180	0,8776	-0,1753

Les valeurs affichées en gras sont significatives au seuil $\alpha=0,05$

3.7. Graphique symétrique des variables et des observations



LISTE DES TABLEAUX

- Tableau 1-1** : Différentes définitions de l'entrepreneuriat
- Tableau 1-2** : Approche par les traits et caractéristiques des entrepreneurs
- Tableau 1-3** : Evolution de la structure du Produit intérieur brut PIB (en %)
- Tableau 2-3** : Evolution de la croissance du PIB 1990-1998 (en %)
- Tableau 1-4** : Population globale des PME au 1^{er} Semestre 2018
- Tableau 2-4** : Evolution des PME privées personnes morales sur la période 2005-2018
- Tableau 3-4** : Contribution des PME privées à l'emploi sur la période 2005-2018
- Tableau 4-4** : Contribution des PME privées à la valeur ajoutée HH, période 2005-2015
- Tableau 1-5** : Répartition des PME personnes morales par wilayas (enquête Région Centre)
- Tableau 2-5** : Echantillon final de l'enquête Région Centre 2018 et répartition géographique
- Tableau 3-5** : Structure de l'échantillon GEM 2011 par âge de l'entrepreneur
- Tableau 4-5** : Structure de l'échantillon de l'enquête GEM 2011 par genre de l'entrepreneur
- Tableau 5-5** : Structure de l'échantillon GEM 2011 par niveau de formation de l'entrepreneur
- Tableau 6-5** : Structure de l'échantillon GEM 2011 par motivations de l'entrepreneur
- Tableau 7-5** : Structure de l'échantillon Région Centre 2018 par âge de l'entrepreneur
- Tableau 8-5** : Structure de l'échantillon Région Centre 2018 par genre de l'entrepreneur
- Tableau 9-5** : Répartition de l'échantillon Région Centre 2018 par niveau de formation
- Tableau 10-5** : Structure de l'échantillon Région Centre par motivations de l'entrepreneur
- Tableau 11-5** : Variables et modalités des caractéristiques des entrepreneurs
- Tableau 12-5** : Valeurs propres et pourcentages d'inertie expliquée (Enquête GEM, 2011)
- Tableau 13-5** : Groupes de variables et d'observations sur les axes factoriels (Enquête GEM)
- Tableau 14-5** : Valeurs propres et pourcentages d'inertie expliquée
- Tableau 15-5** : Groupes de variables et d'observations sur les axes factoriels (Région Centre)
- Tableau 16-5** : Répartition de l'échantillon GEM 2011 par nombre d'emplois
- Tableau 17-5** : Répartition de l'échantillon GEM 2011 par choix du secteur d'activité
- Tableau 18-5** : Répartition de l'échantillon GEM 2011 par perception de l'innovation
- Tableau 19-5** : Répartition de l'échantillon GEM 2011 par présence de concurrents
- Tableau 20-5** : Répartition de l'échantillon Région Centre par nombre d'emplois
- Tableau 21-5** : Répartition de l'échantillon Région Centre par choix du secteur d'activité
- Tableau 22-5** : Répartition de l'échantillon Région Centre par perception de l'innovation
- Tableau 23-5** : Répartition de l'échantillon Région Centre par présence de concurrents

