



**Université Abderrahmane Mira Bejaia**  
**Faculté des sciences économiques, commerciales, et des sciences de gestion**  
**Département des sciences de gestion**

## **Mémoire fin de cycle**

En vue de l'obtention du diplôme de Master en Sciences de Gestion

Option : Entrepreneuriat

### **Intitulé du mémoire :**

**L'entrepreneuriat des jeunes diplômés universitaires : Cas de la wilaya de Bejaia**

**Réalisé par :**

TOUATI – Salwa

YAKOUBI – Mounira

**Dirigé par :**

M<sup>r</sup>. BOUAISSAOUI-Samir

Soutenu devant le jury composé de

Mme. BOUKRIF                      Président

Mr. MAHMOUDI                      Examineur

Mr. BOUAISSAOUI Samir                      Rapporteur

**Promotion Juillet 2021**

## *Remerciements*

*Nous remercions tout d'abord le bon Dieu, de nous avoir donné la force de mener ce travail à terme.*

*Nous tenons à remercier en premier lieu notre encadreur Mr BOUAISSAOUI pour avoir accepté de nous encadrer et ses précieux conseils qui nous ont menés à bien ce travail.*

*Nous remercions également, les membres du jury qui ont accepté d'évaluer ce modeste travail.*

*Nos gratitude remerciements également aux entrepreneurs des différentes entreprises privées que nous avons enquêtés, pour avoir accepté de collaborer à ce travail en répondant soigneusement à nos questions.*

*Salwa, Mounira*

## *Dédicaces*

*Je dédie ce modeste travail*

*A la femme qui a souffert sans me laisser souffrir, qui n'a jamais dit non à mes exigences et qui n'a épargné aucun effort pour me rendre heureuse, mon adorable mère Farida*

*A l'homme, mon précieux cher père Salah, à qui je dois ma vie, ma réussite et tout mon respect*

*A mes chères sœurs et mes chers beau-frères*

*A mes chers frères et ma belle-sœur Lydia*

*A mon adorable petite sœur Warda*

*A ma très chère copine Mounira pour son soutien moral, sa patience et sa compréhension tout au long de ce travail*

*A tous les membres de ma promotion*

*A tous mes enseignants depuis mes premières années d'études*

*A tous ceux qui j'ai omis de citer*

*Safwa*

## *Dédicaces*

*Je dédie ce travail à :*

*A la mémoire de mon père, que dieu l'accueille dans son vaste paradis.*

*A ma très chère mère qui m'a soutenu tout au long de mon existence.*

*A mes chères frères et sœurs*

*A mes chers amis : Walid, Ibtissam, Kahina*

*A mon beau-frère : A/ ghani*

*A ma chère copine : salwa dont nous avons partagé les meilleurs et les plus agréables moments.*

*A ma chère Hassina merci infiniment pour tes précieux conseils et ton aide pour réaliser ce travail.*

***MOUNIRA***

# Liste des abréviations

---

## Liste des abréviations

PPP : partenariat public privé

PIC : Pérennité, Indépendance, Croissance

CAP : Croissance, Autonomie, Pérennité

PME : Petite et Moyenne Entreprise

CNI : Commission Nationale des Investissements

AGI : Autorisation Globales d'Importation

CNAC : Caisse Nationale D'assurance Chômage

SARL : Société à Responsabilité Limitée

FMI : Fonds Monétaire International

CNI : Conseil National de l'Investissement

CNES : Centre National d'Etude Spatiales

BTP : Bâtiment et Travaux publics

PE : Petite Entreprise

ME : Moyenne Entreprise

TPE : Très Petite Entreprise

PIB : Produit Intérieur Brut

PMI : Petite et Moyenne Industrielle

ANADE : Agence National d'Appui et de Développement de l'Entrepreneuriat

ANSEJ : Agence National de Soutien à l'Emploi de jeune

TVA : Taxe sur la Valeur Ajoutée

IBS : Impôt sur les Bénéfices des Sociétés

IRG : Impôt sur le Revenu Globale

TAP : Temps d'Activités et Pris

ANGEM : Agence Nationale de Gestion du Micro-crédit

## Liste des abréviations

---

PNR : Prêt Non Rémunérer

BTP : Bâtiment et Travaux publique

CRE : Centre de Recherche d'Emploi

CATT : Centre d'Aide au Travail Indépendant

ANEM : Agence National de l'Emploi

TAP : Taxe de l'Activité Professionnelle

ANDI : Agence Nationale de Développement de l'Investissement

LMD : License, Master, Doctorat

SEGC : Sciences Economiques, Gestion et Commerciales

SNV : Sciences de la Nature et de la Vie

ST : Sciences Techniques

LE : langues Etrangères

SHS : Sciences Humaines et Sociales

DSP : Droit et Sciences Politiques

NTIC : Nouvelles Technologie de l'Information et Communication

# Sommaire

## **SOMMAIRE**

<b>Introduction générale.....</b>	<b>01</b>
<b>Chapitre I : Généralités sur l'entrepreneuriat.....</b>	<b>08</b>
Introduction	
Section 01 : concepts relatifs à l'entrepreneuriat et théories sur l'entrepreneur.....	08
Section 02 : l'entrepreneuriat des jeunes diplômés .....	24
Conclusion .....	34
<b>Chapitre II : La création d'entreprise en Algérie.....</b>	<b>36</b>
Introduction	
Section 01 : La PME en Algérie.....	37
Section 02 : Les organismes institutionnels d'aide à la création d'entreprise en Algérie.....	47
Conclusion.....	58
<b>Chapitre III : présentation et analyse des résultats de l'enquête.....</b>	<b>60</b>
Introduction	
Section 01 : Présentation du questionnaire et la répartition de ses données.....	60
Section 02 : l'analyse des résultats de l'enquête .....	73
Conclusion .....	88
<b>Conclusion générale .....</b>	<b>90</b>
<b>Bibliographie .....</b>	<b>I</b>
<b>Listes des tableaux .....</b>	<b>II</b>
<b>Annex .....</b>	<b>III</b>
<b>Résumé.....</b>	<b>IV</b>

# **Introduction Générale**

## Introduction générale

L'entrepreneuriat est la capacité de concrétiser l'idée de mettre en œuvre un projet qui peut mener à la création d'une entreprise, ou d'une activité économique pour atteindre un objectif et de répondre à un besoin.

Plusieurs auteurs ont traité de la question de l'entrepreneuriat, tels que : **Schumpeter**, (1942, 1961, 1997) ; Tounes,(2003) ; (**OCDE, (2007)**); Julien et cadieux,(2010) étant donné que l'entrepreneuriat est un facteur névralgique dans la société et bénéficie d'un intérêt tout particulier de la part des économistes, des sociologues et des décideurs politiques. Cet intérêt est sans conteste, dû à la place de la création d'entreprises dans le développement économique et social, l'augmentation de la production et du revenu, la résorption du chômage, la diversification de l'industrie, la promotion de l'innovation, etc...

L'entrepreneuriat est considéré comme étant l'un des leviers stratégiques qui permet d'améliorer la compétitivité d'un pays, de favoriser la croissance économique et d'accroître la possibilité d'emploi et de créer la richesse. Il représente une formidable machine de valorisation de connaissances et de transfert de technique. Il procure à l'attachement de l'engouement aux individus qui veulent s'orienter vers une carrière entrepreneuriale et créent leur propre emploi ou entreprise.

Le thème de l'entrepreneuriat a fait l'objet de plusieurs études et enquêtes nationales et internationales, par des économistes, des sociologues, des spécialistes de l'entrepreneuriat. etc. **[T. Verstraete, 2000]** a défini l'entrepreneuriat comme « *étant un phénomène combinant un individu et une organisation. L'un se définit par rapport à l'autre et vice-versa. Ainsi, le terme entrepreneuriat décrit une relation symbiotique entre un entrepreneur et une organisation : l'entrepreneur agit, structure, et engage son environnement à des fins socioéconomiques* ».

L'entrepreneuriat s'articule autour d'un personnage et d'une organisation, il commence par une volonté individuelle d'un futur entrepreneur. Selon **Shapiro (1980)** l'entrepreneur est « *une personne qui prend l'initiative de rassembler certains moyens, dans une certaine forme et pour un certain but. Cette entité dispose d'une relative autonomie et la personne qui en a eu l'idée la dirige et en prend le risque* » **[Emile-Michel Hernandez, 1999]**

Dans ce sens, l'entrepreneur est devenu le personnage central du développement, économique. Il défie le risque d'incertitude et exploite ses idées pour bénéficier au maximum des opportunités qui se présentent. Sa réussite dépend de sa capacité à créer de nouvelles idées

## Introduction générale

---

et de les réaliser sous forme de projet d'entreprise. Ainsi l'entrepreneur se distingue par sa volonté de création d'entreprise qui est issue de son profil psychologique, alors ceci représente un atout qui permettra à l'entrepreneur de résister aux changements de l'environnement qui lui permet de se différencier par rapport aux autres « *être entrepreneur n'est pas donné à tous* » Boutiller S, (1996). [Boutiller S, Uzunidis D,1999].

L'entrepreneur est dans la réalité un réalisateur de projets qui recherche en permanence de nouvelles pistes de développement. Il privilégiera pour ce faire le leadership et le pouvoir de contrôle...

Les jeunes créateurs d'entreprises sont de plus en plus nombreux. Ils témoignent d'un intérêt croissant pour l'entrepreneuriat. Selon les statistiques de l'OCDE les jeunes créateurs d'entreprises occupent une place importante parmi les entrepreneurs avec un taux 52%. Ils sont considérés comme plus dynamiques, avec une grande capacité d'adaptation aux mécanismes de l'économie de marché par rapport aux générations antérieures, et plus motivé pour entreprendre depuis assez longtemps, souvent dès leur enfance. Ce qui signifie l'intégration dans le projet entrepreneuriat correspond à la catégorie des jeunes dont l'âge est entre (18 et 35 ans). [OCDE, 2019].

La motivation des jeunes entrepreneurs est l'indépendance, échappée aux ordres des supérieurs et le besoin de réalisation personnelle pour gagner de l'argent. Selon Guillaume (1998) « *la motivation première des jeunes entrepreneurs c'est d'être son propre patron. Ils créent surtout par défis avec eux-mêmes que par opportunité pour un marché ou à cause de pressions diverses* ». [Baccari.F,2006] Cette motivation conduit à une intention entrepreneuriale.

L'intention entrepreneuriale serait plus faible pour les plus âgés par rapport aux jeunes. Selon Kanfer et Ackerman suggèrent que les personnes les plus âgées puisent leur énergie et leur motivation moins dans leurs propres compétences et aptitudes cognitives que sur le travail collaboratif ou l'intérêt intrinsèque du travail [Kanfer et Ackerman, 2004]. L'intention entrepreneuriale est présente chez les diplômés comme chez les non diplômés.

L'objectif de chaque jeune diplômé universitaire est d'entrer dans la vie active et intégrer un univers professionnel. Ces jeunes diplômés, certains sont inscrits dans un emploi stable et d'autres qui préfèrent d'intégrer le projet entrepreneurial pour développer leur démarche personnelle et leurs compétences.

Les jeunes qu'intègre le projet entrepreneurial possèdent des caractéristiques qui se traduisent par la volonté de poursuivre la démarche de création d'entreprise et sortir d'une logique de recherche d'emploi alternative.

## Introduction générale

---

L'entrepreneuriat en Algérie est également un levier de la création de richesses et d'emplois. Il fait partie des stratégies de reconversion conduites par les pouvoirs publics, où la création d'entreprise constitue une solution au problème d'exclusion social surtout le chômage des jeunes de plus en plus considérable dans la société algérienne.

A partir de là, l'Algérie opte pour un recentrage dans le sens d'un renforcement au profit de la petite entreprise, par la mise en place d'un ensemble d'organismes (ANADE, CNAC, ANEM et l'ANDI) de facilitation qui ont pour mission de faciliter la circulation de l'information, d'assurer l'orientation et l'accompagnement des PME au niveau local et national.

L'Algérie est l'un des pays où le nombre des jeunes diplômés universitaires est en croissance, avec un taux de 17,6% en 2017, et 27,9% en 2018 selon les statistiques de l'ONS, et la création d'entreprises est faiblement envisagée comme choix de carrière. L'employabilité des diplômés universitaires présente un souci important, en raison de l'incapacité du marché à résorber ce potentiel. Par conséquent, la voie de l'entrepreneuriat se présente comme une meilleure alternative, pour qu'un jeune diplômé s'accapare de l'esprit d'entreprise, ainsi de se prendre en charge en créant son propre emploi à travers la création d'entreprise et contribuer au développement du pays.

Dans toutes les sociétés humaines, la jeunesse est considérée comme source de changement, et accueillant l'innovation. En Algérie, vu son caractère démographique, les jeunes entrepreneurs représentent un atout social et économique indéniable. L'étude de cette population nous semble pertinente vu l'importance que l'on y accorde, soit au niveau national ou international. C'est ainsi que notre étude sur une jeunesse ayant accès à l'enseignement supérieur nous a apparue comme intéressante car l'avenir du pays dépend largement de cette génération qui succédera aux élites, aux leaders et aux dirigeants.

L'objet de notre étude est de déterminer l'effet de la formation universitaire sur l'intention entrepreneuriale et les éléments qui motivent un jeune diplômé universitaire à l'intégration dans le projet entrepreneurial, notamment dans la wilaya Bejaia.

# Introduction générale

---

## Intérêt du thème

Le thème de l'entrepreneuriat des jeunes et des jeunes diplômés est timidement traité notamment en Algérie. L'intérêt de ce thème est présent sur des plans socio-économiques et politique. En effet, en Algérie, tout comme l'entrepreneuriat féminin, l'entrepreneuriat des jeunes diplômés revêt d'une littérature très limitée. Il est assez clair que l'objectif premier de l'entrepreneuriat est la création de l'emploi. Dans un pays comme l'Algérie où le taux de chômage est assez élevé, notamment chez les jeunes et les porteurs de diplômes universitaires, sans compter la qualité des emplois qui sont, en général, instables et à rémunération précaire, la création d'entreprise par les jeunes diplômés s'avère comme une alternative pour palier au chômage.

Par ailleurs, les changements culturels dans la société algérienne ont changé la perception des jeunes vis-à-vis de l'emploi et de la vie professionnelle. En effet, de plus en plus, on remarque une tendance des jeunes diplômés à la création de son propre emploi en raison d'un désir d'autonomie mais aussi d'une recherche d'un gain plus considérable.

D'un autre côté et sur le plan politique, il est important de préciser et de critiquer les politiques de l'Etat visant l'encouragement et le soutien à la création de l'emploi notamment à travers l'entrepreneuriat des jeunes diplômés. Ceci pourra se faire à travers une enquête auprès des jeunes entrepreneurs pour éclaircir et relever les difficultés et obstacles rencontrés durant leur processus de création d'entreprise. Ceci amènera les autorités compétentes à revoir leurs politiques de soutien et d'aides en faveur des jeunes diplômés.

Ainsi, nous essayeront de répondre à la question principale suivante :

## **Quel effet la formation universitaire a-t-elle sur l'intention entrepreneuriale d'un jeune diplômés ?**

Pour répondre à cette question, nous allons essayer de répondre aux questions secondaires suivantes :

1. Qu'est ce qui influence l'intention entrepreneuriale chez les jeunes diplômés universitaires ?
2. Quelles sont les motivations d'un jeune entrepreneur qui est à l'origine de la création de son entreprise ?

# Introduction générale

---

A partir de l'objectif de la recherche, nous avons formulé quelques hypothèses. Il s'agit de :

**Hypothèse 1 : La majorité des jeunes diplômés ont un fort sentiment de s'intégrer dans le projet d'entrepreneuriat pendant leurs études.**

**Hypothèse 2 : Les jeunes diplômés, pour créer leur entreprise, sont motivés par la recherche d'autonomie.**

## Démarche méthodologique

La démarche méthodologique adoptée pour l'élaboration de ce travail consiste en premier lieu à une recherche bibliographique et documentaire, et en second lieu, à une enquête de terrain par l'élaboration d'un questionnaire regroupant une série de questions relatives à notre étude.

L'enquête de terrain a visé des entrepreneurs diplômés universitaires qui ont créé leurs entreprises après l'obtention de leurs diplômes, dans le but de recueillir le maximum d'informations propre à notre échantillon.

Ce travail est réparti en trois chapitres contenant deux sections chacun :

Le premier chapitre, intitulé : *Généralités sur l'entrepreneuriat* traite le cadre conceptuel de l'entrepreneuriat et l'entrepreneur dans la première section, puis l'entrepreneuriat des jeunes diplômés dans la deuxième section.

Le deuxième chapitre, intitulé : *La création d'entreprise en Algérie* porte sur la création d'entreprise en Algérie. La première section énonce les PME en Algérie, la deuxième section concerne les dispositifs publics d'aide à la création d'entreprise en Algérie.

Le troisième chapitre, intitulé : *présentation et analyse des résultats de l'enquête*. Dans la première section, on présentera le questionnaire et la répartition des données. Enfin, la deuxième section sera consacrée à l'analyse des résultats de l'enquête.

# **Chapitre I : Généralités sur l'entrepreneuriat**

## Chapitre I : Généralités sur l'entrepreneuriat

L'entrepreneuriat s'est peu à peu imposé comme le moteur du développement économique et social à travers le monde entier. Les entrepreneurs sont perçus comme les piliers de l'économie de marché, et leurs activités comme créatrices de valeur et d'emploi.

La création d'entreprise est de plus en plus envisagée et proposée aux jeunes comme étant une alternative pouvant leur d'être active sur le marché de travail, et de gagner leur vie, d'être indépendant et de réaliser leur potentiel [OCDE, 2019].

Les formations universitaires est efficace en termes d'amélioration des intentions entrepreneuriales. Elle peut encourager la création d'entreprise, aboutir à des projets innovants et par conséquent, créer des emplois nouveaux.

Dans ce chapitre nous traiterons des généralités sur l'entrepreneuriat, nous aborderons premièrement dans la section 01, les concepts relatifs à l'entrepreneuriat et nous présenterons l'entrepreneur, ses caractéristiques et ses objectifs. Dans la section 02, nous présenterons l'entrepreneuriat des jeunes diplômés universitaires.

### Section 01 : concepts relatifs à l'entrepreneuriat et théories sur l'entrepreneur

Plusieurs auteurs ont étudié le concept de l'entrepreneuriat et l'entrepreneur, nous allons essayer de citer quelques-uns et en survolant les points essentiels.

#### 1 Les concepts relatifs à l'entrepreneuriat

Le concept entrepreneuriat a été le sujet d'étude des plusieurs chercheurs, de différents domaines.

##### 1.1 Définitions de l'entrepreneuriat

L'entrepreneuriat est un phénomène trop complexe pour être réalisé avec une simple synthèse de définitions. Certains auteurs en parlent de l'entrepreneuriat en termes de création pure, alors que d'autres le considèrent comme un processus d'innovation pouvant être lié au comportement entrepreneurial de certains employés œuvrant au sein d'une entreprise [Watson, 1995].

**Schumpeter (1942)** a été le premier à évoquer les avantages, parfois décisifs, des activités entrepreneuriales au sein de l'entreprise [Schumpeter, 1954]. Ses réflexions ont porté sur le rôle de l'entrepreneur dans l'innovation et le développement économique et même de décrire

l'innovation et l'entrepreneuriat en tant que moteur de la croissance économique dans une société capitaliste [Schumpeter, 1961].

Le même auteur en (1997) a donné l'essence à l'entrepreneuriat comme suit : « *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 des nouvelles combinaisons* » [Verstraet T, 2000].

D'après [TOUNES, 2003] l'entrepreneuriat est « *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* ».

L'OCDE stipule que l'entrepreneuriat est le résultat de « *toute action humaine pour entreprendre en vue de générer de la valeur via la création ou le développement d'une activité économique identifiant et exploitant de nouveaux produits, de nouveaux procédés ou de nouveaux marchés* » [L'OCDE. 2007]

Selon Julien et Cadieux « *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* » [Julien et Cadieux, 2010]

L'entrepreneuriat est considéré comme un instrument clé permettant d'améliorer et d'accroître les possibilités d'emploi et favoriser la croissance économique [Julien et Cadieux, 2010].

D'après ces diverses définitions, l'entrepreneuriat est un phénomène économique et social, il est censé faire beaucoup de choses : dynamiser les entreprises, les institutions et les individus, participer à la création d'emplois et de la richesse...

## 1.2 L'importance de l'entrepreneuriat

L'entrepreneuriat est important au développement économique en termes de matière de croissance économique et renouvellement, d'innovation, d'emplois, du parc d'entreprise.

### a. Croissance économique

L'entrepreneuriat est l'un des facteurs les plus importants pour une économie en pleine croissance, car l'importance qu'occupe l'entrepreneuriat dans les recherches et les politiques

économiques reviennent essentiellement aux intérêts qu'il apporte à l'économie et à la société [Verstraet. T, 2006].

#### **b. L'innovation**

L'innovation est un des éléments fondamentaux de la croissance économique. Les nouvelles entreprises innovantes vont pousser les autres entreprises à être plus performantes du fait de la concurrence. Elles participent au dynamisme économique. L'entrepreneur est le plus souvent l'instigateur de l'innovation. On peut dire qu'il est poussé par la curiosité, il n'aime pas trop les sentiers battus.

#### **c. La création d'emploi**

L'évolution économique actuelle montre que l'entrepreneuriat est un facteur clé d'explosion et de mobilisation. En effet, la création de nouvelles entreprises est un moteur essentiel de la création d'emploi, et de dynamique et de tissu économique.

#### **d. Renouveau du parc d'entreprise**

L'entrepreneuriat permet de renouveler et reconstruire le tissu économique par la création des entreprises ex-nihilo ou par la reprise des entreprises et même par la réactivation et le redémarrage d'entreprises ce qui permet de constituer un contrepoids et une compensation aux disparitions et l'échec d'autres entreprises existantes.

### **1.3 Les conceptions dominantes de l'entrepreneuriat**

La complexité du phénomène entrepreneurial a rendu difficile la délimitation d'un seul paradigme. A. Fayolle et Verstraet proposent de classer les différentes définitions selon quatre courants de pensée. [A. Fayolle et Verstraet 2005]

#### **1.3.1 Le paradigme de l'opportunité d'affaires**

Cette perspective définit selon Shane et Venkataraman, (Shane et Venkataraman, 2000). L'entrepreneuriat comme la capacité à créer ou à repérer des opportunités et à les exploiter.

Pour Venkataraman (2000), le processus découverte- évaluation et exploitation de l'opportunité est associé à des individus. Cette perspective porte sur l'émergence d'une nouvelle activité économique sans qu'elle soit nécessairement liée à l'émergence d'une nouvelle organisation. Une activité peut être considérée nouvelle parce qu'elle présente une combinaison nouvelle d'idées existantes ou parce qu'elle crée une nouvelle idée qu'elle combine avec les idées préexistantes. Ils présupposent que les opportunités existent dans la nature et il suffit

d'avoir une capacité à les reconnaître pour les exploiter et les transformer en réalités économiques.

Par contre pour Alain Fayolle, l'opportunité entrepreneuriale se construit au cours du processus de création de l'activité et non pas qu'elle est le point de départ qu'il faut découvrir de ce processus.

### 1.3.2 Le paradigme de la création d'une organisation

La conception de Gartner (1995) repose sur l'idée que l'entrepreneuriat est un phénomène consistant à créer une nouvelle organisation. Il porte principalement sa réflexion sur le concept d'émergence organisationnelle. Il a distingué le phénomène de création d'une organisation des autres phénomènes organisationnels. Il a illustré l'acte de création par une citation de Collins et Moore (1964), où ces derniers reconnaissent aux entrepreneurs la capacité de transformer leurs rêves en action par la création d'une affaire.

Dans ce sens, l'étude de l'entrepreneuriat revient à étudier la naissance de nouvelles organisations.

L'entrepreneuriat est vu comme un système complexe et un type spécifique d'organisation qui est inspiré par un entrepreneur. Cet entrepreneur agit pour concrétiser, au sein de la structure, sa vision de cette organisation. Il est donc indispensable pour lui d'étudier les activités permettant à un individu de créer une nouvelle entité.

### 1.3.3 Le paradigme de la création de valeur

Cette approche définit l'entrepreneuriat comme un phénomène ou un processus créant de la valeur (Ronstadt, 1984 ; Bruyat et Julien, 2001), qu'elle soit individuelle, économique ou sociale.

Le champ d'étude dans le domaine entrepreneuriale est le rapport entre l'individu et création de valeur. La réalisation de la valeur par un projet créée qu'avec l'intervention de l'individu et ce dernier ne sera pas qualifiée d'entrepreneur tant que la création de valeur n'a pas eu lieu. Ce rapport peut être définie comme suit : « *l'individu est une condition nécessaire pour la création de valeur, il en détermine les modalités de production, l'ampleur... Il en est l'acteur principal. Le support de la création de valeur, une entreprise par exemple, est la "chose" de l'individu, nous avons : Individu création de valeur. La création de valeur, par l'intermédiaire de son support, investit l'individu qui se définit, pour une large part, par rapport à lui. Elle occupe une part prépondérante dans sa vie (son activité, ses buts, ses moyens, son statut social...), elle*

*est susceptible de modifier ses caractéristiques (savoir-faire, valeurs, attitudes...), nous avons : Création de valeur individu » [BRUYAT C, 1993].*

### **1.3.4 Le paradigme de l'innovation**

La théorie économique s'est intéressée tardivement à l'innovation. Joseph Schumpeter, Parmi les premiers qui ont travaillé sur ce concept, qui considère que la firme innovatrice crée une rupture dans les conditions de la concurrence car elle dispose d'un avantage compétitif. Pour Fayolle A (2004) « *L'entrepreneuriat et l'innovation sont associés depuis que l'économiste autrichien Joseph Schumpeter a évoqué la force du processus de destruction créatrice qui caractérise l'innovation* » [A. Fayolle et T. Verstraete, 2005].

André Julien et Michel Marchesnay ont affirmé que le moteur de l'entrepreneuriat est l'innovation. Elle constitue le fondement de l'entrepreneuriat, puisque celle-ci suppose des idées nouvelles pour offrir ou produire de nouveaux biens ou services, ou, encore, pour réorganiser l'entreprise. L'innovation, c'est créer une entreprise différente de ce qu'on connaissait auparavant, c'est découvrir ou transformer un produit, c'est proposer une nouvelle façon de faire, de distribuer ou de vendre [A. Fayolle et T. Verstraete, 2005].

La fonction d'innovation est donc importante et fait de l'entrepreneur un vecteur du développement économique. Les entrepreneurs doivent chercher les sources d'innovation, les changements et les informations pertinentes sur les opportunités créatrices. Ils doivent connaître et maîtriser les principes qui permettent de mettre en œuvre les innovations, avec les meilleures chances de réussite [FAYOLLE, A. 2005]

## **1.4 Les types de l'entrepreneuriat**

Il existe autant de types de l'entrepreneuriat. Que en prenant certains critères tels que la légalité, le nombre d'entrepreneurs, la durée de l'activité, le sexe, le statut juridique de l'entrepreneur, nous pouvons classifier l'entrepreneuriat en :

### **1.4.1 L'entrepreneuriat formel et informel**

L'entrepreneuriat formel comprend les activités relatives à l'économie formalisée, les activités autorisées et reconnues par l'Etat. Par contre l'entrepreneuriat informel est relatif aux activités qui s'exercent au noir, non enregistrées par l'Etat. On peut avoir aussi l'entrepreneuriat souterrain par analogie à l'économie souterraine.

