

REPUBLIQUE ALGERIENNE DEMOCRATIQUE ET POPULAIRE
MINISTRE DE L'ENSEIGNEMENT SUPERIEUR ET DE LA RECHERCHE
SCIENTIFIQUE

UNIVERSITE ABDERRAHMAN MIRA DE BEJAIA



Facultés des sciences économiques, commerciales et des sciences de gestion

Département des sciences de gestion

En vue de l'obtention du diplôme de

Master en science de gestion

Option : entrepreneuriat

Thème

***L'entrepreneuriat et la création
D'entreprise et accompagnement***

Réalisé par

MAUCHE RIMA

Encadreur

MR MELAKHESSOU BILAL

Année universitaire : 2019/2020

REMERCIEMENT

Je tiens à exprimer ma sincère gratitude à mon directeur de mémoire, monsieur melakhessoubilal, d'avoir accepté d'assurer la direction du présent mémoire.

Je le remercie infiniment pour son encadrement et ses orientations. Je le remercie tant pour sa disponibilité, et pour le temps qu'elle m'a consacré, malgré ses préoccupations.

A travers ce modeste travail, je tenue à remercier l'ensemble des enseignants et toutes personnes qui ont contribué de près ou de loin à notre formation, il me serait difficile de les citer tous. Qu'ils retrouvent à travers ces lignes l'expression de ma reconnaissance et gratitude.

A titre plus personnel, je tiens à témoigner ma reconnaissance à mes parents, je dis grand merci pour m'avoir encouragé, pour leurs amours, leurs sens de sacrifices et leurs prières. Je tiens à remercier très spécialement mon frère et mes sœurs.

Je voudrai également à exprimer mes chaleureux remerciements à mon mari qui m'a encouragé à mener à bien ce travail.

Toutes les personnes qui ont contribuées de prêt et de loin à la réalisation de ce travail.

Dédicace

Ce modeste travail achève avec l'aide de DIEU le tout puissant de dédie ce mémoire :

- à mes très chers parents
- A mon cher frère Hicham et mes sœurs (Yousra, Bouthaina et Imane)
- A mon cher mari Rahim et à ma belle famille
- A tout ma famille et mes amies

Liste des abréviations

ANDI : Agence Nationale de Développement et d'Investissement

ANGEM : Agence Nationale de Gestion du micro crédit

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

BIT : Bureau International des travaux

B.T.P.H : Bâtiment, Travaux Publique et Hydraulique

CASNOS : caisse Nationale de Sécurité Sociale des Non Salariées

CNAC : Caisse Nationale d'Assurance au Chômage

EI : Entreprise Individuelle

EIRL : Entreprise Individuelle à Responsabilité Limitée

EURL : Entreprise Unipersonnelle à Responsabilité Limités

EPE : Entreprise Publique Economique

IR : Impôt sur Revenu

IS : impôt sur les sociétés

ONS : Office Nationale des Statistique

PMI : Petite et Moyenne Industrie

PEM : Petite et Moyenne Entreprise

SA : Société Anonyme

SARL : Société à Responsabilité Limité

SC : Société des Capitaux

SNC : Société en Nom Collectif

TPE : Très Petite Enterprise

TPI : Très Petit Industrie

Sommaire

Sommaire

Introduction générale	01
Chapitre 1 : Généralité sur l'entrepreneuriat	
Introduction de chapitre	05
Section 01 : les concepts de base sur l'entrepreneuriat.....	05
Section 02 : l'entrepreneur, ses types et caractéristiques	16
Section 03: l'entreprise.....	27
Conclusion de chapitre	31
Chapitre 02 : la création de l'entreprise et accompagnement	
Introduction de chapitre	33
Section 01 : la création d'entreprise.....	33
Section 02 : la PEM en Algérie.....	43
Section 03 : les dispositifs et les structures d'aides et de soutien à la création d'entreprise en Algérie.....	51
Conclusion de chapitre.....	57
Conclusion générale	59

Introduction générale

Introduction générale

Aujourd'hui, il est admis par tous que l'esprit d'entreprendre permet de redynamiser la vie économique et sociale d'un pays. L'entrepreneuriat est un phénomène complexe qui au cours de temps a pris plusieurs significations, ce phénomène a attiré beaucoup de chercheurs dans le domaine de l'économie et de la gestion. Parmi ces auteurs, nous citons Thierry VERSTRAETE qui a défini l'entrepreneuriat comme étant un phénomène combinant un individu et une organisation, l'un se définit par apport à l'autre et vice versa. Selon Stevenson « *l'entrepreneuriat est le processus qui amène les personnes à envisager la propriété d'une entreprise comme une option ou solution de carrière viable, à arriver avec des projets d'entreprise à apprendre à devenir des entrepreneurs, à lancer et développer une entreprise* »¹.

L'entrepreneuriat est un processus de création de valeur qui constitue un formidable levier de croissance et d'innovation. Par ailleurs, l'entrepreneuriat est aussi une dynamique de changement pour l'individu, ce dernier, en s'investissant dans la création de son entreprise, est susceptible de changer de savoir-faire. Dans ce sens l'entrepreneuriat est le rapport entre (individu/création de valeur).

La création d'entreprise est devenue le mot d'ordre en matière de développement. Face aux défis de mondialisation, l'entrepreneuriat devient un moyen pour les milieux d'assurer les capacités d'innovations des entrepreneurs et leurs compétitivité. Alors que le terme entrepreneuriat s'articule autour d'un personnage et d'une organisation, ce dernier est l'acteur de ce phénomène, il est très souvent à l'origine des innovations de rupture, il crée des entreprises, des emplois et participe au renouvellement et la restructuration du tissu économique, il se caractérise par la prise de risque et par l'aptitude à l'innovation. L'innovation consiste à positionner l'entreprise dans un environnement qui met à la disposition d'entrepreneur toutes les compétences et les connaissances qui lui permettant d'innover. Selon Schumpeter « *l'innovateur qui apporte la destruction créatrice* »².

La création d'entreprise demeure le domaine parfait afin de regrouper les fortes potentialités des jeunes créateurs, l'expérience et la volonté des institutions économiques à rétablir la situation économique et sociale des pays.

¹ VERSTRAETE., Thierry, « entrepreneuriat : modélisation du phénomène », revue de l'entrepreneuriat, vol 1, n=1, 2001.

² Allain., Fayolle, « introduction à l'entrepreneuriat », Dunod, paris, 2005, p16-17.

La réussite d'une politique de création d'entreprise dépend inévitablement de ces deux faits et leur devenir dans le temps et dans l'espace. Particulièrement dans ce cadre, la création des PEM semble être de plus en plus une vérité première mais non encore suffisamment mise en valeur. Les PEM semblent être, à vrai dire, les entités économiques les plus faciles à créer, les plus dynamiques et potentiellement les unités qui réussissent le mieux à promouvoir le tissu économique.

L'hétérogénéité de phénomène de création d'entreprise vient des entrepreneurs (différences en termes d'objectifs, d'ambition, de ressources, de méthode), des projets (degré d'innovation, potentiel de développement, besoins de financement) et de l'environnement (pertinence des besoins, intérêt social, intérêt économique).

En Algérie l'entrepreneuriat est né suite aux réformes engagées par le pouvoir, dès 1990, un changement radical oriente ledit pays vers une nouvelle organisation dont l'objectif est d'encourager et développer l'esprit d'entreprise. Pour cela, l'Algérie a mis en place en amont certain dispositifs soutien à la création d'entreprise et d'encourager l'investissement les investissements privés (ANSEJ, CNAC, ANGEM, ANDI). L'autorité publique était orientée sur l'entrepreneuriat, en particulier les petites et moyennes entreprises considérées comme des agents essentiels de croissance, d'évaluation du niveau de l'emploi et de baissé de taux de chômage.

En effet, les PME sont des composantes importantes de l'économie de nombreux pays. Elles sont souvent le moteur de la croissance des emplois. Le soutien aux PME et la création d'emplois sont au centre des préoccupations des autorités qui ont instauré un programme de développement.

Le but de notre étude consiste à étudier l'entrepreneuriat et le processus de création des PEM en Algérie, plus précisément a la willaya de Bejaia. Pour mieux expliquer le processus de création d'entreprise, vaut mieux observer les entrepreneurs eux même. Pour cela, on résume notre problématique dans la question suivante : **quelles sont les motivations des entrepreneurs qui sont à l'origine de création de leurs entreprises ?**

Pour pouvoir répondre à notre problématique, plusieurs autre questions secondaire ont été soulevée, tels que :

- Que-ce que l'entrepreneuriat ?
- quels sont les types et les caractéristiques de l'entrepreneur ?

- quels sont les étapes de création d'entreprise ?
- quels sont les structures d'appui à la création d'entreprise proposé par l'Etat algérien ?

Afin d'atteindre notre objet d'étude nous avons formulé deux hypothèses qui vont guider ce travail :

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

H2 : L'entrepreneur privé, cherche à investir essentiellement ou il a vécu des expériences antérieur soit :

- l'entrepreneuriat familial favorise le développement de sa motivation.
- les études ou la formation professionnelle en générale affectent positivement sa décision entrepreneuriale.

L'intérêt de notre étude est de cerner le phénomène de la création des petites et moyennes entreprises privées en essayant de comprendre les caractéristiques, les motivations, les facteurs et les différents attitudes des entrepreneurs privés qui sont à l'origine de création de leur entreprise.

Le premier chapitre sera consacré à présenter une généralité dur l'entrepreneuriat, ce chapitre sera divisé en trois section, nous allons présenter en premier lieu dans la première section des concepts de base sur l'entrepreneuriat, la deuxième section présentera l'entrepreneur en tant que principal acteur du phénomène d'entrepreneuriat, ses types et ses caractéristiques. La troisième section sera consacrée aux entreprises et les raison pour lesquelles l'individu est motivé pour créer une entreprise.

Dans le deuxième chapitre intitulé la création d'entreprise et accompagnement, la première section sera consacré à l'acte fondamental de l'entrepreneuriat : la création d'entreprise, la deuxième section présentera la petite et moyenne (PEM) comme entité fondamentale du phénomène entrepreneurial.

Chapitre I

Chapitre I: Généralité sur l'entrepreneuriat

Introduction

L'entrepreneuriat est un processus de création de valeur qui constitue un formidable levier de croissance et d'innovation. Par ailleurs, l'entrepreneuriat est aussi une dynamique de changement pour l'individu, l'entrepreneur, en s'investissant dans la création de son entreprise, est susceptible de changer de savoir-faire. Donc l'entrepreneuriat est le rapport entre (individu/création de valeur).

L'entrepreneuriat est considéré comme une solution au problème de chômage, contribue à la croissance économique et à réduire le taux de pauvreté.

L'objectif de ce chapitre est de présenter en générale les notions de l'entrepreneuriat et de l'entrepreneur puisqu'il est indispensable de définir ce que l'on entend par entrepreneuriat au-delà de la désignation trop restrictive du démarrage ou de création d'entreprise, on identifiera les différents types de l'entrepreneur et ses caractéristiques et on termine par définir les concepts rattachés à la notion de l'entreprise.

Section 01 : l'entrepreneuriat

L'entrepreneuriat est un thème d'actualité, constitue un domaine spécifique qu'il est nécessaire de bien définir pour pouvoir apprendre à entreprendre, dans cette section nous présentons sa définitions et les conceptions de base de l'entrepreneuriat.

1. les différentes définitions de l'entrepreneuriat :

Trois problématiques génériques qui s'expriment dans le champ de l'entrepreneuriat :

- l'entrepreneuriat en tant que phénomène économique et social.
- L'entrepreneuriat en tant qu'objet de recherche.
- L'entrepreneuriat en tant que domaine d'enseignement.

Ces trois niveaux s'interpénètrent bien évidemment, les connaissances produites par la recherche pouvant être enseigné et pouvant éclairer des questions posées au niveau sociétal. Ce qui se passe au niveau de la société, la perception qu'elle a d'un phénomène n'est pas sans effet sur l'émergence et le développement (ou non) d'un corps d'enseignement.

L'entrepreneuriat en tant que phénomène économique et social s'intéresse à des effets, à des résultats de l'acte d'entreprendre. L'innovation, le renouvellement des entreprises, la création des entreprises et d'emplois, les changements d'état d'esprit constituent des exemples de ces effets. À ce niveau, les relations entre le phénomène, les individus qui s'y intéressent ou le recherchent et la société doivent également être prises en considération.

L'entrepreneuriat en tant qu'objet spécifique de recherche pourrait s'intéresser à des comportements (individuels et/ou organisationnels). Les comportements adoptés dans des processus de découverte et d'exploitation d'opportunités (Shane et Venkataraman, 1997), par exemple. Ou encore ceux qui sont en jeu, lors de l'émergence de nouvelles organisations (Gartner, 1990, 1993)³. L'objet de recherche peut être, enfin, ce couple indissociable individu/projet, ce système entrepreneurial que Bruyat (1993) décrit dans sa dialogique individu/création de valeur nouvelle.

L'entrepreneuriat en tant que domaine d'enseignement devrait être focalisé sur des connaissances spécifiques et des compétences utiles pour entreprendre et basées sur des comportements déterminés. L'approche que nous avons de l'entrepreneuriat, dans ce dernier registre, est de définir le domaine d'enseignement comme étant au croisement de quatre dimensions : une situation, un ensemble de comportements individuels ou collectifs, un contexte et le temps⁴.

1.1. définition de l'entrepreneuriat

La littérature relative au concept d'entrepreneuriat propose une grande variété de définitions. Selon Verstraete (2000) « l'entrepreneuriat est un phénomène conduisant à la création d'une organisation impulsée par un ou plusieurs individus s'étant associés pour l'occasion »⁵. Il considère l'entrepreneuriat comme un phénomène complexe qui peut être un type particulier d'organisation lancé par un entrepreneur qui agit pour atteindre ses objectifs.

L'entrepreneuriat se définit comme une activité impliquant la découverte, l'évaluation et l'exploitation d'opportunités, dans le but d'introduire de nouveaux biens et services, de

³Alain., Fayolle, « entrepreneuriat, apprendre, entreprendre », Dunod, Paris, 2004, p2.

⁴Alain., Fayolle, « entrepreneuriat, apprendre, entreprendre », Dunod, Paris, 2004, p2.

⁵VERSTRAETE., Thierry, « Histoire d'entreprendre : les réalités de l'entrepreneur », Edition EMS, 2000, p11).

nouvelle structure d'organisation, de nouveaux marchés, processus et matériel, par des moyens qui, éventuellement, n'existaient pas auparavant.

De façon empirique, peut se définir comme une activité liée à la formation de nouvelles entreprises. Pour A. Fayolle « l'entrepreneuriat est le développement d'unités indépendantes pour créer de nouveaux marchés et de nouveaux produits »⁶.

L'entrepreneuriat repose sur les postulats suivants :

- il requiert l'existence d'opportunités ;
- des différences existent entre les personnes ;
- le rapport au risque (l'entrepreneur prend de risque).
- C'est un processus qui tresse des rapports avec des activités d'innovation et d'organisation
- L'entrepreneuriat ne nécessite pas forcément d'une nouvelle structure, il n'est pas non plus forcément le fait d'une seule personne, et n'est pas fatalement couronné de succès. Les entrepreneurs sont considérés comme des individus capables de construire une activité au regard des changements de la société en trouvant des manières d'exploiter économiquement les opportunités. Ils constituent à ce titre une des figures instituant des organisations.
- L'entrepreneuriat se fonde au regard de deux logiques économiques : celle de la mise en œuvre d'activités génératrices de revenu et celle de l'effet de levier financier⁷.

1.1.1. Genèse et fondements de l'entrepreneuriat :

Trois questions fondamentales peuvent résumer une grande partie de l'activité de recherche en entrepreneuriat. Nous retrouvons les approches fonctionnelles (*what*) des économistes, l'approche centrée sur les individus (*why and how*) des spécialistes des sciences du comportement et les approches processuelles (*how*) des gestionnaires. Après avoir évoqué les points de vue des économistes qui s'intéressent aux effets de l'entrepreneuriat et au rôle de l'entrepreneur dans le développement du système économique, abordons les approches centrées sur les individus et sur les processus.