TABLE DES MATIERES

INTRODUCTION GENERALE	01
 PREMIER CHAPITRE	
ENTREPRENEURIAT ET CREATION D'ENTREPRISE, REVUE DE LITTERATURE	10
Introduction	11
Première section : Paradigmes et Modèles Conceptuels	12
1.1. Origine et définition du concept de l'entrepreneuriat	12
1.1.1. De la difficulté de définir le concept de l'entrepreneuriat	12
1.1.2. De la complexité de la perception de l'entrepreneuriat.....	13
1.1.3. Une synthèse des différentes définitions de l'entrepreneuriat	14
1.2. Une lecture multiparadigmatique de l'entrepreneuriat	17
1.2.1. De la notion du paradigme	17
1.2.2. Des paradigmes dominants en entrepreneuriat	18
1.2.3. Des autres paradigmes en entrepreneuriat	20
1.3. Modèles conceptuels dominants en entrepreneuriat.....	23
1.3.1. Le modèle de SHAPERO (1975)	23
1.3.2. Le modèle de GARTNER (1985).....	23
1.3.3. Le modèle de COVIN ET SLEVIN (1991).....	24
1.3.4. Le modèle de HAYTON, GEORGE et ZAHRA (2002).....	24
1.3.5. Le modèle conceptuel du Global Entrepreneurship Monitor	24
Deuxième section : Entrepreneuriat et Création d'Entreprise	25
2.1. Création d'entreprise : phénomène entrepreneurial	26
2.1.1. Du caractère entrepreneurial de la création d'entreprise.....	26
2.1.2. De l'hétérogénéité des créations d'entreprises	27
2.2. Approches entrepreneuriales et création d'entreprise	28
2.2.1. Approche fonctionnelle des économistes	28
2.2.2. Approche comportementale des behavioristes	28
2.2.3. Approche processuelle des gestionnaires	29
2.3. Création d'entreprise et développement économique	29
2.3.1. Entrepreneuriat et croissance économique	29
2.3.2. Entrepreneuriat et création d'emplois	30
Conclusion.....	30