### **1.4.2 L'entrepreneuriat individuel et collectif**

L'entrepreneuriat individuel c'est la volonté d'une personne de se démarquer d'acquérir

plus d'indépendance et de liberté sans l'intervention de l'autorité. Les individus qui empruntent cette voie cherchent à se réaliser sur les plans personnel, professionnel et financier. L'entrepreneuriat individuel correspond en effet au travail indépendant. L'entrepreneuriat collectif sous la forme de coopérative et mutuelle.

### **1.4.3 L'entrepreneuriat masculin et féminin**

Certaines activités peuvent être exclusivement exercées par les femmes alors que d'autres sont réservés spécifiquement aux hommes.

### **1.4.4 L'entrepreneuriat privé, public et social**

Ici le critère retenu est celui du statut juridique de l'entreprise. Le privé concerne les entreprises du secteur privé. Contrairement à l'entreprise privé l'entreprise public trouve son origine dans la volonté de l'Etat ou d'une collective [F. Janssen et B. Surlemont, 2009]. L'entrepreneuriat social se manifeste dans la création d'activités bénévoles. Il s'agit aussi de la création et du développement des organisations à but non lucratif qui se différencient des entreprises économiques par le fait que leur objectif primordial n'est pas le gain des profils mais de servir l'intérêt général.

L'entrepreneuriat mixte le partenariat public/ privé (ppp) est une forme d'association durable entre l'autorité publique et un agent privé pour concevoir, financer, construire, gérer ou préserver un projet d'intérêt public.

### **1.4.5 L'entrepreneuriat occasionnel et durable**

Selon la durée de l'activité, l'entrepreneuriat occasionnel reprend les activités temporaires et journalières, alors que l'entrepreneuriat durable correspond aux activités et surtout aux sociétés dont l'exploitation dure longtemps.

## **1.5 Les approches théoriques de l'entrepreneuriat**

La théorie entrepreneuriat permet de distinguer trois principales approches : descriptive (ou traits), comportementale, et processuelle.

### **1.5.1 Approche descriptive (approche par trait)**

Cette approche a été menée par plusieurs auteurs dans le but de distinguer les entrepreneurs des non entrepreneurs et de déterminer différents traits de caractères spécifiques à l'entrepreneur.

Gartner considère l'entrepreneur comme l'unité d'analyse. Elle rassemble les recherches menées en vue d'identifier les caractéristiques personnelles des entrepreneurs. L'hypothèse principale derrière cette école de pensée est que les entrepreneurs possèdent des traits de personnalité, des attributs personnels et un système de valeurs qui les prédisposent à une activité entrepreneuriale et les distinguent des autres individus (les non-entrepreneurs) [Greenberger et Sexton, 1988 ; Gartner, 1990 ; Shaver et Scott, 1991].

Jusqu'à la fin des années 80, de nombreux chercheurs ont essayé de mettre en avant les caractéristiques psychologiques et les traits de personnalité qui caractérisent les, entrepreneurs qui réussissent. « *L'approche par les traits de personnalité a essayé d'établir le profil psychologique typique de l'entrepreneur, en partant du principe que les personnes qui possèdent les mêmes caractéristiques que les entrepreneurs auront une tendance supérieure ou un potentiel à agir de manière entrepreneuriale, ce dont seront dépourvues les personnes qui ne possèdent pas ces caractéristiques. Les chercheurs ont donc procédé par la recherche de déterminants du comportement (besoins, attitudes, croyances et valeurs spécifiques). L'entrepreneur et le non-entrepreneur doivent pouvoir être différenciés par des tendances entrepreneuriales et des traits psychologiques distincts* » [Basso, 2006].

### 1.5.2 Approche comportementale (Approche par les faits)

L'approche comportementale en entrepreneuriat consiste à comprendre le rôle de l'entrepreneur dans le processus complexe de création de nouvelles entreprises. [Garner W.B 1988], a affirmé que les chercheurs doivent observer les entrepreneurs dans le nouveau processus de création d'entreprise et décrit précisément les rôles et les activités qu'ils peuvent exercer. [Gartner, 1988] « *L'approche comportementale est donc intéressante en ce qu'elle se préoccupe des comportements de l'entrepreneur dans l'exercice de son activité, lesquels s'inscrivent dans un environnement culturel, social, économique et politique* ».

Selon Gartner, la meilleure manière d'étudier le comportement entrepreneurial est de suivre la logique adoptée par Mintzberg pour étudier le comportement managérial : « *Je crois que la recherche sur les comportements entrepreneuriaux doit être fondée sur le travail de terrain selon le modèle de l'étude de Mintzberg sur le travail managérial. Les chercheurs doivent observer les entrepreneurs lorsqu'ils sont en train de créer des organisations. Ce travail doit être décrit en détail et les activités systématisées et classifiées. La connaissance des comportements entrepreneuriaux dépend du travail de terrain* » [Gartner, 1993].

### 1.5.3 Approche processuelle

Les approches sur les processus, remontant au début des années 90, s'intéressent au processus de création d'entreprises/d'activités entrepreneuriales. Une grande partie des travaux actuels en entrepreneuriat s'inscrivent dans cette catégorie. Il s'agit d'approches davantage constructivistes, contrairement aux deux autres nettement plus positivistes. Les chercheurs s'y inscrivant partent du constat que les processus entrepreneuriaux sont différents les uns des autres, ils s'inscrivent donc dans une vision plus complexe et multidimensionnelle du phénomène entrepreneurial (Broyat et Julien, 2001 ; Gartner, 1988) [Gartner, 1988].

D'après Fayolle, ces approches sont principalement utilisées pour s'intéresser à l'accompagnement et au soutien des entrepreneurs, des sujets qui se retrouvent au cœur de nos préoccupations. [Fayolle 2004]

## 1.6 Les principales formes de l'entrepreneuriat

On distingue quatre formes d'entrepreneuriat : création d'entreprise, reprise d'entreprise, et intrapreneuriat

### 1.6.1 Création d'entreprise

La création d'entreprise correspond surtout à des créations d'activités économiques nouvelles par des personnes n'étant pas déjà chefs d'entreprise. La création d'entreprise est un phénomène qui se présente sous plusieurs formes. Cela vient de la variété de types d'entreprises créées et du profil de l'entrepreneur, [Hernandez 1999].

Il est possible de distinguer quelques situations typiques de création en soulignant les implications principales sur le profil d'individu (l'entrepreneur) :

#### a. La création ex-nihilo

L'entreprise en ex-nihilo est la forme d'entrepreneuriat la plus populaire auprès des jeunes détenteurs de projet. Elle se base sur une idée innovante et renvoie à une indépendance juridique de la nouvelle entreprise créée par un individu seul ou avec quelques associés, ce type de création exige beaucoup de temps et de travail pour implanter et faire connaître le produit sur le marché, pour convaincre les utilisateurs et les acheteurs, dans ce cas les risques doivent être bien évalués par l'entrepreneur.

#### b. La création par essaimage

Daval H (2000) propose la définition suivante : « L'essaimage est un processus qui se manifeste lorsqu'un employé entreprend de créer sa propre structure ou de reprendre une entité

existante, indépendante de l'entreprise essaimant, en bénéficiant de la part de cette dernière qu'il quitte, de diverses formes d'appui et d'accompagnement, afin de limiter les risques d'échec ». L'essaimage est une pratique l'accompagnement entrepreneurial de départ de ses salariés par une entreprise en l'aidant à créer leurs propres activités. [Daval H, 2002]

### c. La création en franchise

La franchise est un accord dans lequel le franchiseur (une entreprise) permet aux franchisés (d'autres entreprises indépendantes, à la fois juridiquement et financièrement) de reprendre un concept, vendre des produits ou services moyennant une compensation financière. Ce type de création consiste, d'une certaine façon, à imiter un fonctionnement qui existe dans un contexte géographique donné. La création en franchise bénéficie également d'un accompagnement important, mais payant, de la part du franchiseur. Elle peut permettre à celui qui n'a pas d'idées propres ou qui n'a pas une capacité à innover de réaliser son objectif de création d'entreprise.

### d. La création de filiale

L'entrepreneur agit, dans ce cas, pour le compte d'une entreprise existante qui lui confie un projet de nature entrepreneuriale. Les risques personnels sont très limités et les conditions matérielles proposées sont celles d'un cadre ou d'un dirigeant. Cette situation peut convenir à celui qui va entreprendre mais qui ne le fait pas par peur des risques et pour ne pas remettre en cause sa situation personnelle ou familiale.

## 1.6.2 La reprise d'entreprise

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

- a) *La reprise d'une entreprise ou activité en bon santé* : la principale difficulté est vraisemblablement d'avoir suffisamment tôt l'information qu'une entreprise de ce type est en vente. Ensuite il faut pouvoir disposer de ressources financières importantes, car le prix de marché de ces entreprises peut être élevé. Il est indispensable d'avoir, par ailleurs, de bonnes compétences générales et une expérience de management réussie ;

- b) *La reprise d'une entreprise ou activité en difficulté* : Reprendre une entreprise en difficulté nécessite une bonne connaissance et probablement une expérience des situations de crise. Il convient en effet, de restaurer rapidement la confiance à tous les niveaux : personnel, clients, fournisseurs, partenaires.

### 1.6.3 L'entrepreneuriat

C'est un genre d'entrepreneuriat par essaimage, mais en interne. En effet, dans ce cas, l'employeur encourage le développement des compétences professionnelles et l'adoption de certaines habitudes entrepreneuriales au sein même de l'entreprise. Pour l'intra preneur, cela représente une excellente opportunité d'apprentissage, d'expérimentation et de découverte, la prise de risque en moins. Il évolue tout de même dans le giron de l'entreprise, avec une restriction plus ou moins importante de la liberté d'action.

## 2 L'entrepreneur comme un acteur principal de l'entrepreneuriat

Cet acteur principal était le centre des contributions et d'études de plusieurs chercheurs.

### 2.1 Définition de l'entrepreneur

L'entreprise en cours de création est avant tout l'affaire d'un créateur (entrepreneur), son statut a été défini par plusieurs auteurs des différents domaines.

Selon Casson M (1991) l'entrepreneur « *apprêt comme une qualité personnelle qui permet à certains individus de prendre des décisions d'une portée souvent considérable* ». Le même auteur a élargi le concept d'entrepreneur comme suit « *quelqu'un de spécialisé dans la prise (intuitive) de décisions (réfléchies) relatives à la coordination de ressources rares* » [Thierry Verstraet, 2000].

Pour 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* » [Siomy, 2007]. Et pour [Tounes, 2003] « *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* ».

Selon [Siomy, 2007] « *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'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'entrepreneurs hip ».

Enfin, [Marchesnay, 2012] 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) ».

D'après l'ensemble de ces définitions, l'entrepreneur c'est un individu qui doit accomplir, savoir mobiliser des ressources et les employer d'une manière rationnelle, en prenant les risques nécessaires pour garantir la réussite de son entreprise.

## 2.2 Le concept entrepreneur à travers différentes écoles

- a) **L'école des caractéristiques psychologiques** met l'accent sur les facteurs personnels et les valeurs uniques des entrepreneurs. [A. Fayolle, 2005] résume cette école de pensée en indiquant que l'entrepreneur a des caractéristiques psychologiques uniques (valeurs, attitudes, besoins) qui le guident dans le processus entrepreneurial. Parmi celle-ci, nous notons principalement le besoin de réalisation, d'indépendance, le contrôle interne, la prise de risques, en même temps que des valeurs d'honnêteté, de sens du devoir, de responsabilité et d'éthique.
- b) **L'école du management** : Les entrepreneurs sont des organisateurs de processus de création de richesses économiques. Ce sont des personnes qui organisent, qui gèrent et qui assument le risque. [Bruyat, 1994] dit que l'entrepreneur est quelqu'un qui perçoit des opportunités et qui crée une organisation pour l'exploiter.
- c) **L'école du leadership** : L'entrepreneur est un leader qui sait animer des équipes et conduit les hommes vers l'atteinte des buts et objectifs assignés. Il a une capacité à adapter son style aux besoins des gens. L'entrepreneur joue un rôle dans la motivation, la direction et la conduite de son personnel.

## 2.3 Les Théories de l'entrepreneur

### 2.3.1 L'efficacité X de Libenstein (1968)

Cette théorie développée à l'origine pour la grande entreprise à un rapport direct avec le rôle de l'entrepreneur : l'efficience X consiste à se placer sur la frontière des possibilités de production. Telle que la définissent les auteurs néo-classiques seulement dans l'économie concrète, elle est marquée par une absence d'information disponible, une mauvaise affectation des ressources. Ainsi, l'entrepreneur intervient en réduisant les gaspillages et en apportant des améliorations.

### 2.3.2 La vigilance de l'entrepreneur

Pour Kirzner (1973), l'entrepreneur doit être vigilant pour détecter puis exploiter les opportunités qui peuvent se présenter. L'entrepreneur se présente comme l'agent économique qui exploite l'information. [Tounes. A, 2003]

Cette vigilance entrepreneuriale, peut être définie « *comme une sorte de capacité particulière des entrepreneurs à acquérir l'information de façon spontanée. Cette capacité se manifeste par la faculté de percevoir les opportunités offertes par le marché* » [Boutillier. S, Uzunidis. D, 1995]. Grâce à cette qualité, l'entrepreneur sait comment combiner les facteurs de production et comment trouver les personnes ayant les informations dont il a besoin pour trouver des sources de profit.

### 2.3.3 Le risque et l'incertitude : Knight

Knight (1921) relie la fonction entrepreneuriale et la prise de risque, de fait que l'entrepreneur prend des décisions dans un contexte de grande incertitude non probabilisable. Cette dernière signifie qu'un agent économique ne peut, à partir de l'expérience passée, effectuer des probabilités des événements futurs. Il est alors impossible d'appliquer les méthodes probabilistes pour orienter la prise de décision, [Capron.H, 2009].

Selon Knight (1921), les entrepreneurs sont des individus ayant le plus haut niveau de prévisions, leur permettant de prendre des décisions de production et ont une confiance en leurs propres jugements, [Capron.H, 2009].

### 2.3.4 L'entrepreneur chez Drucker (1980)

Selon [Drucker, 1980] l'entrepreneur est celui qui innove. Selon lui, les principes de management pratiqué jusqu'en 1970 par les entreprises tels que : l'organisation scientifique du travail surtout manuel, la décentralisation, la planification à long terme...etc., sont devenus insuffisants parce que beaucoup d'organisations ont constaté que la spécialisation avait des limites et parce que des besoins nouveaux sont apparus : besoins d'innovation, changement social, nécessité d'organiser efficacement le travail...

Pour Drucker (1980), [Drucker, 1980] l'innovation peut se faire même par rapport au style du management, « *le management constitue lui-même une innovation : le management, ce savoir utile qui permet pour la première fois à l'homme de faire travailler de façon productive des personnes de qualifications et de discipline très différentes au sein d'une organisation, est une innovation de ce siècle* ». Alors Drucker insiste sur l'innovation et le considère comme un élément essentiel dans la fonction entrepreneuriale.

## 2.4 Les typologies de l'entrepreneur

### 2.4.1 Les types d'entrepreneurs selon Smith :

Dans les années 60, Smith (1967) [Julien.P et Marchenay.M, 1996] a fait une étude sur la population de créateurs d'entreprises, aux Etats Unis met en évidence deux types d'entreprise :

1. *L'entrepreneur artisan* : souvent ouvrier de formation, pratique une relation paternaliste avec ses employés, plus concerné par les machines et la capacité à travailler dur avec une bonne connaissance des machines, il se situe dans le court terme ;
2. *L'entrepreneur opportuniste* : ce type nécessite une formation plus longue avec un préalable fort d'une expérience de dirigeant. Il communique avec flexibilité, délègue et intègre les employés dans les questions de l'entreprise et planifie la croissance à long terme.

Ces deux types sont caractérisés respectivement par une organisation rigide et adaptive.

### 2.4.2 Les types d'entrepreneur selon J. Laufer (1950 -1970)

[Fayolle.A, 2003] à identifie quatre types d'entrepreneur :

1. *L'entrepreneur manager et innovateur* : formé dans une grande école, et ayant une expérience dans de grandes entreprises, ce type est motivé par le besoin de création, de réalisation et de pouvoir, intéressé plutôt par une dynamique de croissance ;

2. ***L'entrepreneur propriétaire*** : la croissance et l'autonomie financière représente pour lui des objectifs importants, donc ses préoccupations permanentes sont la recherche d'équilibre entre la croissance et l'autonomie, généralement il crée son entreprise à la suite d'un parcours comme subordonné, et son niveau d'instruction n'est pas élevé ;
3. ***L'entrepreneur technicien*** : refuse de la croissance mais cherche l'efficacité, cet entrepreneur choisit un objectif d'indépendance et refuse la croissance qui pourrait l'amener à ne pas atteindre ce but prioritaire. Les besoins de pouvoir et d'autorité sont ses principales motivations. Très fréquemment, l'orientation technologique de l'entrepreneur et de l'entreprise est présente ;
4. ***L'entrepreneur artisan*** : recherche en priorité de positions protégées sur le marché, de l'indépendance personnelle et d'un avantage financier, survie. Ainsi il accorde de l'importance à l'autonomie, mais seulement afin de garder son entreprise dans le sésail familial.

#### 2.4.3 Les types d'entrepreneurs selon Stanwoth et Curran (1976)

Ont présenté trois types d'entrepreneur :

1. ***La motivation de l'artisan*** : cette motivation liée essentiellement à la fonction de l'artisan et la pérennité de son entreprise. Ils sont motivés par l'autonomie, le statut ou le pouvoir ;
2. ***L'entrepreneur classique*** : permet de privilégier l'intérêt financier. Dans ce contexte, la croissance et les exigences organisationnelles induites diminuent son pouvoir au sein de l'entreprise ;
3. ***L'entrepreneur manager*** : recherche la reconnaissance de son potentiel en tant que bon gestionnaire en favorisant une expansion rapide de son entreprise.

#### 2.4.4 Les types d'entrepreneurs selon Marchesnay (1996)

[Julien P-A, Marchesnay.M 1996] a distingué deux types d'entrepreneurs en se basant sur les trois inspirations suivantes :

1. **La pérennité de son entreprise** : c'est-à-dire le souci de durée, notamment dans l'espoir de le transmettre à un repreneur ou à un membre de la famille ou de l'entreprise.

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

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

Les deux types étaient qualifiés par **PIC** (Pérennité, Indépendance, Croissance), et

**CAP** (Croissance, Autonomie, Pérennité)

Pour le **PIC**, ayant comme priorité la pérennité de son activité, il cherche l'indépendance en refusant des associés, c'est-à-dire des emprunts extérieurs à long terme. En cherchant vers la fin la croissance de son activité sans qu'elle mette en risque sa pérennité et son indépendance patrimoniale.

En priorité, l'entrepreneur **CAP** vise la croissance forte (la rentabilité à court terme) ou un degré de risque est présent, il cherche l'autonomie de décision, peu intéressé par l'indépendance du capital (il fait appel à des capitaux externes, peut externaliser et sous-traiter ses activités et fonctions). Faiblement intéressé par la pérennité de son activité (peut facilement changer d'activité).

## 2.5 Les caractéristiques de l'entrepreneur

Les entrepreneurs ont un caractère différent par rapport à autre individu. Nous allons essayer de présenter ces caractères comme suit :

### 2.5.1 Le besoin d'accomplissement

Citons les travaux de [ **McClelland, 1961**] qui étaient basés sur le critère du besoin d'accomplissement, pour lui ce dernier est l'un des éléments indissociables des caractéristiques de l'entrepreneur.

L'entrepreneur préfère être le responsable des solutions de ses problèmes, au lieu de subir des commandes (être un simple salarié), d'établir ses propres objectifs et les faire réaliser par soi-même (contrôler). « *Être son propre patron* ».

### 2.5.2 Entrepreneurs innovateurs

**J. Schumpeter (1935)** souligne que les individus capables d'innover méritent seuls l'appellation « d'entrepreneur » ; ils sont doués d'imagination et font preuve d'initiative et de volonté. Ils assurent le passage entre le monde scientifique de la découverte et des inventions, et le monde économique des innovations. C'est à dire que l'entrepreneur profite des connaissances des savants (inventions) pour créer des produits utiles (en innovant). [Hernandez.E.M, 2001]

### **2.5.3 La cofinance en soin et la prise de risque**

Entreprendre comporte des risques financiers et professionnelle ... et surtout des risques d'échec. L'entrepreneur à tout à fait conscience que son projet peut ne pas aboutir. Pourtant, il est optimiste car il a confiance en lui. La confiance en soi est un trait de personnalité fondamental pour un entrepreneur. En effet, elle pousse l'entrepreneur à déployer tous les moyens nécessaires à la réalisation de son projet, sans pour autant se focaliser sur l'aspect négatif représenté par le risque de perte, voire d'échec. Sans confiance en soi, une personne ne pas lancer un projet car la peur prend le dessus sur la volonté entrepreneuriale.

### **2.5.4 L'ambition : voir loin, voir grand**

Être ambitieux, c'est voir loin et grand. Du fait de sa passion, et de sa confiance en soi, l'entrepreneur envisage le développement de son projet dans la durée. Les moyens dont il dispose au départ son faible, mais tout ce qui compte c'est la croissance de l'entreprise, le développement de l'idée, l'amélioration d'un concept, voir l'émergence de nouveaux concepts. A l'opposé, une personne qui ne se concentre que sur le présent et ne pense pas aux potentialités de développement de son idée n'est ne peut pas être un entrepreneur. Être ambitieux, c'est donc avoir le comportement d'un entrepreneur, même si on ne l'est pas officiellement.

### **2.5.5 L'autonomie**

Un degré d'autonomie élevé avantagerait les individus à se lancer dans une activité entrepreneuriale, préférant développer des plans d'actions et contrôler eux-mêmes la réalisation de leurs objectifs, ces individus sont incapables de se soumettre à l'autorité d'un tiers personne et de s'adapter aux structures d'une organisation existante. Ceci explique pourquoi l'entrepreneur cherche à créer sa propre organisation, fonctionnant selon les règles qu'il a fixées.

### **2.5.6 La persévérance**

Le succès ne viendra pas tout de suite et la réussite nécessite du temps. Afin de surmonter les obstacles, la persévérance ne sera que le fruit de ses capacités individuelles. Son besoin de réalisation et ses talents à faire preuve de son existence.

## 2.6 L'objectif de l'entrepreneur

Tout dirigeant d'une entreprise doit être en mesure de fixer les objectifs à atteindre dans un certain délai et sur un horizon de temps donné. Certes, être un chef d'entreprise rentable est la garantie d'un revenu intéressant, d'un statut social enviable et de l'estime des autres n'est pas le premier but des entrepreneurs ; selon plusieurs auteurs, la réalisation personnelle leur paraît plus déterminante. Il existe certainement une multitude d'autres buts.

On peut citer par exemple : la volonté d'assurer un revenu ou un emploi pour sa famille et les satisfactions psychologiques à être le patron.

Pour **P-A. Julien, (1996)** « *il existe trois buts ressortaient de la littérature consacrée aux typologies d'entrepreneurs : la recherche de la pérennisation et de la survie, la recherche, de l'indépendance et de l'autonomie de décision et enfin, la recherche de la croissance et du pouvoir* » [**P-A. Julien, 1996**].

1. **La pérennité** : l'entreprise est créée et développée en sorte qu'elle se pérennise, survive son créateur qui la transmettra à ses héritiers. Ce but apparaît déterminant lorsque l'affaire repose sur des capitaux familiaux.
2. **L'indépendance** : le désir d'être « *son propre patron* », « *de ne rien devoir à personne* » marque, parfois de façon viscérale le comportement des chefs des PME, il se manifeste dans la logique financière, industrielle et institutionnelle.
3. **La puissance** : un plan de la littérature consacré à l'entrepreneuriat accorde une grande place essentielle au désir d'accomplissement, puis au goût du pouvoir.

## Section 02 : L'entrepreneuriat des jeunes diplômés

L'entrepreneuriat des jeunes diplômés est devenu un sujet incontournable depuis quelques années, nous allons essayer de traiter les éléments essentiels de ce sujet.

### 1 Définition de la jeunesse ou du jeune

Le mot jeune ou jeunesse est un concept hautement discuté par la communauté scientifique qui change de sens selon les périodes historiques et les contextes culturels. Plusieurs

sciences ont souvent différentes façons de définir le concept de jeune ou de jeunesse. Citons parmi eux : la démographie qui prend en compte l'âge, l'anthropologie met l'accent sur les nations de cadets et d'ainés, la biologie considère le temps de la puberté, l'économie met l'accent sur la capacité que l'on a de se prendre en charge et enfin la sociologie qui prend en compte la maturité. Ainsi il n'y a pas de consensus sur la définition de mot jeune, mais l'approche la plus commune est celle qui définit la jeunesse ou le jeune selon l'âge chronologique.

La définition la plus fréquemment utilisée est celle donnée par les Nations Unies. Elle stipule que toute personne d'âge compris entre 15 ans et 24 ans est considérée comme jeune. Cependant cette définition adoptée par d'autres organisations et gouvernements nationaux diffère largement d'un pays à un autre. En Algérie, le concept jeune désigne des gens entre 18 ans à 35 ans.

**Michel et Martine (2012)**, ont défini le jeune ou la jeunesse comme « *une personne qui n'est pas avancé en âge, période de la vie humaine comprise entre l'enfance et l'âge mur* ».

## 2 Définition des jeunes entrepreneurs

Pour la plupart des économistes libéraux actuels, le jeune entrepreneur reste un élément fondamental de l'innovation, du développement des entreprises et de la croissance économique, le tableau ci-dessous nous propose quelques définitions du concept du « jeune entrepreneurs » en fonction des écoles de pensée.

**Tableau N°0 1: définitions du concept « jeune entrepreneurs » selon les écoles de pensée**

Appellation des écoles	Courants de recherche	Définition du jeune entrepreneur	Auteur de référence
L'école économique	Approche comportementale	Un jeune entrepreneur est spécialisé dans la prise intuitive de décisions réfléchies relatives à la coordination de ressources.	Casson (1995)

<b>L'école comportementale</b>	Approche comportementale	Le jeune entrepreneur se définit par l'ensemble des activités qu'il met en organisation.	Gartner (1988)
<b>L'école psychologique avec les courants personnalistes et cognitifs</b>	Approche déterministe	Le jeune entrepreneur se définit par un certain nombre d'attributs psychologiques que l'on décrit autant par la personnalité que par les processus cognitifs activés pour la circonstance.	Shover et Scott (1991)
<b>L'école des processus</b>	Approche comportementale	Le jeune entrepreneur est celui qui développe des opportunités et crée une organisation pour les exploiter	Bygrave et Hofer (1991)

Denieul(P) Mohamed(M), Entrepreneur maghrébins terrains en développement, IRMC, Tunis, 2011

### 3 Les théories explicatives de l'entrepreneuriat des jeunes

#### 3.1 La théorie du processus entrepreneurial : de la perception à la recherche de création

Un processus entrepreneurial est une vue dynamique de la création d'entreprise.

Il correspond à un ensemble de décisions, d'actions et d'orientations, qui sont prises en fonction des perceptions de l'entrepreneur (ou de l'équipe entrepreneuriale) concernant les buts du projet, ses propres motivations, les ressources disponibles et l'état de l'environnement [Fayolle, 2005].