⁶ Alain., Fayolle, « introduction à l'entrepreneuriat », Dunod, Paris, 2005, p8.

⁷Yvon., Pesqueux, « de l'entrepreneur et de l'entrepreneuriat », article publié 29.11.2015, Halshs-01235201.

1.1.1.1. Points de vue des économistes :

Les bases historiques de l'entrepreneuriat appartiennent aux sciences économiques. Le concept d'entrepreneuriat apparaît dans la littérature économique à travers les écrits de Richard Cantillon, qui est probablement le premier à présenter la fonction de l'entrepreneur et son importance dans le développement économique. Il souligne notamment, dans son analyse du phénomène entrepreneurial, le rôle de l'incertitude et du risque. L'entrepreneur de Cantillon prend des risques, dans la mesure où il s'engage vis-à-vis d'un tiers de façon fermée. Alors qu'il n'a pas de garantie certaine de ce qu'il peut en attendre. Jean-Baptiste Say est le deuxième économiste à être beaucoup intéressé aux activités de l'entrepreneur (Filion, 1997,p3). Pour lui, l'entrepreneur est avant tout un preneur de risques qui investit son propre argent et coordonne des ressources qu'il se procure pour produire des biens. Il crée et développe des activités économiques pour son propre compte. Avec Schumpeter(1935), l'entrepreneur devient une figure centrale du développement économique avec la publication de la *théorie de l'évolution économique*. Pour Filion(1997), Schumpeter peut être qualifié de père du champ de l'entrepreneuriat. L'entrepreneur Schumpétérien est avant tout un innovateur et un agent de changement. L'essence de l'entrepreneuriat se situe dans la conception et l'exploitation de nouvelles opportunités dans le domaine de l'entreprise

Cela a toujours à faire avec l'apport d'un usage différent de ressources nationales qui sont soustraites de leur utilisation naturelle et sujettes à de nouvelles combinaisons. L'entrepreneur prend donc des risques pour innover. La définition schumpétérienne de l'innovation n'est pas restrictive, dans la mesure où les cinq types de recombinaison identifiée correspondent aux différentes opportunités de profit présentes dans une économie capitaliste (Boutillier, Zzunidis, 1999, p.30). La combinaison de Schumpeter est essentielle car elle a donné ses assises au champ de l'entrepreneuriat. Néanmoins, d'autres courants de la pensée économique apportent un éclairage différent ou complémentaire et constituent également des points de vue intéressants. Citons par exemple Knight et la relation de l'entrepreneur à l'incertitude, Kirzner et les opportunités liées à des besoins ou des imperfections de marché, Leibenstein et son modèle de mesure de l'inefficacité dans l'utilisation des ressources et enfin Casson et l'importance de la coordination des ressources rares et la prise de décision⁸.

1.1.1.2. Approche centrées sur les individus :

Elles visent à produire des connaissances sur les caractéristiques psychologiques des entrepreneurs, leurs traits de personnalités, leurs motivations, leurs comportements, leurs origines et leurs trajectoires sociales. L'approche centrée sur l'individu peut être aussi un profil type d'entrepreneur qu'il serait possible d'identifier par une caractéristique principale ou un ensemble des traits. Une des premières questions relatives aux individus de trait. Une des premières questions sur les individus a porté (porte encore ?) sur le caractère inné de l'entrepreneur. Les entrepreneurs naissent-ils avec un sixième sens, une sorte d'instinct entrepreneurial.

Les spécialistes des sciences de comportements humains ont multiplié les recherches pour tenter d'analyser et de comprendre les comportements de l'entrepreneur. Weber a mis en évidence l'importance du système de valeurs (Filion, 1997, p.5) et vraisemblablement été un des premiers adeptes de la discipline à s'intéresser aux entrepreneurs McClelland propose une théorie du besoin de réalisation (*needfor achievement*) appuyé sur une solide base empirique. Pour lui, les entrepreneurs sont des individus qui ont besoins élevé d'accomplissement, une forte confiance en eux, une capacité à résoudre seuls des problèmes, et qui s'orientent vers des situations caractérisées par des risques modérés et un retour rapide de résultat de leurs actions.

A partir des travaux de McClelland, de nombreuses recherches ont été réalisées pour tenter d'expliquer la création d'entreprise, ou son succès, par le besoin d'accomplissement du créateur. Filion rapporte que c'est Brockhaus qui donne une conclusion provisoire en mettant en cause la pertinence de ce lien unique. N'ayant pas démontré l'existence d'une seule variable pour expliquer le phénomène, les psychologues, sociologues et autres spécialistes du comportement ont effectué des certaines de recherche sur les entrepreneurs et identifier toute

Ce dernier stipule que l'attrance pour la création d'entreprise et le travail indépendant est la résultante d'expérience vécues dans l'enfance et les caractérisées par un environnement familial hostile et nombreux problèmes affectifs. Ces situations ont conduit les individus à développer des formes de personnalités déviantes et peu insérables dans des environnements sociaux structurés, au sens où ils ont des difficultés à accepter une autorité et à travailler en équipe avec d'autres personnes.

Tout individu est le produit de son/ses milieux d'appartenance. Les entrepreneurs sont influencés par leur environnement proche et reflètent, d'une certaine façon, les caractéristiques du temps et du lieu où ils évoluent (ou ont évolué). Les recherches portant sur les facteurs qui agissent dans l'apparition d'une intention entrepreneuriale, sur les carrières entrepreneuriales, sur les influences de la famille ou des rôles-modèles traduisent l'importance de l'environnement et tendent à démontrer son rôle sur le comportement entrepreneurial.

1.1.1.3. Approche basées sur le processus

Gartner est un des premiers chercheurs à avoir remis en cause le bien-fondé d'un courant de recherche, l'approche par les traits, dominant dans les années 1980, dans un article publié en 1988 et intitulé : « *who is an entrepreneur ? Is the wrong question ?* ». Il souligne dans cet article le besoin d'un changement de cap et de niveau d'analyse dans les recherches affectées en entrepreneuriat. Gartner montre les limites de l'approche par les traits et propose aux chercheurs du champ de s'intéresser à ce que font les entrepreneurs et non pas à ce qu'ils sont. Une phrase lui est prêtée et résume bien sa pensée, à cette époque : « *look at the not at the dancer* ». Dès le milieu des années 1980, Gartner mobilise la notion de processus dans le champ de l'entrepreneuriat lorsqu'il propose un cadre conceptuel pour décrire le phénomène de création d'une nouvelle entreprise (Gartner, 1985). Ce modèle comporte quatre dimensions : environnement, individus, processus et organisation. Il est intéressant de noter que cet auteur considère la dimension « processus » comme une variable et non comme un concept global incluant les autres dimensions. Gartner assimile le processus à une activité ou une fonction et fait sienne la définition de Danhoff : « *entrepreneurship is an activity or function and not a specific individual or occupation... the specific personal entrepreneur is an unrealistic abstraction* ».

Bygrave et Hofer font partie de ceux qui s'efforcent d'ouvrir, au début des années 1990, de nouvelles perspectives de recherche dans le champ de l'entrepreneuriat. Le processus entrepreneurial est pour eux un objet d'étude digne d'intérêt. Ils tentent d'en décrire quelques caractéristiques et insistent, notamment, sur ses dimensions dynamique et holistique.

Les chercheurs du domaine de l'entrepreneuriat ont choisi de s'intéresser au processus, parce que cela leur permettrait de sortir des visions précédentes, étroites et limitées, se bornant à étudier un seul aspect, une caractéristique humaine ou une fonction économique, d'un phénomène complexe et devant être abordé comme un tout, afin d'être compris. Les travaux de Cunningham et Lischeron (1991) résument assez bien ce sentiment. Leur

contribution majeure réside, nous semble-t-il, au-delà d'une présentation typologique des différentes écoles de pensée qui structurent, au début des années 1990, les activités de recherche en entrepreneuriat, dans l'affirmation d'une conception originale du processus entrepreneurial.

Cunningham et Lischeron pensent que l'entrepreneuriat est un phénomène multi-facettes et que chaque école de pensée apporte un éclairage à la fois unique et particulier sur l'une ou l'autre de ces facettes. La conception du processus entrepreneurial de Cunningham et Lischeron ne passe pas par une tentative de combiner les hypothèses et les philosophies des différentes écoles de pensée. L'entrepreneuriat ici est avant tout vu comme un processus itératif d'évaluation personnelle, d'anticipation, d'action et de remise en cause dynamique des hommes et de l'organisation⁸.

2. Vue synthétique du champ de l'entrepreneuriat :

La vue synthétique (tableau 1) que nous donnons de ce champ est inspirée des travaux de Filion et Landstrom. Elle présente les principales disciplines qui s'intéressent (ou se sont intéressées) à l'entrepreneuriat et leurs liens avec des objets et des questions de recherche. Elle permet, d'autre part, de visualiser des évolutions et des déplacements d'intérêt au niveau de la recherche.

Ce qui nous semble devoir caractériser l'évolution des recherches en entrepreneuriat au cours des dernières années est, d'une part, la réorientation du centre focal, qui s'est déplacé de l'individu vers le processus et, d'autre part, le passage d'une épistémologie clairement positiviste à des épistémologies plus nuancées s'ancrant parfois (peut être de plus en plus) dans des courants constructivistes⁹.

Tableau 01 : vue organisée et synthétique des recherches en entrepreneuriat

Question principale	<i>What</i> (approche fonctionnelle)	<i>Who/Why</i> (Approches sur les individus)	<i>How</i> (approches sur les processus)
Echelle du temps	200 dernières années	Depuis le début des années 50	Depuis le début des années 90

⁸Alain.,Fayolle, « introduction à l'entrepreneuriat », Dunod, paris, 2005, p9-15.

⁹Alain., Fayolle « introduction à l'entrepreneuriat », Dunod, paris, 2005, p16-17.

Domaine scientifique principal	Economie	Psychologie, sociologie, psychologie cognitive, Anthropologie sociale	Science de gestion Science de l'action Théorie des organisations
Objet d'étude	Fonction de l'entrepreneur	Caractéristiques personnelles, traits des individus entrepreneurs et entrepreneurs potentiels	Processus de création d'une nouvelle activité ou d'une nouvelle organisation
Paradigme dominant	Positivisme	Positivisme Sociologie Compréhension	Constructivisme positivisme
Méthodologie	Quantitative	Quantitative Qualitative	Qualitative Quantitative
Hypothèse de base2	L'entrepreneur joue /ne joue pas un rôle important dans la croissance économique	Les entrepreneurs sont différents des non-entrepreneurs	Les processus entrepreneuriaux sont différents les uns des autres
Lien avec la demande sociale qui est intéressé par...)	Etat, collectivités, territoriales, responsable économiques	Entrepreneurs, Entrepreneurs potentiels Système éducatif Formateurs	Entreprises Entrepreneurs, entrepreneurs potentiels Educateurs et formateurs Structures d'accompagnement et d'appui des entrepreneurs

Source : livre introduction à l'entrepreneuriat page 17.

2.1. l'entrepreneuriat et les jeunes

La littérature portant sur l'entrepreneuriat, comme le résume Bruyat (1993), a révélé que la création d'entreprise s'articule autour de quatre axes : l'individu, l'entreprise,

l'environnement et son processus. Toutefois, le domaine de recherche sur l'entrepreneuriat des jeunes est très peu développé alors que le nombre de créations par les jeunes devient de plus en plus important.

On ne saurait trop insister sur l'importance de favoriser une culture entrepreneuriale chez les jeunes et de les inciter à envisager l'entrepreneuriat comme option de carrières. Les changements socio-économiques majeurs ont certes eu d'importantes répercussions sur la société en général, mais les jeunes ont été particulièrement touchés. Comme le chômage affecte de plus en plus de jeune aujourd'hui, il faut non seulement les inciter à envisager l'entrepreneuriat comme choix de carrière, mais aussi leur fournir le soutien voulu pour les aider à mener leur projet à terme.

L'importance de l'entrepreneuriat chez les jeunes a été bien résumée dans un rapport publié par la Fondation canadienne de la jeunesse. Dans les options suggérées pour régler le problème du chômage chez les jeunes, les auteurs indiquent que même si l'entrepreneuriat n'est pas la solution. « C'est une façon de commencer à s'occuper des questions sociales et personnelles touchant la jeunesse et le marché du chômage ».

Selon les rapports annuels sur les tendances de l'emploi, publié le 24 janvier 2006 par BIT (Bureau International du Travail), la croissance économique ne serait pas suffisante pour satisfaire les besoins additionnelles en emplois.

Le rapport indique également que la moyenne mondiale de chômage est de 6.3/¹⁰, alors en Algérie s'est établi à 11.4/ en mai 2019, selon les chiffres officiels publiés par l'office national des statistiques (ONS).

2.2. Diversité de situations entrepreneuriales

2.2.1. Création d'entreprise

La création d'entreprise est un phénomène d'une grande hétérogénéité. Cela vient de et de la variété des types d'entreprises créées et de la diversité des types d'entrepreneurs. A titre d'illustration, quel rapports y a-t-il entre ceux qui créent leur emploi (artisanat, petit commerce, profession libérale...), ceux qui construisent une équipe (du petit sous-traitant à l'entreprise industrielle), ceux qui inventent et innovent ou encore ceux qui prennent une idée

¹⁰Emna., Baccari, « motivations entrepreneuriales des jeunes entrepreneurs », article, ERMES, France.

ailleurs et la développent, il est possible de distinguer quelques situations typiques et d'en souligner les implications principales en termes de profil d'individu.

2.2.1.1. Création ex nihilo

Créer une entreprise quand rien n'existe n'est certainement pas la situation la plus facile. Il faudra du temps pour arriver à implanter son produit dans un marché, pour convaincre les utilisateurs et les acheteurs et ce, d'autant plus, que le degré d'innovation sera élevé. Par voie de conséquence, il faudra soigneusement dimensionner les besoins financiers et obtenir les ressources suffisantes. La création *ex-nihilo* exige beaucoup de travail, de rigueur et ténacité, par ailleurs, les risques doivent être particulièrement bien évalués.

2.2.1.2. Création par essaimage

Créer une entreprise quand on est encore salarié et avec l'aide de son entreprise est certainement une démarche plus facile. Les grandes entreprises proposent des mesures et des dispositifs destinés à inciter et à accompagner leurs salariés dans des créations d'entreprise. Les projets peuvent être variés et concerner la création d'un commerce ou d'une entreprise industrielle, mais l'accompagnent (matériel, intellectuel, commercial et financier) d'une entreprise peut être de nature à réduire le niveau risque de l'entrepreneur.

2.2.1.3. Création en franchise

Le secteur de la franchise est très dynamique en France. Avec 719 réseaux de franchisés, 33268 franchisés, 33 milliards d'euros de chiffre d'affaires, dont 25% à l'international, ce système de distribution qui emploie 400000 personnes se situe au premier rang européen. Elle met en relation un franchiseur, entreprise qui souhaite se développer en utilisant cette modalité, et un franchisé, individu qui veut créer une entreprise en appliquant une formule, autour d'un concept, qui a déjà été utilisée ailleurs. Ce type de création consiste, d'une certaine façon, à imiter un fonctionnement qui existe dans un contexte géographique donné. La création en franchise bénéficie également d'un accompagnement important, mais payant, de la part du franchiseur. Elle peut permettre à celui qui n'a pas d'idées propres ou qui n'a pas une capacité à innover de réaliser son objectif de création d'entreprise. 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 condition de pouvoir y accéder, à celui qui veut entreprendre mais qui ne le fait pas par peur des risques et pour ne pas remettre en cause sa situation personnelle et familiale.