DEUXIEME CHAPITRE

ENTREPRENEURS, THEORIES ET CARACTERISTIQUES.....33

Introduction34

Première section : Caractéristiques et Approches de Recherche 34

1.1. Pour une définition consensuelle de l'entrepreneur 35

1.1.1. De la difficulté de définir et de cerner le concept de l'entrepreneur35

1.1.2. De la multitude des définitions de l'entrepreneur 36

1.1.3. Pour une définition consensuelle de l'entrepreneur37

1.2. Caractéristiques des entrepreneurs 38

1.2.1. Approche par les traits versus approche par les faits 38

1.2.2. Approche compétentielle..... 40

1.2.3. Approche comportementale 40

1.3. Approches de recherches sur les entrepreneurs 41

1.3.1. Approche par les spécificités individuelles (individu)..... 41

1.3.2. Approche environnementale (individu-contexte)..... 42

1.3.3. Approche holistique (individu-contexte-projet)..... 42

Deuxième section : Evolution de la Théorie de l'Entrepreneur43

2.1. Théorie économique de l'entrepreneur 43

2.1.1. Incertitude, risque et marginalisme 43

2.1.2. De l'innovation à l'ignorance..... 45

2.1.3. Création ou découverte d'opportunités 47

2.2. Théories contemporaines de l'entrepreneur 48

2.2.1. Des opportunités au cadre institutionnel 48

2.2.2. Reconnaissance de la complexité de l'entrepreneuriat..... 49

2.2.3. Entrepreneur, innovation et proximité 49

2.3. Théorie moderne de l'entrepreneur 50

2.3.1. L'entrepreneur de la petite, ou de la très petite entreprise 50

2.3.2. L'entrepreneur social..... 51

2.3.3. L'entrepreneur virtuel 52

Conclusion.....53

TROISIEME CHAPITRE

ENTREPRENEURIAT PRIVE ET ENTREPRENEURS EN ALGERIE.....	55
Introduction	56
Première section : Entrepreneuriat et Secteur Privé en Algérie	57
1.1. Rétrospective de l'économie algérienne.....	57
1.1.1. Economie planifiée et Etat volontariste (1962-1982)	57
1.1.2. Restructuration, réformes économiques et P.A.S. (1982-1998).....	59
1.1.3. Economie de marché et plans de relance publics (1998-2014).....	61
1.2. Evolution de l'entrepreneuriat privé	64
1.2.1. L'Etat entrepreneur et ambivalence face au privé.....	64
1.2.2. Réformes et développement de l'entrepreneuriat privé	66
1.2.3. Consécration et reconnaissance de l'entreprise privée.....	68
1.3. Secteur privé et développement économique.....	69
1.3.1. Les décennies 1960 et 1970	70
1.3.2. Les décennies 1980 et 1990	71
1.3.3. Les décennies 2000 et 2010	72
Deuxième section : Entrepreneurs Algériens, Profils et Caractéristiques.....	73
2.1. Revue de littérature sur l'entrepreneur privé en Algérie.....	73
2.1.1. Les années 1980 : travaux de PENEFF et de LIABES	73
2.1.2. Les années 1990 : travaux de HENNI, de BOUYACOUB	75
2.1.3. Les années 2000 : travaux d'OUSSALEM, de BENACHENHOU	76
2.2. Trajectoires des entrepreneurs algériens	77
2.2.1. Trajectoire familiale	77
2.2.2. Trajectoire politique	78
2.2.3. Trajectoire diverse	78
2.3. Profil et caractéristiques de l'entrepreneur en Algérie.....	79
2.3.1. Profil sociodémographique	79
2.3.2. Caractéristiques entrepreneuriales	80
2.3.3. Caractéristiques des entreprises créées	81
Conclusion	82

QUATRIEME CHAPITRE

POLITIQUES PUBLIQUES ET DYNAMIQUE ENTREPRENEURIALE	83
Introduction	84
Première section : Politiques publiques et entrepreneuriat privé.....	85
1.1. Politique publique en faveur de l'entrepreneuriat	85
1.1.1. La formation	85
1.1.2. Les structures de soutien	86
1.1.3. L'innovation	87
1.2. Dispositifs publics d'aide à la création d'entreprises	87
1.2.1. Le dispositif ANSEJ	88
1.2.2. Le dispositif ANGEM	88
1.2.3. Le dispositif CNAC.....	89
1.3. Environnement et climat des affaires en Algérie	89
1.3.1. Facilitation des créations d'entreprises	89
1.3.2. Environnement macroéconomique des entreprises	90
1.3.3. Mortalité des entreprises	91
Deuxième section : Dynamique de création des entreprises privées	91
2.1. Etat des lieux des PME privées	92
2.1.1. Définition de la PME en Algérie.....	92
2.1.2. Aperçu théorique sur les PME en Algérie	93
2.2. Evolution de la création des PME privées	94
2.2.1. La PME privée au 30/06/2018	94
2.2.2. Evolution de la PME privée	95
2.3. Contribution des PME privées	97
2.3.1. Contribution des PME privées à l'emploi	97
2.3.2. Contribution des PME privées à la valeur ajoutée	98
Conclusion.....	99

CINQUIEME CHAPITRE

ANALYSE DES CARACTERISTIQUES DE L'ENTREPRENEURIAT

EN ALGERIE.....101

Introduction102

Première section : Méthodologie de l'investigation empirique.....103

1.1. Enquête, questionnaire et échantillonnage103

1.1.1. Enquête et objectifs103

1.1.2. Population et échantillons.....104

1.1.3. Questionnaire et structure.....105

1.2. Recueil des données et techniques statistiques106

1.2.1. Pré-test et déroulement de l'enquête106

1.2.2. Données recueillies107

1.2.3. Analyse factorielle des correspondances multiples108

1.3. Profil, motivations et environnement de l'entrepreneur109

1.3.1. Enquête GEM Algérie 2011109

1.3.2. Enquête Région Centre 2018..... 112

1.3.3. Evolution du profil, motivations et environnement des entrepreneurs.....114

Deuxième section : Analyse multidimensionnelle et discussion des résultats.....115