[Bruyat, 1993], a proposé un modèle processuel de la création d'entreprise ; Le processus consiste en six étapes :

- 1)- l'action de créer n'est pas perçue par l'individu du fait d'une insuffisance d'informations liée à l'éducation, à la personnalité et/ou à l'environnement de l'individu ;
- 2)- l'action de créer est perçue par l'individu, il a l'information suffisante pour savoir et comprendre la création d'entreprise, mais la création ne fait pas l'objet d'une réflexion à ce stade ;
- 3)- l'action de créer est envisagée, la création est considérée comme une alternative à la situation actuelle. L'acteur tente d'identifier une idée de création sans y consacrer beaucoup de temps et d'énergie ;
- 4)- l'action est recherchée, l'individu cherche activement une idée et essaie de l'évaluer. L'acteur agit, recherche des informations, réalise des études, développe son projet et investit du temps et de l'argent ;
- 5)- l'action est lancée, l'entreprise est créée, commence à produire et à vendre ;
- 6)- l'action est réalisée, l'entreprise assure son équilibre d'exploitation, la créatrice a apporté la preuve que son projet était viable.

Pour passer au déclenchement du processus entrepreneurial, l'action de créer doit être perçue comme désirée et possible. De plus, [Bruyat, 1993] ajoute que le futur « entrepreneur »

considère ses aspirations, ses compétences, ses ressources et son environnement pour se décider à créer (Configuration Stratégique Instantanée Perçue).

Selon [Fayolle ,2005], le déclenchement peut se produire sous l'effet d'un déplacement, sans que l'intention soit élevée. Le déclenchement peut également survenir sous la pression d'une intention très forte, conduisant à une planification des premières opérations telles que la recherche d'une idée ou d'une opportunité.

### 3.2 La théorie de la carrière entrepreneuriale : le choix de carrière et le développement de l'identité entrepreneuriale

Malgré le manque d'intégration des recherches sur les carrières et sur le processus d'entrepreneuriat, quelques chercheurs ont tenté de bâtir un cadre théorique intégré pour l'étude de la carrière des entrepreneurs. Ainsi, plusieurs auteurs tels que Gasse et Fayolle proposent, à partir d'une approche centrée sur le courant développementaliste, de compléter les approches traditionnelles par les traits (qualités et caractéristiques personnelles de l'entrepreneur) par l'intégration de variables telles que le niveau d'éducation, l'environnement familial de l'enfance, l'histoire professionnelle, le parcours développemental à l'âge jeune, etc.

Un peu plus récemment, cette perspective s'est élargie et elle a donné naissance à un modèle théorique qui repose sur quatre dimensions fortes de l'étude des carrières :

1. La théorie du choix de carrières : explique les facteurs individuels, sociaux, économiques et politico-institutionnels qui influencent le choix d'une carrière entrepreneuriale par un individu ;
2. La théorie de la socialisation : présente les expériences de l'éducation, professionnelle et entrepreneuriale ;
3. La théorie de l'orientation de carrière explique comment un individu s'oriente vers le rôle d'un entrepreneur ;
4. La théorie de la progression de carrière décrit les différents rôles adoptés par les entrepreneurs au cours du temps et les dilemmes qu'ils ont pendant différentes périodes.

Les deux premières dimensions tendent à identifier les facteurs et les expériences qui pourraient encourager l'esprit d'entreprise des jeunes et à choisir une carrière entrepreneuriale.

Les facteurs et les expériences proposés sont les suivants :

- **Les facteurs individuels** : la recherche en entrepreneuriat sur les facteurs individuels avait au départ insisté sur les facteurs psychologiques et leurs effets pour stimuler les individus à chercher une carrière. Plus récemment, d'autres chercheurs ont proposé de nouveaux facteurs qui peuvent mieux prédire les comportements entrepreneuriaux, comme le genre, l'attitude favorable vis-à-vis de l'entrepreneuriat, la cognition sociale

et les processus cognitifs. Ces deux sortes de facteurs sont incluses dans la théorie du choix de carrière entrepreneuriale.

- **Les facteurs sociaux** : Reynolds (1991) [Wand.Y, 2010] a noté que les facteurs sociaux pourraient influencer la décision individuelle de devenir un entrepreneur. Plusieurs recherches ont montré que l'environnement social d'où provient un individu a un impact sur sa motivation à suivre une carrière entrepreneuriale ; l'individu provenant d'un milieu socialement défavorable est plus motivé pour prendre le contrôle sur ce qu'il considère comme un monde hostile et peu attirant. D'autres recherches ont montré que des expériences entrepreneuriales dans la famille et le soutien de la famille lors de la création ont un impact favorable sur le choix de carrière entrepreneuriale. La race, la culture nationale et les soutiens du gouvernement jouent aussi un rôle très important.
- **Les facteurs économiques** : jouent aussi un rôle dans le choix : l'action de création est lancée soit quand il y a un manque d'opportunités d'emploi dans les organisations existantes, soit quand la croissance économique offre des opportunités. Le réseau des ressources dont l'individu dispose peut aussi favoriser la décision de la création.
- **Les expériences précoces dans la famille, au cours de l'enfance, à l'école ou à l'université ainsi que certaines expériences professionnelles** peuvent encourager des comportements voire même des carrières. Les cours et les formations spécialisés en entrepreneuriat ont un effet positif ; les expériences professionnelles négatives peuvent conduire l'individu vers la création.

#### 4 Le jeune entrepreneur face à ses motivations

Avant de développer la motivation des entrepreneurs faut mieux définir le concept de motivation.

[Le dictionnaire de psychologie de Larousse, 1989] décrit la motivation comme : « *l'ensemble des facteurs dynamiques qui déterminent la conduite d'un individu* ».

Selon [Mucchielle. A, 1996] « *La motivation est le processus par lequel un individu émet son action, en vue d'atteindre un objectif donné* ».

Alors que [Pintrich et Schunk, 1996], soutiennent que la motivation est « *le processus par lequel une activité visant un objectif est initiée et maintenue* ».

Mc Clelland (1961) [FILION. L-J, 1997] a essayé de faire comprendre le système de valeurs et les motivations d'un l'entrepreneur. Il a révélé deux dimensions essentielles qui

détermineraient un comportement d'entrepreneur : le besoin d'accomplissement et le besoin de puissance.

- Le besoin d'accomplissement : Il pousse l'individu à être responsable de la solution de ses problèmes et en conséquence à se fixer lui-même les objectifs aptes à l'épanouir ;
- Le besoin de puissance : Moins étudié, passerait par une volonté plus ou moins explicite d'occuper une place prédominante dans un système.

Pour [Fayolle, A, 2005] Les motivations peuvent être de l'ordre de la recherche de succès personnel, social comme financier ou de la notoriété que la création permet d'acquérir.

D'après le professeur Shapero, il peut s'agir d'un besoin d'indépendance (ou de liberté), du désir d'être son propre patron et la recherche de l'autonomie. On peut citer également le besoin d'accomplissement et de changement.

Quant aux qualités et caractéristiques individuelles, nous retenons la confiance en soi, la débrouillardise, la capacité à prendre des risques, la créativité, l'adaptabilité, la facilité à s'entendre avec les autres, à déployer son énergie, à croire au contrôle de sa destinée, une évidente capacité à travailler.

Il apparaît très souvent l'existence de trois valeurs clés qu'on retrouve souvent comme des motivations des jeunes entrepreneurs :

- Volonté de s'exprimer et de se réaliser ;
- Besoin d'indépendance et de liberté ;
- Le goût d'entreprendre et de diriger.

#### 4.1 Motivations sous-jacentes au lancement d'entreprises par les jeunes

Démontrée à travers des études, les jeunes possèdent des qualités de l'ingéniosité, de l'initiative, de la motivation, de l'imagination, de l'enthousiasme, du zeste, de l'impulsion, de l'ambition, de l'énergie, de la témérité, du courage... On souligne également que les jeunes sont connus pour posséder comme qualités l'enthousiasme, la motivation, l'esprit d'entreprise, le goût du risque, la souplesse, l'énergie, l'ingéniosité et la volonté d'essayer de nouvelles approches. (Schnurr et Newing, 1997), Ghai (1988).

D'après [Filion, 1997] la notion de succès tend à prendre en considération chez les jeunes entrepreneurs plus éduqués davantage des critères intrinsèques reliés à la réalisation de soi que des critères extrinsèques reliés aux performances de l'entreprise et au niveau de statut atteint.

Pour [Stevenson, 1987] les jeunes sont motivés pour entreprendre depuis assez longtemps, souvent dès leur enfance. La motivation des jeunes entrepreneurs est l'indépendance, échappée aux ordres des supérieurs et le besoin de réalisation personnelle pour gagner de l'argent.

Selon Guillaume (1998), la motivation première des jeunes entrepreneurs c'est d'être son propre patron. Ils créent surtout par défis avec eux-mêmes (désir d'accomplissement, indépendance...) que par opportunité pour un marché ou à cause de pressions diverses [Baccari. E, 2006]

#### 4.2 Les principales raisons qui motivent un jeune à la création de l'entreprise

Gray, et coll., (1995), présentent quelques-unes des principales raisons qui motivent souvent la création d'une entreprise en Amérique du Nord, en Europe et au Japon : être son propre patron et être plus maître de son travail et de sa vie, trouver une autre possibilité d'avancement à partir d'un emploi sans avenir, obtenir des fonds additionnels, fournir des produits qui ne sont pas disponibles ailleurs. [Gray, 2005]

Au Royaume-Uni selon le rapport de OCDE (2001), les jeunes surtout les diplômés sont motivés essentiellement par les désirs d'indépendance et de souplesse et non pas nécessairement par l'argent [Baccari. E, 2006].

### 5 L'intention d'entrepreneuriat chez les jeunes

#### 5.1 Définition de l'intention

En entrepreneuriat, « intention » est un terme qui a suscité l'intérêt de plusieurs auteurs, (Bird, 1988) écrit que « *l'intention est un processus qui naît avec les besoins, les valeurs, les habitudes et les croyances de l'individu* ». [Saleh. L, 2011]

Pour Ajzen (1991), sont des « *indicateurs de volonté d'essayer, une véritable motivation et des efforts que l'on est prêt à consentir pour se comporter d'une certaine façon. Cette volonté d'agir amène la personne à prendre des dispositions pour favoriser l'avènement de son but* » [Léna. S, 2011]

[Boyd et Vozikis, 1994] considèrent que l'intention est basée à la fois sur la façon par laquelle les personnes perçoivent leurs environnement physique et social, et la manière par laquelle ils anticipent les conséquences futures de leurs comportement (attitudes, perceptions et efficacité personnelle).

L'intention est une manifestation mentale qui implique une volonté d'atteindre un certain but tel que la création d'entreprise [Bourguiba, 2007].

D'après ses auteurs pour créer une entreprise, il faut avoir la volonté puis passer à l'acte.

#### 5.2 L'intention entrepreneuriale

L'intention entrepreneuriale est le premier acte dans le processus entrepreneurial. Elle résume la volonté d'une personne de créer sa propre entreprise, et peut être expliquée par des caractéristiques individuelles de l'entrepreneur potentiel, par son milieu environnemental ainsi que par ses spécificités culturelles.

L'intention entrepreneuriale peut être expliquée par la motivation d'une personne pour effectuer le comportement de création d'entreprise.

Pour les jeunes, l'intention entrepreneuriale est importante pour passer à l'acte de création. Et pour régler leurs problèmes de chômage.

### **5.3 L'impact de l'âge sur l'intention d'entreprendre**

L'âge comme variable impactant l'intention entrepreneuriale a fait l'objet de quelques études récentes. Levesque et Mannite (2006) ont soutenu que l'âge est un facteur déclencheur des comportements entrepreneuriaux.

La volonté d'entreprendre diminue avec l'âge, Selon de nombreux sondages s'intéressent à l'intention de créer une entreprise, il apparaît que les jeunes affichent un grand appétit pour la création d'entreprise, en revanche les seniors sont moins enclins à vouloir entreprendre, car cette populations âgées ont souvent des conjoint, une famille, ce qui implique certaines obligations, en particulier la stabilité de vie, elles évitent ainsi toute initiative qui pourrait mettre en danger, leur vie sociale et leurs habitudes de consommation [**Carlsson et Karlsson, 1970**]. Les besoins et l'opinion de la famille pèseraient davantage sur la décision de s'engager dans une carrière entrepreneuriale pour cette population que pour les jeunes qui ne se sont pas encore engagés dans une vie de famille.

Pour Krueger et Brazeal (1994) il existe un lien négatif entre l'âge et l'intention entrepreneuriale ; les individus les plus jeunes montrent une intention plus élevée pour les comportements entrepreneuriaux que celle des plus âgés.

## **6 Les conseils à suivre par le jeune entrepreneur pour la création de son entreprise**

Selon [**Zammar. R, 2009**] professeur en science économique et sociales. La réussite du jeune entrepreneur dans la création d'entreprise est caractérisé par :

### **6.1 L'évaluation de l'opportunité de création d'entreprise**

Il s'agit de transformer une idée en opportunité de création réaliste qui nécessite de définir l'idée initiale de manière précise en se posant trois questions principales

- Que veut-on vendre ?
- A qui veut-on vendre ?
- Quelle valeur cela peut-il apporter ?
- Pour y répondre à ces questions, il va falloir rechercher des informations, recueillir l'avis et le conseil d'experts et de spécialistes, tester l'idée auprès de personnes extérieurs et analyser les contraintes inhérentes au projet. Pour bien évaluer une opportunité de création d'entreprise, il faut :

- Avoir un minimum de créativité pour identifier, à partir d'une idée initiale, une bonne opportunité de création.
- Maîtriser quelques concepts et outils marketing pour réussir le passage d'une bonne idée à un produit ou un service intégré dans une offre gagnante.
- Savoir sélectionner les opportunités qui seront résisté à l'usure du temps et à la compétition

## 6.2 Conception et formulation du projet de création

Dans cette étape, le projet doit passer vers la position du réalisable. A ce stade, différentes études doivent être conduites : études doivent être conduites : étude du marché, étude juridique et étude financière. Ces études permettent d'élaborer l'offre, la stratégie, le plan d'affaires et de positionner le projet.

Les points clés de la conception d'un projet de création d'entreprise sont :

- Rechercher la meilleure adéquation possible créateur/projet de création
- Être réaliste et pragmatique
- Être clair sur la stratégie
- Rechercher des avantages concurrentiels durables

## 6.3 Montage juridique et financement du projet

- Le montage juridique consiste à choisir une structure juridique, à sécuriser les relations avec les tiers et maîtriser les techniques de protection et de valorisation négociation de l'innovation et des savoir-faire immatériels lorsque 'il s'agit de la création d'entreprise innovante.
- Le business plan permet d'engager le dialogue avec les banquiers et les investisseurs. A ce stade, la créature doit maîtriser son projet pour pouvoir investisseurs. A ce stade, le créateur doit maîtriser son projet pour pouvoir répondre à toutes les questions posées à toutes les questions posées par les partenaires financiers.

## 6.4 Lancement des activités

Pour réussir le lancement des activités il faut :

- Ne pas perdre du temps
- Aller droit à l'essentiel : obtenir des clients et des commandes
- Suivre son business plan

- Avoir un tableau de bord avec quelques indicateurs et piloter réellement sa jeune entreprise
- Bien utiliser ses ressources (physique, intellectuel, sociale et financière).

## 7 La culture entrepreneuriat chez les universitaires

Les établissements d'enseignement supérieur présentent un environnement unique pour l'entrepreneuriat. Elles offrent des opportunités à engager les jeunes qui ont de l'énergie et des idées entrepreneuriat et à réunir des personnes de disciplines diverses qui ont des perceptions de risque et des idées différentes sur les processus entrepreneuriaux différentes.

### 7.1 L'effet de l'enseignement sur l'intention entrepreneuriat

De nombreux chercheurs ont mis en évidence l'intérêt croissant des étudiants pour l'entrepreneuriat comme choix de carrière (Brenner et al, 1991 ; Fleming, 1994 ; Hart et Harrison, 1992 ; Kolvereid, 1996a) [Fayolle.A 2009]

Cet accroissement de l'intention entrepreneuriale est influencé par un certain nombre de facteurs personnels et environnementaux, parmi lesquels on peut distinguer d'une part les facteurs liés aux programmes d'enseignement et de formation en entrepreneuriat et d'autre part les facteurs liés aux expériences des étudiants.

Donckels postule que le rôle principal des formations en entrepreneuriat, est d'accroître la prise de conscience et l'acceptation, par les étudiants, du fait que la voie entrepreneuriale correspond à une option de carrière viable [Donckels, R. 1991].

L'enseignement de l'entrepreneuriat est primordial pour les deux premières phases de l'apparition et de la formation de l'intention : la possibilité d'entreprendre sera connu, l'étudiant saura au moins en quoi consiste l'acte d'entreprendre et apprendra les tâches nécessaires de la démarche entrepreneuriale [Saleh, 2011].

Selon Fayolle (2009) et Al *un programme d'enseignement en entrepreneuriat, même s'il consiste principalement en une sensibilisation des étudiants à l'entrepreneuriat, devrait avoir un impact positif à court terme sur l'intention d'entreprendre* » [Saleh, 2011].

## Conclusion

Tout au long de ce travail nous avons insisté sur la complexité du phénomène entrepreneurial dont la diversité des quelques paradigmes et formes. En faisant le point sur les éléments autour de la notion d'entrepreneuriat, nous pouvons nous apercevoir du rôle de l'entrepreneur dans la création d'entreprise ; dans ce contexte, nous avons essayé de faire une

revue de la littérature concernant l'entrepreneur en identifiant les caractéristiques de cet acteur fondamentale de l'entrepreneuriat.

Nous avons essayé dans un deuxième temps de dévoiler l'aspect de jeune entrepreneur. Chaque théorie essaie de concevoir ce qu'elle pourrait apporter à l'étude de la jeunesse, et son intention a la création de l'entreprise. Et aussi le rôle de la formation universitaire sur l'intention de créer une entreprise, La formation universitaire est perçue comme pas uniquement un moyen d'apprendre comment diriger une entreprise. Mais un moyen de sensibilisation ayant pour finalité faire réfléchir les étudiants sur une nouvelle voie, s'elle d'entreprendre.

Il faut retenir aussi qu'il est maintenant reconnu que la promotion de l'entrepreneuriat chez les jeunes entrepreneurs est motivée par de nombre bonnes raisons. L'entrepreneuriat intervient comme une solution étendue qui guérit tous les maux de la société. Il présente plusieurs avantages possibles qui permettent d'alimenter les motivations d'un jeune.

# **Chapitre II : La création d'entreprise en Algérie**

## Chapitre II : La création d'entreprise en Algérie

Depuis la fin des années 1980, tous les gouvernements algériens ont compris que le secteur public seul ne peut répondre aux besoins économiques et sociaux grandissant du pays, par conséquent, le recours au secteur privé est une nécessité absolue. Et c'est dans ce contexte de transition, d'une économie dirigée vers une économie de marché, que la PME s'est imposée, par sa diversité, sa flexibilité et sa capacité à créer des emplois, comme une entité susceptible de compenser le déficit de la grande entreprise nationale.

Dans ce contexte les pouvoirs publics sont désormais conscients de la nécessité d'encourager le développement des PME et l'esprit d'entreprise et ont assigné à des institutions publiques les tâches de concevoir des politiques spécialement ciblées sur la création d'entreprise.

Les autorités publiques ont mis en place des organes et dispositifs nationaux destinés à promouvoir l'initiative individuelle et stimuler l'activité entrepreneuriale et le goût d'entreprendre à l'image de l'ANADE, ANDI, CNAC, ANGEM...etc.

Ce deuxième chapitre est composé de deux sections. La première section traite les PME algérienne il tiendra en effet la définition algérienne des PME, les caractéristiques et des contraintes et les obstacles ...etc. la deuxième section concernera la présentation des dispositifs d'accompagnement à la création d'entreprise en Algérie.

### Section 01 : La PME en Algérie

La PME est la forme d'entreprise la plus répandue dans le monde et en Algérie, en raison de sa flexibilité et son adaptation facile à tout changement de l'environnement. Donc elle est une forme choisie souvent par les entrepreneurs. Dans cette section nous allons essayer de traiter les principaux éléments de la PME en Algérie.

#### 1 Définition de la PME en Algérie

La PME en Algérie, est définie quel que soit son statut juridique, comme étant une entreprise de production de biens et/ou de services.

- Dont le chiffre d'affaires annuel n'excède pas de 2 milliards DA, ou dont le total du bilan annuel n'excède pas 500 millions DA ;
- Elle respecte le critère de l'indépendance.

Loi n°01-18 du 12 décembre 2001 portant loi d'orientation sur la promotion de la petite et moyenne entreprise (PME), dans son article 4, définit la PME, quel que soit son statut juridique, comme étant une entreprise de production de biens et/ou de services : Employant une (1) à (250) personnes ; Dont le chiffre d'affaires annuel n'excède pas 2 milliards de Dinars (DA), ou dont le total du bilan annuel n'excède pas 500 millions de Dinars ; Et qui respecte les critères d'indépendance. Cette loi sur les PME distingue trois types d'entreprise :

1. La moyenne entreprise est une entreprise employant de 50 à 250 personnes et dont le chiffre d'affaires est compris entre 200 millions et 2 milliards de Dinars et dont le total de bilan est compris entre 100 et 500 millions de Dinars ;
2. La petite entreprise est définie comme une entreprise employant de 10 à 49 personnes et le chiffre d'affaires annuel n'excède pas 200 millions de Dinars.
3. La très petite entreprise ou la micro-entreprise, y est définie comme une entreprise employant de 1 à 9 employés et réalisant un chiffre d'affaires annuel inférieur à 20 millions et dont le total du bilan n'excède pas 10 millions de dinars.

**Tableau N°02: représente le récapitulatif**

	<b>Le nombre d'employés</b>	<b>Chiffre d'affaires (million de dinars)</b>	<b>Bilan annuel (Million de dinars)</b>
<b>Micro entreprise</b>	01 à 09	20	10
<b>Petite entreprise</b>	10 à 49	200	100
<b>Moyenne entreprise</b>	50 à 250	200 à 2000	100 à 500

Source : loi n° 01-18 du 12 décembre 2001 portant loi d'orientation sur la promotion des (PME).

## 2 Le développement de la PME en Algérie

La majorité des PME en Algérie sont nées à partir de la fin des années 1980. La PME avant cette date n'a joué qu'un rôle secondaire. Majoritairement, on peut distinguer trois périodes de l'évolution de la PME depuis l'indépendance [Merzouk. F, 2009].

### 2.1 La période 1962-1982

A la veille de l'indépendance, la plupart des PME qui existaient, étaient aux mains des colonais. Juste après l'indépendance, ces entreprises ont été confiées à des Comités de gestion après le départ de leurs propriétaires étrangers ; elles furent intégrées à partir de 1967 dans des sociétés nationales.

Le premier Code des Investissements qui a été promulgué en 1963 n'a pas eu d'effets notables sur le développement du secteur des PME, et ce, malgré les garanties et les avantages qui comptait accorder aux investisseurs nationaux et étrangers.

Cette période est caractérisée également par l'adoption d'une économie planifiée à prédominance publique et d'une industrialisation basée sur des industries de biens d'équipements et des produits intermédiaires.

Le nouveau Code des Investissements N° 66/284 qui a été promulgué le 15/09/1966 a essayé de faire jouer au secteur privé son rôle dans le développement économique tout en prévoyant une place prédominante pour le secteur public sur les secteurs stratégiques de l'économie. Ce code a obligé les entrepreneurs privés d'obtenir l'agrément de leurs projets auprès de la Commission Nationale des Investissements (CNI). La complexité des procédures d'obtention d'agrément ont fait dissoudre la CNI en 1981.

La PME a été considérée durant toute cette période comme « appoint » au secteur public, car toutes les politiques sont concentrées sur le développement de ce dernier laissant en marge le secteur privé se débrouiller comme il peut. De ce fait, le promoteur privé a investi des

créneaux qui nécessitent peu une maîtrise de la technologie et une présence d'une main d'œuvre qualifiée ; à savoir le commerce et les services.

Une fiscalité lourde, une législation du travail rude et la fermeture du commerce extérieure, telles étaient les principaux blocages de cette période pour l'émancipation de la PME privée.

## 2.2 La période 1982-1988

Durant cette période, de grandes réformes ont été amorcées sous toujours le système de l'économie administrée. Les deux plans quinquennaux (1980-1984) et (1985-1989) sont l'exemple de ces réformes entamées en faveur du secteur privé. Il y a eu parallèlement une promulgation d'un nouveau cadre législatif et réglementaire relatif à l'investissement privé (loi du 21/08/1982) qui a dicté un ensemble de mesures favorables aux PME telles que :

- Le droit de transfert nécessaire pour l'acquisition des équipements et dans certains cas des matières premières ;
- L'accès, même limité, aux autorisations globales d'importations (A.G.I) ainsi qu'au système des importations sans paiement. (CNES, 2002).

➤ Cette période est caractérisée également par certains obstacles aux PME tels que :

- Le financement par les banques ne dépasse pas 30% du montant total de l'investissement ;
- Les montants investis sont limités à 30 millions de DA pour la société à responsabilité limitée (SARL) ou par actions et 10 millions de DA pour l'entreprise individuelle ou au nom collectif ;
- L'interdiction de posséder plusieurs affaires.

## 2.3 A partir de 1988

L'Algérie a connu à partir de 1988 une phase de transition vers l'économie de marché, c'est ce qui l'a conduit à établir des relations avec les institutions internationales tels que le FMI et la Banque Mondiale pour atténuer la crise de sa dette extérieure d'une part, et à l'application d'un régime de politique monétaire, financière, économique et commerciale d'une autre part qui lui a dicté la privatisation de nombreuses entreprises publiques, et a contribué au développement des petites et moyennes entreprises dans certaines activités de l'économie. Ces

activités concernent la transformation des métaux ainsi que les petites industries mécaniques et électroniques.

Les changements d'orientation de la politique économique et l'adoption des plans d'ajustement structurel avaient définitivement scellé le passage de l'économie vers l'organisation marchande.

L'État a mis en place un nouveau cadre législatif et plusieurs réformes liées aux programmes de redressement économique, au système juridique pour le développement de l'investissement et la promotion des petites et moyennes entreprises telles que le nouveau code d'Investissement qui a été promulgué le 05/11/1993 relatif à la promotion de l'investissement. Ce code a eu pour objectifs, la promotion de l'investissement, l'égalité entre les promoteurs nationaux privés et étrangers, remplacement de l'agrément obligatoire par une simple déclaration pour investir auprès des institutions administratives concernées, réduction des délais d'études de dossiers, le renforcement des garanties.

Dans les faits, le bilan de la mise en œuvre du code de 1993 a été mitigé ce qui a porté les autorités à promulguer en 2001 l'ordonnance relative au développement de l'investissement (Ordonnance N° 01103 du 20/08/2001) et la loi d'orientation sur la promotion de la PME (Loi N° 01/18 du 12/12/2001).

L'ordonnance mise en place en même temps que la loi d'orientation de la PME définit et fixe, entre autres, les mesures de facilitation administratives dans la phase de création de l'entreprise qui pourraient être mises en œuvre. Elles prévoient également la création d'un Fonds de Garantie des prêts accordés par les banques en faveur des PME, la création du Conseil National de l'Investissement (CNI) et la suppression de la distinction entre investissements publics et investissements privés. (CNES, 2002).

### **3 L'évolution et la répartition des PME en Algérie**

Le secteur des PME en Algérie a connu une forte progression à travers un certain nombre de programmes et de politiques notamment : La loi d'orientation des PME, le bulletin d'information des Statistiques n° 33 à la fin 2018 dont le but de rassembler les dit éléments d'analyses qui permettront de connaître la place qu'occupe les PME dans l'économie algérienne.