2.2.1.4. Création d'activité nouvelle

Ce cas est assez proche du précédent. Tout se passe dans une organisation existante avec les avantages et les inconvénients liés à ce positionnement. Très fréquemment, ce type de situation fait d'avantage appel à des qualités et des compétences utiles pour innover. Les entrepreneurs potentiels créatifs et dotés d'une capacité réelle de management de projets d'innovation peuvent être concernés par la création d'activité nouvelle, qu'ils aient initié ou non le processus.

2.2.2. Reprise d'entreprise

La reprise d'entreprise ou d'activité présente une différence de taille avec la création d'entreprise. L'organisation existe, elle n'a pas à être créée. Si elle existe, il est alors possible de s'appuyer sur des données qui la décrivent dans son présent, son histoire, sa structure et son fonctionnement. Dans ces conditions, l'incertitude est généralement moindre et les niveaux de risque beaucoup plus faibles. Comme pour la création d'entreprise, la reprise peut être réalisée par un individu pour son propre compte ou par une entreprise existante. Au moins deux cas peuvent être examinés ici :

2.2.2.1. La reprise d'entreprise ou d'activité en bonne 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. Il convient, en effet, de ne pas perdre trop de temps dans l'apprentissage du métier de chef entreprise.

2.2.2.2. La reprise d'entreprise ou d'activité en difficulté

Si les difficultés sont déclarées (entreprises en redressement judiciaire), il est indispensable de connaître le cadre légal de reprise d'entreprise en difficulté. Avoir des relations avec des acteurs clés dans ce milieu, apparaît également comme une condition

importante. Si le prix d'acquisition de ces entreprises est sans commune mesure avec celui des entreprises en bonne nécessité généralement une très forte recapitalisation financière. Reprendre une entreprise en difficulté nécessite également 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.

2.2.3. Entrepreneuriat

L'entrepreneuriat consiste à entreprendre dans le cadre d'une organisation existante. Nous avons présenté, précédemment, quelques situations relevant de la création d'entreprise.

D'autre existe en ce que concerne la reprise d'entreprise. Des projets stratégiques et des projets d'innovation peuvent être développés, dans des grandes entreprises, sans qu'il y ait nécessairement une création d'entreprise ou la création de nouvelle organisation. Les situations d'entrepreneuriat sont nombreuses et également très variées, ce qui ressort, comme dénominateur commun, c'est qu'il est possible d'entreprendre, pour un individu, sans qu'il y ait une prise excessive de risques personnels et sans perte ou modification profonde d'un statut social. Ces situations peuvent permettre un apprentissage, en douceur, du métier d'entrepreneur¹¹.

Section 02 : l'entrepreneur : personnage central au cœur de l'entrepreneuriat

La création et le développement des entreprises est le fait des entrepreneurs, ils mobilisent et gèrent les ressources matérielles et humaines. Le mot entrepreneur est la racine de terme entrepreneuriat, est un acteur principal et le centre d'étude de plusieurs chercheurs dans des différents domaines.

L'entrepreneur est placé au cœur des activités économiques, est celui qui crée une entreprise grâce à l'apport de capitaux et à l'innovation, laquelle est considérée par Julien et Marchesnay (1996) comme le moteur de l'entrepreneuriat.

¹¹ Alain., Fayolle, « introduction à l'entrepreneuriat », Dunod, paris, 2005, p40-43.

1. Histoire de l'entrepreneur :

L'entrepreneur a sans doute existé dès lors que les êtres humains se sont regroupés en communautés cherchant à assurer leur survie, leur subsistance et s'efforçant de se protéger des menaces affectant leur environnement immédiat.

L'entrepreneur du moyen âge est avant tout un constructeur d'ouvrage, qui fait écho à l'entrepreneur du bâtiment et des travaux publics plus contemporain. Un des premiers économistes à avoir tenté de définir l'entrepreneur est Richard Cantillon (1680-1734), qui reconnaît en l'entrepreneur une capacité à acheter les moyens nécessaires à l'activité à un prix connu et à revendre les biens et services à un prix incertain. Le comportement entrepreneurial est défini par cette incertitude dans une transaction commerciale.

Plus de deux siècles après Cantillon, Frank Knight pousse un peu plus loin le raisonnement et avance que les entrepreneurs sont des acteurs économiques dotés d'une capacité à affronter (et à vivre avec) une incertitude non prédictible, liée aux retours éventuels de leur activité productive.

Un économiste français, Jean-Baptist Say, introduit clairement, au début du XIXe siècle, la notion de risque, déjà présente en filigrane dès lors que la notion d'incertitude est évoquée, en développant une conceptualisation de l'entrepreneur centrée sur la création d'un produit (ou d'un service) par un individu, pour son propre compte, à son profit mais aussi à ses risques.

Finalement, Joseph Schumpeter et l'école des économistes autrichiens, au cours du XXe siècle, voient dans l'entrepreneur un acteur doté d'une capacité d'innovation et d'une « habileté » à reconnaître des opportunités de création de nouveaux produits et services, dans un mouvement de création destructrice.

Les économistes offrent donc une représentation de l'entrepreneur innovateur (Schumpeter), organisateur de ressources (Say), doté d'une capacité à reconnaître des opportunités de création (Schumpeter et les économistes autrichiens), engagé dans des transactions incertaines (Cantillon, Knight) et, en définitive, preneur de risques (tous).

1.1. Qu'est-ce qu'un entrepreneur

Difficile de donner une définition de l'entrepreneur tant les profils sont divers. Pour ce fait, Chacun tend à voir et à définir l'entrepreneur à partir des prémisses de sa discipline.

Donc, nous allons pas définir ce qu'est un entrepreneur, mais plutôt chercher à donner un cadre de compréhension susceptible de mieux le saisir dans sa singularité, mais aussi dans sa complexité et sa pluralité, .

1.2. Mieux comprendre l'entrepreneur dans sa diversité

Dans les années 1998, un chercheur américain, WILLIAM GARTNER, relevait qu'il y avait autant de diversité chez les entrepreneurs que chez non-entrepreneurs, pour mettre un terme à des études visant à « discriminer » les entrepreneurs et donc à identifier un profil « idéal ».

Cette hétérogénéité qui caractérise le monde des entrepreneurs vient, entre autre, de la diversité de leurs motivations, aspirations, objectifs personnels, traits de personnalité, croyances, valeurs, compétences et autre capacités.

Donc, pas la recherche illusoire d'un profil idéal, mais la connaissance de son propre profil, mais la connaissance de son propre profil personnel (le « connais-toi-toi-même ») pour entreprendre et entrepreneuriat afin de choisir les situations entrepreneuriales les plus appropriées et en cohérence avec un profil donné.

1.3. Mieux comprendre l'entrepreneur par ce qu'il fait et non par ce qu'est

Ce qui fait l'entrepreneur, c'est la situation dans laquelle il est engagé et le processus de décisions-actions qu'il conduit. En d'autres mots, ce que fait l'entrepreneur n'a que peu de rapport avec un certain « talent » pour entreprendre, des traits de personnalité liés à la prise de risque ou d'inactivité, une capacité à identifier des opportunités de création. Un individu est entrepreneur parce qu'il est dans une situation entrepreneuriale, c'est-à-dire une situation caractérisée par la création de valeur nouvelle (nouveau produit ou service, création d'une nouvelle organisation d'une nouvelle activité.) laquelle, par essence, génère du changement pour l'individu et pour l'environnement auxquels cette nouvelle valeur destinée (donc de l'incertitude et des risques). Dans ces situations, les entrepreneurs pensent, décident et agissent dans l'incertitude et la pénurie de ressources.

1.4. Mieux comprendre l'entrepreneur dans sa trajectoire singulière

On ne naît pas entrepreneurs, on le devient dans une trajectoire de vie sous influences multiples. D'un point de vue psychologique, entreprendre est un comportement intentionnel généralement planifié.

Devenir un entrepreneur est la conséquence de prédispositions sociologique, psychologique et situationnelles. L'on connaît, par exemple, au niveau sociologique, le rôle joué par les modèles parentaux, familiaux et amicaux, l'importance des stages et expérience

professionnelles, qui s'avèrent être des révélateurs, l'influence des milieux et territoires a forte culture entrepreneuriale, l'impact d'une exposition à d'autres contextes et cultures.

La littérature montre que des facteurs psychologiques peuvent orienter un individu vers l'entrepreneuriat. Afin des facteurs situationnels comme la perte d'emploi, des changements professionnels qui génèrent des frustrations ou des insatisfactions, peuvent avoir le même résultat. Ces différents facteurs entraînent des changements d'attitude et de perception qui élèvent le niveau de désirabilité et la perception de faisabilité du comportement entrepreneurial.

2. Les motivations des entrepreneurs

Les études réalisées sur des entrepreneurs font ressortir des motivations et des ressorts psychologiques largement partagés au sein de cette catégorie d'acteurs économiques. Mais cela ne veut pas dire que tous les entrepreneurs présentent ces caractéristiques au même niveau et avec une intensité similaire. Cela ne signifie pas que des non-entrepreneurs, dirigeants d'entreprise, managers, collaborateurs ne disposent pas de ces attributs.

Entreprendre, oui mais pourquoi ?

Deux types de motivations sont généralement distingués, qui conduisent à deux types d'entrepreneurs et d'entrepreneuriat.

Les motivations dites *pull* (du verbe « tirer » en anglais), comme le besoin d'indépendance, d'accomplissement, la recherche d'autonomie, de liberté, de reconnaissance, de statut, de « fun », ou encore l'envie du *challenge*, de gagner de l'argent, de relever des défis, viennent de facteurs plutôt positifs. Dotés de ces motivations *pull*, les entrepreneurs concernés s'engagent dans un entrepreneuriat d'opportunité.

Le second type de motivations est qualifié de *push* (de verbe « pousser » en anglais), et entraîne souvent les individus dans un entrepreneuriat de nécessité ou de survie. Parmi les facteurs, ici plutôt négatifs, qui appartiennent à cette catégorie, on trouve des insatisfactions professionnelles, le licenciement, la menace de perdre son emploi, la difficulté de retrouver un emploi salarié.

Une définition de l'entrepreneur, centrée sur les motivations, donne une idée de la force de ces dernières : « *un entrepreneur est un individu passionné, épris de liberté, qui se construit une prison sans barreaux* ».

Quels ressorts psychologiques ?

Les motivations *pull* constituent déjà de puissants ressorts psychologiques. Dans une approche volontairement restrictive, la documentation existante proposant plusieurs dizaines

de facteurs, nous considérons qu'il est difficile d'entreprendre et d'avoir des comportements entrepreneuriaux sans disposer d'un contrôle interne (sentiment de contrôler directement de confiance en soi, de tolérance à l'ambiguïté, de résistance au stress, de persistance et de résilience (capacité à rebondir dans des circonstances d'erreurs et d'échecs aux conséquences importantes). Un construit de psychologie reprend certains de ces facteurs, et de nombreuses études ont montré que les entrepreneurs disposent d'un capital psychologique élevé. Ce dernier comprend quatre composantes : l'espoir, l'optimisme, la résilience et l'auto-efficacité (Concept qui caractérise la perception qu'un individu a de sa capacité à être performant pour certains types de comportement, dont l'entrepreneuriat). Les entrepreneurs disposent d'un capital psychologique élevé¹².

3. Les Typologies des entrepreneurs:

Entreprendre est un choix de vie. Il y a différents types d'entrepreneurs et une multitude de raisons qui mènent à l'entrepreneuriat. On résume les typologies de l'entrepreneur dans un tableau :

Le premier auteur du tableau 1, Smith(1967), a construit une typologie qui est restée une des plus classiques et, qui plus est vérifiée (Davidsson, 1988). Cette typologie établit une différence entre l'entrepreneur artisan et l'entrepreneur opportuniste ou entrepreneur d'affaires. Il faut mentionner ici que le principal facteur discriminant était l'orientation vers la croissance, cette orientation étant plus marquée chez l'entrepreneur opportuniste que chez l'entrepreneur artisan. Smith a considéré l'entrepreneur technologique comme faisant partie d'une catégorie à part¹³.

Tableau 2 : typologie des entrepreneurs

Auteurs	Date	Typologies
Smith	1967	Deux types d'entrepreneur : 1. L'entrepreneur artisan 2. L'entrepreneur opportuniste
Collins et Moore	1970	Deux types

¹²Alain.,Fayolle, « les entrepreneurs », article : sommaireconstructif n 47 juin 2017.

¹³Verstraete., T. et coll., « histoire d'entreprendre : la réalité de l'entrepreneuriat », Edition EMS, 2000, p254.

		d'entrepreneurs : <ol style="list-style-type: none"> 1. L'entrepreneur administratif 2. L'entrepreneur indépendant
Laufer	1975	Quatre types d'entrepreneurs : <ol style="list-style-type: none"> 1. Le manager ou l'innovateur 2. L'entrepreneur orienté vers la croissance. 3. L'entrepreneur orienté vers l'efficacité 4. L'entrepreneur artisan
Miles et Snow	1978	Quatre types d'entrepreneurs : <ol style="list-style-type: none"> 1. Le prospecteur 2. L'innovateur 3. Le suiveur 4. Le réacteur
Vesper	1980	Au moins 11 types d'entrepreneurs : <ol style="list-style-type: none"> 1. Travailleurs autonomes travaillant seuls 2. Bâtisseurs d'équipes 3. Innovateurs indépendants 4. Multiplicateurs de modèles existants

		<p>5. Exploitants d'économies d'échelle</p> <p>6. Rassembleurs de capitaux</p> <p>7. Acquéreurs</p> <p>8. Artistes qui achètent et vendent</p> <p>9. Constructeurs de conglomérats</p> <p>10. Spéculateurs</p> <p>11. Manipulateurs de valeurs apparentes</p>
Julien et Marchesnay	1987 1996	<p>Deux types de propriétaires-dirigeants :</p> <p>1. PIC (pérennité, indépendance, croissance)</p> <p>2. CAP (croissance forte, autonomie, peu de pérennité)</p>
Carland, Hoy, Carland	1988	<p>Deux types d'acteur organisationnels :</p> <p>1. L'entrepreneur</p> <p>2. Le propriétaire de PEM</p>
Lafuente et Salas	1989	<p>Quatre types de nouveaux entrepreneurs :</p> <p>1. Artisan</p> <p>2. Orienté vers le risque</p> <p>3. Orienté vers la famille</p>

		4. Managérial
Filion	1998	Deux types d'entrepreneurs : 1. Opérateur 2. Visionnaire
Marchesnay	1998	Quatre types d'entrepreneurs : 1. isolé 2. nomade 3. notable 4. entreprenant
Duchéneaut	1999	Socio-style de créateurs d'entreprises : 1. rebelles 20/ 2. matures 41/ 3. initiés 25/ 4. Débutants 6/

Source :histoire d'entreprendre : la réalité de l'entrepreneuriat p254.

4. Les caractéristiques de l'entrepreneur

Toutes les études qui ont été faites sur les entrepreneurs n'ont pas permis de répondre à la question : « les entrepreneurs sont-ils différents des non-entrepreneurs ».

Autrement dit, il n'a été pas possible d'identifier des traits caractéristiques discriminants. Il est néanmoins utile de connaître les différents points de vue qui visent à décrire l'entrepreneur. En nous inspirant d'un travail réalisé par Cunningham et Lischeron (1991), nous allons dans un premier temps évoquer plusieurs écoles de pensée qui résument les façons de voir l'entrepreneur. Puis nous donnerons un aperçu des principaux types d'entrepreneur, à travers quelques approches typologiques.

4.1. L'entrepreneur et les principaux courants de pensée

L'entrepreneur a été (et est encore) un innovateur, un organisateur et un leader ; ou encore doté caractéristiques psychologiques uniques.