2.1. Caractéristiques des entrepreneurs115

2.1.1. Enquête GEM Algérie 2011116

2.1.2. Enquête Région Centre 2018.....119

2.1.3. Discussion des résultats de l'analyse multidimensionnelle121

2.2. Enjeux de l'entrepreneuriat122

2.2.1. Enquête GEM Algérie 2011123

2.2.2. Enquête Région Centre 2018.....125

2.2.3. Appréciation des enjeux de l'entrepreneuriat128

2.3. Perspectives de l'entrepreneuriat128

Conclusion.....132

CONCLUSION GENERALE134

BIBLIOGRAPHIE140

ANNEXES.....153

LISTE DES TABLEAUX169

TABLE DES MATIERES170

Résumé

L'objet de cette thèse est l'entrepreneuriat en Algérie. Son questionnement est recentré autour des traits caractéristiques des entrepreneurs, des enjeux de l'entrepreneuriat et de ses perspectives. La recherche est structurée en cinq chapitres, abordant les concepts de l'entrepreneuriat, de l'entrepreneur et de la création d'entreprise, la formation du secteur privé en Algérie, l'émergence des entrepreneurs et d'une dynamique de création d'entreprises privées, notamment les PME, issus de la transition à l'économie de marché. La démarche empirique de la recherche est basée sur les conclusions de l'enquête GEM Algérie de 2011 et d'une autre enquête réalisée en 2018 auprès d'un échantillon d'entrepreneurs privés. Les résultats de cette thèse ont montré une maturation de la perception du concept de l'entrepreneuriat par les entrepreneurs en Algérie, dont les faits entrepreneuriaux s'émergent et se consacrent, l'existence de plusieurs profils-types d'entrepreneurs ayant des traits de caractères distincts, la perception de la création d'emplois comme un enjeu principal de l'entrepreneuriat alors qu'en perspectives, l'entrepreneuriat privé en Algérie demeure encore tributaire de l'Etat et de ses politiques économiques.

Abstract

The subject of this thesis is entrepreneurship in Algeria. Its questioning is refocused around the characteristic traits of entrepreneurs, the challenges of entrepreneurship and its perspectives. The research is structured in five chapters, addressing the concepts of entrepreneurship, entrepreneurs and business creation, the development of the private sector in Algeria, the emergence of entrepreneurs and a dynamic of creation of private companies, especially SMEs, resulting from the transition to a market economy. The empirical research approach is based on the conclusions of the 2011 GEM Algeria survey and another survey carried out in 2018 with a sample of private entrepreneurs. The results of this thesis showed a maturation of the perception of the concept of entrepreneurship by entrepreneurs in Algeria, whose entrepreneurial facts are emerging and devoted, the existence of several profiles of entrepreneurs with traits of distinct characteristics, the perception of job creation as a main issue for entrepreneurship while in perspective, private entrepreneurship in Algeria still remains dependent on the State and its economic policies.

ملخص

موضوع هذه الأطروحة هو المقاولة في الجزائر. إشكالية البحث تتناول السمات المميزة للمقاولين ، وتحديات ريادة الأعمال ووجهات نظرها. يتكون البحث من خمسة فصول تتناول مفاهيم المقاولة وريادة الأعمال وتنشئة المؤسسات، القطاع الخاص في الجزائر، وظهور رواد الأعمال وديناميكية خلق الشركات الخاصة، وخاصة الشركات الصغيرة والمتوسطة، الناتجة عن التحول إلى اقتصاد السوق.

يعتمد نهج البحث التجريبي على نتائج مسح GEM 2011 الجزائر ومسح آخر تم إجراؤه في 2018 بين عينة من رواد الأعمال من القطاع الخاص. أظهرت نتائج هذه الأطروحة نضج تصور مفهوم ريادة الأعمال من قبل المقاولين في الجزائر، الذين تظهر حقائقهم الريادية وتكرسهم ، ووجود العديد من ملفات تعريف رواد الأعمال بسمات الخصائص المميزة ، تصور خلق فرص العمل كقضية رئيسية لريادة الأعمال بينما لا تزال ريادة الأعمال الخاصة في الجزائر تعتمد على الدولة وسياساتها الاقتصادية.