Dans ce qui suit nous exposerons quelques statistiques d'information concernant l'évolution et la répartition des PME en Algérie

### 3.1 La population globale des PME en Algérie fin 2018

Le tableau suivant résume la progression des PME 2018

**Tableau N°03:La population globale des PME en Algérie**

Types de PME	Nombre de PME	Taux
<b>PME privée</b>		
Personnes morales	628 219	57,45 %
Personnes physiques	464 689	42,55 %
Activités artisanales	241 494	22,09 %
Professions libérales	223 195	22,09 %
<b>Total 1</b>	<b>1 092 908</b>	<b>99,98 %</b>
<b>PME publiques</b>		
Personnes morales	262	0,02 %
<b>Total 2</b>	262	0,02 %
<b>Total</b>	<b>1 093 170</b>	<b>100 %</b>

Source : Bulletin d'information des Statistiques de la PME n°33 fin 2018

La population globale des PME s'élève à 1 093 170 entités vers la fin de 2018, dans près de 99,98 % sont constitué de PME privées, soit 22,09 % d'entités exerçant dans les activités artisanales et 20,09 % dans la profession libérale. Le reste est constitué des PME publiques avec un taux 0,02 %

### 3.2 Mouvement des PME privées par secteurs d'activité et par tranche d'effectifs

Le tableau suivant représente le mouvement des PME privées par secteurs d'activité et par tranche d'effectifs

**Tableau N°4 : mouvement des PME privées par secteurs d'activité et tranche d'effectifs**

Secteur d'activité	Très petite entreprise privée 1 à 9 salariés	Petite entreprise privée 10 à 49 salariés	Moyen entreprise privée 50 à 250 salariés	Nombre des PME
Services	33638	454	60	34152
BTP	9205	698	78	9981
Industrie	5865	218	19	6102
Agriculture et pêche	614	9	8	631
Services liés aux industries	244	9	8	261
<b>Total</b>	49566	1388	173	50496

Source : Bulletins d'informations des statistiques de la PME n°33 fin 2018

D'après le tableau ci-dessus on remarque que les PME algériennes ont une prédominance des TPE dans tous les secteurs d'activité. Où à la fin de 2018, il a enregistré 49566 entreprises de (1 à 9 salariés) ;1388 entreprises sont des PE (10 à 49) salariés et173 entreprises de ME en effectif de plus de 50 salariés (50 à 250 salariés).

On remarque dans la PME algérienne qu'il y a une prédominance du poids de la micro entreprise dans leur économie.

### 3.3 La répartition des PME par niveau d'instruction en Algérie

Le tableau suivant représente nombre des PME crée par niveau d'instruction de promoteur

**Tableau N°05 : la répartition des projets PME par niveau d'instruction**

Les années	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	Total	Taux
<b>Niveau d'instruction</b>									
<b>Formation professionnelle</b>	1223	1556	2367	1730	2327	3075	4170	16448	82,54%
<b>Universitaire</b>	534	656	815	370	467	289	343	3474	17,43%
<b>Total</b>	1757	2212	3183	2100	2794	3364	4513	19923	100%

Source : résultats l'ONS 2012- 2018

Dans le tableau ci- dessus, on constate que la majorité des créateurs de la PME détiennent des expériences professionnelles représentées par un taux de 82,45 %, et les universitaires avec un taux de 17,43 %.

Donc, l'esprit de création d'entreprise est beaucoup plus répondu chez les détenteurs de diplômes professionnels que de diplômes universitaires.

## 4 Les caractéristiques des PME algériennes

Lehkalk. K, Korichi. Y, Gaboussa. A, ont résumé les caractéristiques des PME dans les points suivants : [lehkalk. K et all, 2013]

- Une structure financière souvent fragile et la prédominance du capital amical ;
- Une concentration relative dans les secteurs de la production des biens de consommation et des services ;
- Compétence et qualification professionnelle des dirigeants des PME sont souvent non justifiée ;
- Manque d'encadrement technique ;
- Faiblesse de l'accumulation technologique ;
- Quasi-absence de l'innovation et manque d'inventivité ;
- Faiblesse de l'activité de sous- traitante ;
- Manque des informations fiables, pertinentes et actualisé ;
- Une grande souplesse structurelle et un manque de spécialisation ;
- La prépondérance d'une culture orale dans le travail et le faible recours à la culture savante ;
- Les recrutements chez les PME se font d'abord au sein de la famille puis dans le quartier ou dans le village.

## 5 Les ressources nécessaires pour la création d'entreprise

Les ressources mobilisées pour la création d'entreprise sont des moyens mis en disposition afin de bien faire fonctionner ses activités, ce sont des éléments indispensables pour une bonne gestion de la société. On distingue trois types de ressources :

1. Les ressources financières : Sont référencier au budget global du projet. Autrement dit, l'ensemble des coûts et des dépenses qui peuvent intervenir tout au long du projet : le salaire de l'équipe, la location ou l'achat de matériel, les frais de déplacement...
2. Les ressources humaines : Il s'agit tout simplement de l'ensemble des personnes qui vont intervenir sur le projet, qu'elles soient internes ou externes à l'entreprise. En effet, parfois, les entreprises ne disposent pas de toutes les compétences nécessaires à la réussite d'un projet en interne. Dans ce cas, elles font appel à des consultants ou des partenaires pour compléter leurs ressources humaines ;
3. Les ressources matérielles : concernent tout ce dont l'équipe projet va avoir besoin pour mener à bien le projet : locaux, les équipements informatiques, les logiciels...

## 6 Les différents modes de financement des entreprises

Pour financier la création ou le développement d'une entreprise, en peut utiliser deux modes de financement [Gérard, Ch. 2000]

### 6.1 Les financements par capitaux propres

Les fonds propres représentent les capitaux dont la fonction est d'assumer le risque résiduel. Ils sont soit d'origine externe, soit d'origine interne (autofinancement) :

#### 6.1.1 Les fonds propres d'origine externe

Ces fonds s'obtiennent au moyen, soit d'augmentation de capital, soit les primes, aides et subvention.

- **L'augmentation de capital** : L'augmentation de capital ne se traduit par un apport externe de capitaux que s'il y a appel de numération. Les augmentations de capital réalisées par incorporation de réserves ou par conversion de créances n'apportent pas de liquidité supplémentaire.
- **Les prime, aides et subvention** : Les pouvoirs publics, en aidant les entreprises qui investissent ou embauchent conformément pour objectifs de création d'entreprise, installation et développement de l'artisanat, innovation, etc.

### **6.1.2 Les fonds propres interne (autofinancement)**

L'autofinancement représente le flux de fonds propres provenant des opérations de l'entreprise (hors financement externe) et réinvesti. Une entreprise pouvant faire appel à ses actionnaires en cas de besoin, on peut s'interroger sur les raisons qui incitent l'entreprise à s'autofinancer plutôt qu'à distribuer l'intégralité de ses résultats.

## **6.2 Les financements externes à long et moyenne terme**

### **6.2.1 L'emprunt bancaire**

L'emprunt bancaire correspond à une somme mise à la disposition de l'entreprise par un organisme financier, avec obligation de la rembourser selon un échéancier préalablement défini.

En contrepartie de son financement, l'organisme prêteur perçoit des intérêts rémunérant l'apport de fonds et les risques pris.

### **6.2.2 L'emprunt aidé**

Certains organismes octroient aux jeunes entreprises des prêts favorisant la création. Ces prêts, liés à des conditions relatives à la personne du créateur, sont parfois accordés en accompagnement de financements bancaires. Ils permettent de les compléter et sont souvent pris en compte par les organismes de crédit au titre des apports du créateur.

Ces prêts peuvent être octroyés par les collectivités territoriales (région, municipalité...), Pôle Emploi ou des associations souhaitant favoriser la création d'entreprises et le développement économique.

### **6.2.3 Le crédit-bail**

Le crédit-bail, appelé également location avec option d'achat (LOA), est sensiblement différent de l'emprunt, bien qu'il serve en principe à financer le même type de biens. En effet, lorsqu'elle finance un investissement par le biais d'un emprunt, l'entreprise en est propriétaire dès le premier jour.

Dans le cadre d'un crédit-bail, pendant toute la durée du contrat, l'entreprise n'est pas propriétaire du bien. Il s'agit d'une simple location assortie d'une promesse de vente à l'issue de la période de location. L'organisme financier possède donc le bien, le loue à l'entreprise et s'engage à le lui vendre après une certaine période selon des conditions prédéfinies

## 7 Les obstacles des PME en Algérie

PME algérienne souffre d'une panoplie de freins assez considérables, ne lui permettant pas de grandir et d'évoluer dans son domaine d'activité. Ayant chacune sa spécificité, (type, taille, filière, localisation...). PME algériennes partagent ses obstacles par différent aspect

### 7.1 Aspect financier

- Manque de ressources pour s'autofinancer en vue d'une création, investissement ou expansion ;
- Lenteur des financements bancaires et lourdeur des dossiers à fournir ;
- Réponse négative ou exclusion ;
- Ecart des délais de paiement fournisseurs et clients.

### 7.2 Aspect immobilier

- Le manque de planification urbaine et la répartition des zones pour la mise en place et le fonctionnement des PME ;
- Les PME peuvent obtenir un morceau de terre, mais qui est loin des zones disponibles sur les infrastructures qui portent les frais de transport supplémentaires ;
- Les terres disponibles ne sont pas équipées avec les fournitures de base nécessaires pour gérer l'institution de la forme économique.

### 7.3 Aspect sur la matière première locale et importées

- La rareté et les prix élevés des matières premières, en particulier lorsqu'elles ne sont pas autorisées à être importées (les entrepreneurs ne sont pas autorisés à importer) ;
- L'augmentation de ces coûts peut pousser les PME à utiliser des matériaux de qualité inférieur, ce qui affecte la qualité des biens et services, qui reflètent négativement sur la performance du secteur ;
- Offre local irrégulier de certaine matière première, ce qui rend ces institutions travaillent sur le stockage des quantités exceptionnelles, ce qui conduit à geler une partie du capital et de supporter des charges supplémentaires à ce stockage ;

### 7.4 Aspect administratif

- Lourdeur des dossiers administratifs ;
- Lenteur dans le traitement des dossiers et les délais de réponses ;
- Bureaucratie ;
- Corruption et absence de transparence ;
- Insuffisance des infrastructures (guichet centralisé...) ;

- Marginalisation territoriale (région Sud) ;

### 7.5 Aspect Commercial

- Monopolisation de certaines parts du marché par les entreprises publiques ;
- Etude de marché non basé ;
- Incertitude concernant le marché et sa pérennité freinant la volonté d'investir ;
- Manque de compétence marketing ;
- Manque de développement à l'export.

## 8 Le rôle des PME dans l'économie Algériens

Les PME en Algérie jouent un rôle très important grâce au grand nombre de ces entreprises que lui permet de contribuer à la croissance et au développement économique, par :

### 8.1 La création d'emplois

Les programmes de soutien des PME algériennes insistent à encourager les entrepreneurs de créer plus des postes d'emploi par les exonérations et les réductions parafiscales. Cette politique permet d'intégrer plus des jeunes chômeurs dans le monde de travail et de diminuer le taux de chômage comme objectif final. En ce terme, et toujours avec la prise en compte des personnes physiques exerçant dans les professions libérales assimilées aux PME privées, comparativement aux PME publiques, les PME privées apparaissent comme plus créatrices d'emplois que les PME publiques [Ferrah, A. 2005]

### 8.2 La création de la valeur ajoutée

Les PME jouent un rôle prépondérant dans la création de la valeur ajoutée, qui mesure la production créée et vendue par une entreprise. La valeur ajoutée à l'échelle nationale est désignée par le PIB algérien, qui est pour l'essentiel la somme des valeurs ajoutées de l'ensemble des entreprises dans différents secteurs, implantées sur le territoire national.

La désindustrialisation continue qu'a connue l'économie algérienne depuis les années 90, supportée par le secteur public, est un fait économique marquant. Exception faite de quelques années, l'industrie nationale manufacturière du domaine public a enregistré une décroissance depuis le milieu des années 80.

A la fin de 2001, le secteur privé emploie déjà près de 800 000 salariés à travers plus de 150 000 entreprises et contribue à hauteur de 75 % du PIB hors hydrocarbures, il constitue de ce fait l'acteur principal et incontournable du développement économique et social, qui devrait à ce titre bénéficier de toute l'assistance matérielle, humaine et financière pour lui permettre de jouer pleinement son rôle de moteur de croissance et de richesse. [Merzouk.F, 2009]

### 8.3 La distribution des revenus

La valeur ajoutée créée par chaque PME/PMI recouvre l'ensemble des rémunérations des services qui ont été rendus au cours du processus de production et au fonctionnement des administrations. La valeur ajoutée servira à :

- Rémunérer les services, force de travail, capital, moyens financiers (il s'agira alors des salariés, de dividendes ou d'intérêts) ;
- Contribuer au fonctionnement des administrations en particulier en versant des impôts.

Il est clair donc que l'entreprise quelle que soit sa taille, en créant de la valeur ajoutée et en redistribuant ce surplus sous des formes diverses aux autres agents, remplit un rôle essentiel dans l'activité d'un pays. Il faut aussi préciser que ses fonctions de nature strictement économique ne sont pas les seules que l'on attribue à cette catégorie d'entreprise, de plus en plus, et du fait de son importance dans les sociétés modernes, d'autres missions lui sont attribuées : sociales, humaines et culturelles...etc. [Gharbi, S.2011]

## Section 02 : Les organismes institutionnels d'aide à la création d'entreprise en Algérie

Dans cette section nous allons essayer de présenter les différents dispositifs d'aide à la création d'entreprise en Algérie et les avantages liés à chaque dispositif et détailler les spécifications de chaque un selon plusieurs critères.

### 1 Agence nationale d'appui et de développement de l'entrepreneuriat (ANADE)

ANADE anciennement connue sous le nom de l'ANSEJ (l'Agence national de soutien à l'emploi de jeunes), le changement de dénomination et les nouvelles missions de l'agence sont fixés dans le décret exécutif correspondant au 22 novembre 2020 modifiant et complétant le décret exécutif correspondant au 8 septembre 1996 portant création et fixant les statuts de l'agence nationale de soutien à l'emploi des jeunes [[www.dz.ANADE](http://www.dz.ANADE)]

#### 1.1 Les missions de l'ANADE

L'ANADE a pour missions de soutenir, de conseiller et d'accompagner les jeunes chômeurs porteurs de projets durant toutes les phases jalonnant le processus de création de leurs micro-entreprises. Elle assure également, le suivi des investissements réalisés.

Les missions de l'Agence national d'appui et de développement de l'entrepreneuriat sont les suivantes :

- Soutenir, conseiller et accompagner les jeunes promoteurs tout au long de la mise en œuvre de leurs projets d'investissements ;
- Encourager toute forme d'actions et toute mesure tendant à promouvoir l'emploi des jeunes ;
- Gérer les dotations du Fond National de Soutien à l'Emploi des Jeunes, notamment les aides sous forme de prêts non rémunérés des bonifications des taux d'intérêts des crédits bancaires ;
- Assurer les jeunes promoteurs auprès des institutions et organismes concernés par la réalisation des investissements.

### **1.2 Les conditions d'éligibilité**

Les jeunes promoteurs de projets d'investissement doivent satisfaire aux quatre conditions d'éligibilité suivantes :

- L'âge (19-40 ans) ;
- La qualité de chômeur ;
- La qualification ;
- L'apport personnel.

### **1.3 Les avantages fiscaux et parafiscaux**

#### **1.3.1 En phase de réalisation**

- Franchise de la TVA pour les acquisitions de biens d'équipements, à l'exclusion des véhicules de tourisme, entrant directement dans la réalisation de l'investissement, lorsque ces biens ne sont pas fabriqués en Algérie.
- Application du taux de 5% en matière de droits de douanes pour les équipements importés et entrant directement dans la réalisation de l'investissement.
- Exonération de tout droit d'enregistrement pour les actes portant constitution de sociétés créées par des jeunes promoteurs.
- Exemption du droit de mutation à titre onéreux au taux de 8% pour les acquisitions immobilières effectuées dans le cadre de la création d'une activité industrielle.

### 1.3.2 En phase d'exploitation du projet

- Exonération totale de l'IBS, l'IRG, la TAP pendant trois ans. Cette période est portée à six ans lorsque ces activités sont installées dans des zones à promouvoir.
- Admission du taux réduit de 7% sur les cotisations patronales au titre des rémunérations versées aux salariés.
- Exonération de la taxe foncière sur les constructions et additions de constructions pendant une période de trois ans à compter de leur achèvement. Cette exonération est portée à six ans lorsque ces constructions sont installées dans des zones à promouvoir.

### 1.4 Les avantages financiers

- Le crédit sans intérêts octroyé par l'ANADE est un crédit à long terme accordé à la micro-entreprise et dispensé du paiement d'intérêts.
- La bonification des taux d'intérêt générés par les crédits bancaires. Le niveau de la bonification varie selon la nature et la localisation de l'activité.

### 1.5 Les types de financements proposés par l'ANADE

[Chalal, 2001] a distingué deux types de financements par l'ANADE :

#### 1.5.1 Financement triangulaire

Ce montage financier fait appel aux fonds propres du promoteur, au crédit sans intérêts de l'ANADE et aussi au crédit bancaire. Les montants et les niveaux sont modulés selon la localisation et la nature de l'investissement<sup>10</sup>.

#### 1.5.2 Le financement mixte

Ce montage financier fait appel aux fonds propres du promoteur et au crédit sans intérêts de l'ANADE. Les montants et les niveaux sont modulés selon la localisation et la nature de l'investissement.

- Il peut concerner deux types d'investissement : celui de la création ou de l'extension du projet.

- Le porteur du projet peut recevoir des aides financières, dont le montant et la nature varie selon que le financement soit mixte ou triangulaire.

## 2 Agence Nationale de Gestion du Micro-crédit (ANGEM)

Outil de lutte contre la précarité, le micro-crédit a permis à des démunis d'accéder à des conditions de vie améliorées en créant leur propre activité génératrice de revenus.

Lancé pour la première fois en Algérie en 1999, le micro-crédit a permis la création de plus de 150.000 activités dans différents secteurs.

Il n'a pas connu, dans sa formule initiale, le succès souhaité par les pouvoirs publics en raison d'un manque d'accompagnement dans les phases de maturation et de suivi dans la réalisation des projets.

Les recommandations faites lors d'un regroupement d'experts de la micro-finance ont conduit à la création d'une institution spécialisée dénommée « Agence Nationale de Gestion du Micro-crédit », créée par le décret exécutif No 04-14 du 22 janvier 2004. [ [www.angem.dz](http://www.angem.dz) ]

### 2.1 L'ANGEM et ses missions

Instrument de réalisation de la politique du gouvernement pour la lutte contre le chômage et la précarité, l'Agence Nationale de Gestion du Micro-crédit a pour missions :

- De gérer le dispositif du microcrédit conformément à la législation et à la réglementation en vigueur ;
- De soutenir, conseiller et accompagner les bénéficiaires dans la mise en œuvre de leurs activités ;
- D'octroyer des prêts non rémunérés ;
- De notifier aux bénéficiaires dont les projets sont éligibles au dispositif les aides qui leur sont accordées ;
- D'assurer le suivi des activités réalisées par les bénéficiaires en veillant au respect des clauses des cahiers des charges qui les lient à l'Agence et en les assistant, en cas de besoins, auprès des institutions et organismes concernés par la mise en œuvre de leurs projets.

A ce titre, l'Agence est chargée notamment :

- De constituer une base de données sur les activités et les bénéficiaires du dispositif ;
- De conseiller et d'assister les bénéficiaires du dispositif du micro-crédit dans le processus du montage financier et de mobilisation des crédits ;
- D'entretenir des relations continue avec les banques et établissements financiers dans le cadre du montage financier des projets, de la mise en œuvre du schéma de financement et du suivi de la réalisation et de l'exploitation des projets et de participer au recouvrement des créances non remboursées dans les délais ;
- De passer des conventions avec tout organisme, institution ou organisation ayant pour objet de faire réaliser, pour le compte de l'Agence, des actions d'information,
- De sensibilisation et d'accompagnement des bénéficiaires du micro crédit dans la mise en œuvre de leurs activités.

## 2.2 Aides et avantages accordés aux bénéficiaires du micro-crédit

- Soutien, conseil, assistance technique et accompagnement des promoteurs sont assurés par l'ANGEM, à titre gracieux, dans le cadre de la mise en œuvre de leurs activités ;
- Le crédit bancaire est accordé avec un taux d'intérêt réduit à la charge du bénéficiaire (de 10 à 20 pour cent du taux d'intérêt commercial, selon le cas). La différence avec le taux d'intérêt commercial est prise en charge par le trésor public ;
- Un prêt non rémunéré, équivalent à 25 % du coût global du projet peut être accordé si ce dernier est entre 100.000 DA et 400.000 DA.
- Ce taux peut être porté à 27 % du coût de l'activité ;
- Si le promoteur est détenteur d'un diplôme ou d'un titre équivalent reconnu ;
- Si l'activité est implantée dans une zone spécifique au niveau du Sud ou des Hauts Plateaux ;
- Pour l'achat de matières premières (fonds de roulement) le PNR est fixé 10 000 000 DA.

### Les modalités de financement du dispositif ANGEM

Le dispositif accorde un crédit à un taux d'intérêt très bas ou nuls, des remboursements différés, une fiscalité réduite ou prise en charge par L'ANGEM, soutien, conseil, assistance technique et accompagnement sont assurés dans le cadre de la mise en œuvre des activités.

Des montages financiers peuvent être différents s'il s'agit « d'achat de matières premières » ou d'acquisition de petits matériels ou d'équipement, selon la zone géographique, selon la catégorie de promoteurs (femmes au foyer, étudiantes, handicapés ...). Néanmoins, le montage financier proposé par le dispositif prévoit 3 grandes formules avec quelques variantes dans certains cas qui sont :

### 2.2.1 Le financement primaire

Le crédit est accordé pour les promoteurs qui veulent travailler mais ils n'ont pas un financement, donc le dispositif ANGEM leur accorde un crédit de 40 000 DA pour qu'ils achètent de la matière première pour commencer. Le crédit est remboursable sur 24 mois, après 6 mois d'activité.

### 2.2.2 Le financement mixte (ANGEM-promoteur)

Le crédit « *Achat de matière première* » le dispositif prévoit un financement à 100% du montant d'achat de matière premières à travers un prêt non rémunéré (PNR), pour un coût global de 40 001 DA à 100 000 DA. Remboursable sur 36 mois, le promoteur dans ce cas de figure doit avoir une carte d'artisan.

### 2.2.3 Le financement triangulaire (Banque-ANGEM-Promoteur)

Le crédit « *Acquisition de petits matériels et équipements* » : le coût maximum de l'investissement est fixé à 1 million de dinars. Remboursable sur 11 ans, après 3 ans d'activités.

Le montage financier proposé par le dispositif prévoit la formule suivante :

- **Apport personnel** : 1% du coût global du projet
- **ANGEM** : 29% du coût global à travers prêt non rémunéré remboursable sur 3 ans ;
- **Banque** : 70% du coût global (intérêts bonifiés) remboursable sur 5 ans.

## 2.3 Les différents secteurs touchés par l'ANGEM

L'objectif assigné en microcrédit est d'être un instrument de financement de proximité qui fournit les services financiers dont ont besoin autant les TPE, les micro entreprises et les

professions libérales pour développer leurs activités économiques lorsque le secteur bancaire classique ne le fait pas ou ne peut pas le faire. Ces derniers concernent divers secteurs tels que : agriculture, industrie, BTP, services, artisanat c'est-à-dire la création de richesse, cette richesse elle-même contribue au développement local. Les micro-entreprises sont généralement peu capitalisées et travaillent avec une technologie élémentaire.

### 3 La Caisse Nationale d'Assurance Chômage (CNAC)

D'après décret législatif N° 94-11, qu'est instituée l'assurance chômage, en faveur des salariés susceptibles de perdre de façon involontaire et pour raison économique leur emploi. Dans ce cadre, l'administration et la gestion du régime d'assurance chômage algérien est confiée, à travers le décret exécutif N° 94-188 du 06 juillet 1994, à la Caisse Nationale d'Assurance Chômage (CNAC), institution relevant du Ministère du travail, de la protection sociale et de la formation professionnelle.

Le régime d'assurance chômage qu'anime la CNAC, est articulé autour de trois missions principales [Sinacer. A, 2003] :

#### 3.1. La gestion des prestations du régime d'assurance chômage

Le décret législatif 94-11 du 26/05/1994, fixe un certain nombre de conditions pour prétendre au bénéfice de l'assurance chômage.

##### 3.1.1. La mise en œuvre de mécanismes en faveur de la réinsertion des allocations

La CNAC a entamé depuis 1998 son redéploiement, en mettant sur pied un dispositif d'aides à la réinsertion professionnelle des bénéficiaires du régime d'assurance chômage. En effet, en collaboration avec une expertise canadienne, des mesures visant à assurer une meilleure employabilité des allocations, ont été mises en œuvre, il s'agit notamment de [Document de la CNAC, CATI de Guelma, 2004] :

- La mesure active de recherche d'emploi, prise en charge au sein des centres de recherche d'emploi (CRE) : cette mesure consiste fondamentalement en une méthode de dynamique de groupe, utilisant les techniques de soutien et de recherche active d'emploi, destinée aux personnes désireuses de se réinsérer dans le monde du travail. Les primo-demandeurs, notamment les jeunes diplômés et universitaires, sont admis à participer aux sessions organisées par les CRE de la CNAC.
- La mesure d'aide au travail indépendant (CATI) : cette mesure propose au chercheur d'emploi, la possibilité de s'inscrire à une démarche, qui lui permettra de démarrer à

son propre compte, une activité de production ou de services, tout en continuant à percevoir ses prestations d'assurance chômage. Cette mesure a été élargie à d'autres populations, que les affiliés régime d'assurance chômage que gère la CNAC.

### 3.1.2. L'aide aux entreprises en difficulté

La CNAC ne s'est pas contentée, d'accompagner le redéploiement des populations admises au régime d'assurance chômage, à travers le versement d'indemnité ou le système de réinsertion. En effet, elle a décidé en juillet 2000, de lancer des aides aux entreprises en difficulté, afin d'éviter en aval, le recours aux compressions ou aux dissolutions.

Enfin, si la CNAC a été créée, pour répondre à un pic prévisible de licenciement, induits par la mise à niveau de l'appareil de production nationale, sa mission est loin d'être finie ni accomplie. En effet, le décret exécutif N°04-01 du 03 janvier 2004, élargit les missions de la CNAC, avec « la possibilité de participer au financement de la création d'activités de biens et de services par les chômeurs promoteurs âgés de 35 à 50 ans, notamment par l'octroi de prêts non rémunérés ».