L'entrepreneur est vu dans ce courant, comme un individu possédant des caractéristiques psychologiques uniques (valeurs, attitudes, besoins) qui le guident. Il peut donc s'agir de valeurs (éthique, responsabilité...), d'attitudes (prise de risques, d'initiatives, autonomie...) ou de besoins (indépendance, réalisation, reconnaissance...). L'entrepreneur est celui qui présente ces traits distinctifs et ces et ces caractéristiques particulières. Nombreuses sont les recherches qui ont essayé d'apporter la démonstration que l'entrepreneur possède des traits que ne détiennent pas les non-entrepreneurs.

Ces recherches ont permis d'identifier des caractéristiques telles que :

- L'optimisme ;
- L'atypisme ;
- La flexibilité ;
- La persévérance ;
- La tolérance a l'ambiguïté et a l'incertitude ;
- La confiance en soi ;
- L'implication longue terme ;
- le sentiment qu'un individu a qu'il contrôle directement le cours des choses ;
- La prise de risque modéré ;

Et beaucoup d'autre encore qui rallongeraient considérablement la liste. Le problème est que si les entrepreneurs, dans des échantillons, ont montré qu'ils possédaient certaines de ces caractéristiques, des non-entrepreneurs ont dévoilé les mêmes traits. D'autre part, il est illusoire de penser qu'un seul et même individu peut détenir les quelques 50 caractéristiques psychologiques qui ont été découvertes par les chercheurs. Tout ceci limite fortement les apports de cette école de pensée. Il peut être utile, cependant, d'avoir une idée de ce que sont les caractéristiques généralement attribuées aux entrepreneurs pour avoir des repères destinés à mieux affiner son propre profil.

A. L'entrepreneur et l'innovation

De nombreuses personnes pensent que la caractéristique essentielle du comportement entrepreneurial est l'innovation. Les entrepreneurs doivent donc témoigner d'une réelle créativité et d'une capacité à innover. Leur fonction principale est l'innovation et l'introduction, dans un environnement donné, de nouvelles combinaisons productives (Schumpeter, 1935). Dans ces conditions, l'innovation, la créativité et la découverte

d'opportunités constituent des éléments clés du phénomène entrepreneurial. S'inscrivent donc dans ce courant de pensée, des économistes qui ont travaillé sur l'innovation (notamment Schumpeter et Drucker) ou sur l'opportunité (notamment Mises, Hayek et Kirzner) et aussi des spécialistes des sciences de gestion qui considèrent comme essentiel le processus de reconnaissance des opportunités (Stevenson et Jarillon, 1990 ; Venkataraman, 1997 ; Shane et Venkataraman, 2000). L'innovation ne doit pas être entendue comme devant être nécessairement une innovation de rupture. Elle peut s'envisager également à travers des modifications marginales qui vont permettre à une offre d'affirmer une certaine compétitivité.

B. L'entrepreneur et le management

Les entrepreneurs sont des organisateurs de processus de création de richesse économiques.

Ils poursuivent des opportunités et s'efforcent de les concrétiser en utilisant des techniques appropriées de gestion et de management. Certains auteurs cités précédemment comme Stevenson et Jarillon, s'inscrivent dans cette école et adhèrent à la définition suivante de l'entrepreneur : « An entrepreneur is someone who perceives an opportunity and creates an organisation to pursue it » (Bygrave, 1994, p.2).

Certaines approches qui s'intéressent au processus entrepreneurial s'insèrent dans ce courant ainsi que les travaux de quelques économistes qui voient dans l'entrepreneur un co-ordinateur de ressources (Cason, 1982). La formation des entrepreneurs, leur préparation et leur appropriation d'outils de management apparaissent comme des étapes possibles et souhaitables de la démarche entrepreneuriale (Bird, 1988). A titre exemple, les techniques de développement d'un plan d'affaire, d'évaluation d'une opportunité et d'acquisition de ressources, dans un contexte de création d'activités, constituent de tels outils. Au milieu des années 1980, Stevenson et Gumpert (1985) essaient de montrer que les comportements entrepreneuriaux relèvent d'une approche particulière de management.

Ces auteurs décrivent concrètement les modes de pensée et de comportement des entrepreneurs, les questions qu'ils se posent et les démarches de résolution de problème qu'ils mettent en œuvre. Ils explicitent leurs approches des opportunités et des ressources nécessaires pour les transformer, les options qu'ils prennent en matière de choix organisationnels et managériaux. Stevenson et Gumpert montrent que les comportements de l'entrepreneur s'opposent à ceux de l'administration, autre figure de manager dont les préoccupations s'attachent essentiellement à assurer un bon contrôle des ressources gérées et à réduire les

risques. L'acte d'entreprendre correspond, d'après eux, à une approche particulière du management définie par la création ou reconnaissance et la transformation d'une opportunité, indépendamment des ressources contrôlées directement. L'entrepreneur a des comportements spécifiques différents de ceux de l'administrateur. Stevenson et Gumpert montrent qu'elles portent sur, au moins, cinq dimensions clés :

_ l'orientation stratégique : alors que l'entrepreneur est stimulé par toute opportunité d'affaires nouvelle, l'administrateur est guidé, principalement, par le contrôle des ressources ;

_ Le délais de réaction vis-à-vis des opportunités : pour l'entrepreneur il est extrêmement court, parce que ce dernier est très orienté vers l'action, alors que pour l'administrateur ce délai est très important en raison de la recherche permanente d'une réduction des risques ;

_ L'investissement en ressources : l'entrepreneur utilise d'une façon optimale les ressources qu'il a pu réunir ; il le fait dans un processus comprenant des nombreuses étapes et avec risque minimum à chaque fois. L'administrateur n'utilise qu'une seule étape avec un investissement global correspondant à l'ensemble des ressources nécessaires à la transformation de l'opportunité ;

_ le contrôle des ressources : l'entrepreneur utilise ponctuellement et avec beaucoup de flexibilité des ressources qui, en règle générale, ne lui appartiennent pas alors que l'administrateur, pour des raisons de coordination des activités et d'efficacité est propriétaire des ressources utiles (humaines, matérielles, financières,..) ;

_ la structure de l'entreprise : l'entrepreneur met en place des structures horizontales avec de nombreux réseaux informels ; l'administrateur s'appuie sur une structure très hiérarchisée et beaucoup plus bureaucratique.

Certes, ces figures de manager « entrepreneur » et de manager « administration » correspondent à des idéaux-types et dans la réalité il convient de nuancer les portraits et les situations. Mais elles présentent l'avantage d'indiquer des voies à suivre et des axes de travail en vue d'acquiescer et/ou de développer les compétences managériales utiles pour entreprendre.

C. l'entrepreneur et le leadership

L'entrepreneur est avant tout un leader qui sait qui sait animer des équipes, s'adapter à leurs besoins et les conduire vers l'atteinte des buts et des objectifs qu'il a assignés.

L'entrepreneur, dans cette école de pensée, doit aider ses collaborateurs dans leur développement personnel et de son point de vue, il est beaucoup plus qu'un manager ; il est aussi un « leader of people » (Carsrud et al., 1986). Cunningham et Lischeron (1991) pensent que cette vision de l'entrepreneur constitue l'aspect non technique de l'école précédente et que celui qui entreprend doit être également un « people manager » ou un « leader/mentor » qui joue un rôle dans la motivation, la direction et la conduite de son personnel¹⁴.

Section 03 : l'Entreprise

Dans l'histoire du développement économique de l'humanité, l'entreprise a joué un rôle moteur dans la multiplication des richesses produites. Le capitale, que Drancourt (2002) définit comme « l'ensemble des moyens en argent, en techniques, en savoir-faire qui naissent de l'épargne, peut être mobilisé pour la production de biens et services », à jouer un rôle primordiale puisque les changements importants se sont produits dès lors que l'homme a commencé son utilisation

1. Les débuts de l'entreprise

L'entreprise moderne n'a pas fait son apparition avant le XVIème siècle. Avant cette date, l'entreprise était essentiellement une entreprise marchande.

1.1. La naissance de l'entreprise par le commerce

Les premières activités que l'on pourrait qualifié d'entrepreneuriales étaient essentiellement liées aux échanges. Les marchands se sont développés dans l'antiquité mais le mouvement s'est arrêté en occident avec les invasions orientales qui ont laissé la place à un régime féodal essentiellement autarcique. Le second secteur d'activités concerne la banque même si on connaît les freins mis à la pratique du prêt à intérêt.

Le volet production des entreprises se limite donc aux mines, aux bateaux et aux armes. Tant que la priorité des diverses cités reste l'autosuffisance ; les échanges ne peuvent se développer, faute de viser une production plus importante.

¹⁴Alain.,Fayolle, « entreprendre, apprendre a entreprendre »,dunod, paris,2004, p56-60.

Le principal frein au vrai développement de l'entreprise est cependant d'avantage à chercher dans les mentalités de l'époque entre un Platon qui réserve le travail aux esclaves et Aristote qui estime que la stérilité de l'échange ne produit aucune richesse. L'innovation a, à cette époque, essentiellement des visées militaires.

Le haut-moyen âge n'est pas une période faste pour l'Europe occidentale. C'est l'Empire byzantin qui paraît le plus développé en matière de commerce (mais le système bancaire n'y est pas libre). Il faut attendre le XI^{ème} siècle pour voir prémices d'une relance du commerce sous l'impulsion des croisades qui concentrent à nouveau les regards vers l'orient et donnent surtout lieu aux premières innovations réellement importantes. Les moulins à eau en font partie mais la plus marquante réside sans doute dans le développement des instruments de mesure qui permettent de rationaliser commerce et production.

Certes, quelques marchands deviennent industriels en faisant travailler des artisans qui leur fournissent des marchandises à vendre. La rémunération à la pièce rappelle à quel point cette organisation est éloignée des formes modernes de l'entreprise telles que les théories contemporaines essaient de nous les décrire. Dans le même temps, les banques connaissent aussi une phase de développement pour faire face à la montée des échanges mais cette spécialisation concentre leur activité surtout sur le change. L'entreprise dans cette période est donc essentiellement commerciale et financière.

1.1.1. Les premières traces de l'entreprise moderne

La renaissance apporte de nombreux changements dans le paysage économique : les caravelles accroissent les capacités de transport, en même temps que l'imprimerie fait son apparition. Le changement le plus important se situe cependant au chapitre des mentalités : le climat de la réforme crée un courant favorable à l'individualisme.

1.1.1.1. Un environnement favorable

L'occident s'ouvre au monde à partir du XIV^{ème} siècle, quelques entreprises financières et marchandes laissent la place aux premiers signes d'un vrai capitalisme bancaire et marchand.

Tous les événements historiques sont accompagnés de progrès technique, encore modeste il est vrai. Le secteur énergétique est encore faible mais le transport maritime progresse. Les signes de ces premiers élans de mécontentement : le recours aux premières machines

rudimentaires dans l'agriculture ou la construction réduit les besoins de main d'œuvre. à l'image d'Amsterdam, les Anglais développent également des systèmes de brevets dès le début du XVIIème siècle et la meilleure définition des droits de propriété témoigne d'une nette évolution des idées en faveur de l'entreprise, qui peut réellement prendre son envol.

1.1.1.2. La préindustrie :

C'est à partir de ces entreprises marchandes que vont naître les premières entreprises industrielles, à l'image des papiers anglais par exemple.

Des formes juridiques innovantes, telles que les sociétés en commandites, permettent de mettre en relations les détenteurs d'idées et les apporteurs de capitaux. Certes, ces nouvelles entreprises n'intègrent pas encore toutes les fonctions de la production moderne mais des établissements complexes voient déjà le jour : les entreprises textiles pouvaient faire travailler des centaines de personnes.

1.1.1.3. Les germes de l'avenir

Les fondations de l'entreprise moderne sont consolidées par le développement du papier monnaie qui favorise le développement bancaire. Là encore, c'est l'Angleterre qui fait figure de pionnier : la banque d'Angleterre est créée en 1694 alors que la banque de France devra attendre 1803 pour voir le jour. La méfiance des Français envers le papier monnaie trouve cependant sûrement quelques justifications dans la faillite de la compagnie d'Occident qui était gagée sur des compagnies de commerce extérieur possédées par l'Etat.

Les Etats-Unis deviennent de plus en plus une nation à part entière en adoptant par la force des choses dès le début un comportement d'entrepreneur.

Enfin, le siècle de lumières stimule les avancées scientifiques : tout fonctionne comme si aucun problème ne pouvait trouver sa solution scientifique. C'est évidemment un formidable catalyseur d'investissement. La révolution industrielle peut alors prendre pied sur ce fertile terrain¹⁵.

¹⁵Alexis., Penot, « entreprise et entrepreneurs à travers l'histoire », article publié le 19/12/2011.

2. Les formes juridiques de l'entreprise :

On note cinq grandes formes juridiques : l'entreprise individuelle EI, l'entreprise individuelle à responsabilité limitée EURL, l'entreprise unipersonnelle à responsabilité limitée EURL, la société des capitaux SC, la société en nom collectif SNC.

➤ L'entreprise individuelle

Sur le plan juridique : l'entreprise individuelle est la forme la plus simple. Sans capital et sans associé, l'entrepreneur est confondu avec l'entreprise.

Sur le plan fiscal : deux possibilités se présentent :

- Vous êtes un exploitant individuel : vous subissez une imposition sur la totalité de vos revenus et bénéfices qu'ils soient personnels ou relatifs à votre activité (IR : impôt sur revenu).
 - Vous êtes plusieurs entrepreneurs participant à une seule entreprise : chacun d'eux sera imposé proportionnellement à sa part des bénéfices.
- L'entreprise individuelle à responsabilité limitée (EURL)

Sur le plan juridique : comme son nom l'indique, la responsabilité financière est limitée au patrimoine affecté à l'entreprise.

Sur le plan fiscal : Subit le même régime fiscal que l'entreprise individuelle, sauf que l'unique créateur a le choix entre l'impôt sur le revenu et l'impôt sur les sociétés.

➤ La société de capitaux

Sur le plan juridique : la responsabilité financière des associés est proportionnelle à leur part du capital. Selon l'importance des entreprises, on peut distinguer les deux plus importants genres :

- Pour les entreprises moyennes : la SARL (la société à responsabilité limitée)
- Pour les grandes entreprises : la SA (société anonyme)

Sur le plan fiscal : l'imposition varie selon la nature du bénéfice :

- IS (impôt sur les sociétés) : pour les bénéfices des sociétés.

- IR (impôt sur le revenu) : pour les dividendes et les salaires des associés.
- La société en nom collectif SNC

Sur le plan juridique : d'une part, un minimum légal de 2 commerçants ont droit à créer une SNC. D'autre part, aucune limite minimale pour le montant du capital.

Sur le plan fiscal : les associés sont soumis à l'impôt sur le revenu (IR) proportionnellement à leurs parts du capital¹⁶.

Conclusion

L'entrepreneuriat est un phénomène complexe et multidimensionnel. Il devient un moyen d'assurer les compétences et les capacités d'innovation. De nos jours le développement est lié à la création d'entreprise.

La définition de l'entrepreneuriat et l'entrepreneur a connu une grande diversité et complexité au fil de temps. L'entrepreneur est un manager capable d'organiser, d'agir et d'innover, dispose d'une compétence et d'une capacité de leadership. Il peut évoluer dans des situations et des contextes très différents liés à des entreprises existantes ou en voie de création.

Il existe plusieurs études qui ont démontré que les acteurs des entreprises possèdent certaines caractéristiques particulières qui contribuent au déclenchement du processus de la création d'entreprise. Ces caractéristiques sont liées à l'individu, à l'entourage, à des variables propres au passé de l'entrepreneur, telles que : le sexe, l'âge, l'expérience professionnelle, l'éducation...etc. Et aussi les éléments qui peuvent influencer ses choix comme le tissu familial relationnel.

Les motivations entrepreneuriales des entrepreneurs résultent d'une combinaison complexe de facteurs qui sont interdépendants.

Chapitre II

Chapitre 02 : la création d'entreprise et accompagnement

Introduction :

Il est reconnu que les petites et moyennes entreprises (PEM) sont considérées comme le moyen le plus efficace pour la relance économique afin de créer plus de richesse et d'emplois. Les Petites et Moyenne Entreprise jouent un rôle très important dans le développement économique et social des pays.

La création d'entreprise est d'abord une idée, qu'il s'agit de transformer en activité économique, puis en activité rentable. La création d'entreprise, valorisée auprès du grand public et encouragée par de nombreux dispositifs d'aides publiques, semble attirer de plus en plus. L'accompagnement à la création d'entreprise consiste à faire appel à une structure à un professionnel indépendant dans le but de recueillir de l'aide, et de mieux s'orienter à la création d'entreprise. Un bon accompagnement constitue un facteur-clé de réussite de tout projet de création d'entreprise.

Après avoir tenté de traiter les différentes définitions et concepts de base de l'entrepreneuriat, l'entrepreneur, ses caractéristiques et les principales motivations qui lui poussent à créer une entreprise, au cours de ce chapitre nous allons essayer de mieux comprendre cet acte de l'entrepreneuriat et l'entrepreneur.

Dans ce chapitre, nous allons exposer dans la première section la création d'entreprise, la seconde section est consacrée aux les Petites et moyennes entreprises et on termine par les dispositifs d'aides à la création d'entreprise comme une troisième section.

Section 01 : la création d'entreprise

L'importance accordée aujourd'hui à la création d'entreprise n'est pas le fruit d'une génération spontanée. Elle est en fait d'un enchaînement qui remonte au milieu des années 1970, fin des « trente glorieuses » et début d'un désenchantement progressif vis-à-vis des perspectives indéfinies de croissance entrevues jusqu'alors. Le schéma ci-après résume à grands traits les temps forts de cet enchaînement¹⁶ :

¹⁶ Thierry., Verstraete, « création d'entreprise et entrepreneuriat », les éditions de L'ADREG,P21.

Les étapes qui ont conduit à l'intérêt actuel pour la création d'entreprise

Regain d'intérêt pour la petite entreprise, créatrice nette d'emplois et relais indispensable de la croissance des pays développés.	attirance renouvelée pour le personnage clé de cette entité, son dirigeant propriétaire, le plus souvent appelé.	Nécessité d'une attention accrue pour l'acte fondateur qui réunit les deux entités précédentes : la création d'entreprise.
---	--	--

Source : création d'entreprise et entrepreneuriat p21.

1. Création d'une nouvelle organisation ou émergence organisationnelle

Le premier courant initié par Gartner, qui reste un auteur très représentatif de cette façon de penser l'objet de recherche, défend l'idée que l'entrepreneuriat est la création d'une nouvelle organisation dans cette vision, l'étude de l'entrepreneuriat revient à étudier la naissance de nouvelles organisations, c'est-à-dire les activités permettent à un individu (ou une équipe) de créer une nouvelle entité. L'émergence organisationnelle est donc le processus d'organisation qui conduit à adopter par d'autres auteurs, des sociologues et des gestionnaires notamment, ce qui a permis la constitution d'une communauté de chercheurs qui consacre l'essentiel de ses travaux à l'étude du phénomène d'émergence organisationnelle.

Il est à noter que dans cette approche les chercheurs s'intéressent tout autant, sinon plus, à la création d'organisation sous-ensemble (insuffisamment étudié) de la théorie des organisations, qu'à l'entrepreneuriat. D'autres part, en fonction du mode d'exploitation retenu pour valoriser une opportunité ou une invention, création d'une nouvelle entité ou utilisation d'une organisation existante, le processus en question, dans cette conception, est entrepreneurial ou ne l'est pas. Enfin, comme le montre Bruyat(1993), toutes les créations d'organisation ne conduisent pas à des situations où l'intensité du changement pour l'individu et l'importance de la création de valeur se situent à des niveaux élevés. Des entreprises peuvent être créées par imitation, par reproduction ou encore dans le but de transférer une activité existante¹⁷.

¹⁷ Fayolle., « introduction à l'entrepreneuriat », Edition Dunod, Paris, p24.

1.1. La diversité des créations

La création d'entreprise véhicule des idées et des images qui résistent à l'usure du temps et à l'apparition de discours plus nuancés. L'entreprise nouvelle est assez systématiquement une source de richesse et d'emplois. Celui qui la crée, l'entrepreneur est un individu doté de grandes qualités qui va devenir un chef d'entreprise respecté et pour couronner le tout, un homme riche. Pourtant, dans la réalité quels sont les dominateurs communs entre la création d'un commerce ou d'une entreprise artisanale et la création d'entreprise comme Apple et Microsoft ? Un discours trop général, sans nuances, sur la création d'entreprise ne permet donc pas de concevoir et de mettre en œuvre des actions adaptés et efficaces.

L'hétérogénéité du phénomène de création d'entreprise vient des entrepreneurs (différences en termes d'objectifs, d'ambition, de ressource, de méthode...), des projets (degré d'innovation, potentiel de développement, besoins de financement...) et de l'environnement (pertinence des besoins, intérêt social, intérêt économique...).

La diversité des créations doit conduire à l'utilisation d'approches permettant de rattacher un cas donné à un type générique. Nous allons développer, plus particulièrement, deux outils d'analyse typologique initialement proposés par Bruyat (1993, 1994).

1.2. une typologie degré de nouveauté (degré d'indépendance)

Cette première approche typologique par du double constat formulé par Bruyat (1994) :

- toutes les entreprises nouvelles ne sont pas indépendantes

L'indépendance dont il est question, ici, est d'abord d'ordre juridique : la majorité du capital social de la nouvelle entreprise ne doit pas être détenue par une autre entreprise ou organisation. Mais il arrive parfois que des personnes physiques utilisent la modalité de création d'entreprise pour constituer des groupes dans des logiques de croissance interne. Dans ces conditions, l'entreprise nouvelle qui est contrôlée par un actionnaire majoritaire personne physique qui est déjà propriétaire d'une ou de plusieurs entreprises n'est pas aussi indépendante que cela. L'indépendance d'une nouvelle entreprise doit également être appréciée à l'une de son activité économique et des différents contrats qui peuvent la lier à d'autres entreprises ou à d'autres organisations. L'entreprise nouvelle est-elle un acteur économique entièrement indépendant et libre de ses choix et des transactions. Ou bien, au

contraire, est-elle dans une forme de relation quasi hiérarchique avec d'autres entreprises. Un bon exemple de ce type de relation est donné par la franchise. Compte tenu de la diversité des formules de franchise, le degré d'indépendance du franchisé (l'entreprise nouvelle) peut varier considérablement, entre un contrat qui lui laisse des marges de manœuvre importantes et un autre qui l'enferme dans une relation très contraignante.

➤ Toutes les jeunes entreprises ne créent pas des activités nouvelles

Une jeune entreprise peut, en effet, être fondée sur le principe de l'exploitation d'une activité ancienne, préalablement exploitée par une autre personne. Il s'agit donc de la reprise d'une activité (en totalité ou partiellement) qui existait avant l'acte de création d'entreprise. Il n'y a donc pas, dans ce cas, de nouveauté. A l'opposé, la jeune entreprise peut exploiter une activité nouvelle, sans lien avec un existant.

Ces deux dimensions, degré d'indépendance et degré de nouveauté, permettent de déterminer plusieurs logiques qui conduisent à la création d'entreprise.

- La logique de PMIsation juridique, tout d'abord, qui correspond à aucune nouveauté et aucune indépendance. Il s'agit principalement au transfert d'une activité existante dans une structure juridique créée à cet effet. La « nouvelle entreprise » est une filiale quasi-intégrée de l'entreprise qui procède à ce transfert d'activités.
- La logique de croissance interne se distingue de la précédente par son degré de nouveauté qui peut être important. Il y a, dans ce cas de figure, également création d'une filiale (directement ou indirectement par l'intermédiaire du dirigeant propriétaire) qui va permettre le développement d'une activité nouvelle.
- La logique de reprise d'entreprise ou d'acquisition est caractérisée par un degré d'indépendance élevée de l'entreprise créée. Par contre, il n'y a pas de nouveauté ce cas traduit la création d'une entreprise par un individu qui n'était pas avant cela un dirigeant propriétaire. L'entreprise créée reprend à son compte tout ou partie des activités et des moyens d'une entreprise existante ou ayant récemment cessé son activité.
- La logique de création ex NIHILO correspond à des créations pu, a la fois, les degrés de nouveauté et d'indépendance sont élevés. Elle se traduit par la création, par un individu ou un petit groupe, d'une entreprise indépendante exerçant une activité nouvelle.

Au-delà de la typologie, les deux dimensions de nouveauté (de l'activité) et d'indépendance (de l'entreprise) constituent des voies intéressantes d'analyse de situation et de pratiques. Notons que l'indépendance ne signifie pas nécessairement que l'entreprise est créée par un individu ou un groupe d'individu isolé. Une création ex NIHILO, pouvant tout à fait être effectuée dans le cadre d'une opération d'essaimage. La plupart des créations ex NIHILO sont, par ailleurs, des créations accompagnées.

1.2.1. Une typologie degré de changement : degré de nouveauté

Dans cette approche, le degré de changement est celui que va connaître l'individu au cours du processus de création. Le degré de nouveauté concerne l'environnement pertinent au projet. Un individu engagé dans une démarche de création d'entreprise peut vivre des situations de changement d'une grande ampleur ou au contraire ne pas ressentir de modification par rapport à ses habitudes et à ses comportements. Les changements sont liés au dialogue individu (projet et portent sur différents points. Ils peuvent concerner des méthodes et des approches intellectuelles, des buts, des compétences, des style de vie ou encore un environnement personnel et professionnel (famille, conjoint, amis, relations, partenaires, membres de l'équipe...) fluctuant.

Ces changements sont nécessaires pour que l'individu puisse mener à bien son projet de création d'entreprise. L'ampleur de la nouveauté pour l'environnement pertinente est liée au degré d'innovation du projet et à son potentiel de création de valeur.

En croissant ces deux axes, Bruyat (1994) construit une deuxième typologie qui met en évidence différents types de processus de création d'entreprise. Pour chacun des types, il est possible, en fonction de la configuration, d'associer un niveau d'incertitude, donc de risque.

➤ La création reproduction

Elle est caractérisée par une faible intensité de la nouveauté pour l'environnement. Dans ce cas, le niveau d'incertitude n'est pas très élevé. La création reproduction consiste à faire pour soi ce qu'on faisait déjà dans un emploi précédent. Les changements pour l'individu sont de faible ampleur et le processus de création peut être rapide, car le créateur potentiel possède les savoir-faire et les relations utiles à son projet. Pour illustrer ce premier archétype de création d'entreprise.

➤ La création imitation

Dans ce cas, si l'intensité de la nouveauté pour l'environnement est faible, le changement pour l'individu peut être d'une plus grande ampleur. Le créateur d'entreprise essaye de montrer et de développer une entreprise en utilisant une formule déjà bien établie. Cependant, il ne dispose pas de l'ensemble des ressources et des compétences nécessaires. Il lui faudra donc évoluer de manière plus au moins importante, en fonction de la complexité du métier et des types savoir-faire à acquérir. Le niveau d'incertitude est fonction de la capacité du créateur à acquérir, suffisamment vite, les compétences et les ressources nécessaires pour mener à bien le projet. Si cela est possible, il convient de lancer les activités de l'entreprise de façon incrémentale, en réduisant les coûts irréversibles pour minimaliser le coût des erreurs et des dérives. Disposer du temps et des moyens nécessaires pour l'apprentissage est particulièrement critique pour la survie, à court terme, de la jeune entreprise. La création en franchise donne une très bonne idée de ce qu'est la création imitation. Les créations par analogie relèvent également de ce type générique.

Cette situation est un mélange, encore plus marqué, que dans l'exemple précédent de reproduction et d'imitation. Dans ce cas, l'imitation vient du fait qu'une activité entière de l'entreprise créée est lancée et développée à partir d'une formule établie, de surcroît connue et expérimentée par les créateurs. Mais le savoir-faire et les compétences liées au management et à la direction des affaires ne sont pas possédées.

Ils sont nécessaires pour l'activité en question. Mais également pour les autres domaines d'activités de l'entreprise. L'activité issue de l'imitation donne du temps et des moyens aux créateurs pour qu'ils puissent acquérir toutes les autres facettes indispensables à la réussite de leur projet. Il y a, d'une certaine façon, des proximités avec les fameuses « activités alimentaires » qui permettent aux créateurs innovants de gagner de temps dans leur course pour imposer leur innovation au marché.

➤ La création innovation-valorisation

L'intensité de changement est faible pour le créateur, mais la nouveauté est grande pour l'environnement cela signifie que le créateur se lance dans une création d'entreprise à partir d'une manière de faire ou d'un produit nouveau dont il possède déjà le savoir-faire. L'expérience et le profil de créateur lui donnent des atouts, dans la mesure où il fait partie des « rares élus » qui peuvent percevoir et/ou mettre en œuvre certains types d'opportunités. Dans

ce cas, l'incertitude réside d'une part, dans la vitesse de pénétration de l'innovation dans son environnement (adoption et valorisation de la nouveauté par les clients) et, d'autre part, dans les aléas de la mise au point technique et industrielle du projet.

- La création de cette entreprise, qui remonte à la fin des années 1980, est une illustration d'une situation, que les pouvoirs publics depuis la loi sur l'innovation de Claude Allègre, souhaitent développer fortement: la création d'entreprise innovante par des chercheurs publics. La création d'entreprise est vue, ici, comme un moyen de créer des richesses à travers la valorisation de la recherche. Les idées d'innovation et les opportunités de création d'entreprise innovante sont en effet très nombreuses (et rarement exploitées) dans les laboratoires des universités et des centres de recherche publics français.
- Le changement est très important dans cette configuration de création d'entreprise. L'intensité du changement est élevée pour l'individu et la nouveauté est grande pour l'environnement. Le niveau d'incertitude est très élevé et combine des aspects liés à l'apprentissage et à l'innovation. Ces situations de création sont très dynamiques, les aléas et les imprévus sont fréquents, conduisant l'individu et le projet à des adaptations à des changements tout aussi fréquents. Le projet se construit et se reconstruit en même temps que le créateur doit faire évaluer ses compétences et ses ressources.

Le couple individu/projet est en permanence dans des situations de déséquilibre et d'incohérence qu'il faut redresser. La ténacité du créateur, sa résistance au stress, à l'ambiguïté et à la remise en cause incessante, ainsi que son aptitude à faire adhérer au projet de nouveaux partenaires constituent des qualités fondamentales pour que le projet puisse aboutir à une réussite. L'exemple proposé ci-après, illustre ce dernier archétype de création d'entreprise.

Les différentes situations que nous venons d'examiner ne manquent pas d'attirer notre attention sur la diversité des processus de création au regard de l'ampleur du changement et de l'incertitude. Cela signifie que pour créer une entreprise, il est très souvent indispensable de procéder à des apprentissages en cours de processus et d'être préparé à affronter des aléas, des imprévus et le hasard. Ces situations nous montrent aussi que les archétypes identifiés ne sont que des repères et des indications, pour au moins deux raisons, nous avons déjà évoqué la première raison : certaines situations sont composites et se trouvent au croisement de plusieurs archétypes. La seconde

raison est que les situations sont dynamiques, ce qui fait qu'au cours du processus de création, les configurations peuvent se déplacer et changer sous l'effet de forces internes (changement des buts du créateur) ou externes (modification d'une donnée importante de l'environnement).

Ces quelques observations montrent l'importance de la relation dialogique dans l'approche d'une situation de création d'entreprise¹⁸.

1.3. Les étapes de création d'entreprise

1.3.1. Evaluation de l'opportunité de création d'entreprise

Transformer une idée en opportunité de création et réaliste nécessite de définir l'idée initiale le plus précisément possible : que veut-on vendre ? À qui veut-on vendre ? Quelles valeurs cela peut-il apporter ? Telles sont les premières questions qu'il convient d'étudier en priorité. Pour y répondre, il va falloir rechercher des informations, recueillir l'avis et le conseil d'experts et de spécialistes, tester l'idée auprès de clients potentiels, donner des ordres de grandeur : chiffre d'affaire visé, effectifs, type et niveau de compétence, moyens et capitaux nécessaires. Si des incompatibilités apparaissent au cours de ce travail, entre les exigences du projet et les possibilités du créateur, mieux vaut modifier le projet ou le différer.