### 3.1.3 Les actions de la CNAC en facteur du travail indépendant

La démarche de la CNAC, est centrée sur la personne qui veut devenir entrepreneur, qui a ses aspirations, ses capacités, ses forces et ses faiblesses. C'est le futur entrepreneur qui nourrit son projet, depuis l'identification de l'opportunité jusqu'à l'exploitation, parce que l'objectif de la démarche est de favoriser l'autonomie du créateur et sa capacité à affronter les aléas auxquels il sera confronté dans l'exercice de son activité. Plus précisément, la démarche de la CNAC, à travers les centres d'aides au travail indépendant (CATI) consiste à

- Permettre au cours de journées d'information aux personnes tentées par l'aventure entrepreneuriale, de prendre la mesure du défi qu'elles veulent relever. Pendant ces journées, ses personnes sont mises en situation d'auto-évaluation du point de vue de leurs capacités managériales. Toute personne qui décide de continuer, devient « un client » du CATI et s'adresse au conseiller animateur, pour faire avancer son idée de projet. Elle peut bénéficier d'une formation personnalisée, pratique, d'une durée de 10 semaines environ ;
- Accompagner le promoteur d'un travail indépendant, grâce à un conseiller/animateur ;
- Le client s'engage alors, par écrit, à aller au bout de sa démarche ;

- L'entrepreneur potentiel, suit une formation personnalisée de 10 semaines environ, plus pratique que théorique, pour acquérir les éléments de base pertinents pour la réussite de son activité et de sa démarche (étude de marché, comptabilité, procédures et législation...);
- Avec son conseiller animateur ou expert, le client prépare une étude technico-économique, soumise à l'appréciation du comité de suivi ;
- Après agrément de cette étude par le comité de suivi, l'entrepreneur potentiel s'engage dans les phases suivantes du cycle avec l'aide du conseiller animateur. Cette aide peut se rapporter au montage du financement du projet, en association, le cas échéant, avec les institutions spécialisées (ANADE, banques pourvoyeuses de micro-crédits et Fonds de garantie des microcrédits) ;

### **3.2 Le nouveau dispositif mis en place par la CNAC**

Le nouveau dispositif mis en œuvre par la Caisse Nationale d'Assurance Chômage (CNAC), est prévu par le décret présidentiel N°03-514 du 03 décembre 2003, relatif au soutien à la création d'activités par les chômeurs promoteur âgés de 35 à 50 ans. Les personnes qui veulent bénéficier de ce dispositif, doivent remplir les conditions suivantes [Décret exécutif N° 04-02 du 03 janvier 2004, article 2] :

- Agée de trente-cinq (35) à cinquante (50) ans ;
- Résidant en Algérie ;
- N'occupant pas un emploi rémunéré au moment de la demande d'aide ;
- Allocation de la CNAC ou inscrit auprès des services de l'Agence Nationale de l'Emploi (ANEM), depuis au moins six mois ;
- Jouissant d'une qualification professionnelle et/ou possédant un savoir-faire en rapport avec l'activité projetée ;
- Pouvant mobiliser des capacités financières suffisantes pour participer au financement de son projet ;
- N'ayant pas exercé une activité pour son propre compte depuis au moins douze (12) mois ;

- N'ayant pas bénéficié d'une mesure d'aide au titre de la création d'activités ;

Pour assurer la viabilité du projet, les services spécifiques de la CNAC, assistant le promoteur dans l'ensemble des tâches de mise au point de son projet ; évaluation de ses capacités entrepreneuriales, précision de son idée de projet, information sur les étapes de création d'une entreprise, élaboration de l'étude de marché et élaboration de l'étude technico économique.

Après un avis favorable du comité de sélection, les services de la CNAC, délivrent au futur entrepreneur une attestation d'éligibilité aux aides du dispositif, signent une convention commune et suivent avec lui la mise en œuvre du projet et son exploitation. Le montant d'investissement peut atteindre 5 millions DA.

### **3.3 Les nouvelles mesures prises par les pouvoirs publics en faveur du dispositif CNAC**

Dans le cadre du programme de lutte contre le chômage et la précarité, la Caisse Nationale d'Assurance Chômage- CNAC a pris en charge en 2004 le dispositif de soutien à la création d'activités, en fin juin 2010 les pouvoirs publics, suite à une évaluation de son parcours, ont pris de nouvelles dispositions pour mieux répondre aux attentes et aspirations de la population concernée.

Visant sans cesse le développement et la transmission " de la culture entrepreneuriale", les aménagements de ce dispositif ont porté sur :

- La réduction d'inscription à l'ANEM, un (01) mois au lieu de six (06) mois ;
- Le relèvement du niveau d'investissement de 5MDA à 10MDA ;
- L'accès au dispositif de 30 ans (au lieu de 35 ans) à 50 ans ;
- Et outre la création, l'extension des capacités de production des biens et services ;
- L'investissement bénéficie d'un taux réduit des droits de douane sur les équipements importés (5%) et l'acquisition d'équipements est exonérée de taxe sur la valeur ajoutée (TVA) Durant les trois (03) premières années d'exercice du projet, l'entreprise est exonérée des principales taxes fiscales : impôt sur le revenu global (IRG), impôt sur le bénéfice des sociétés (IBS), taxe de l'activité professionnelle (TAP) et taxe foncière.

#### 4 L'Agence Nationale de Développement de l'Investissement (ANDI)

L'Agence Nationale de Développement de l'Investissement est créée par le décret exécutif n° 02/282 du 24/09/2001 qui ne limite ni l'âge, ni le niveau de financement. Son dispositif est applicable aussi bien pour les investisseurs nationaux que pour les investisseurs étrangers. Les textes fixent aussi le type de financement, c'est-à-dire, pour la création, pour l'extension, la réhabilitation et restructuration, ainsi que les avantages fiscaux et parafiscaux accordés en régime général (pour les investissements courants) et en régime dérogatoire (pour les investissements dans les zones à développer et pour les investissements soumis à convention) [décret N° 93/12 DU 05/09/93].

##### 4.1 . Les avantages de l'ANDI

###### 4.1.1 Les avantages de l'ANDI sont proposés en deux régimes :

1. Le régime général : il s'applique aux investissements courants réalisés en dehors des zones à développer ;
2. Le régime dérogatoire : il s'applique aux investissements courants réalisés dans les zones à développer et à ceux présentant un intérêt particulier pour l'Etat.

##### 4.2 Les missions d'ANDI

L'ANDI pour missions

- Réduire la durée d'octroi des licences à 30 jours au lieu de 60 jours ;
- Assurer la promotion, le développement et le suivi des investissements ;
- Accueillir, informer et assister les investisseurs des résidents et des non-résidents
- Fournir les prestations administratives à travers un guichet unique ;
- L'octroi des avantages liés à l'investissement dans le cadre du système existant ;
- Gérer le Fonds d'Appui à l'Investissement ;
- Assurer le respect des engagements pris par les investisseurs au cours de la période d'exemption.

### **Conclusion**

Les PME algériennes occupent une position de premier plan dans le processus de développement économique algérien car elles adoptent rapidement aux changements de la demande de marché, elles contribuent à l'emploi et aident à la diversification des activités économique, et offrant nombreux possibilités d'emplois, ce qui peut aider à baisser le taux de chômage.

Les pouvoirs publics ont assuré des programmes de financements importants pour la création d'entreprises, et cela à travers des dispositifs (ANADE, CNAC, ANGEM et ANDI) divers destinés aux promoteurs pour les conseiller, les soutenir et les accompagner dans la création et l'extension de leur micro entreprise.

**Chapitre III :**  
**présentation et**  
**analyse des résultats**  
**de l'enquête**

### **Chapitre III : présentation et analyse des résultats de l'enquête**

Ce chapitre a un objectif de recherche des éléments qui motivent un jeune diplômé à l'intégration dans le projet entrepreneurial. Pour réaliser ce travail, nous avons opté pour une démarche centrée sur une enquête de terrain, qui est une méthode de collecte des données. Dans cette enquête, nous avons distribué un questionnaire qui s'adresse aux entrepreneurs diplômés universitaires de la Wilaya de Bejaia.

Ce chapitre est subdivisé en deux sections. Dans la première section nous allons expliquer notre démarche concernant la méthodologie de la recherche et la répartition de l'échantillon étudié, et dans la deuxième section nous allons analyser les résultats de l'enquête.

#### **Section 01 : Présentation du questionnaire et la répartition de ses données**

Dans cette section nous allons présenter la méthodologie de la recherche et la présentation des données d'enquête.

#### **1 Méthodologie de la recherche**

N'ayant pas d'autres sources d'informations pour consolider notre travail théorique, nous avons donc opté pour la démarche d'enquête afin d'avoir des éléments de réponse à notre problématique. Notre enquête fait sur les entrepreneurs diplômés de l'enseignement supérieur dans la wilaya de Bejaïa. La collecte des informations a été faite par la distribution des questionnaires qui contiennent un certain nombre de question, dont nous avons opté pour notre échantillon une méthode aléatoire dans la sélection des enquêtés.

##### **1.1 L'objectif de l'enquête**

L'objectif de notre enquête est de déterminer l'effet de la formation universitaire sur l'intention entrepreneurial et les éléments qui motivent un jeune diplômé universitaire à l'intégration dans le projet entrepreneurial

##### **1.2 Elaboration du questionnaire**

A partir de la partie théorique et de la motivation des jeunes à la création d'entreprise, nous avons élaboré un questionnaire de 26 questions, qui s'articulent sur l'effet de la formation universitaire sur l'intention entrepreneuriale et les éléments qui motivent un jeune diplômé à la création d'entreprise. Nous avons partagé le questionnaire en trois parties, la première partie porte sur l'identification de l'entreprise et la deuxième partie sur les renseignements concernant le profil de l'entrepreneur, et la troisième partie sur l'environnement de l'entrepreneur (l'effet de la

formation universitaire sur l'intention entrepreneuriat, et les éléments qui motivent un jeune à la création d'entreprise).

Dans notre cas, nous avons utilisé trois types de questions :

1. Les questions fermées : qui demandent une réponse précise ;
2. Les questions aux choix multiples : dans ce cas, la personne interrogée se faire un choix entre plusieurs réponses préétablies ;
3. Les questions ouvertes : pour ce type de questions, aucune proposition de réponse n'est fournie.

Notre questionnaire a été formulé (dans sa majorité) sous forme de questions aux plusieurs choix et ceci pour faciliter le dépouillement et l'interprétation des réponses fournies. Le travail de terrain s'est déroulé au niveau du la wilaya de Bejaia nous avons commencé notre enquête la fin de mois mai.

Durant la période d'enquête, nous avons expliqué l'intérêt de notre étude en présentant l'idée générale de notre recherche et ses objectifs

### 2 La taille de l'échantillon

Notre échantillon se compose de 56 entrepreneurs sur le total des entrepreneurs ayant un diplôme universitaire. Nous avons pu récupérer 56 questionnaires sur les 56 entrepreneurs contactés, seulement 50 sont exploitables ce qui représente un taux de réponse de 89,29% le reste sont 10,71% (6 questionnaires), parce qu'ils ont plus de 35 ans, c'est ce qui nous a obligé à les éliminer de notre étude.

**Tableau N°06 : La taille de l'échantillon étudié**

Nombre de questionnaires	Nombre d'entrepreneurs dans l'échantillon	Taux
Exploitables	50	89,29 %
Non exploitables	6	10,71 %
Total	56	100%

Source : établi par nos soins d'après les résultats de l'enquête sur le terrain.

### 3 La répartition des données d'enquête

Nous allons essayer de répartir quelques éléments traités dans notre questionnaire.

#### 3.1 Identification de l'entreprise

##### 3.1.1 La répartition des d'entreprise par région

Le tableau suivant (tableau 7) retrace la répartition lieu d'implantation d'entreprise en fonction de nombre entreprise

**Tableau N°07 : La répartition de lieu d'implantation d'entreprise.**

Nombre région	Nombre d'entreprises	Taux
<b>Souk el Tenin</b>	9	18%
<b>Aokas</b>	6	12%
<b>El kseur</b>	8	16%
<b>Kherrata</b>	2	4%
<b>Derguina</b>	1	2%
<b>Adekar</b>	2	4%
<b>Sidi aiche</b>	2	4%
<b>Tazemalt</b>	2	4%
<b>Temezrit</b>	1	2%
<b>Akbou</b>	2	4%
<b>Bejaia</b>	10	20%
<b>Tichy</b>	4	8%
<b>Seddouk</b>	1	2%
<b>Total</b>	50	100%

Source : établi par nos soins d'après les résultats de l'enquête sur le terrain

Du tableau 07, nous avons constaté que la majorité des enquêtés appartiennent à ville de Bejaia avec un taux de 20%, et à souk el Tenin avec un taux de 18% et à el kseur avec un taux 16%, contre les autres régions enquêtées.

Cela s'explique par le fait que les régions de Bejaia et souk el Tenin et el kseur ayant des activités corporatives importantes dans la wilaya de Bejaia par rapport aux autres régions.

### 3.1.2 La répartition des entreprises par année de début d'activité

Le tableau suivant (tableau 8) retrace la répartition l'année de début d'activité en fonction de nombre entreprise par années

**Tableau N°08 : La répartition des entreprises par année d'implantation**

Nombre année	Nombre d'entreprise	Taux
<b>Année actuelle (2021)</b>	4	8 %
<b>Année 2020</b>	9	18%
<b>Année 2019</b>	8	16 %
<b>Année 2018</b>	7	14 %
<b>Année 2017</b>	2	4%
<b>Année 2016</b>	4	8 %
<b>Année 2015</b>	5	10%
<b>Année 2013</b>	2	4 %
<b>Année 2012</b>	2	4%
<b>Année 2011</b>	7	14 %
<b>Total</b>	50	100%

Source : établi par nos soins d'après les résultats de l'enquête sur le terrain

La plupart des entreprises enquêtées, soit 48 %, ont été créées entre 2018 et 2021, et 18% ont été créés en 2011 et le reste ont été créées entre 2012 et 2017 (voir tableau 8)

### 3.1.3 La répartition des d'entreprises par rapport au nombre de salariés

Le tableau suivant (tableau 9) retrace la répartition des entreprises en fonction de nombre de salariés

**Tableau N°09 : La répartition des entreprises par nombre de salariés**

Nombre salariés	Nombre d'entreprises	Taux
[1 à 9]	48	96%
[10 à 49]	2	4%
<b>Total</b>	50	100%

Source : établi par nos soins d'après les résultats de l'enquête sur le terrain

D'après les résultats du tableau 09 nous avons constaté que la majorité des questionnaires ont été distribué beaucoup plus aux micros entreprises avec un taux de 96% contre les petites entreprises avec un taux 4%. Cela est dû probablement au secteur d'activité choisi généralement à faible main d'œuvre ou faible capital.

### 3.1.4 La répartition des entrepreneurs selon le secteur d'activité de l'entreprise

Le tableau suivant (tableau 10) retrace la répartition des entreprises en fonction de secteur d'activité

**Tableau N°10 : La répartition nombre d'entreprise crée par secteur d'activité**

Secteur d'activité	Nombre d'entreprise	Taux
<b>Commerce</b>	24	48%
<b>Industrie</b>	2	4%
<b>Service</b>	22	44%
<b>Autres</b>	2	4 %
<b>Total</b>	50	100%

Source : établi par nos soins d'après les résultats de l'enquête sur le terrain

D'après les résultats du tableau 10, nous avons constaté que la majorité des entrepreneurs enquêtés exercent l'activité de commerce beaucoup plus avec un taux de 48% et l'activité des services avec un taux de 44%, contre le service industriel et les autres services.

Cela explique que la majorité des entrepreneurs ont préfèrent le secteur de commerce et le service beaucoup plus aux services industriels et autres services.

### 3.1.5 La détermination du choix du secteur d'activité

Le tableau suivant (tableau 11) retrace la répartition des entrepreneurs en fonction de choix de secteur d'activité

**Tableau N°11 : La répartition des fonctions qui déterminent le choix du secteur d'activité de l'entrepreneur**

Les fonctions qui déterminent le choix de secteurs d'activité	Le nombre d'entrepreneurs	Taux
Des dispositifs d'aide à la création d'entreprise	4	8%
Des conseils des amis ou famille	7	14%
Une évaluation des opportunités présente dans l'environnement	6	12%
Du diplôme acquis	19	38%
Expériences antérieures dans le domaine	13	26%
Autre	1	2%
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

Source : établi par nos soins d'après les résultats de l'enquête sur le terrain

D'après les résultats du tableau 11, nous avons constaté que la majorité des entrepreneurs ont choisi le secteur d'activité de leur entreprise par rapport aux diplômes acquis avec un taux de 38%, et par rapport aux expériences antérieures dans le domaine avec un taux de 26% contre les autres fonctions qui déterminent le choix du secteur d'activité.

Cela signifie que le diplôme acquis par l'entrepreneur et l'expérience dans le domaine ayant un rôle important dans le choix du secteur d'activité de l'entreprise.

### 3.1.6 Les produits ou les services réalisés par les entrepreneurs

Le tableau suivant (tableau 12) retrace la répartition des entreprises en fonctions de produits ou le service réalisé

**Tableau N°12 : La répartition des produits ou les services réalisés par les entrepreneurs**

Commerce		Service		Industrie		Autres	
Vêtements hommes / femmes	11	Ecole et formation	5	Matériel électricité	1	Revêtement gazon, synthétique	1
Produit Bio	2	Avocat	2			Logement	1
Cosmétique	3	Service financier	3				
Article ménager	3	Voyage et tourisme	4				
Emballages/P. gâteaux	2	Conseil et orientation	1				
Détaillant	1	Différents soins esthétique	2				
Vente M, médicale	1	BEI, Architecteurs	2				
Vente article décoration	1	Assurance	1				
Vente de truc berbère	1	Agence immobilier	1				
		TPM	1				
<b>Total</b>	<b>25</b>		<b>22</b>		<b>1</b>		<b>2</b>

Source : établi par nos soins d'après les résultats de l'enquête sur le terrain

Notre échantillon est composé de 50 entrepreneurs, soit 50%, qui exercent dans l'activité de commerce (près de 45% dans les vêtements hommes ou femmes), 22 entrepreneurs, soit 44%, dans les services. Le secteur de l'industrie et autres (revêtements gazon, logements) ne représentent respectivement que 4 et 8% (voir le tableau 12).

### 3.2 Le profil de l'entrepreneur

#### 3.2.1 La répartition des entrepreneurs selon le lieu d'habitation

Le tableau suivant (tableau 13) retrace la répartition des entrepreneurs en fonction de lieux d'habitation

**Tableau N°13 : la répartition des entrepreneurs en fonction de lieux d'habitation**

Lieux d'habitation	Le nombre des entrepreneurs	Taux
Urbain	38	76%
Rural	12	24%
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

Source : établi par nos soins d'après les résultats de l'enquête sur le terrain

D'après les résultats du tableau 13 nous avons constaté que la majorité des enquêtés s'installent dans les régions urbaines avec un taux de 76%, contre ceux qui s'installent dans les régions rurales avec un taux de 24%.

Cela indique que ceux qui s'installent en milieu urbain pratiquent des activités corporatives plus que toutes autres activités.

### 3.2.2 La répartition des entrepreneurs selon le genre

Le tableau suivant (tableau 14) retrace la répartition des entreprises en fonction de genre de l'entrepreneur

**Tableau N°14 : La répartition le genre de l'entrepreneur**

Le genre	Le nombre d'entrepreneurs	Taux
Masculin	30	60%
Féminin	20	40%
Total	50	100%

Source : établi par nos soins d'après les résultats de l'enquête sur le terrain

D'après les résultats du tableau 14 nous avons constaté que la majorité des enquêtés ont de genre masculin avec un taux de 60% contre le genre féminin avec un taux de 40%. Cela indique que les catégories masculines exerçaient des activités entrepreneuriales plus que la catégorie féminine.

### 3.2.3 La répartition des enquêtés selon système universitaire suivi

Les deux tableaux suivant 15 et 16 retracent la répartition des entrepreneurs en fonction du système universitaire suivi, mais aussi le niveau diplôme obtenu par les entrepreneurs qui suivi le système LMD

**Tableau N°15 : La répartition des entrepreneurs en fonction du système suivi à universitaire**

Le système universitaire	Nombre d'entrepreneur	Taux
LMD	34	68%
Classique	16	32%
Total	50	100%

Source : établi par nos soins d'après les résultats de l'enquête sur le terrain

**Tableau N°16 : La répartition des entrepreneurs en fonction de niveau diplôme obtenu**

Le niveau de diplôme	Le nombre entrepreneurs	Taux
Licence	7	20,58 %
Master	27	79 ,41%
Doctorat	0	0 %
Total	34	100 %

Source : établi par nos soins d'après les résultats de l'enquête sur le terrain

Notre échantillon est composé de 50 entrepreneurs, soit 86% suivent le système LMD et 16 entrepreneurs, soit 32% suivent le système classique (voir tableau 15). Parmi les enquêtés

qui suivi le système LMD ont un master avec un taux de 79,41%, et le reste ont une licence avec un taux de 20, 58%.

**Tableau N°17 : La répartition des entrepreneures par année d'obtention de diplôme**

Les années	Le nombre des entrepreneurs	Taux
[2005-2010]	10	20%
[2011-2015]	19	38%
[2016-2020]	21	42%
<b>Total</b>	50	100%

Source : établi par nos soins d'après les résultats de l'enquête sur le terrain

D'après les résultats du tableau 17 nous constatons que 42% des enquêtés ont obtenu leurs diplômes entre 2016 et 2020, 38% entre 2011 et 2015 et seulement 20% entre 2005 et 2010.

### 3.2.4 Répartition selon le domaine d'étude

Le tableau suivant (tableau 18) retrace la répartition des entrepreneurs en fonction de domaine d'étude

**Tableau N°18 : La répartition des entrepreneurs par domaines d'étude**

Le domaine	Le nombre des entrepreneurs	Taux
<b>Droit et sciences politiques</b>	3	6%
<b>Lettres et langues étrangères</b>	6	12%
<b>Lettres et langues arabes</b>	0	0%
<b>Mathématiques et informatique</b>	2	4%
<b>Sciences de la matière</b>	1	2%
<b>Sciences de la nature et de la vie</b>	7	14%
<b>Sciences économiques, gestion et commerciales</b>	20	40%
<b>Sciences techniques</b>	6	12%
<b>Sciences humaines et sociales</b>	2	4%
<b>Autre</b>	3	6%
<b>Total</b>	50	100%

Source : établi par nos soins d'après les résultats de l'enquête sur le terrain

La majorité des enquêtés soit 54% ont étudié sciences économiques, gestion et commerciales et science de la nature et de la vie, et le reste des domaines varient entre 2 et 12% (voir le tableau 18).

### 3.2.5 La répartition de choix d'étude de l'entrepreneur (un choix personnel)

Le tableau suivant (tableau 19) retrace la répartition des entrepreneurs en fonction de leurs choix d'étude

**Tableau N°19 : La répartition des entrepreneurs qui ont choisi leur domaine d'étude**

Le choix	Le nombre d'entrepreneur	Taux
Oui	44	88%
Non	6	12%
<b>Total</b>	50	100%

Source : établi par nos soins d'après les résultats de l'enquête sur le terrain

D'après les résultats du tableau 19 nous avons constaté que la majorité des enquêtés leur choix d'étude été un choix personnel avec taux de 88%, et les autres ne sont pas ceux qui choisissent leurs domaines d'étude.

En outre, la plupart des enquêtés déclarent avoir choisi le domaine de leur étude par patience et intérêts porté à ce domaine, mais aussi par expérience déjà acquise en la matière.

### **3.2.6 La répartition de produit réalisé par rapport eux domaines d'étude et secteur d'activité**

Cette analyse a pour objet de voir si les entrepreneurs ayant suivi un domaine d'activité ont créé leur entreprise dans le même domaine de leurs études. Selon les résultats obtenus, nous avons constaté que seulement 20 parmi 50, soit 40%, entrepreneurs exercent dans leurs domaines d'étude.

Nous allons détailler la répartition des entrepreneurs qui exercent dans leurs domaines. Le tableau suivant retrace la répartition des 20 entrepreneurs en fonction de domaine d'étude et le secteur d'activité et le produit réalisé.

**Tableau N° 20 : La répartition des entrepreneurs qui exercent dans leur domaine d'activité**

<b>Domaine</b>	<b>Dans le domaine</b>	<b>Hors domaine</b>	<b>Total</b>	<b>% dans le domaine</b>
SEGC	9	11	20	45%
SNV	2	5	7	28,5%
ST	3	3	6	50%
LE	1	5	6	16,7%
SHS	1	1	2	50%
DSP	2	1	3	66,7%
Tourisme	1	0	1	100%
Archi	1	1	2	50%

On constate par ailleurs, que 66% des diplômés de DSP exercent dans leur domaine d'activité, 50% pour ceux de ST et 45% des diplômés en SEGC. En ce qui concerne les spécialités touriste et architecture, leur nombre total est très réduit, par conséquent leur interprétation est peu significative. (Voir tableau 20)

**Tableau N°21 : La répartition des produits réalisés par rapport aux domaines d'étude et du secteur d'activité**

Total des entrepreneurs	Taux	Répartition des entrepreneurs	Domaine d'étude	Secteur d'activité	Produit réalisé
<b>9</b>	45%	2	SEGC	Service	S. Financier
		1	SEGC	Autre	Logement
		1	SEGC	Service	Création gestion
		1	SEGC	Service	Conseils et orientation
		1	SEGC	Service	Ecole de formation
		1	SEGC	Service	Assurance
		1	SEGC	Service	Voyage organisé
		1	SEGC	Service	TPM
		<b>2</b>	10%	1	SNV
1	SNV			Service	Soin esthétique
<b>3</b>	15%	1	ST	D'autre	Revêtement gazon
		1	ST	Service	B. Architecteur
		1	ST	Industrie	M. électricité
<b>1</b>	5%	1	LE	Service	Ecole
<b>1</b>	5%	1	SHS	Service	Ecole
<b>1</b>	5%	1	Autre (Architecte)	Service	B. Architecture
<b>2</b>	10%	1	DSP	Service	B. Avocat
		1	DSP	Service	B. Avocat
<b>1</b>	5%	1	Autre (Tourisme)	Service	Voyage organisé

**Source :** établi par nos soins d'après les résultats de l'enquête sur le terrain

D'après les résultats du tableau 21 nous avons constaté que (9 entrepreneurs), soit 45% de domaine sciences économiques, gestion et commerciales ont créé leurs entreprises dans leur domaine d'étude, et (3 entrepreneurs), soit 15 % de domaine sciences technologie ont créés leurs entreprises dans le domaine d'étude.

### 3.3 Environnement de l'entrepreneur

#### 3.3.1 La répartition de l'intention entrepreneuriale chez les entrepreneurs

Le tableau suivant (tableau 22) retrace la répartition des entrepreneurs ayant une intention entrepreneuriale

**Tableau N°22 : La répartition des entrepreneurs ayant une intention entrepreneuriat**

L'intention	Nombre des entrepreneurs	Taux
<b>Oui</b>	43	86%
<b>Non</b>	7	14%
<b>Total</b>	50	100%

**Source :** établi par nos soins d'après les résultats de l'enquête sur le terrain

La majorité des enquêtés, soit 86%, déclarent avoir une intention entrepreneuriale (voir le tableau 22). Cela signifie que les jeunes enquêtées ont une volonté d'intégration dans le projet entrepreneurial.

**Tableau N°23 : La répartition des entrepreneurs qui ayant une intention entrepreneuriale**

Depuis quand	Le nombre d'entrepreneurs	Taux
Pendant les études	27	62,80 %
Juste après l'obtention de diplôme	11	26,19 %
Longtemps après l'obtention de diplôme	4	9,14 %
<b>Total</b>	<b>43</b>	<b>100%</b>

Source : établi par nos soins d'après les résultats de l'enquête sur le terrain

D'après les résultats du tableau 23 nous avons constaté que la majorité des enquêtés ont une intention d'entrepreneuriale pendant leurs études avec un taux de 62,80%, et d'autre juste après l'obtention de diplôme avec un taux 26,19%, et le reste longtemps après l'obtention de diplôme.

Cela indique que les jeunes enquêtées ont une volonté d'intégration dans le projet entrepreneurial pendant leurs études.

### 3.3.2 L'effet de la formation universitaire de l'entrepreneur sur le développement des aptitudes entrepreneuriales

Le tableau suit (tableau 24) retrace la répartition des entrepreneurs en fonction de l'effet de la formation universitaire sur le développement des aptitudes entrepreneuriales

**Tableau N°24 : La répartition l'effet de la formation universitaire sur les aptitudes entrepreneuriales**

L'effet de la formation universitaire	Le nombre d'entrepreneur	Taux
Oui	34	68%
Non	16	32%
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

Source : établi par nos soins d'après les résultats de l'enquête sur le terrain

La majorité des enquêtés, soit 68%, affirment que leur formation universitaire a permis de développer leurs aptitudes entrepreneuriales (Voir le tableau 24).