Dans cette étape, les compétences clés du créateur nous apparaissent être les suivantes.

L'analyse de situation et l'approche globale constituent des outils très efficaces pour réaliser ce travail d'évaluation.

Dans certains cas et notamment pour des projets innovants, l'évaluation de l'opportunité passe par des phases de recherche et développement, de prototypage, d'essais et d'expérimentation destinées à vérifier la faisabilité du concept.

1.3.2. Conception et formulation du projet de création

Après avoir identifié l'opportunité et défini les grandes lignes du projet, il faut tout mettre en œuvre pour faire de l'opportunité une activité économiquement rentable.

De jouable et réaliste, le projet doit se déplacer vers la position de réalisable. A ce stade, différentes études doivent être conduites : l'étude de marché, l'étude industrielle, l'étude financière et l'étude juridique. Toutes ces études permettent de répondre aux

¹⁸Alain.,Fayolle, « entrepreneuriat : apprendre à entreprendre »,Edition DUNOD, Paris,2004, p110-117.

nombreuses questions qui se posent et d'apporter de la matière à l'élaboration de l'offre, de la stratégie et du plan d'affaire ou business plan. Ces études permettent également de positionner le projet, de le dimensionner et de formaliser une stratégie pertinente.

➤ Comment positionner le projet ?

Le positionnement du projet dépend de la configuration stratégique instantanée perçue du créateur. Il est fonction d'un croisement entre les aspirations et les buts du créateur, ses ressources et compétences et les possibilités de l'environnement. Pour cela, il est nécessaire que le créateur puisse identifier dans l'environnement, les facteurs du succès, les contraintes et les marges de manœuvre possibles.

Pour affiner le positionnement, il faut que le créateur développe, d'autre part, une vision du couple individu/jeune entreprise à l'horizon 3/5 ans. Ou en sera l'entreprise à cette date ? Quels seront la position et le rôle de l'entrepreneur ? Pour réaliser ce travail de positionnement, les analyses liées à la recherche de la meilleure adéquation possible entre le créateur et son projet s'avèrent très utiles.

➤ Comment calibrer et structurer le projet ?

Structurer le projet implique dans certains types de création d'entreprise de constituer une équipe présentant des complémentarités et des complémentarités de caractère et de motivation. Calibrer le projet revient à apprécier dans quelles mesure les ressources mobilisées constituent une bonne rampe de lancement et de développement des activités. Ces ressources sont bien évidemment financières, mais aussi technologiques, industrielle et commerciales.

➤ Comment formaliser une stratégie pertinente ?

La stratégie de démarrage et la stratégie de développement doivent se retrouver dans le business plan. Elle expose avec précision, le positionnement de l'entreprise sa vocation et son métier. La stratégie doit montrer le degré de cohérence entre les facteurs clés de succès identifier et leur contrôle/maitrise par l'entreprise, à travers ses compétences et ses ressources.

1.3.3. Montage juridique et financement du projet

Le montage juridique est important. Le choix d'une structure juridique a des conséquences fiscales et sociales sur le créateur et sa famille. Il est souhaitable de décider en parfaite connaissance des tenants et des aboutissants. D'autre part, la sélection du statut

juridique de l'entreprise doit être faite en fonction du contexte stratégique, financier et humain.

Mais le montage juridique ne se limite pas au seul choix d'une structure juridique. Il est nécessaire aussi de sécuriser, autant que possible, les relations avec les tiers : salariés, investisseurs, partenaires, fournisseurs et sous-traitants. Enfin, dans le cas de la création d'entreprise innovante. Il faut maîtriser les techniques de protection et de valorisation-négociation de l'innovation et des savoir-faire immatériels.

Le financement du projet prend plus ou moins de temps en fonction de l'importance des besoins et de la complexité du dossier. Le business plan permet d'engager le dialogue avec les banquiers et les investisseurs. A des stades, les créateurs doit parfaitement maîtriser son projet et être capable de répondre à toutes les questions posées par les partenaires financiers éventuels.

1.3.4. Lancement des activités :

Le lancement des activités démarre avec la mise en ordre de marche de l'entreprise. Pour cela, il est indispensable que tous les engagements pris par le créateur et ses partenaires soient concrétisés. Sur le plan égal, le dossier constitution de l'entreprise a été déposé au centre de formalités des entreprises. Au niveau financier, les comptes courants bancaires sont ouverts et les ressources financières utiles au démarrage (apports en capital, prêts bancaires...) sont disponibles.

A partir de là, les activités, commerciales, industrielles et logistiques peuvent démarrer. Il faut s'efforcer d'obtenir sans délai, si cela n'est pas déjà fait, les premières commandes et commencer la production.

Cette période va de la création juridique jusqu'à l'atteinte du point d'équilibre opérationnel ou point mort opérationnel. Le point mort étant le niveau de chiffre d'affaire ou l'ensemble des charges, des variable et fixe, et complètement absorbé par les marges dégagées. Dans certain cas, cela peut prendre plusieurs années d'où l'importance d'un suivi régulier des affaire et de l'application de principes et de règles de gestions stricts.

Il se résume schématiquement par le contrôle et la maîtrise des prix de revient, la surveillance des niveaux de stock, la maîtrise des investissements et la gestion e la qualité. Le but de jeu est d'éviter les écarts et les dérapages trop importants entre les prévisions et les

réalisations. Si les écarts sont inévitables, il faut engager le plus rapidement possible les actions correctrices¹⁹.

Section 02 : la création des PEM en Algérie :

Il est reconnu que les petites et moyennes entreprises (PEM) sont considérées comme le moyen le plus efficace pour la relance économique afin de créer plus de richesse et d'emplois. Dans les pays développés, les PEM créent environ 70% du produit intérieur brut et emploient 80% des effectifs²⁰. Ces deux chiffres à eux montrent l'importance du rôle joué par le secteur de la PEM dans le développement économique et social du pays.

La PEM est l'un des moteurs du changement et du progrès grâce à sa mobilité, sa souplesse et sa flexibilité. Malgré sa petite taille et sa fragilité, elle s'adapte à toutes les situations. Elle est considérée comme la force économique des multinationales.

La majorité des petites et moyennes entreprises (PME) en Algérie (notamment les PME privées), sont créées à partir des années 90. Nous distinguons deux périodes principales de l'évolution de la création des PME: la période de la planification centrale et celle de la libéralisation.

En Algérie les PME représentent plus de 95% de l'ensemble des entreprises, et 60 à 70% de l'emploi²¹. La petite et moyenne entreprise est considérée comme une cellule de richesse, une source de satisfaction aux besoins économiques et sociaux en matière de croissance économique, de développement régional, d'absorption de chômage.

1. Définition de la PEM :

La définition de la petite et moyenne entreprise varie dans le temps et dans l'espace. Parmi les définitions rencontrées, nous citons la suivante : « *les petites et moyennes entreprises sont celles dans lesquelles les chefs d'entreprises assument personnellement et directement les responsabilités financière, technique et sociale de l'entreprise, qu'elle que soit la forme juridique de celle-ci* »²². Selon Julien et Marchesnay : « *la petite et moyenne entreprise est avant tout, une entreprise juridiquement sinon financièrement indépendante opérant dans les secteurs primaires, manufacturiers ou des services et dont les responsabilités*

¹⁹ Les étapes de création d'entreprise.....

²⁰ Ministère de l'Industrie et des mines directeur générale de la veille Stratégique, des études et des systèmes d'information bulletin d'information statistique n=29, année 2016.

²¹ Organisation for Economic Coopération and Développement OCDE, 2000.

²² Alain., Borderie, « financer les PEM autrement », Maxima, Paris, 1998, page18.

incombent le plus souvent à une personne sinon à deux ou trois personnes, en générale seuls propriétaires du capital »²³.

Tableau 03 : La définition des PEM :

Entreprise	Nombre d'effectifs	Chiffre d'affaire en DA	TOTAL en bilan
Très petite	De 01 à 09	<à 20 millions	<à 10 millions
Petite	De 10 à 49	<à 200 millions	<à 100 millions
Moyenne	De 50 à 250	<à 2 milliards	<à 500 millions

Source : conception personnelle on se référant à la loi 01-18 de la 21/12/2001 portant loi d'orientation pour la promotion de la PME.

1.2. Caractéristique des PEM :

Les caractéristiques spécifiques de la PEM font objet de plusieurs sont nombreuses. Les plus importantes, et souvent rencontrées, se résument dans les points suivants :

- Concentration de gestion.
- Concentration de la décision dans la petite entreprise.

Qui signifie une personnalisation de la gestion, les décisions sont prises généralement par une seule personne qui est responsable du contrôle et de développement de l'entreprise.

- Le patron « la petite entreprise est justement celle dans laquelle la direction sinon le dirigeant assume la responsabilité technique et financière, c'est-à-dire contrôle le développement de celle-ci »²⁴.
- Une capacité de financement réduite, généralement, le financement est de type familial et de voisins.
- La concentration dans le marché local, peu de PEM exportent sur des marchés étrangères.

²³ Pierre-André., Julien, et Michel., Marchesnay, « la petite entreprise ». Vuibert, Paris, 1987, page 56.

²⁴ Pierre-André., Julien, Michel., Marchesnay, « la petite entreprise », Vuibert, paris, p198.

1.2.1. Les forces de la PEM :

La PEM présente généralement une structure simple et flexible qui lui permet d'être réactive à toute modification de l'environnement.

Cette organisation entraîne de faibles coûts de structure, ce qui peut lui donner un avantage concurrentiel par rapport à la grande entreprise. Cependant, dans une phase d'expansion qui pourrait entraîner des modifications de sa structure, la PEM devra faire en sorte que ces coûts soient absorbés par les ventes futures.

Les niveaux hiérarchiques étant souvent très réduits, les processus de décisions sont plus rapides pour régler les problèmes liés à l'activité. L'information circule également de manière plus efficace même si elle revêt un caractère informel.

Dans les PEM les salariés peuvent être motivés que dans une grande entreprise. En effet, ils peuvent se sentir plus impliqués dans la pérennité de la PEM car cette dernière n'offre pas toutes les possibilités d'une grande entreprise en cas de licenciement. De plus, la taille de la PEM permet aux salariés d'être plus souvent associés aux prises de décisions.

1.2.2. Les faiblesses de la PEM :

La taille de la PEM est aussi un handicap. En effet, la PEM est vulnérable de par son domaine d'activité. Si la PEM est mono-produit, une chute de la demande entraînera une baisse des revenus que la PEM ne pourra pas compenser.

La PEM qui dépend d'un seul client, par exemple dans la grande distribution, ou d'un seul fournisseur s'expose à un risque économique très important. L'agressivité de l'environnement doit conduire la PEM à mettre en place une (veille) peut être coûteuse à la PEM.

La PEM peut également rencontrer des problèmes de financement liés à son développement. En effet, les banques sont souvent réticentes à accorder des crédits.

En cas d'évolution, la PEM peut rencontrer des rigidités au changement. Dans une PEM, les salariés ont des évolutions de carrière (verticales et horizontales) moins importantes que dans les grandes entreprises. Un changement pourrait les conduire à assumer des

nouvelles fonctions pour lesquelles ils ne sont pas formés et ainsi modifier le climat social.

La PEM devra s'appuyer sur ses forces et limiter l'impact de ses faiblesses pour déterminer la stratégie adaptée à son activité et à sa position dans l'environnement économique²⁵.

1.3. Les PEM en Algérie :

A la fin de 1^{er} semestre de l'année 2019, les PEM en Algérie, constituent une grande partie du tissu économique avec 1171945 entreprises. La majorité des PEM activent principalement dans les services, l'artisanat et le BTPH, alors que seulement 8.71% sont des PEM à caractère industriel. En outre, le tissu des PEM souffre d'une répartition géographique inégalitaire, puisque la plupart des PEM se concentrent dans le nord du pays avec une part de 70%²⁶.

A cet effet, le développement de la PEM constitue l'un des grands axes de la stratégie industrielle du gouvernement, qui se base sur une politique de substitution à l'importation et un développement d'une production à haute intensité technologique. Mais l'enjeu est tellement énorme qu'il y va toute l'économie nationale, pour faire émerger un climat d'affaire favorable ou la PEM, notamment les entreprises privées, jouera son rôle d'acteur principal dans la construction une économie moderne et diversifiée²⁷.

L'entreprise Algérienne et en particulier, les petites et moyennes entreprises occupent une position de premier plan dans le processus de développement économique algérien, ce qui explique un phénomène démographique important dépassent la barre de 618000 entreprises en 2010. A partir de l'année 2000, le poids de la PEM/PMI dans le tissu national a fortement augmenté par l'émergence du secteur privé, le nombre a plus que doublé et la densité a presque quadruplé, les statistiques existantes indiquent que plus la moitié des PEM a été créée entre 2001/2007, suite à la loi d'orientation sur les PEM de 2001, soit 212120 PEM. A la fin de 2010 le nombre des PEM privées a connu une évolution remarquable et a enregistré le nombre de 398788 entreprises alors qu'en début de 2003 elles étaient à 207949 entreprises, contrairement au nombre des PEM publiques qui a enregistré une diminution de 228

²⁵ Grey.,Troilaire, « l'entreprise et son environnement économique », Edition Sirey, paris, p45.

²⁶ Bulletin d'information statistique de la PEM en Algérie.

²⁷ Ministère de l'industrie et des mines, « bulletin d'information statistique de la PEM », Edition novembre 2019, p5.

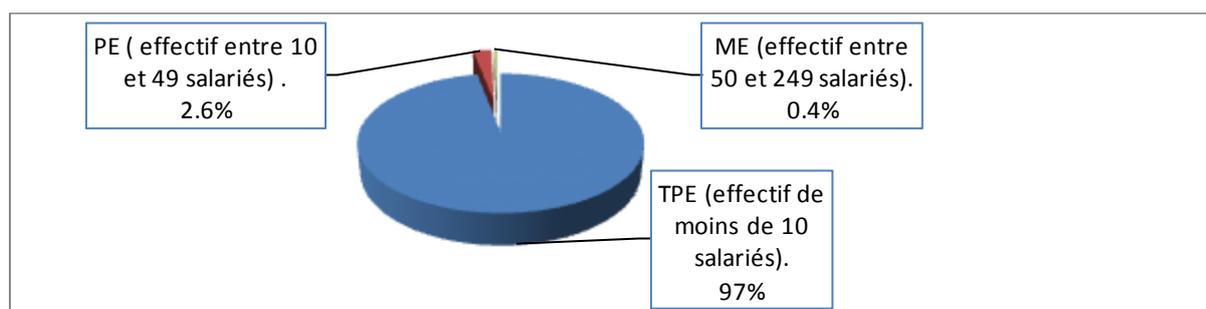
entreprises en sept (07) années. En matière de densité, le secteur enregistre un taux de dix-sept PEM pour mille Habitants (17/1000) comme plafond en 2010, un taux qui reste très loin des normes internationales ou le taux le plus faible est de l'ordre de quarante-cinq PEM/PMI pour mille habitants (45/1000) et en terme de création pour 1000 habitants, l'Algérie affiche 3.15 en 2008 alors que ce nombre varie entre 4 et 8 dans les pays développés. En termes d'emploi, la création est éphémère suite à l'absence de croissance intensive et extensive²⁸.