Cela indique que la formation universitaire à un effet sur le développement des aptitudes entrepreneuriale chez les jeunes diplômées.

**Tableau N°25 : La répartition les manières sur les quelle la formation universitaire influence les aptitudes entrepreneuriales**

Les manières	Le nombre d'entrepreneur	Le taux
Capacité de diriger une entreprise	12	35,29%
Esprit de prendre des risques	4	11,76%
Capacité à rédiger un business plan	4	11,76%
Capacité à saisir des occasions	6	17,64%
Capacité à réussir des affaires	8	23,52%
Autres	0	0%
<b>Total</b>	<b>34</b>	<b>100%</b>

Source : établi par nos soins d'après les résultats de l'enquête sur le terrain

Nous avons constaté, en outre, que la formation universitaire des enquêtés leur a permis de développer leurs aptitudes entrepreneuriales et la capacité de diriger une entreprise avec un taux 35,29% et capacité à réussir des affaires avec un taux 23,52%, et le reste entre 11 et 17% (voir le tableau 25).

### 3.3.3 La répartition des employés et les non employés avant la création d'entreprise

Les tableaux suivant 26 et 27 retracent la répartition des entrepreneurs en fonction de leurs situations avant l'intégration dans le projet entrepreneuriale

**Tableau N°26 : La répartition des entrepreneurs employés et non employés avant la création de leur entreprise**

La situation de l'entrepreneur	Le nombre des entrepreneurs	Taux
Employés (oui)	35	70%
Non employés	15	30%
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

Source : établi par nos soins d'après les résultats de l'enquête sur le terrain

**Tableau N°27 : La répartition l'expérience d'être un employé joue un rôle important dans la volonté de créer une entreprise**

La situation de l'entrepreneur	Le nombre des entrepreneurs	Taux
Employés (oui)	35	100%
Non employés	0	0%
<b>Total</b>	<b>35</b>	<b>100%</b>

Source : établi par nos soins d'après les résultats de l'enquête sur le terrain

La majorité des enquêtées soit 70% ont été des employeurs avant la création de leurs entreprises, le reste en intégré directement à l'intégration dans le projet entrepreneurial (voir le tableau 26). Parmi ceux qui étaient des employeurs avoués que leurs expériences

## Chapitre III présentation et analyse des résultats de l'enquête

professionnelles avant la création d'entreprise à un rôle importante dans l'intention entrepreneurial (voir tableau 27).

### 3.3.4 La répartition les entrepreneurs qui ont déjà créé une entreprise

Le tableau suivant (tableau 28) retrace la répartition des entrepreneurs ont déjà créé une entreprise

**Tableau N°28 : La répartition des entrepreneurs qui ont créé déjà une entreprise existante**

La réponse des entrepreneurs	Le nombre des entrepreneurs	Taux
Oui	9	18%
Non	41	82%
Total	50	100%

Source : établi par nos soins d'après les résultats de l'enquête sur le terrain

D'après les résultats du tableau 28 nous avons constaté que la majorité des enquêtés ont jamais créés d'entreprise auparavant avec un taux de 82%, contre le reste qui ont déjà créé une entreprise.

**Tableau N°29 : La répartition des entrepreneurs ayant déjà une entreprise avant par rapport année de création d'entreprise**

Les années	Le nombre des entrepreneurs	Taux
[2000-2010]	1	11,11%
[2010-2020]	8	88,88%
Total	9	100%

Source : établi par nos soins d'après les résultats de l'enquête sur le terrain

La majorité des entreprises créées avant ont été entre 2010 et 2020 avec un taux 88,88%, et le reste en été créées entre 2000 et 2020 avec un taux de 11,11% (voir tableau 29)

### 3.3.5 La répartition l'origine de l'idée d'entrepreneur à la création d'entreprise

Le tableau suivant (tableau 30) retrace la répartition des entrepreneurs en fonction de l'origine d'idée de la création de leurs entreprises.

**Tableau N°30 : La répartition des entrepreneurs par l'origine de l'idée de création d'entreprise**

L'origine de l'idée de création de l'entreprise	Le nombre de l'entrepreneur	Taux
Connaissance d'un projet similaire	15	30%
Relations professionnelles	18	36%
Relations familiales et personnelles	12	24%
Conseil d'un bureau d'étude	5	10%
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

Source : établi par nos soins d'après les résultats de l'enquête sur le terrain

D'après les résultats de tableau 30 nous avons constaté que la majorité des enquêtés ont l'origine idée de création d'entreprise par la connaissance d'un projet similaire et par les relations professionnelles et familiales, personnelles avec un taux de 90%, contre le conseil d'un bureau d'étude.

### 3.3.6 La répartition de l'effet de l'entourage d'entrepreneurs sur la motivation à la création d'entreprise

Le tableau suivant (tableau 31) retrace la répartition des entrepreneurs motivés par leur Entourage.

**Tableau N°31 : La répartition des entrepreneurs motivés par leur entourage**

L'entourage de l'entrepreneur	Le nombre des entrepreneurs	Taux
Parents	5	10%
Famille	14	28%
Amis	14	28%
Aucun	16	32%
Autres	1	2%
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

Source : établi par nos soins d'après les résultats de l'enquête sur le terrain

D'après les résultats de tableau 31 nous avons constaté que la majorité des enquêtés personne ne les motive avec un taux de 32%, et d'autre sont motivés par leurs familles avec un taux 28%, et leurs amis avec un taux 28%, et d'autre enquêtés contre le reste qui ont motivé par leurs parents et d'autres personnes.

### Section 02 : l'analyse des résultats de l'enquête

Cette section a pour objectif d'analyser les résultats d'enquête auprès par les entrepreneurs diplômés universitaire de la willaya de Bejaia.

#### 1 Les motivations de l'entrepreneur

##### 1.1 Les types d'entrepreneuriat qui motive l'entrepreneur

Le tableau suivant (tableau 32) retrace la répartition des entrepreneurs en fonction des types entrepreneurs.

**Tableau N°32 : La répartition des entrepreneurs par types d'entrepreneuriat**

Type d'entrepreneuriat	Nombre des entrepreneurs	Taux
Entrepreneuriat par nécessité	16	32%
Entrepreneuriat par opportunité	34	68%
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

Source : établi par nos soins d'après les résultats de l'enquête sur le terrain

D'après les résultats de tableau 32 nous avons constaté que la majorité des enquêtés ont créés leurs entreprises par rapport au type entrepreneurs par opportunité avec un taux 68%.

##### 1.1.1 Entrepreneuriat par nécessité

Les deux tableaux suivants 33 et 34 retracent la répartition des entrepreneurs en fonction du type de l'entrepreneuriat par nécessité mais aussi par lieux d'habitation.

**Tableau N°33 : La répartition des entrepreneurs selon le type de motivation par nécessité**

Entrepreneuriat par nécessité	Le nombre des entrepreneurs	Taux
Coût d'opportunité faible	4	25%
Sortir du chômage	13	81,25%
Insatisfaction	2	12,5%
Reconnaissance sociale	3	18,75%
Contrainte familiale	0	0 %
Absence d'alternative	1	6,25%
Insécurité d'emploi	2	12,5%
Faible création d'emploi	7	43,75%
Innovation limitée	1	6,25%
Faible rentabilité de l'entreprise	0	0 %
Non intention de croissance	0	0%

Source : établi par nos soins d'après les résultats de l'enquête sur le terrain

**Tableau N°34 : La répartition des motivations de type nécessité par rapport à lieux d'habitation**

Lieux d'habitation	Urbain	Taux	Rural	Taux
<b>Entrepreneuriat par nécessité</b>				
Coût d'opportunité faible	3	75%	1	25%
Sortir du chômage	9	69,2%	4	30,7%
Insatisfaction	1	50%	1	50%
Reconnaissance sociale	2	66,7%	1	33,3%
Contrainte familiale	0	0%	0	0%
Absence d'alternative	1	100%	0	0%
Insécurité d'emploi	2	100%	0	0%
Faible création d'emploi	5	71,4%	2	28,5%
Innovation limitée	1	100%	0	0%
Faible rentabilité de l'entreprise	0	0%	0	0%
Non intention de croissance	0	0%	0	0%

Source : établi par nos soins d'après les résultats de l'enquête sur le terrain

Les résultats du tableau 33 montrent que les principales raisons qui motive les enquêtés à créer leurs entreprises par type nécessité c'est pour sortir du chômage avec un taux 81,25% et faible création d'emplois avec un taux 43,5%, par contre pour ces enquêtés voient que les innovations limité et l'absence d'alternative ces pas des raisons de motivation avec même taux 6,26 %. Parmi eux 69,2% issus d'une zone urbaine (voir le tableau 34).

Ces résultats s'expliquent par le fait que le nombre des diplômés universitaires très élevés dans les zones urbaines, la demande du travail est supérieure par rapport à l'offre sur le marché du travail dans les régions urbaines.

### 1.1.1.1 Entrepreneuriat par nécessité par rapport genre d'entrepreneur

Le tableau suivant (tableau 35) retrace la répartition des entrepreneurs en fonction du type de l'entrepreneuriat par nécessité par rapport au genre de l'entrepreneur

**Tableau N°35 : La répartition entrepreneuriat par nécessité par rapport eu le genre de l'entrepreneur**

Genre d'entrepreneur	Masculin	Taux	Féminin	Taux
<b>Entrepreneuriat par nécessité</b>				
Coût d'opportunité faible	1	25%	3	75%
Sortir du chômage	6	46,2%	7	53,8%
Insatisfaction	0	00%	2	100%
Reconnaissance sociale	1	33,3%	2	66,6%
Contrainte familiale	0	00%	0	00%
Absence d'alternative	1	100%	0	00%
Insécurité d'emploi	1	50%	1	50%
Faible création d'emploi	1	14,2%	6	85,8%
Innovation limitée	0	00%	1	100%
Faible rentabilité de l'entreprise	0	00%	0	00%
Non intention de croissance	0	00%	0	00%

Parmi les 81,25% qui n'ont déclarés que la raison qui les a motivés à la création de leurs entreprises par type nécessité c'est faible création d'emplois avec un taux 85,8% pour le genre féminin, et pour la saison de sortir du chômage avec un taux 53,8% sont du genre féminin (voir tableau 35).

Ces résultats montrent que les deux genres sont touchés par le chômage, c'est pour cela qu'ils optent pour le projet entrepreneurial.

### 1.1.2 Entrepreneuriat par opportunité

Les deux tableaux suivants 36 et 37 retracent la répartition des entrepreneurs en fonction du type de l'entrepreneuriat par opportunité mais aussi par lieux d'habitation.

**Tableau N°36 : La répartition des entrepreneurs qui sont motivé par type opportunité**

Entrepreneuriat par opportunité	Le nombre des entrepreneurs	Taux
Coût d'opportunité élevé	2	5,88%
Autonomie	20	58,88%
Désir d'être son propre chef	20	58,88%
Découverte d'une opportunité de marché	7	20,58%
Indépendance	13	38,23%
Profit	7	20,58%
Création d'emploi	13	38,23%
Innovation	6	17,64%
Rentabilité	7	20,58%
Croissance- Exportation	6	17,64%

Source : établi par nos soins d'après les résultats de l'enquête sur le terrain

**Tableau N°37 : La répartition entrepreneuriat par opportunité par rapport aux lieux d'habitation.**

Entrepreneuriat par opportunité	Lieux d'habitation		Taux	
	Urbain	Taux	Rural	Taux
Coût d'opportunité élevé	2	100%	0	0%
Autonomie	16	80%	4	20%
Désir d'être son propre chef	15	75%	5	25%
Découverte d'une opportunité de marché	4	57,14%	3	42,85%
Indépendance	10	76,92%	3	23,07%
Profit	4	57,14%	3	42,85%
Création d'emploi	10	76,92%	3	23,07%
Innovation	5	83,33%	1	16,66%
Rentabilité	4	57,14%	3	42,85%
Croissance- Exportation	6	100%	0	00%

Source : établi par nos soins d'après les résultats de l'enquête sur le terrain

## Chapitre III présentation et analyse des résultats de l'enquête

D'après les résultats du tableau 36 les raisons qui motivent les enquêtes à créer leurs entreprises par type d'opportunité c'est d'être en autonomie avec un taux 58,86% et même taux pour le désir d'être son propre chef, et la création d'emplois avec un taux 38,23% et même taux pour l'indépendance, soit 5,88% des enquêtés voient que le coût d'opportunité élevé pas une raison de motivation. La majorité des enquêtés qui sont motivés par ces raisons sont issus d'une zone urbaine, être autonome avec un taux 80% et désir d'être son propre chef avec un taux 75%, et même taux pour la création d'emplois (Voir le tableau 37).

Ces résultats expliquent que ceux qui sont installés dans les zones urbaines préfèrent être indépendants dans leur travail et ne pas être sous l'autorité d'un supérieur hiérarchique c'est pour ça qu'ils ont intégré dans le projet entrepreneurial en même temps vont créer d'emplois dans leurs environnements.

### 1.1.2.1 Entrepreneuriat par opportunité par rapport au genre

Le tableau suivant (tableau 38) retrace la répartition des entrepreneurs en fonction du type de l'entrepreneuriat par opportunité par rapport au genre de l'entrepreneur.

**Tableau N°38 : La répartition entrepreneuriat par opportunité par rapport au le genre de l'entrepreneur**

Genre de l'entrepreneur	Masculin	Taux	Féminin	Taux
<b>Entrepreneuriat par opportunité</b>				
<b>Coût d'opportunité élevé</b>	1	50%	1	50%
<b>Autonomie</b>	12	60%	8	40%
<b>Désir d'être son propre chef</b>	11	55%	9	45%
<b>Découverte d'une opportunité de marché</b>	5	71,4%	2	28,57%
<b>Indépendance</b>	9	69,2%	4	30,76%
<b>Profit</b>	5	71,42%	2	28,5%
<b>Création d'emploi</b>	8	61,53%	5	38,46%
<b>Innovation</b>	4	66,66%	2	33,33%
<b>Rentabilité</b>	6	85,7%	1	14,28%
<b>Croissance – Exportation</b>	5	83,3%	1	16,6%

Source : établi par nos soins d'après les résultats de l'enquête sur le terrain

## Chapitre III présentation et analyse des résultats de l'enquête

Parmi les enquêtés qui sont motivés par la raison « d'être en autonomie » (tableau 35), 60% sont du genre masculin, soit 55% pour la raison « d'être son propre patron », les deux genres déclarent que « coût d'opportunité élevé » ce n'est pas une raison de motivation.

Cela s'exprime que ce genre ne peut pas acceptés d'être dirigés, ils vont toujours être libres dans leurs travaux. Contre le genre féminin pour eux ce qui est important c'est d'être stable dans leurs travail (voir tableau 38).

### 1.1.3 Les raisons qui motivent à entreprendre

Les deux tableaux suivants 39 et 40 retracent la répartition des entrepreneurs en fonction des raisons de motivation mais aussi par lieux d'habitation.

**Tableau N°39 : La répartition des raisons qui motivent à entreprendre**

Les raisons qui motivent l'entrepreneur	Le nombre des entrepreneurs	Taux
Sortir du chômage	22	44%
Devoir perpétrer une affaire familiale	2	4%
Besoin de flexibilité professionnelle	14	28%
Vouloir augmenter ses revenus	26	52%
Une insatisfaction professionnelle	7	14%
Une insécurité dans l'emploi actuel	0	0%
Profiter d'une opportunité inexploitée	5	10%
Être autonome dans la prise de décision	22	44%
Créer son propre emploi	33	66%

Source : établi par nos soins d'après les résultats de l'enquête sur le terrain

**Tableau N°40 : La répartition des raisons qui motivent l'entrepreneur pour entreprendre par rapport aux lieux d'entrepreneur**

La répartition des raisons qui motivent l'entrepreneur pour entreprendre par rapport aux lieux d'entrepreneur

Lieux d'habitation	Urbain	Taux	Rural	Taux
<b>Les raisons de motivation</b>				
Sortir du chômage	19	86,36%	3	13,63%
Devoir perpétrer une affaire familiale	1	100%	0	00%
Besoin de flexibilité professionnelle	12	85,71%	2	14,28%
Vouloir augmenter ses revenus	20	76,92%	6	23,1%
Une insatisfaction professionnelle ou personnelle	5	71,42%	2	28,57%
Une insécurité dans l'emploi actuel	00	00%	00	00%
Profiter d'une opportunité inexploitée	4	66,66%	1	33,33%
Être autonome dans la prise de décision	19	86,36%	3	13,63%
Créer son propre emploi	25	75,75%	8	24,24%
Autre	00	00%	00	00 %

Source : établi par nos soins d'après les résultats de l'enquête sur le terrain

## Chapitre III présentation et analyse des résultats de l'enquête

Les résultats du tableau 39 montrent que les enquêtés sont motivés par des raisons de créer leurs propres emplois avec un taux 66% et pour l'augmentation de revenus avec un taux de 52% et le même taux pour les raisons de sortir du chômage<sup>1</sup>, et d'être en autonomie dans la prise de décisions avec un taux 44%, par contre ces enquêtés voient que la raison devoir perpétrer une affaire familiale ce n'est pas une raison de motivation avec un taux 4%. Parmi ces enquêtés, ceux qui sont installés dans les zones urbaines sont plus motivés par ces raisons avec un taux de 86,36% pour sortir du chômage et c'est le même taux pour être autonome dans la prise de décision. 76,92% des enquêtés sont pour la raison d'augmentation de revenu (voir le tableau 40).

Ces résultats expliquent que la raison de chômage dans les zones urbaines pousse beaucoup plus les jeunes diplômés à envisager une carrière entrepreneuriale par la création de leurs propres entreprises et augmenter leurs revenus. Selon les résultats de l'ONS 2017 la population des chômeurs dans les zones urbaines est (1103) avec un taux 73,14%. Et dans les zones rurales (405) avec un taux 26,86%

### 1.1.3.1 Les raisons qui motivent à entreprendre par rapport au genre de l'entrepreneur

Le tableau suivant (tableau 41) retrace la répartition des entrepreneurs en fonction de la raison de motivation par rapport au genre de l'entrepreneur

**Tableau N°41 : La répartition des raisons qui motivent l'entrepreneur pour entreprendre par rapport au genre**

La répartition des raisons qui motivent l'entrepreneur pour entreprendre par rapport au genre

Le genre d'entrepreneur	Masculin	Taux	Féminine	Taux
<b>Les raisons de motivation</b>				
<b>Sortir du chômage</b>	11	50%	11	50%
<b>Devoir perpétrer une affaire familiale</b>	0	0%	1	100%
<b>Besoin de flexibilité professionnelle</b>	7	50%	7	50%
<b>Vouloir augmenter ses revenus</b>	13	50%	13	50%
<b>Une insatisfaction professionnelle ou personnelle</b>	3	42,85%	4	57,14
<b>Une insécurité dans l'emploi actuel</b>	00	00%	00	00%
<b>Profiter d'une opportunité inexploitée</b>	1	20%	4	80%
<b>Être autonome dans la prise de décision</b>	5	22,72%	17	77,27%
<b>Créer son propre emploi</b>	16	48,48%	17	51,51%
<b>Autre</b>	00	00%	00	00%

<sup>1</sup> Ces résultats expliquent que la raison de chômage dans les zones urbaines pousse beaucoup plus les jeunes diplômés à envisager une carrière entrepreneuriale par la création de leurs propres entreprises et augmenter leurs revenus. Selon les résultats de l'ONS 2017 73,14% des chômeurs sont issus des zones urbaines.

## Chapitre III présentation et analyse des résultats de l'enquête

D'après les résultats du tableau 41 nous avons constaté que 50% sont motivés par la raison du sortir du chômage, et même taux pour l'augmentation de revenu pour les deux genres, et 51,51% dans la catégorie féminine pour la raison d'être en autonome dans la prise de décisions, les deux genres déclare que devoir perpétrer une affaire familiale ce n'est pas une raison de motivation.

Ces résultats expliquent que les deux catégories de genre intègrent le projet entrepreneurial pour sortir du chômage et pour l'augmentation de leurs revenus, et la catégorie famine pour être libre dans leurs travaux.

### 1.1.4 Les secteurs d'activités qui attirent les entrepreneurs

Les deux tableaux suivant 42 et 43 retracent la répartition des entrepreneurs en fonction de secteurs d'activité qui les attire mais aussi par le lieu d'habitation.

**Tableau N°42 : La répartition des secteurs d'activité qui attirent les entrepreneurs**

Les secteurs d'activités	Le nombre d'entrepreneurs	Taux
L'agriculture, la pêche, l'élevage	15	30%
Les industries de transformation	11	22%
Le BTP	9	18%
Les industries du service	15	30%
Les NTIC	10	20%
L'habillement et le textile	8	16%
Autres	3	6%

Source : établi par nos soins d'après les résultats de l'enquête sur le terrain

**Tableau N°43 : La répartition des secteurs d'activités qui attirent les entrepreneurs par apporte aux lieux d'habitation**

Secteur d'activité	Lieux d'habitation		Taux	
	Urbain	Taux	Rural	Taux
L'agriculture, la pêche, l'élevage	13	86,66%	2	13,33%
Les industries de transformation	9	81,81%	2	18,18%
Le BTP	7	77,77%	2	22,22%
Les industries du service	13	86,66%	2	13,33%
Les NTIC	7	70%	3	30%
L'habillement et le textile	8	100%	0	
Autres	1	33,33%	2	66,66%

Source : établi par nos soins d'après les résultats de l'enquête sur le terrain

D'après les résultats du tableau 42 et 43 nous avons constaté que 30% sont attirés par le secteur de l'agriculture, la pêche et l'élevage, le même taux est pour le secteur les industries du service, soit 86,66% s'installent en milieu urbain et 22%, des enquêtés, sont attirés par le secteur industries de transformation, dont 81,81 % s'installent en milieu urbain et 18,18% s'installent en milieu rurale, 20% des enquêtés, sont attirés par le secteur NTIC (nouvelles technologies de

l'information et de la communication), dont 70% de ses entrepreneurs vivent en milieu urbain, 18% des enquêtés sont attirés par le secteur Bâtiment et travaux publics, dont 77,77% s'installent en milieu urbain.

Cela indique que ceux qui s'installent en milieu urbain sont plus attirés par les secteurs de la construction et l'industrie et de la technologie en raison de la facilité et de la disponibilité des installations requises.

### 1.1.4.1 Les secteurs d'activités qui attirent les entrepreneurs par rapport au genre de l'entrepreneur

Le tableau suivant (tableau 44) retrace la répartition des entrepreneurs en fonction de secteur d'activité par rapport au genre de l'entrepreneur.

**Tableau N°44 : La répartition des secteurs d'activités qui attirent les entrepreneurs par rapport au genre**

Le genre d'entrepreneurs Les secteurs d'activités	Masculin	Taux	Féminine	Taux
	L'agriculture, la pêche, l'élevage	9	60%	6
Les industries de transformation	8	72,72%	3	27,27%
Le BTP	7	77,77%	2	22,22%
Les industries du service	12	80%	3	20%
Les NTIC	4	40%	6	60%
L'habillement et le textile	3	37,5%	5	62,5%
Autres	1	33,33%	2	66,66%

Source : établi par nos soins d'après les résultats de l'enquête sur le terrain

D'après les résultats de tableau 44 nous avons constaté que 80% de genre masculins sont attirés par le secteur des industries du service, et 77,77% ont attirés par le secteur bâtiment et travaux publics, en revanche, seulement 33,33% ont attirés par d'autres secteurs. Par contre 66,66% de genre féminines ont attirés par d'autres services. Et 62,5%, ont attirées par le secteur habillement et le textile. En revanche 22,22% sont attirés par le secteur bâtiment et travaux publics.

Cela indique que le genre joue un rôle dans le choix de secteur d'activité, car les femmes privilégient les secteurs qui les aident dans le travail (généralement secteur NTIC, le textile et autres) par rapport aux hommes qui sont attirés par les secteurs qui demandent plus d'efforts (bâtiment et travaux publics, les industries du service, l'agriculture ...).

### 1.1.4.2 Les secteurs d'activité qui attirent les entrepreneurs par apport aux secteurs d'activité de leur l'entreprise

Le tableau suivant (tableau 45) retrace la répartition des entrepreneurs en fonction du secteur de leurs entreprises.

**Tableau N°45 : la répartition des secteurs d'activité qui attirent l'entrepreneur par rapport aux secteurs d'activité de leur entreprise**

Les secteurs d'activité qui attirent l'entrepreneur	Le nombre des entrepreneurs	Taux
Attiré par le secteur d'activité de l'entreprise	23	46%
Non attiré par le secteur d'activité de l'entreprise	27	54%
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

Source : établi par nos soins d'après les résultats de l'enquête sur le terrain

D'après les résultats de tableau 45 nous avons constaté 46% des enquêtés exercent dans leur secteur d'activité qui les attirent, Le reste exercent leur activité dans les secteurs qui les attirent moins.

Cela indique que la majorité des entrepreneurs enquêtés n'exercent pas dans le secteur d'activité qui les attire, probablement en raison, manque de financement ou moyen (terrain, matérielles...), d'expérience dans le domaine, ou bien les entrepreneurs voient bien qu'il y a une grande concurrence concernant ce domaine-là qui l'attire.

### 1.1.5 Les principaux obstacles à l'entrepreneuriat

Les tableaux suivant 46 et 47 retracent la répartition des entrepreneurs en fonction les principaux obstacles à l'entrepreneuriat mais aussi par lieux d'habitation.

**Tableau N°46 : Les obstacles à l'entrepreneuriat**

Les principaux obstacles	Le nombre d'entrepreneurs	Taux
Manque de capital de départ	35	70%
Manque d'expériences professionnelles	11	22%
Absence de connaissances et de compétences en entrepreneuriat	8	16%
Les contraintes administratives (lois, réglementation, procédures...)	24	48%
Manque de conseils et d'orientation	10	20%
Manque de relations professionnelles	10	20%
Ressources matérielles limitées (locaux, machines ...)	16	32%
Autres	2	4%

Source : établi par nos soins d'après les résultats de l'enquête sur le terrain

**Tableau N°47 : Les principaux obstacles à l'entrepreneuriat par rapport à lieux d'habitation**

Lieux d'habitation	Urbain	Taux	Rural	Taux
<b>Les principaux obstacles</b>				
<b>Manque de capital de départ</b>	27	77,14%	8	22,85%
<b>Manque d'expériences professionnelles</b>	10	90,90%	1	9,1%
<b>Absence de connaissances et de compétences en entrepreneuriat</b>	6	75,25%	2	25,75%
<b>Les contraintes administratives (lois, réglementation, procédures...)</b>	18	75%	6	25%
<b>Manque de conseils et d'orientation</b>	9	90%	1	10%
<b>Manque de relations professionnelles</b>	7	70%	3	30%
<b>Ressources matérielles limitées (locaux, machines ...)</b>	14	87,5%	2	12,5%
<b>Autres</b>	2	100%	0	0%

Source : établi par nos soins d'après les résultats de l'enquête sur le terrain

D'après les résultats de tableau 46 et 47 nous avons constaté que la majorité des enquêtés ont fait face à l'obstacle manque de capital de départ avec un taux 70%, dont 77,14% s'installent en milieu urbain et 22,85% en milieu rurale, 48% des enquêtés ont fait face à l'obstacle contraintes administratives (lois, réglementation, procédures ...) dont 75% s'installent en milieu urbain, et 32% des enquêtés ont fait face à l'obstacle ressources matérielles limitées (locaux, machines ...), dont 87,5% s'installe en milieu urbain.

La plupart des entrepreneurs enquêtés s'installent en milieu urbain (voir le tableau 13) parmi la totalité des enquêtés, on trouve 76% s'installent en milieu urbain, contre 24% s'installent en milieu rural, ceci explique le taux élevé par rapport aux entrepreneurs qui vivent en milieu urbain, et aussi parmi ceux qui sont issus d'une zone urbaine ont plus de dépenses, par rapport à ceux qui sont issus d'une zone rurale, et les résident en milieu rurale sont plus coopératifs par rapport à les résident en milieu urbain, chacun cherche son intérêt seulement.

### **1.1.5.1 Les principaux obstacles à l'entrepreneuriat par rapport au genre de l'entrepreneur**

Le tableau suivant (tableau 48) la répartition des entrepreneurs en fonction les principaux obstacles à l'entrepreneuriat par rapport au genre de l'entrepreneur

**Tableau N°48 : Les principaux obstacles à l'entrepreneuriat par rapport au genre de l'entrepreneur**

Le genre de l'entrepreneur				
	Masculin	Taux	Féminin	Taux
<b>Les principaux obstacles</b>				
<b>Manque de capital de départ</b>	20	57,14%	15	42,85%
<b>Manque d'expériences professionnelles</b>	5	45,45%	6	54,55%
<b>Absence de connaissances et de compétences en entrepreneuriat</b>	6	75%	2	25%
<b>Les contraintes administratives (lois, réglementation, procédures...)</b>	15	62,5%	9	37,5%
<b>Manque de conseils et d'orientation</b>	6	60%	4	40%
<b>Manque de relations professionnelles</b>	3	30%	7	70%
<b>Ressources matérielles limitées (locaux, machines ...)</b>	6	37,5%	10	62,5
<b>Autres</b>	1	50%	1	50%

Source : établi par nos soins d'après les résultats de l'enquête sur le terrain

D'après les résultats du tableau 48 nous avons constaté 57,14% ont fait face à l'obstacle manque de capitale de départ, 42,85% de catégories féminin qui fait face au même obstacle, soit 62,5% sont de catégorie masculine qui fait face à l'obstacle de contraintes administratives (lois, réglementation, procédures ...), et 37,5% de genre féminine fait face au même obstacle, 37,5% de genre masculin fait face à l'obstacle ressources matérielles limitées (locaux, machines ...), et 62,5% de genre féminin fait face au même obstacle.

Cela indique que les deux genres rencontrent quasiment les mêmes obstacles dans la création d'entreprise.

### 1.1.6 Les ressources d'entreprendre

Le tableau suivant 49 retrace la répartition des ressources d'entreprendre en fonction le niveau d'importance de chaque ressource.

**Tableau N°49 : La répartition des ressources selon leur importance de chaque ressource.**

([1] Pas du tout important, [2] Peu important, [3] Important, [4] Très important, [5] Extrêmement important)

	1	Taux	2	Taux	3	Taux	4	Taux	5	Taux	Total
<b>Expériences professionnelles</b>	3	6%	7	14%	15	30%	14	28%	11	22%	50
<b>Ressources financières</b>	0	0%	4	8%	13	26%	14	28%	19	38%	50
<b>Ressources matérielles</b>	0	0%	6	12%	12	24%	16	32%	15	30%	50
<b>Ressources technologiques 1</b>	5	10%	8	16%	14	28%	17	34%	6	12%	50
<b>Relations professionnelles</b>	1	2%	9	18%	16	32%	9	18%	15	30%	50

Source : établi par nos soins d'après les résultats de l'enquête sur le terrain

D'après les résultats de tableau 49 nous avons constaté que 30% des enquêtés juge que l'expérience professionnelles et **important** et 20% des enquêtés juge que cette ressource elle est **extrêmement important** 38%, contre 6% des enquêtés juge **pas de tout important** pour les ressources financières 38% des enquêtés juge qu'elle est **extrêmement importantes**, et 26% des enquêtés juge que cette ressource et **importantes**, contre 8% des enquêtés la juge **peu importante**. Les ressources technologiques 34% des enquêtés juge que sont **très importantes**, et 12% des enquêtés juge que ces ressources sont **extrêmement importantes**, contre 10%, des enquêtés juge **pas de tout importantes**, pour les relations professionnelles 30%, des enquêtés juge que cette ressource elle est **extrêmement important**, et 32% juge **important**, contre 2% des enquêtés juge que cette ressource et **pas de tout importantes**.

Cela indique que pour les entrepreneurs enquêtés, voient que les ressources importantes dont ils ont besoin pour entreprendre, sont les ressources financières, ressources matérielles et les relations professionnelles.

### 1.1.7 La repartitions des entrepreneurs qui participent à la formation universitaire

Les tableaux suivant 50 et 51 retracent la répartition des entrepreneurs qui participent à la formation universitaire en fonction de type de formation.

**Tableau N°50 : La répartition des entrepreneurs qui participent à la formation entrepreneuriale**

Participation à des formations entrepreneuriale	Le nombre des entrepreneurs	Taux
<b>Oui</b>	22	44 %
<b>Non</b>	28	56 %
<b>Total</b>	50	100 %

Source : établi par nos soins d'après les résultats de l'enquête sur le terrain

**Tableau N°51 : La répartition de type de formation suivi par l'entrepreneur**

Le type de formation suivi	Le nombre de l'entrepreneur	Taux
<b>Module entrepreneurial dans le cursus universitaire</b>	11	22%
<b>Séminaire de sensibilisation</b>	3	6%
<b>Témoignages d'entrepreneurs, de professionnels</b>	9	18%
<b>Autres</b>	4	8%

Source : établi par nos soins d'après les résultats de l'enquête sur le terrain

D'après les résultats du tableau 50 nous avons constaté que 44% des enquêtés ont déclaré leurs participations à la formation d'entrepreneuriat, contre le reste qui n'ont pas participé à la formation entrepreneuriale. Parmi eux qui ont participé à la formation entrepreneuriale 22% ont suivi le module entrepreneurial dans leur cursus universitaire comme formation, et 18% ont suivi témoignages d'entrepreneurs, de professionnels comme formation. Contre le reste de formation (voir le tableau 51).

Alors que c'est très important de suivre une formation entrepreneuriale pour une meilleure réalisation d'entreprise.

### 1.1.8 La répartition des ressources mobilisées lors de création d'entreprise

Le tableau suivant (tableau 52) retrace la répartition des entrepreneurs en fonction des ressources mobilisées lors de la création d'entreprise.

**Tableau N°52 : La répartition des ressources mobilisées lors de création d'entreprise**

Les ressources mobilisées	Nombre d'entrepreneurs	Taux
<b>Capitaux propres (personnels)</b>	35	70%
<b>L'emprunt auprès des membres de la famille ou des amis</b>	13	26%
<b>Emprunt bancaire</b>	9	18%
<b>Autres</b>	1	2%

Source : établi par nos soins d'après les résultats de l'enquête sur le terrain

D'une manière générale, les enquêtés n'utilisent pas une seule source de financement pour réaliser leurs projets. Le tableau 52 montre que la majorité, soit 70% ont eu recours à l'épargne personnelle (capitaux propre) pour financer leur projet. En effet, soit 26% des

enquêtés ont demandés de l'aide à leurs familles et leurs amis, et 18% des enquêtés emprunter à la banque.

### 1.1.9 La réparation des entrepreneurs qui ont demandé de l'aide d'un organisme de soutien

Les tableaux suivant 53 et 54 retracent la répartition des entrepreneurs qui ont demandé de l'aide d'un organisme de soutien

**Tableau N°53 : La répartition des entrepreneurs qui demandent l'aide d'un organisme de soutien**

La répartition des entrepreneurs qui demandent l'aide d'un organisme de soutien

Demande de l'aide d'un organisme de soutien	Le nombre d'entrepreneurs	Taux
Oui	14	28 %
Non	36	72 %
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100 %</b>

Source : établi par nos soins d'après les résultats de l'enquête sur le terrain

**Tableau N°54 : la répartition des entrepreneurs par les organismes de soutien**

Les organisations de soutien	Le nombre d'entrepreneurs	Taux
L'ANADE	10	71,4 %
La CNAC	0	0 %
L'ANGEM	0	0 %
L'ANDI	4	28,57 %
Autres	0	0 %
<b>Total</b>	<b>14</b>	<b>100 %</b>

Source : établi par nos soins d'après les résultats de l'enquête sur le terrain

D'après les résultats du tableau 53 nous avons constaté que 28% des enquêtés ont demandé l'aide d'un organisme public à la création d'entreprise, contre le reste des enquêtés. Parmi eux qui ont demandent l'aide, soit 71,4% à l'organisme ANADE avec un et 28,57% ont demandent l'aide à l'ANDI (voir le tableau 54).

### **Conclusion**

A travers les motivations, les éléments qui influencent les jeunes diplômés à la création d'entreprise, nous pourrions découvrir les caractéristiques des entrepreneurs diplômés universitaire de la willaya de Bejaia.

Les entrepreneurs enquêtés sont généralement de genre masculin, ils viennent des régions urbaines, ont suivi le système LMD dans leurs étude supérieurs, le niveau de leurs diplômes des masters.

Il ressort de cette enquête, que la majorité des entrepreneurs ont un fort sentiment de sortir de chômage et d'indépendance et l'augmentation de revenue.

En ce qui concerne les obstacles auxquelles les entrepreneurs interrogés sont confrontés lors de leur création se sont manque de capital de départ, et les contraintes administratives (lois, réglementation, procédures...), et manque des ressources matérielles.

# **Conclusion générale**

## Conclusion générale

L'entrepreneuriat est un phénomène complexe qui au cours du temps a pris plusieurs significations. Plusieurs auteurs et chercheurs dans ce domaine ont essayé d'apporter une définition pour ce concept. Aujourd'hui, l'entrepreneuriat constitue un phénomène qui attire de plus en plus les chercheurs dans les domaines de l'économie et de la gestion.

Un grand intérêt est accordé au principal acteur du phénomène entrepreneurial qu'est l'entrepreneur. La conception de l'entrepreneur évolue avec le temps, selon la complexité de l'organisation et de l'activité économique. Les changements sociaux et économiques conditionnent les comportements et les activités de l'entrepreneur.

Les formations à l'entrepreneuriat sont d'autant plus efficaces en termes d'amélioration des intentions entrepreneuriales qu'elles s'adressent à des étudiants plutôt peu préparés à entrer dans ce type de programme ou à envisager cette orientation professionnelle vers la création d'entreprise.

La création des entreprises en Algérie, en particulier les PME, sont de plus en plus en évolution ce qui permet de créer de l'emploi et la baisse de taux de chômage. C'est pour cela la création d'entreprise devient un enjeu principal pour les décideurs publics, alors des dispositifs d'aide et d'appui ont été initiés à l'échelle nationale tels que l'ANADE, la CNAC, l'ANGEM et l'ANDI.

Toutefois, la création d'entreprise est elle-même précédée par l'intention de créer, de telle sorte que nous ne pouvons aisément séparer l'intention d'entreprendre de l'acte lui-même. L'intention entrepreneuriale est avant tout un désir et une volonté d'entreprendre.

Dans ce travail, nous nous sommes concentrées sur une présentation de l'entrepreneuriat des jeunes diplômés universitaires de la wilaya de Bejaïa. Tout d'abord, nous avons établi un cadre conceptuel de l'entrepreneuriat, dans lequel nous avons cerné les différents concepts de l'entrepreneuriat : l'entrepreneur et l'entrepreneuriat des jeunes diplômés universitaires, ensuite, nous avons tenté d'expliquer la création d'entreprise en Algérie, enfin le travail de recherche mené à l'aide d'un questionnaire auprès de 50 entrepreneurs et qui nous a permis d'apporter quelques éléments de réponses à notre question de départ et pour pouvoir vérifier nos hypothèses.

## Conclusion générale

---

Pour ce faire, nous avons élaboré un éclairage théorique sur le concept entrepreneurial et celui de l'entrepreneur et l'entrepreneuriat des jeunes diplômés.

Il ressort de notre enquête que les entrepreneurs enquêtés de notre échantillon sont majoritairement de catégorie masculine, issus d'une zone urbaine.

D'une manière générale, la plupart des entreprises de notre échantillon ont été créées entre 2018 et 2021. Leur financement initial provient majoritairement de l'apport personnel et des capitaux propres (fonds propres). Elles sont majoritairement des micros et petites entreprises. De plus nous avons constaté que la plupart des entrepreneurs investie essentiellement dans le secteur de commerce.

Il ressort également de notre étude que la majorité des entrepreneurs ont suivi le système LMD, le niveau de leurs diplômes des masters, dont le domaine d'étude Science Economiques, Gestion et Commerciales.

Concernant l'exercice de l'activité des enquêtés par rapport à leur domaine d'étude, les résultats montrent que 40% des enquêtés exercent dans leur domaine d'étude.

Toutefois, l'intégration entrepreneuriale des diplômés dans leurs domaines d'activité par rapport à leurs formations, on retient que 66% des diplômés de DSP (droit et science politique) exercent dans leur domaine d'activité, 50% pour ceux de ST (sciences techniques) et 45% des diplômés en SEGC (sciences économiques, gestions et commerciales).

Par ailleurs, 30% des enquêtés sont attirés par le secteur d'agriculture, la pêche, l'élevage et le même taux pour les industries du service, il faut noter que seulement 46% des enquêtés, exercent leurs activités dans le secteur qui les attirent.

Il est à noter que, la majorité des entrepreneurs ont affirmé que les relations professionnelles sont à l'origine de l'idée de la création du projet. Par ailleurs, disposer d'un entourage entrepreneurial ne constitue aucune opportunité motivante à la création de l'entreprise.

Selon les résultats obtenus de notre enquête, la majorité des enquêtés ont déclaré qu'ils ont eu une intention entrepreneuriale pendant leurs études. Ceci nous permet de confirmer notre première hypothèse qui consiste à dire que : ***La majorité des jeunes diplômés ont un fort sentiment de s'intégrer dans le projet entrepreneuriat pendant leurs études.***

## Conclusion générale

---

Notre étude montre que 68% des enquêtés sont motivés, principalement, dans leur acte d'entreprendre par l'entrepreneuriat d'opportunité, dont plus de 58% pour des raisons d'autonomie et le désir d'être son propre chef, chacun. En outre, concernant les raisons qui ont motivé ou pouvant motiver l'entrepreneur à entreprendre, 66 % sont motivés par la volonté de créer leur propre emploi et 52% par la volonté d'augmenter ses revenus. Ceci nous amène à confirmer notre deuxième hypothèse qui consiste à dire que : ***Les jeunes diplômés, pour créer leur entreprise, sont motivés principalement par l'opportunité d'une autonomie.***

Malheureusement, certaines contraintes viennent freiner l'acte d'entreprendre. En effet, les résultats ont montré que la majorité des enquêtés subissent une contrainte de manque de capital de départ, 48% des contraintes administratives (lois, réglementation, procédures ...) et 32% de la contrainte de manque des ressources matérielles (locaux, machines, ...).

S'agissant des ressources dont un entrepreneur a besoin pour entreprendre, 38% et 30% respectivement des entrepreneurs jugent que les ressources les plus importantes pour entreprendre sont les ressources financières et les ressources matérielles (locaux, machines ...).

Il ressort également de notre étude qu'une minorité des entrepreneurs, ont demandé l'aide d'un organisme de soutien (l'ANADE, l'ANDI).

Enfin, ce travail tout comme travail scientifique n'est pas sans lacunes et insuffisances. Toutefois, nous souhaitons que d'autres axes et pistes soient ouverts pour le compléter ou élargir ses perspectives et qu'il contribuera dans le domaine de la recherche sur l'entrepreneuriat.

# **Bibliographie**

## Bibliographie

### Ouvrages

1. BOUTILLIER S, UZUNIDIS D, « La légende de l'entrepreneur. Le capital social, ou comment vient l'esprit d'entreprise », Editions La Découverte et Syros, Paris, (1999).
2. BOUTILLIER. S, UZUNIDIS. D, « l'entrepreneur, une analyse socioéconomique », Economica, Paris, (1995).
3. CAPRAPON H, « Entrepreneuriat et création d'entreprises : Facteurs déterminants de l'esprit d'entreprise », de Boeck, Bruxelles, (2009).
4. DRUCKER. P, « Les entrepreneurs », Editions Lattés, (1985).
5. DENIEUL(P) et MOHAMED (M), Entrepreneur maghrébins terrains en développement, IRMC, Tunis, (2011).
6. EMILE-MICHEL HERNANDEZ « le processus entrepreneurial- vers un modèle stratégique d'entrepreneuriat », Paris, édition L'Harmattan, (1999).
7. FAYOLLE A., « Le métier de créateur », édition d'Organisation, (2003).
8. FAYOLLE Alain « entrepreneuriat : apprendre à entreprendre », édition DUNOD, Paris, (2004).
9. FAYOLLE, A, « Introduction à l'entrepreneuriat », Edition DONUD, Paris, (2005).
10. FERRAH. A « le développement de la PME en Algérie, l'impératif de mise à niveau des institutions », édition, 2005.
11. GERARD CHARREAUX « finance d'entreprise » 2<sup>-ème édition</sup>, paris, 2000.
12. HERNANDEZ. E-M, « le processus entrepreneurial, vers un modèle stratégique d'entrepreneuriat », l'Harmattan, Paris, (1999).
13. HERNANDEZ. E-M, « l'entrepreneuriat, approche théorique », l'Harmattan, France, (2001).
14. JULIEN P.A. et CADIEUX L « La mesure de l'entrepreneuriat. Rapport d'étude ». Institut statistique du Québec, Canada (2010).

## Bibliographie

---

15. JANSSEN. F et SURLEMONT. B, « L'entrepreneuriat, éléments de définitions », Edition de Boeck (2009).
16. JULIEN P. A et M. MARCHESNAY « L'entrepreneuriat, Economica », Paris, (1996).
17. JULIEN P-A, « Les PME Bilan et perspectives », Edition. Economica, Paris (1996).
18. LEVERRATTO, Nadine. « Les PME : définition, rôle économique et politiques publiques ». Paris, De Boeck, (2009).
19. MOCCHIELLE(A), « La motivation, éditions PUF », Paris, (1996).
20. OCDE, « Des emplois pour les jeunes », Edition OCDE, Paris, (2007)
21. OCDE, « Impliquer et autonomiser les jeunes », Edition OCDE, (2019)
22. PINTRICH P. R. & SCHUNK D. H. *Motivation in Education: Theory, Research & Applications*. Englewood Cliff (États-Unis), (1996).
23. SCHUMPETER, JOSEPH. *Capitalisme, socialisme et démocratie*, Paris, Éditions Payot, (1954).
24. SCHUMPETER, J. A. *The theory of economic development*. Cambridge, MA: Harvard University Press, (1961).
25. VERSTRAETE T, « Histoire d'entreprendre-les réalités de l'entrepreneuriat », Paris, édition management et société, (2000).
26. VERSTRAETE T et SAPORTA B, « Création d'entreprise et entrepreneuriat » édition ADREG, France, (2006).
27. WATSON, T.J. *Rhetoric, discourse and argument in organizational sense making: A reflexive tale*. Organizations Studies, (1995).

### Articles et revues

1. BRUYAT, C. (1994), « Contributions épistémologiques au domaine de l'entrepreneuriat », *Revue française de gestion*, n° 101.
2. BACCARI. E : « Les motivations entrepreneuriales des jeunes entrepreneurs Tunisiens: Etude exploratoire », 2006.
3. BOYD N.G, VOZIKIS G.S, (1994), « The Influence of Self-Efficacy on the Development of Entrepreneurial Intentions and Actions», *Entrepreneurship Theory and Practice*, summer.
4. CARLSSON G, KARLSSO K. (1970). "Age, cohorts and the generation of generations", *American Sociological Review*, vol. 35.
5. CHALAL, « le dispositif ANSEJ », Séminaire CINAF, Alger, 23 au 25 avril 2001.

## Bibliographie

---

6. DAVAL H. (2002), « L'essaimage : vers une nouvelle rationalité entrepreneuriale », Revue française de gestion, vol. 28, n° 138.
7. DONKELS, R (1991). L'éducation et l'expérience entrepreneuriale de l'enseignement, éducation in belgim journal of Small business and entreprise N°1.
8. FAYOLLE, A. (2004). A la recherche du cœur de l'entrepreneuriat : Vers une nouvelle vision du domaine. Revue Internationale PME, 17(1).
9. FILION L J, « Le champ de l'entrepreneuriat : historique, évolution, tendance », cahier de recherche, 1997.
10. Gharbi, S, Les PME/PMI en Algérie : état des lieux cahiers du laboratoire de Recherche sur l'Industrie et l'Innovation, université du Littoral Côte d'Opale, documents de travail N° 238, Mars 2011,
11. GARTNER, W.B. Annals of Tourism Research, 1993 Cited by 170 Related articles
12. GARTNER, W.B. Who is an entrepreneur? Is the wrong question. American Journal of Small Business, spring, 1988.
13. GERRY S, Dan Borgia and Jerry Schoenfeld, (2005), The motivation to become an entrepreneur, International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research Vol. 11 No.1.
14. KANFER R., ACKERMAN P.L. (2004). "Aging, adult development, and work motivation", Academy of Management Review, vol. 29, n° 3.
15. L'ANDI remplace L'Agence pour la promotion et le soutien à l'investissement (APSI) institué par le décret N° 93/12 DU 05/ 09 /93.
16. MARCHESNAY M. (2012) « Une approche pragmatique de l'entrepreneur », Revue internationale de psychologie et de gestion des comportements organisationnels, Vol. XVIII, N°46.
17. MC CLELLAND. D, (1961), « Le champ de l'entrepreneuriat : historique, évolution, tendances », Revue Internationale P.M.E., vol. 10, n° 2.
18. MERZOUK, F PME et compétitivité en Algérie, revue économie & management, N°9, octobre 2009.
19. SINACER A. : « La caisse Nationale d'Assurance Chômage (CNAC) une institution indispensable en économie de marché ». In Profils, N° 2, mars – Avril – Mai 2003.
20. SI LEKHAL.K, KORICHI.Y, GABOUSSA.A, « Les PME en Algérie : Etat des lieux, contraintes et perspectives », revue des entreprises algériennes n°4, 2013.
21. PINTRICH, P.R. et SCHUNK, D. H. (1996). Motivation in education. Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice-Hall.

## Bibliographie

---

22. STANWORTH J. et CURRAN J (1976), "Growth and the small firm: an alternative View", *The Journal of Management Studies*.
23. VERSTRAETE.T, FAYOLLE.A, « Paradigmes et entrepreneuriat », *Revue de l'entrepreneuriat*, vol 4, N°1, 2005
24. ZAMMAR(R), *Initiation à l'entrepreneuriat*, article de l'Université Mohammed V, Faculté des sciences, Rabat, 2009.

### Mémoires et thèses

1. BRUYAT C, « Création d'entreprise : contributions épistémologiques et modélisation », Thèse de doctorat en sciences de gestion, Université Pierre Mendès France, Grenoble II, (1993).
2. BASSO, O. *Le manager entrepreneur : entre discours et réalité, dirigé en entrepreneur*. Pearson Education France (2006).
3. BOURGUIBA M, « De l'intention à l'action entrepreneuriale : approche comparative auprès de TPE françaises et tunisiennes », *Gestion et management*, Université Nancy 2, (2007).
4. SIOMY M. « Développement des compétences des leaders en promotion de la culture entrepreneuriale et de l'entrepreneurship ». *Le cas du Rendez-vous entrepreneurial* (2007).
5. SALEH L, « L'intention entrepreneuriale des étudiants, cas du bilan », thèse de doctorat, 2011.
6. TOUNES A. « L'intention entrepreneuriale. Une recherche comparative entre des étudiants suivant des formations en entrepreneuriat (bac+5) et des étudiants en DES SCAAE ». Thèse de Doctorat en Sciences de Gestion, Université de Rouen, France (2003).
7. WANG entrepreneurs hip, l'évolution de l'intention et le développement de l'esprit d'entreprise des élèves ingénieurs d'une école française : une étude de longitudinale, thèse pour l'obtention de docteur en génie Industriel, Ecole Centrale de lille, 2010.

### Dictionnaires et encyclopédies

1. ARAN (M) et TOUDERT (M), *la petit larousse illustré*, édition LAROUSSE paris, 2012.
2. FRONT C. NORBERT S, *Dictionnaire de la psychologie*, édition Larousse, paris 1989.

# Bibliographie

---

## **Texte et loi**

Loi N° 01/18 du 12/12/2001 portant loi d'orientation sur la promotion de la PME.

Décret exécutif n° 04-01 du 03 janvier 2004, article 1.

Décret exécutif N° 04-02 du 03 janvier 2004, article 2.

Bulletin d'information des Statistiques de la PME n°33 fin 2018.