Tableau 04 : Typologie des PEM par taille en Algérie 2019²⁹:

Type des PEM	Nombre de PEM	%
TPE (effectif de moins de 10 salariés)	1136787	97%
PE (effectif entre 10 et 49 salariés)	30471	2.6%
ME (effectif 50 et 249 salariés)	4688	0.4%
Totale	1171945	100%

Source : Caisse Nationale d'Assurance Sociale

Figure 02 : Répartition des entreprises par type de PEM :



Source : réalisé par nous à partir du ministère de la PEM

1.4. La population des PEM :

A la fin du 1^{er} semestre 2019, la population globale des PEM s'élève à 1171945 entités plus de 56% sont constituées de personnes morales, parmi lesquelles on recense 244

²⁸ Aimad., Datoussaid, « PEM et création d'emplois en Algérie : quelles réalités ? », communication, juin 2012.

²⁹ Ministère de l'industrie et des mines/Direction Générale de la Veille Stratégique, des Etudes et des Systèmes d'Information, « bulletin d'information statistique de la PEM », Edition novembre 2019, p8.

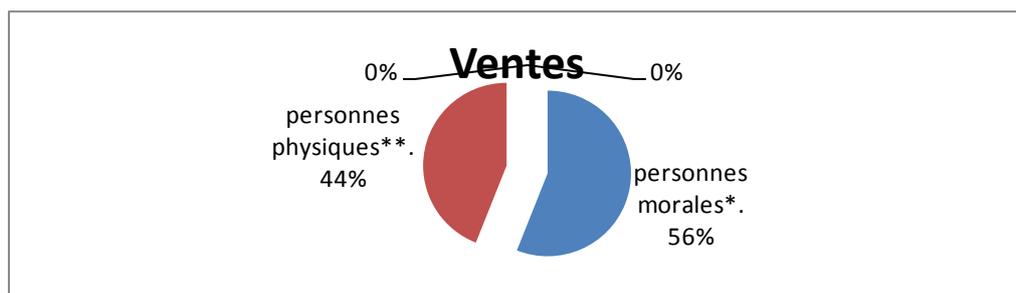
Entreprises Publiques Economiques (EPE). Le reste est composé de personnes physiques (44), dont 21% de professions libérales et 23% d'activités artisanales³⁰.

Tableau 05 : la population des PEM

	Types de PEM	Nombre de PEM	Part (%)
1.	PEM privées		
	Personnes morales *	659573	56.28%
	Personnes physiques**	512128	43.70%
	Dont professions libérales	243759	20.80%
	Dont activités artisanales	268369	22.90%
	S/Total 1	1171701	99.98%
2.	PEM publiques***		
	Personne morales	244	0.02%
	S/Total 2	244	0.02%
	Total	1171945	100.00%

Source : bulletin d'information statistique de la PEM

Figure 03 : Répartition des PEM par statut juridique



Source : réalisé par nous à partir du ministère de la PEM

³⁰ Ministère de l'Industrie et des mines/DGVSESI, « bulletin d'information statistique de la PEM N=35 », Edition novembre 2019, P7.

2. La PME dans l'économie administrée

Durant cette période l'économie algérienne était complètement étatisée et caractérisée par un interventionnisme étatique très élevé. La grande entreprise publique occupait une place importante dans la stratégie de développement. La PME (les PME privées étaient minoritaires) a été reléguée au second rang et cantonnée dans des activités périphériques. C'est un système hyper-centralisé non flexible. Les plans de développement étaient planifiés par l'administration centrale (ministère de la planification). Cette représentation de l'industrialisation s'est distinguée par une faiblesse de la dynamique entrepreneuriale favorisant des entreprises à très faible productivité, assistées par la rente pétrolière.

Les pouvoirs publics ont tenté de repenser le secteur public de manière à ce que d'une part, les entreprises privées ne se trouvent pas en situation juxtaposées aux entreprises publiques et d'autre part, pour que le secteur public de son côté, soit capable d'exiger sa logique de fonctionnement au secteur privé tout en préservant sa position de monopole. La PME se voit promue, dont le but principal est la recherche d'une certaine complémentarité avec le secteur public. Elle a été utilisée comme moyen pour faire face à la crise d'endettement ; elle s'est développée dans un modèle à prépondérance familiale, généralement petit.

Durant cette période, les politiques incitatives et/ou dissuasives pour orienter vers la création des PME étaient insuffisantes. Ces politiques en limitant son développement dans les sphères productives, l'ont dirigé de façon indirecte vers les sphères spéculatives, lui assurant des gains considérables. Bien que l'État fût programmeur et prospecteur en publiant des plans de développement quadriennaux et même quinquennaux, il n'est pas parvenu à leur réalisation par manque de souplesse. Et bien qu'il était le principal promoteur et investisseur, et que les entreprises publiques ont joué le rôle que les pouvoirs publics l'ont attribués, à savoir le développement social, distribution de la rente, développement local...etc.), et les PME privées se sont orientées juste vers la spéculation.

2.1. La PME dans la mutation de l'économie algérienne

Cette période a été marquée dès le début de la décennie quatre-vingt-dix par l'application des réformes économiques. Ces dernières convergent vers un certain libéralisme réclamant "davantage l'État facilitateur" et accompagnateur de l'initiative privée. La PME s'est vue

reconnaître un rôle essentiel dans la relance de l'économie nationale. Les pouvoirs publics ont sensiblement élargi le cadre institutionnel (Décret législatif, 1993) qui avantage ses activités. Ce choix stratégique de développement de la PME comme une option de rupture, s'inscrit dans l'objectif de diversifier les sources de croissance en exportant hors hydrocarbures. Cette volonté est confirmée par le nouveau rôle de l'État facilitateur et accompagnateur de l'initiative privée et par les moyens mis en œuvre pour atteindre des objectifs qualitatifs.

Dans ce sens, dès le début de la décennie 2000, le cadre législatif et réglementaire a été renforcé dans l'objectif de relancer l'investissement. Il précise toutes les garanties attribuées aux investisseurs en mettant en place un dispositif d'incitation qui change selon la localisation et la nature de l'investissement. La loi d'orientation sur la promotion de la PME promulguée le 12 décembre 2001, encourage la création des PME. Elle élimine toute différenciation entre investissement public et investissement privé. Elle étend le concept d'investissement à ceux réalisés en concession et/ou en licence, aux prises de participation dans une entreprise lorsqu'il y a apport en numéraire ou en nature, et aux reprises d'activités dans le cadre d'une privatisation. En outre cette loi fixe les mesures d'aide et de soutien à leur développement ; elle détermine et établit, les mesures de facilitation administrative qui sont susceptibles d'être mises en œuvre dans la phase de création d'entreprises. Des fonds de garantie sont constitués pour assurer les prêts octroyés par les banques au profit des PME.

Dans le cadre de la coopération internationale, des organismes sont chargés de la coordination et la mobilisation des financements et des crédits alloués aux PME, afin de les stimuler à diversifier leurs activités et s'orienter vers les exportations hors hydrocarbures. A cet effet, un Conseil National de la Promotion de la Sous-traitance a été instauré, il prend en charge l'information économique et statistique par l'établissement d'un système d'information. Il vise le développement de la recherche dans le domaine de la PME, ainsi que l'élargissement de la concertation avec le mouvement associatif du monde de l'entreprise.

Ainsi, à partir de 2000, le poids de la création des PME a nettement augmenté comme le montre le tableau ci-dessus. Le nombre des PME a plus que doublé. Les statistiques disponibles indiquent que plus de la moitié des PME ont été créés entre 2001/2007, suite à la loi d'orientation sur les PME en 2001. Au premier semestre de l'année 2011 le nombre des PME privées a connu une évolution remarquable, et a enregistré le nombre de 500854 entreprises créées, alors qu'au début de 2001 elles étaient à 179 893 entreprises. Contrairement au nombre des PME publiques qui a enregistré une diminution³¹.

Tableau 06 : Evolution de la création des PEM en Algérie durant la période 2010-2018:

année	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
PEM	61851	64231	68682	74738	82019	89627	101363	106002	109290
privé	5	4	5	7	4	9	7	5	8
PEM publi c	557	599	561	547	544	532	438	264	262

Source : Direction des systèmes d'information et des statistiques, ministère de l'industrie, de la PME et de la promotion de l'investissement.

Section 03 : les dispositifs et les structures d'aides et de soutien à la création d'entreprise en Algérie (ANDI, ANSEJ, ANGEM et CNAC) :

Les aides à la création d'entreprise sont loin d'être accordées de manière automatique elles sont diverses mais toujours très ciblées, pour les obtenir il faut respecter des conditions strictes par exemple : location géographique, secteur d'activités et création d'emplois.

De plus en plus l'aide des créateurs et des preneurs d'entreprises relève d'un ensemble complexe de dispositifs et de structure gérés à un niveau national et aussi au plan régional. La faiblesse des capitaux privés et l'inexpérience des porteurs de projets, a orienté les pouvoirs publics vers des modes de soutien et d'accompagnement pour stimuler l'entrepreneuriat.

Il existe en Algérie un certain nombre d'aides publiques à la création d'entreprise. Ces dispositifs, mis en place à l'initiative de l'Etat peuvent prendre plusieurs formes, les principales quatre dispositifs sont :

- Agence National de Soutien à l'Emploi des Jeunes (ANSEJ) ;
- Agence National de Développement et des Investissement (ANDI) ;
- Agence National de Gestion et de Microcrédit (ANGEM) ;
- Caisse National d'Assurance chômage(CNAS) ;

S'inscrivent dans deux dynamiques, création d'entreprises et création d'emplois. Ces quatre dispositifs se base sur deux types d'encouragement : par l'allégement fiscal et Par des financements directs de l'entreprise créée.

1. Panorama des aides à la création d'entreprise en Algérie

1.1. Agence National de Soutien à l'Emploi des Jeunes ANSEJ (création 1996) :

L'Agence National de Soutien à l'Emploi des Jeunes, par abréviation ANSEJ, créée en 1996, est un organisme public à caractère spécifique, doté de la personnalité morale et de l'autonomie financière, placé sous la tutelle du ministre chargé de l'emploi. S'adresse aux jeunes chômeurs situés dans la tranche d'âge 19-35ans. ANSEJ accompagne les porteurs de projets pour la création et l'extension des micro-entreprises de production de biens et de services.

L'ANSEJ dispose d'un réseau de 51 antennes, implantées dans toutes les wilayas du pays, ainsi que des annexes situées dans les grandes localités³¹.

1.1.1. Les objectifs l'ANSEJ :

- Favoriser la création et l'extension d'activité de biens et de service par les jeunes promoteurs.
- Encourager toutes formes d'actions et de mesures tendant à promouvoir l'entrepreneuriat.

1.1.2. Les missions de l'ANSEJ :

- Soutenir, conseiller et accompagner les jeunes promoteurs à la création d'activités.
- Mettre à la disposition des jeunes promoteurs à la création d'activités.
- Mettre à la disposition des jeunes promoteurs toute information économique, technique, législative à leurs activités.
- Développer des relations avec les différents partenaires du dispositif (banque, impôts, CNAC et CASNOS, etc.).
- Assurer une formation sur la technique de gestion de la micro entreprise au profit des jeunes promoteurs³².

³¹<http://ANSEJ.dz>

³² <https://ansej.dz>

Tableau 07 : projet financés par genre et par secteur d'activité (cumul au 30/06/2019)³³ :

Secteur d'activité	Projets financés	Hommes	Femmes	Taux de féminité (%)
Agriculture	57183	54514	2669	5%
Artisanat	42998	35667	7331	17%
BTPH	34282	33489	793	2%
Hydraulique	556	531	25	4%
Industrie	26740	22852	3888	15%
Maintenance	10271	10098	173	2%
Pêche	1131	1115	16	1%
Profession libérale	11356	6166	5190	46%
Service	108003	90172	17831	17%
Transport frigorifique	13385	12996	389	3%
Transport de marchandises	56530	55821	709	1%
Transport de voyageurs	18992	18511	481	3%
Total	381427	341932	39495	100%

Source : Agence National de Soutien à l'Emploi des Jeunes

Selon le tableau ci-dessus, le secteur des services, est le secteur le plus attractif pour les porteurs de projets accompagnés par L'ANSEJ depuis le lancement de ce dispositif (avec 108003 projets) suivi du secteur de l'agriculture avec 57183projets, puis le secteur de transport de marchandises avec 56530 projets financés. Le dispositif de l'ENSEJ a permis d'accompagner 374932 entrepreneurs hommes contre 39495 entrepreneurs femmes soit un taux de féminité global de 10%. La femme entrepreneurs occupe une place importante dans les activités libérales avec 56%.

³³Ministère de l'industrie et des mines/ DGVSESI, p25

1.2. Agence National de Gestion et de Microcrédit ANGEM :

Agence nationale de gestion du micro crédit, développe un dispositif (le micro crédit) visant le développement des capacités individuelles des personnes à s'auto prendre en charge en créant leur propre activité. Le micro crédit est un prêt permettant l'achat d'un petit équipement et des matières premières de démarrage pour exercer une activité ou un métier.

Ce dispositif est destiné à tout citoyen de plus 18ans sans revenus ou disposant de revenus instables et irréguliers ainsi que les femmes au foyer. Il vise l'intégration économique et sociale à travers la création d'activités de production de biens et services³⁴.

Tableau 08: crédit octroyés par secteur d'activité (cumul au 30/06/2019) :

Secteur d'activités	Nombre de prêts octroyés	Montants accordés	Par (%)
Agriculture	122052	8063294457,370	13,73%
TPI	350484	17274833907,880	39,42%
BTP	76782	6406748306,420	8,64%
Service	178426	16287151951,720	20,07%
Artisanat	156549	8859459123,410	17,61%
Commerce	4011	995353071,950	0,45%
Pêche	844	108934313,790	0,09%
Total	889148	57995775132,54	100,00%

Source : Agence nationale de gestion du micro crédit

Par secteur d'activité, les TPI (très petite entreprise), les services, l'artisanat et l'agriculture sont les secteurs ayant bénéficié de la majorité des prêts octroyés avec 91% du total.

1.3. Caisse National d'Assurance chômage CNAC:

Caisse national d'assurance chômage (CNAC) est un organisme algérien chargé de l'indemnisation des salariés ayant perdu leur emploi pour raison économique, elle gère un fonds crédit pour la création d'entreprise, elle participation au service public de l'emploi.

³⁴[http:// :ANGEM.DZ](http://ANGEM.DZ)

La caisse nationale d'assurance-chômage a été créée en juillet 1994, en tant qu'institution publique de sécurité sociale. Depuis 2004, la CNAC est chargée de la mise en œuvre d'un dispositif de soutien à la création d'activité pour les chômeurs âgés de 35 à 50ans.

1.3.1. Les missions de la CNAC :

La CNAC a trois missions :

- L'indemnisation de chômage des salariés qui perdent leur emploi pour raisons économiques ;
- La mise en place de mesure active d'aide à la recherche d'emploi ou à la reconversion ;
- Le financement de la création d'activités par des demandeurs d'emploi³⁵.

Tableau 09 : crédit octroyés par secteur d'activité

Secteur d'activités	Exercice 2019				Cumulé au 30-06-2019			
	Nombre de projets financés	Part de la femme	Impact emploi	Total financement (million DA)	Nombre de projets financés	Part de la femme	Impact emploi	Total financement million (DA)
agriculture	999	5,51%	2258	4897,11	21858	11,28 %	52536	88886,39
artisanat	400	25,75 %	1025	1763,44	13721	22,59 %	35893	44341,83
BTP	68	1,47%	204	412,33	8433	2,42%	27003	34031,76
Hydraulique	5	20%	9	34,50	341	4,99%	1159	2402,34
Industrie	176	21,02 %	46	100,38	11524	21,82	33510	52779,95
Maintenance	20	0%	46	100,38	873	2,29%	2112	2608,74
Pêche	12	0%	35	78,95	475	0,42%	1704	3267,15

³⁵<http:// :CNAC.dz>

Professions libérales	68	54,41 %	154	397,63	1123	47,02	2435	4635,65
Services	200	20,50 %	477	989,41	31090	17,19 %	65850	110990,61
Transport marchandise	0	0%	0	0	45848	1,52%	69666	118383,90
Transport voyageurs	22	0%	44	59,45	12214	1,23%	18530	28910,45
Total	1970	13,96 %	4780	9906,04	147500	10,20 %	310398	491238,78

Source : Caisse national d'assurance chômage

1.4. Agence National de développement et des investissements ANDI :

L'Agence nationale de développement de l'investissement (créé en 2001) est une institution gouvernementale qui a pour mission la facilitation, la promotion et l'accompagnement de l'investissement et de la création d'entreprise à travers des régimes d'incitation qui s'articulent essentiellement autour de mesures d'exonération et de réduction fiscale.

Deux régimes dérogation s'appliquent aux investissements courants réalisés dans les zones développées et à ceux présentant un intérêt particulier pour l'Etat.

qui regroupe les représentants locaux de l'ANDI et les organisations et administrations concernées par l'acte d'investissement (registre de commerce, impôts, douanes, foncier ...). Le guichet unique a pour vocation d'être l'interlocuteur unique du promoteur dans l'esprit d'alléger et de faciliter les formalités et procédures administratives relatives au projet d'investissement³⁶.

1.4.1. Objectif de l'ANDI

- Le développement et la continuation des investissements en Algérie.
- Accompagné les investisseurs nationaux et internationaux.

³⁶<http://:ANDI.dz>

Tableau 10 : bilan de dispositifs ANDI des projets d'investissements par secteur d'activité 2018 :

	Nombre de projets	Pourcentage %	Montant (en million de dinars)	Pourcentage %	Nombre d'emplois	Pourcentage %
Agriculture	226	5,48%	82 833	4,94%	9 292	6,48%
BTPH	927	22,47%	121 535	7,25%	12 300	8,58%
Industrie	2 293	55,59%	1 038 684	61,97%	92 211	64,34%
Santé	122	2,96%	55 478	3,31%	4 601	3,21%
Transport	3	0,07%	1 617	0,10%	132	0,09%
Tourisme	299	7,25%	310 079	18,50%	17 407	12,15%
Services	255	6,18%	65 923	3,93%	7 377	5,15%
Total	4 125	100%	1 676 149	100%	143 320	100%

Source : Agence nationale de développement de l'investissement

Conclusion

Les petites et moyennes entreprises sont les entités les plus faciles à créer et la plus dynamique grâce à leur petite taille. La création d'entreprise constitue le moteur de renouvellement du tissu économique, de la création d'emplois, de la stimulation de l'esprit d'entreprise, de la créativité et de l'innovation locale.

Les nouvelles créations d'entreprises sont enregistrées dans les communes qui abritent déjà le plus grand nombre des PEM. En effet les données statistiques montrent que le secteur de la PEM en Algérie a fait, une avancée considérable mais comparativement aux pays développés, cette dynamique reste relativement faible.

La dynamique entrepreneuriale est influencée par les différents dispositifs d'appui et d'aide à la création tels que : ANSEJ, ANGEM, ANDI, CNAC... etc. Mise en place par l'Etat algérienne dont le but d'encourager et faciliter l'entrée des jeunes au domaine entrepreneurial pour lutter contre le chômage par la création d'emplois pour les jeunes diplômés et aussi pour enrichir le tissu économique par la création des PEM privée

Conclusion Générale

Conclusion générale

Notre étude a porté sur « l'entrepreneuriat et la création d'entreprise et accompagnement » en raison des petites et moyennes entreprises, ainsi pour mener à bord notre travail, nous l'avons réparti en deux chapitres dont le premier chapitre généralités sur l'entrepreneuriat et le deuxième chapitre la création d'entreprise et accompagnement.

L'entrepreneuriat est un phénomène dynamique, temporaire et situé. Les individus s'engagent dans des processus qui vont provoquer des changements à leur niveau et à celui des environnements dans lesquels ils apportent une valeur nouvelle. A partir de là deux voies d'évolution sont envisageables pour les individus et les organisations.

L'entrepreneuriat s'articule autour d'un entrepreneur qui est un individu dot » de ses caractéristiques spécifiques à lui, ayant des raisons qui lui motive à entreprendre, et l'entreprise qui est le résultat du processus de l'entrepreneurial.

Ce champ d'étude se définit souvent à partir de l'innovation, à partir de dimensions nouvelles qui sont apportées aux leçons de faire. En étudiant les entrepreneurs, nous avons pu remarquer que les savoir-faire entrepreneuriaux prennent leurs racines dans des savoir-être ou la différenciation s'applique d'abord à soi avant d'être transféré à l'entreprise.

Au cours de l'étude de ses acteurs entrepreneuriaux nous avons constaté que La création d'entreprise n'est, contrairement aux apparences, pas aussi compliquée que cela y paraît. Cependant, l'entrepreneur faut savoir mettre les chances de son côté pour réussir.

On conclusion, les motivations qui amènent l'entrepreneur à créer sa propre entreprise sont principalement la volonté d'être indépendant, le gout du challenge ou la nécessité de créer son propre emploi. En effet, il est important de réparer ses motivations profondes à créer une entreprise, afin de valider sa réelle volonté à se lancer dans cette aventure.

Cependant pour devenir son propre patron cela suppose de respecter certaines étapes et n'en négliger aucune. Ainsi, le panel des aides proposées mêlées à la créativité et la volonté d'une personne aboutissent à priori au succès.

La politique actuelle entretient une stratégie tournée vers le développement des entreprises et met sans cesse en place des moyens qui visent à faciliter la création d'entreprise. De plus, il existe de nombreux réseaux pour guider, orienté et accompagner le créateur du début à la fin de ses démarches.

Conclusion générale

La capacité de création d'entreprise est pour chaque pays, la résultante de nombreux facteurs liés aux opportunités et les potentialités individuelles, à l'environnement économique, aux interventions de l'Etat et aux aspects culturels de la création d'entreprise.

La réalisation d'un projet d'investissement en Algérie demeure difficile en Algérie vue la complexité du climat des affaires. Les principaux obstacles de l'entrepreneuriat privé, sont principalement d'ordre administratif (complexité et lenteur des procédures administrative) et financier (rigidité des banques).

Table de matière

Table de matière

Introduction générale	1
Chapitre I: Généralité sur l'entrepreneuriat	5
Introduction	5
Section 01 : l'entrepreneuriat	5
1. les différentes définitions de l'entrepreneuriat :	5
1.1. définition de l'entrepreneuriat	6
1.1.1. Genèse et fondements de l'entrepreneuriat :	7
1.1.1.1. Points de vue des économistes :	8
1.1.1.2. Approche centrées sur les individus :	9
1.1.1.3. Approche basées sur le processus	10
2. Vue synthétique du champ de l'entrepreneuriat :	11
2.1. l'entrepreneuriat et les jeunes	12
2.2. Diversité de situations entrepreneuriales	13
2.2.1. Création d'entreprise	13
2.2.1.1. Création ex nihilo	14
2.2.1.2. Création par essaimage	14
2.2.1.3. Création en franchise	14
2.2.1.4. Création d'activité nouvelle	15
2.2.2. Reprise d'entreprise	15
2.2.2.1. La reprise d'entreprise ou d'activité en bonne santé	15
2.2.2.2. La reprise d'entreprise ou d'activité en difficulté	15
2.2.3. Entrepreneuriat	16
Section 02 : l'entrepreneur : personnage central au cœur de l'entrepreneuriat	16
1. Histoire de l'entrepreneur :	17
1.1. Qu'est-ce qu'un entrepreneur	17
1.2. Mieux comprendre l'entrepreneur dans sa diversité	18
1.3. Mieux comprendre l'entrepreneur par ce qu'il fait et non par ce qu'il est	18
1.4. Mieux comprendre l'entrepreneur dans sa trajectoire singulière	18
2. Les motivations des entrepreneurs	19
3. Les Typologies des entrepreneurs:	20
4. Les caractéristiques de l'entrepreneur	23

Table de matière

4.1. L'entrepreneur et les principaux courants de pensée	23
Section 03 : l'Entreprise	27
1. Les débuts de l'entreprise	27
1.1. La naissance de l'entreprise par le commerce	27
1.1.1. Les premières traces de l'entreprise moderne	28
1.1.1.1. Un environnement favorable	28
1.1.1.2. La préindustrie :	29
1.1.1.3. Les germes de l'avenir	29
2. Les formes juridiques de l'entreprise :	30
Conclusion	31
Chapitre 02 : la création d'entreprise et accompagnement	33
Introduction :	33
Section 01 : la création d'entreprise	33
1. Création d'une nouvelle organisation ou émergence organisationnelle	34
1.1. La diversité des créations	35
1.2. une typologie degré de nouveauté (degré d'indépendance)	35
1.2.1. Une typologie degré de changement : degré de nouveauté	37
1.3. Les étapes de création d'entreprise	40
1.3.1. Evaluation de l'opportunité de création d'entreprise	40
1.3.2. Conception et formulation du projet de création	40
1.3.3. Montage juridique et financement du projet	41
1.3.4. Lancement des activités :	42
Section 02 : la création des PEM en Algérie :	43
1. Définition de la PEM :	43
1.2. Caractéristique des PEM :	44
1.2.1. Les forces de la PEM :	45
1.2.2. Les faiblesses de la PEM :	45
1.3. Les PEM en Algérie :	46
2. La PME dans l'économie administrée	49
2.1. La PME dans la mutation de l'économie algérienne	49
Section 03 : les dispositifs et les structures d'aides et de soutien à la création d'entreprise en Algérie (ANDI, ANSEJ, ANGEM et CNAC) :	51
1. Panorama des aides à la création d'entreprise en Algérie	52

Table de matière

1.1. Agence National de Soutien à l'Emploi des Jeunes ANSEJ (création1996) :	52
1.1.1. Les objectifs l'ANSEJ :	52
1.1.2. Les missions de l'ANSEJ :	52
1.2. Agence National de Gestion et de Microcrédit ANGEM :	54
1.3. Caisse National d'Assurance chômage CNAC:	54
1.3.1. Les missions de la CNAC :	55
1.4. Agence National de développement et des investissements ANDI :	56
1.4.1. Objectif de l'ANDI	56
Conclusion.....	57
Conclusion générale	59

Bibliographie

Alain., Fayolle, « introduction à l'entrepreneuriat », Dunod, paris, 2005, p16-17.

Alain., Fayolle, « entrepreneuriat, apprendre, entreprendre », Dunod, paris, 2004, p2.

Alain., Fayolle, « entrepreneuriat, apprendre, entreprendre », Dunod, paris, 2004, p2.

Alain.,Fayolle, « entrepreneuriat : apprendre à entreprendre »,Edition DUNOD, Paris, 2004, p110-117.

Alain., Fayolle, « introduction à l'entrepreneuriat », Dunod, Paris, 2005, p8.

Alain., Fayolle, « introduction à l'entrepreneuriat », Dunod, paris, 2005, p10-11.

Alain.,Fayolle, « introduction à l'entrepreneuriat », Dunod, paris, 2005, p9-15.

Alai Alain., Fayolle, « introduction à l'entrepreneuriat », Dunod, paris, 2005, p40-43.

Alain.,Fayolle, « les entrepreneurs », article : sommaire constructif n 47 juin 2017.

Alain., Fayolle « introduction à l'entrepreneuriat », Dunod, paris, 2005, p16-17.

Alain., Fayolle « introduction à l'entrepreneuriat », Dunod, paris, 2005, p24.

Alexis., Penot, « entreprise et entrepreneurs à travers l'histoire », article publier le 19/12/2011.

Aimad., Datoussaid, « PEM et création d'emplois en Algérie : quelles réalités ? », communication, juin 2012.

Article, «création d'entreprise : Quelles sont les principales formes juridiques des entreprises ? ».

Publié le mardi 19/02/2013, mis à jour le mardi 28/08/2018

B

Boukrif.,moussa, Conférence internationale sur l'économie et gestion des réseaux, EMN et, Novembre 21.23.2013.

E

Emna., Baccari, « motivations entrepreneuriales des jeunes entrepreneurs », article, ERMMEs, France.

F

Fayolle., « apprendre à entreprendre », Edition , p.(création d'une nouvelle..ou émergence organisationnel.

G

Grey., Troilaire, « l'entreprise et son environnement économique », Edition Sirey, paris, p45.

H

- _ HTTP://ANDI.dz
- _ HTTP://ANGEM.dz
- _ HTTP://ANSEJ.dz
- _ HTTP://CNAC.dz

M

- _ Ministère de l'industrie et des mines/Direction Générale de la Veille Stratégique, des Etudes et des Systèmes d'Information, « bulletin d'information statistique de la PEM », Edition novembre 2019, p8.
- _ Ministère de l'Industrie et des mines/ DGVSESI, « bulletin d'information statistique de la PEM N=35 », Edition novembre 2019, P7.
- _ Ministère de l'industrie et des mines/ DGVSESI, p25
- _ Ministère de l'industrie et des mines, « bulletin d'information statistique de la PEM », Edition novembre 2019, p5.

P

- _ Pierre-André., Julien, et Michel., Marchesnay, « la petite entreprise ». Vuibert, Paris, 1987, page 56.
- _ Pierre-André., Julien, Michel., Marchesnay, « la petite entreprise », Vuibert, Paris, 1998.

T

- _ Thierry., Verstraete, « création d'entreprise et entrepreneuriat », les éditions de L'ADREG, P21.

V

- _ VERSTRAETE., Thierry, « entrepreneuriat : modélisation du phénomène », revue de l'entrepreneuriat, vol 1, n=1, 2001
- _ VERSTRAETE., Thierry, « Histoire d'entreprendre : les réalités de l'entrepreneur », Edition EMS, 2000, p11).
- _ Verstraete., T. et coll., « histoire d'entreprendre : la réalité de l'entrepreneuriat », Edition EMS, 2000, p254.

Y

- _ Yvon., Pesqueux, « de l'entrepreneur et de l'entrepreneuriat », article publié 29.11.2015, Halshs-01235201

Liste des tableaux

Tableau N°01	vue organisée et synthétique des recherches en entrepreneuriat
Tableau N°02	typologie des entrepreneurs
Tableau N°03	La définition des PEM
Tableau N°04	Typologie des PEM par taille en Algérie 2019
Tableau N°05	la population des PEM
Tableau N°06	Evolution de la création des PEM en Algérie durant la période 2010-2018
Tableau N°07	projet financés par genre et par secteur d'activité (cumul au 30/06/2019)
Tableau N°08	crédit octroyés par secteur d'activité (cumul au 30/06/2019)
Tableau N°09	crédit octroyés par secteur d'activité
Tableau N°10	bilan de dispositifs ANDI des projets d'investissements par secteur d'activité 2018

Liste des figures

Figure 01	les étapes qui ont conduit à l'intérêt actuel pour la création d'entreprise
Figure 02	Répartition des entreprises par type de PEM
Figure 03	Répartition des PEM par statut juridique

Résumé :

L'entrepreneuriat est un moyen pour assurer la capacité d'innovation et la compétitivité des nations elle se caractérise principalement par l'acte de création d'entreprise initié par une volonté individuelle d'un futur entrepreneur doté d'un fort sentiment de prise de risque. De ce fait, la capacité de création d'entreprise est pour chaque pays, la résultante de nombreux facteurs liés aux opportunités et aux potentialités individuels à l'environnement économique aux interventions de l'Etat.

L'objectif de notre recherche consiste à étudier le processus de création d'entreprise, l'entrepreneuriat en Algérie et les dispositifs d'aide à la création d'entreprise (ENSEJ, CNAC, ANGEM ...).

Dans un tel contexte notre problématique s'articule autour de la question centrale : Quelles sont les motivations des entrepreneurs qui sont à l'origine de création de leurs entreprises ?

Il ressort de notre étude que la plupart des entrepreneurs ont un fort sentiment d'indépendance et d'autonomie et la volonté d'être le chef de son entreprise, cette caractéristique est le motif le plus motivant pour se lancer en affaire.