## **Site d'internet**

[www.dz.ANADE](http://www.dz.ANADE) Consulté le 10/06/2021

[www.angem.dz](http://www.angem.dz) consulté le 11/06/2021

## Liste des tableaux

<b>Tableau</b>	<b>Intitulé</b>	<b>Pages</b>
<b>Tableau N°01</b>	Définitions du concept « jeune entrepreneurs » selon les écoles de pensée	<b>26</b>
<b>Tableau N°02</b>	Représente le récapitulatif	<b>38</b>
<b>Tableau N°03</b>	La population globale des PME en Algérie	<b>41</b>
<b>Tableau N°04</b>	Mouvement des PME privées par secteurs d'activité et tranche d'effectifs	<b>41</b>
<b>Tableau N°05</b>	La répartition des projets PME par niveau d'instruction	<b>42</b>
<b>Tableau N°06</b>	La taille de l'échantillon étudié	<b>61</b>
<b>Tableau N°07</b>	La répartition de lieu d'implantation d'entreprise.	<b>62</b>
<b>Tableau N°08</b>	La répartition des entreprises par année d'implantation	<b>62</b>
<b>Tableau N°09</b>	La répartition des entreprises par nombre de salariés	<b>63</b>
<b>Tableau N°10</b>	La répartition nombre d'entreprise créée par secteur d'activité	<b>63</b>
<b>Tableau N°11</b>	La répartition des fonctions qui déterminent le choix du secteur d'activité de l'entrepreneur	<b>64</b>
<b>Tableau N°12</b>	La répartition des produits ou les services réalisés par les entrepreneurs	<b>65</b>
<b>Tableau N°13</b>	La répartition des entrepreneurs en fonction de lieux d'habitation	<b>65</b>
<b>Tableau N°14</b>	La répartition le genre de l'entrepreneur	<b>66</b>
<b>Tableau N°15</b>	La répartition des entrepreneurs en fonction du système suivi à universitaire	<b>66</b>

## Tables des matières

---

<b>Tableau N°16</b>	La répartition des entrepreneurs en fonction de niveau diplôme obtenu	<b>66</b>
<b>Tableau N°17</b>	La répartition des entrepreneures par année d'obtention de diplôme	<b>67</b>
<b>Tableau N°18</b>	La répartition des entrepreneurs par domaines d'étude	<b>67</b>
<b>Tableau N°19</b>	La répartition des entrepreneurs qui ont choisi leur domaine d'étude	<b>68</b>
<b>Tableau N°20</b>	La répartition des entrepreneurs qui exercent dans leur domaine d'activité	<b>68</b>
<b>Tableau N°21</b>	La répartition des produits réalisés par rapport aux domaines d'étude et du secteur d'activité	<b>69</b>
<b>Tableau N°22</b>	La répartition des entrepreneurs ayant une intention entrepreneuriat	<b>69</b>
<b>Tableau N°23</b>	La répartition des entrepreneurs qui ayant une intention entrepreneuriale	<b>70</b>
<b>Tableau N°24</b>	La répartition l'effet de la formation universitaire sur les aptitudes entrepreneuriales	<b>70</b>
<b>Tableau N°25</b>	La répartition les manières sur les quelle la formation universitaire influence les aptitudes entrepreneuriales	<b>71</b>
<b>Tableau N°26</b>	La répartition des entrepreneurs employés et non employés avant la création de leur entreprise	<b>71</b>
<b>Tableau N°27</b>	La répartition l'expérience d'être un employé joue un rôle important dans la volonté de créer une entreprise	<b>71</b>
<b>Tableau N°28</b>	La répartition des entrepreneurs qui ont créé déjà une entreprise existante	<b>72</b>
<b>Tableau N° 29</b>	La répartition des entrepreneurs ayant déjà une entreprise avant par rapport année de création d'entreprise	<b>72</b>
<b>Tableau N° 30</b>	La répartition des entrepreneurs par l'origine de l'idée de création d'entreprise	<b>73</b>

## Tables des matières

---

<b>Tableau N° 31</b>	La répartition des entrepreneurs motivés par leur entourage	<b>73</b>
<b>Tableau N°32</b>	La répartition des entrepreneurs par types d'entrepreneuriat	<b>74</b>
<b>Tableau N°33</b>	La répartition des entrepreneurs selon le type de motivation par nécessité	<b>74</b>
<b>Tableau N°34</b>	La répartition des motivations de type nécessité par rapport à lieux d'habitation	<b>75</b>
<b>Tableau N°35</b>	La répartition entrepreneuriat par nécessité par rapport eu le genre de l'entrepreneur	<b>75</b>
<b>Tableau N°36</b>	La répartition des entrepreneurs qui sont motivé par type opportunité	<b>76</b>
<b>Tableau N°37</b>	La répartition entrepreneuriat par opportunité par rapport eu le genre de l'entrepreneur	<b>76</b>
<b>Tableau N°38</b>	La répartition entrepreneuriat par opportunité par rapport eu le genre de l'entrepreneur	<b>77</b>
<b>Tableau N°39</b>	La répartition des raisons qui motivent à entreprendre	<b>78</b>
<b>Tableau N°40</b>	La répartition des raisons qui motivent l'entrepreneur pour entreprendre par rapport aux lieux d'entrepreneur	<b>78</b>
<b>Tableau N°41</b>	La répartition des raisons qui motivent l'entrepreneur pour entreprendre par rapport au genre	<b>79</b>
<b>Tableau N°42</b>	La répartition des secteurs d'activité qui attirent les entrepreneures	<b>80</b>
<b>Tableau N°43</b>	La répartition des secteurs d'activités qui attirent les entrepreneurs par apporte aux lieux d'habitation	<b>80</b>
<b>Tableau N°44</b>	La répartition des secteurs d'activités qui attirent les entrepreneurs par apport au genre	<b>81</b>

## Tables des matières

---

<b>Tableau N°45</b>	La répartition des secteurs d'activité qui attirent l'entrepreneur par rapport aux secteurs d'activité de leur entreprise	<b>82</b>
<b>Tableau N°46</b>	Les obstacles à l'entrepreneuriat	<b>82</b>
<b>Tableau N°47</b>	Les principaux obstacles à l'entrepreneuriat par rapport à lieux d'habitation	<b>83</b>
<b>Tableau N°48</b>	Les principaux obstacles à l'entrepreneuriat par rapport au genre de l'entrepreneur	<b>84</b>
<b>Tableau N°49</b>	La répartition des ressources selon leur importance de chaque ressource	<b>85</b>
<b>Tableau N°50</b>	La répartition des entrepreneurs qui participent à la formation universitaire	<b>86</b>
<b>Tableau N°51</b>	La répartition de type de formation suivi par l'entrepreneur	<b>86</b>
<b>Tableau N°52</b>	La répartition des ressources mobilisées lors de création d'entreprise	<b>86</b>
<b>Tableau N°53</b>	La répartition des entrepreneurs qui demandent l'aide d'un organisme de soutien	<b>87</b>
<b>Tableau N°54</b>	La répartition des entrepreneurs par les organismes de soutien	<b>87</b>

## Tables des matières

### Remerciement

### Dédicaces

### Liste des abréviations

### Sommaire

<b>Introduction générale .....</b>	<b>01</b>
<b>Chapitre I : Généralités sur l'entrepreneuriat.....</b>	<b>06</b>
<b>Section 01 : Concepts relatifs à l'entrepreneuriat et théories sur l'entrepreneur.</b>	<b>08</b>
<b>1 Les concepts relatifs à l'entrepreneuriat.....</b>	<b>08</b>
1.1 Définitions de l'entrepreneuriat.....	08
1.2 L'importance de l'entrepreneuriat.....	09
1.3 Les conceptions dominantes de l'entrepreneuriat.....	10
1.3.1 Le paradigme de l'opportunité d'affaires.....	10
1.3.2 Le paradigme de la création d'une organisation.....	11
1.3.3 Le paradigme de la création de valeur.....	11
1.3.4 Le paradigme de l'innovation.....	12
1.4 Les types de l'entrepreneuriat.....	12
1.4.1 L'entrepreneuriat formel et informel.....	12
1.4.2 L'entrepreneuriat individuel et collectif.....	12
1.4.3 L'entrepreneuriat masculin et féminin.....	13
1.4.4 L'entrepreneuriat privé, public et social.....	13
1.4.5 L'entrepreneuriat occasionnel et durable.....	13
1.5 Les approches théoriques de l'entrepreneuriat.....	13
1.5.1 Approche descriptive (approche par trait) .....	13

# Tables des matières

---

1.5.2	Approche comportementale (Approche par les faits) .....	14
1.5.3	Approche processuelle.....	15
1.6	Les principales formes de l'entrepreneuriat.....	15
1.6.1	Création d'entreprise.....	15
1.6.2	La reprise d'entreprise.....	16
1.6.3	L'entrepreneuriat.....	17
<b>2</b>	<b>L'entrepreneur comme un acteur principal de l'entrepreneuriat.....</b>	<b>17</b>
2.1	Définition de l'entrepreneur.....	17
2.2	Le concept entrepreneur à travers différentes écoles.....	18
2.3	Les Théories de l'entrepreneur.....	19
2.3.1	L'efficience X de Lohenstein (1968) .....	19
2.3.2	La vigilance de l'entrepreneur.....	19
2.3.3	Le risque et l'incertitude : Knight.....	19
2.3.4	L'entrepreneur chez Drucker (1980) .....	20
2.4	Les typologies de l'entrepreneur.....	20
2.4.1	Les types d'entrepreneurs selon Smith.....	20
2.4.2	Les types d'entrepreneur selon J. Laufer (1950 -1970) .....	20
2.4.3	Les types d'entrepreneurs selon Stanwopth et Curran (1976) .....	21
2.4.4	Les types d'entrepreneurs selon Marchesnay (1996) .....	21
2.5	Les caractéristiques de l'entrepreneur.....	22
2.5.1	Le besoin d'accomplissement.....	22
2.5.2	Entrepreneurs innovateurs .....	23
2.5.3	La confiance en soi et la prise de risque.....	23
2.5.4	L'ambition : voir loin, voir grand.....	23
2.5.5	L'autonomie.....	23
2.5.6	La persévérance.....	24
2.6	L'objectif de l'entrepreneur.....	24
	<b>Section 02 : L'entrepreneuriat des jeunes diplômés.....</b>	<b>24</b>
<b>1</b>	<b>Définition de la jeunesse ou du jeune.....</b>	<b>25</b>
<b>3</b>	<b>Définition des jeunes entrepreneurs.....</b>	<b>25</b>
<b>4</b>	<b>Les théories explicatives de l'entrepreneuriat des jeunes.....</b>	<b>26</b>

# Tables des matières

---

4.1	La théorie du processus entrepreneurial : de la perception à la recherche de création.....	26
4.2	La théorie de la carrière entrepreneuriale : le choix de carrière et le développement de l'identité entrepreneuriale.....	27
<b>5</b>	<b>Le jeune entrepreneur face à ses motivations.....</b>	<b>28</b>
5.1	Motivations sous-jacentes au lancement d'entreprises par les jeunes.....	29
5.2	Les principales raisons qui motivent un jeune à la création de l'entreprise.....	30
<b>6</b>	<b>L'intention d'entrepreneuriat chez les jeunes.....</b>	<b>30</b>
6.1	Définition de l'intention.....	30
6.2	L'intention entrepreneuriat.....	31
6.3	L'impact de l'âge sur l'intention d'entreprendre.....	31
<b>7</b>	<b>Les conseils à suivre par le jeune entrepreneur pour la création de son entreprise.....</b>	<b>32</b>
7.1	L'évaluation de l'opportunité de création d'entreprise.....	32
7.2	Conception et formulation du projet de création.....	32
7.3	Montage juridique et financement du projet.....	33
7.4	Lancement des activités.....	33
<b>8</b>	<b>La culture entrepreneuriat chez les universitaires.....</b>	<b>33</b>
8.1	L'effet de l'enseignement sur l'intention entrepreneuriat.....	33
	<b>Conclusion .....</b>	<b>34</b>
	<b>Chapitre II : La création d'entreprise en Algérie.....</b>	<b>36</b>
	<b>Section 01 : La PME en Algérie.....</b>	<b>37</b>
	<b>1 Définition de la PME en Algérie .....</b>	<b>37</b>
	<b>2 Le développement de la PME en Algérie.....</b>	<b>38</b>
2.1	La période 1962-1982.....	38
2.2	La période 1983-1988.....	39
2.3	A partir de 1988.....	39
	<b>3 L'évolution et la répartition des PME en Algérie.....</b>	<b>40</b>
3.1	La population globale des PME en Algérie fin 2018.....	41

## Tables des matières

---

3.2	Mouvement des PME privées par secteurs d'activité et par tranche d'effectifs.....	41
3.3	La répartition des PME par niveau d'instruction en Algérie .....	42
<b>4</b>	<b>Les caractéristiques des PME algériennes.....</b>	<b>42</b>
<b>5</b>	<b>Les ressources nécessaires pour la création d'entreprise .....</b>	<b>43</b>
<b>6</b>	<b>Les différents modes de financement des entreprises.....</b>	<b>43</b>
6.1	Les financement par capitaux propres .....	43
6.1.1	Les fonds propre d'origine externe .....	43
6.1.2	Les fonds propre interne (autofinancement) .....	44
6.2	Les financements externes à long et moyenne terme.....	44
6.2.1	L'emprunt bancaire.....	44
6.2.2	L'emprunt aidé.....	44
6.2.3	Le crédit-bail .....	44
<b>7</b>	<b>Les obstacles des PME en Algérie.....</b>	<b>45</b>
7.1	Aspect financier.....	45
7.2	Aspect immobilier.....	45
7.3	Aspect sur la matière locale et importées.....	45
7.4.	Aspect administratif .....	45
7.5.	Aspect commercial .....	46
<b>8</b>	<b>Le rôle des PME dans l'économie Algériens.....</b>	<b>46</b>
8.1	La création d'emplois .....	46
8.2	La création de la valeur ajoutée.....	46
8.3	La distribution des revenus.....	47
<b>Section 02 : Les organismes institutionnels d'aide à la création d'entreprise en Algérie.....</b>		<b>47</b>

# Tables des matières

---

<b>1 Agence nationale d'appui et de développement de l'entrepreneuriat (ANADE).....</b>	<b>47</b>
1.1 Les missions de l'ANADE.....	47
1.2 Les conditions d'éligibilité.....	48
1.3 Les avantages fiscaux et parafiscaux.....	48
1.3.1 En phase de réalisation .....	48
1.3.2 En phase d'exploitation du projet .....	49
1.4 Les avantages financière .....	49
1.5 Les types de financements proposé .....	49
1.5.1 Financement triangulaire.....	49
1.5.2 Le financement mixte.....	49
<b>2 Agence Nationale de Gestion du Micro-crédit (ANGEM).....</b>	<b>50</b>
2.1 L'ANGEM et ses missions.....	50
2.2 Aides et avantages accordés aux bénéficiaires du micro-crédit.....	51
2.2.1 Le financement primaire.....	52
2.2.2 Le financement mixte (ANGEM-promoteur) .....	52
2.2.3 Le financement triangulaire (Banque-ANGEM-Promoteur) .....	52
2.3 Les différents secteurs touchés par l'ANGEM.....	52
<b>3 La Caisse Nationale d'Assurance Chômage (CNAC).....</b>	<b>53</b>
3.1 Les actions de la CNAC en facteur du travail indépendant.....	54
3.2 Le nouveau dispositif mis en place par la CNAC.....	55
3.3 Les nouvelles mesures prises par les pouvoirs publics en faveur du dispositif CNAC...56	
<b>4 L'Agence Nationale de Développement de l'Investissement (ANDI).....</b>	<b>57</b>
4.1 Les avantages de l'ANDI.....	57

# Tables des matières

---

4.1.1 Les avantages de l'ANDI sont proposés en deux régimes .....	57
4.2 Les missions d'ANDI.....	57
<b>Conclusion .....</b>	<b>58</b>
<b>Chapitre III : présentation et analyse des résultats de l'enquête.....</b>	<b>60</b>
<b>Section 01 : Présentation du questionnaire et la répartition de ses données.....</b>	<b>60</b>
<b>1 Méthodologie de la recherche.....</b>	<b>60</b>
1.1 L'objectif de l'enquête.....	60
1.2 Elaboration du questionnaire.....	60
<b>2 La taille de l'échantillon.....</b>	<b>61</b>
<b>3 La répartition des données d'enquête.....</b>	<b>61</b>
3.1 Identification de l'entreprise.....	61
3.1.1 La répartition des d'entreprise par région.....	61
3.1.2 La répartition des entreprises par année de début d'activité.....	62
3.1.3 La répartition des d'entreprises par rapport au nombre de salariés.....	63
3.1.4 La répartition des entrepreneurs selon le secteur d'activité de l'entreprise.....	63
3.1.5 La détermination du choix du secteur d'activité.....	64
3.1.6 Les produits ou les services réalisés par les entrepreneurs.....	64
3.2 Le profil de l'entrepreneur.....	65
3.2.1 La répartition des entrepreneurs selon le lieu d'habitation.....	65
3.2.2 La répartition des entrepreneurs selon le genre.....	66
3.2.3 La répartition des enquêtés selon système universitaire suivi.....	66
3.2.4 Répartition selon le domaine d'étude.....	67
3.2.5 La répartition de choix d'étude de l'entrepreneur (un choix personnel) .....	67
3.2.6 La répartition de produit réalisé par rapport eux domaines d'étude et secteur d'activité .....	68
3.3 Environnement de l'entrepreneur.....	69
3.3.1 La répartition de l'intention entrepreneuriale chez les entrepreneurs.....	69
3.3.2 L'effet de la formation universitaire de l'entrepreneur sur le développement des aptitudes entrepreneuriales.....	70
3.3.3 La répartition des employés et les non employés avant la création d'entreprise.....	71

# Tables des matières

---

3.3.4	La répartition les entrepreneurs qui ont déjà créé une entreprise.....	72
3.3.5	La répartition l'origine de l'idée d'entrepreneur à la création d'entreprise.....	72
3.3.6	La répartition de l'effet de l'entourage d'entrepreneurs sur la motivation à la création d'entreprise.....	73
<b>Section 02 : l'analyse des résultats de l'enquête.....</b>		<b>73</b>
<b>1 Les motivations de l'entrepreneur.....</b>		<b>74</b>
1.1	Les types d'entrepreneuriat qui motive l'entrepreneur.....	74
1.1.1	Entrepreneuriat par nécessité.....	74
1.1.1.1	Entrepreneuriat par nécessité par rapport genre d'entrepreneur.....	75
1.1.2	Entrepreneuriat par opportunité.....	76
1.1.2.1	Entrepreneuriat par opportunité par rapport au genre.....	77
1.1.3	Les raisons qui motivent à entreprendre.....	78
1.1.3.1	Les raisons qui motivent à entreprendre par rapport au genre de l'entrepreneur.....	79
1.1.4	Les secteurs d'activités qui attirent les entrepreneurs.....	80
1.1.4.1	Les secteurs d'activités qui attirent les entrepreneurs par rapport au genre de l'entrepreneur.....	81
1.1.4.2	Les secteurs d'activité qui attirent les entrepreneurs par apport aux secteurs d'activité de leur l'entreprise.....	82
1.1.5	Les principaux obstacles à l'entrepreneuriat.....	82
1.1.5.1	Les principaux obstacles à l'entrepreneuriat par rapport au genre de l'entrepreneur.....	83
1.1.6	Les ressources d'entreprendre.....	84
1.1.7	La repartions des entrepreneurs qui participent à la formation universitaire.....	85
1.1.8	La répartition des ressources mobilisées lors de création d'entreprise.....	86
1.1.9	La réparation des entrepreneurs qui ont demandé de l'aide d'un organisme de soutien.....	87
<b>Conclusion .....</b>		<b>88</b>
<b>Conclusion générale .....</b>		<b>90</b>
<b>Bibliographie .....</b>		<b>I</b>

# Tables des matières

---

<b>Listes des tableaux .....</b>	<b>II</b>
<b>Annex .....</b>	<b>III</b>
<b>Résumé .....</b>	<b>IV</b>

**ANNEXE**  
**(Questionnaire d'enquête)**

**UNIVERSITE ABDE RAHMANE MIRA DE BEJAIA**  
**Faculté des Sciences Economiques, Commerciales et des Sciences de Gestion.**  
**Département des Sciences de Gestion**

## **Questionnaire d'enquête**

**Dans le cadre de la réalisation d'un mémoire de master en sciences de Gestion.**

Option : Entrepreneuriat

### **Thème**

**L'entrepreneuriat des jeunes diplômés universitaires.**

**Cas de wilaya Bejaia**

La présente étude portera sur l'effet de la formation universitaire sur la création d'entreprises chez les jeunes diplômés de la wilaya Bejaia. Nous visons à déterminer et identifier votre entreprise et votre profil, vos intentions entrepreneuriales, vos motivations ainsi que les ressources mobilisées à la création d'entreprise

Si vous acceptez de remplir le présent questionnaire, nous tenons à vous assurer que la présente étude revêt un caractère purement scientifique. Elle est tout à fait anonyme et confidentielle.

Merci à l'avance de votre collaboration dont dépend la réussite de cette étude.

## I. Identification de l'entreprise

1. Adresse lieu d'implantation : .....

2. Année de début d'activité : .....

3. le nombre des salariés d'entreprise: .....

4. le secteur d'activité de votre entreprise

- Industrie
- Commerce
- service

Autres (veuillez préciser ) .....

5. Le choix du secteur d'activité a été déterminé en fonction

- Des dispositifs d'aide à la création d'entreprise.
- Des conseils des amis ou famille.
- Une évaluation des opportunités présente dans l'environnement.
- Du diplôme acquis.
- Expériences antérieures dans le domaine.

Autre (préciser).....

6. Quel est le produit ou le service réalisé par votre entreprise ? .....

## II. Le profil de l'entrepreneur

1. Lieux d'habitation

- Urbain
- Rural

2. Genre de l'entrepreneur

- Masculin
- Féminin

3. Quel est votre âge ?.....

4. Système universitaire suivi par l'entrepreneur

- Classique
- LMD

**Si vous avez suivi le système LMD, quelle le niveau de votre diplôme ?**

## Annexe

---

- Licence
- Master
- Doctorat

**En quelle année avez-vous obtenu votre diplôme ? .....**

### **5. Quelle est votre domaine d'étude ?**

- Droit et sciences politiques
- Lettres et langues étrangères
- Lettres et langues arabes
- Mathématiques et informatique
- Sciences de la matière
- Sciences de la nature et de la vie
- Sciences économiques, gestion et commerciales
- Sciences techniques
- Sciences humaines et sociales
- Autre.....

### **6. Et ce que votre domaine d'étude été un choix personnel ?**

- Oui
- Non

**Si oui pourquoi.....**

## **III. Environnement de l'entrepreneur**

### **1. Avez-vous eu une intention entrepreneuriale ?**

- Oui
- Non

### **Si oui, depuis quand l'aviez-vous ?**

- Pendant vos études
- Juste après l'obtention de votre diplôme
- Longtemps après l'obtention du diplôme

### **2. Est-ce que votre formation universitaire vous a permis de développer des aptitudes Entrepreneuriales ?**

- Oui
- Non

## Annexe

---

**Si oui, de quelle manière :**

- Capacité de diriger une entreprise
- Esprit de prendre des risques
- Capacité à rédiger un business plan
- Capacité à saisir des occasions
- Capacité à réussir des affaires

Autre, précisez.....

**3. Etiez-vous un employé avant de devenir entrepreneur ?**

- Oui
- Non

**Si oui, cette expérience a-t-elle joué un rôle important dans votre volonté de créer votre entreprise ?**

- Oui
- Non

**4. Avez-vous déjà créé une entreprise ou repris une entreprise existante ?**

- Oui
- Non

**Si oui depuis quand ?.....**

**5. Quelle est l'origine de l'idée de création de votre l'entreprise ?**

- Connaissance d'un projet similaire
- Relations professionnelles
- Relations familiales et personnelles
- Conseil d'un bureau d'étude

Autres .....

**6. Connaissez-vous un entrepreneur dans votre entourage, qui vous a motivé à créer votre entreprise ?**

- Parents
- Famille
- Amis (es)
- Aucun

Autres .....

**7. Sur quels types d'entrepreneuriat vous êtes-vous appuyé en termes d'objectif et de motivation ?**

## Annexe

---

### Entrepreneuriat de nécessité :

- Coût d'opportunité faible
- Sortir du chômage-
- Insatisfaction
- Reconnaissance sociale
- Contrainte familiale
- Absence d'alternative
- Insécurité d'emploi
- Faible création d'emploi
- Innovation limitée
- Faible rentabilité de l'entreprise
- Non intention de croissance

### Entrepreneuriat d'opportunité :

- Coût d'opportunité élevé
- Autonomie
- Désir d'être son propre chef
- Découverte d'une opportunité de marché
- Indépendance
- Profit
- Création d'emploi
- Innovation
- Rentabilité
- Croissance- Exportation

### 8. Quelles sont les raisons qui vous ont motivé ou pouvant vous motiver à entreprendre ?

- Sortir du chômage
- Devoir perpétuer une affaire familiale
- Besoin de flexibilité professionnelle
- Vouloir augmenter ses revenus
- Une insatisfaction professionnelle
- Une insécurité dans l'emploi actuel
- Profiter d'une opportunité inexploitée (Idée d'un produit/service qui n'existe pas encore sur le marché)
- Etre autonome dans la prise de décision
- Créer son propre emploi
- Autre :.....

### 9. En tant qu'entrepreneur, quel secteur d'activité vous attire ? (Plusieurs réponses possibles).

- L'agriculture, La pêche, l'élevage

## Annexe

---

- Les industries de transformation
- Le BTP (Bâtiment et Travaux Publics)
- Les industries du service
- Les NTIC
- L'habillement et le textile
- Autres secteurs.....

### 10. D'après vous, quels sont les principaux obstacles à l'entrepreneuriat ?

- Manque de capital de départ
- Manque d'expériences professionnelles
- Absence de connaissances et de compétences en entrepreneuriat
- Les contraintes administratives (lois, réglementation, procédures.)
- Manque de conseils et d'orientation
- Manque de relations professionnelles
- Ressources matérielles limitées (Locaux, machines, ...)
- Autres.....

### 11. Selon-vous, de quelles ressources a-t-on besoin pour entreprendre ?

Veillez cocher la case que vous jugez correspondre au niveau d'importance de chaque ressource. ([1] Pas du tout important, [2] Peu important, [3] Important, [4] Très important, [5] Extrêmement important)

	1	2	3	4	5
Expériences professionnelles					
Ressources financières					
Ressources matérielles (Locaux, machines...)					
Ressources technologiques					
Relations professionnelles					

### 12. Avez-vous suivi ou participé à des formations sur l'entrepreneuriat ?

- Oui
- Non

#### Si oui ? Quel type de formation aviez-vous suivi ?

- Module d'entrepreneuriat dans le cursus universitaire
- Séminaire de sensibilisation
- Témoignages d'entrepreneurs, de professionnels ou d'experts
- Autre .....

### 13. Quelle sont les ressources mobilisées lors de création de votre entreprise ?

## Annexe

---

- Capitaux propres (personnels)
- L'emprunt auprès des membres de la famille ou des amis
- Emprunt bancaire
- Autres (précisez).....

**14. Est-ce que vous avez demandé de l'aide d'un organisme de soutien ?**

- Oui
- Non

**Si oui la quelle :**

- ANADE
- La CNAC
- L'ANGEM
- L'ANDI
- Autres (préciser).....

**Nous vous remercions infiniment d'avoir pris le temps de nous répondre.**

## Résumé

L'entrepreneuriat est un sujet qui suscite beaucoup de débats de nos jours dans toutes les sociétés. L'entrepreneuriat consiste en l'acte de passer d'une idée à un fait. L'entrepreneuriat des jeunes est un sujet qui est timidement traité dans les travaux de recherches, notamment académiques, voire, même dans les débats, pourtant il mérite d'avoir une attention à part entière.

En Algérie, plusieurs dispositifs à l'aide à l'entrepreneuriat sont mis en œuvre afin de stimuler et de booster la contribution des jeunes à la vie économique et sociale et devenir des entrepreneurs. Les jeunes diplômés, sont de plus en plus intégrés dans l'entrepreneuriat. Ces dispositifs leur ont permis de déclencher en eux une intention entrepreneuriale. A défaut de trouver facilement un emploi après l'obtention de leur diplôme, mais aussi la volonté d'être indépendant, ces jeunes diplômés ont trouvé recours à l'entrepreneuriat. Bejaia, tout comme les autres régions de l'Algérie, n'échappe pas à ce constat.

Mots clé : entrepreneuriat, jeunes diplômés, intention entrepreneuriale, entrepreneur, Algérie.

## Abstract

Entrepreneurship is a topic that generates a lot of debate these days in all societies. Entrepreneurship is the act of turning an idea into a fact. Youth entrepreneurship is a subject that is timidly treated in research, especially academic work, and even in debates, yet it deserves full attention.

In Algeria, several entrepreneurship support schemes are implemented in order to stimulate and boost the contribution of young people to economic and social life and to become entrepreneurs. Young graduates are more integrated into entrepreneurship. These devices allowed them to trigger an entrepreneurial intention in them. Failing to easily find a job after graduation, but also the desire to be independent, these young graduates have resorted to entrepreneurship. Bejaia, as the other regions of Algeria, doesn't make exception.

Keywords : entrepreneurship, young graduates, entrepreneurial intention, entrepreneur, Algeria.

## ملخص

ريادة الأعمال هو موضوع يستلزم الكثير من النقاشات حاليا في كل المجتمعات. ريادة الأعمال تكمن في الانتقال من الفكرة إلى تحقيقها. ريادة الأعمال لدى الشباب هو موضوع نوقش بطريقة جد محتشمة في الأعمال والبحوث خاصة الأكاديمية، وحتى في النقاشات، رغم أنه يستحق المزيد من الاعتبار.

في الجزائر، عدة برامج تهدف إلى تشجيع الشباب في المشاركة في الحياة الاقتصادية والاجتماعية ويصبحوا مقاولين. الشباب الحاصلين على شهادة الجامعية، ينظمون أكثر فأكثر في ريادة الأعمال هذه البرامج مكنتهم من تحفيزهم على ريادة الأعمال. بسبب عدم تمكنهم من إيجاد منصب عمل مباشرة بعد تخرجهم، وأيضا الرغبة بالاستقلالية، هؤلاء الشباب المتخرجين لجؤوا إلى اعتماد ريادة الأعمال. بجاية على غرار كل المناطق، ليست استثناء.

الكلمات المفتاحية ريادة الأعمال، الشباب الحاصلين على شهادة الجامعية، المقاول، نية إرادة الأعمال، الجزائر.

