

Ecole Supérieure de Commerce - Koléa

Ecole Doctorale de Gestion des Entreprises et Comptabilité

Option : Management Stratégique et Performance des Entreprises

Thèse de fin d'études

En vue de l'obtention d'un diplôme de Doctorat en Sciences de Gestion

Titre :

« L'écosystème de l'entrepreneuriat en Algérie : Essai d'élaboration d'un modèle empirique d'un écosystème entrepreneurial favorable au développement de l'entrepreneuriat - Cas de la wilaya de Constantine »

Elaboré par : Meriem ATOUSSI

Soutenue publiquement le : 06.06.2021, devant le jury composé de :

Abdelaziz BELAIDI	Professeur	ESC-Koléa	Président
Amina BERREZIGA	Professeur	ESC-Koléa	Directeur de thèse
Merizek ADMANE	Professeur	ESC-Koléa	Examinateur
Assia CHERIF	Professeur	ENSSEA-Koléa	Examinateur
Mohamed BERRAGH	Maître de conférences (A)	U.Boumerdes	Examinateur
Amina MZEIANE	Maître de conférences (A)	U.Boumerdes	Examinateur

Année Universitaire : 2020-2021

Remerciements

Ce travail ne pouvait se réaliser sans l'aide de Dieu tout puissant et le soutien de ma famille durant ce long parcours.

Je tiens à présenter mes sincères remerciements à mon encadreur professeur Amina Berreziga. Par la même occasion, je désire exprimer ma profonde gratitude au professeur Abdelaziz Belaidi, enseignant à l'ESC-Koléa.

Aussi, je tiens à témoigner ma reconnaissance à Mr Imed Eddine Achouche, Mr Med Amine Mekhzer, Mr Med Zakaria Tabbi Anzeni, Mr Abdesselam Attia, Melle Boutheina Mebarki, mes collègues à la CAAR, ainsi que Mr Tarek Hafid, cadre de l'ANGEM Constantine et Mr Saddek Gridi, cadre formateur de l'ANSEJ Constantine. Ils ont tous contribué par leurs conseils et leurs orientations pratiques et très efficaces pour l'amélioration de la qualité de ce travail, qu'ils trouvent ici l'expression de mon profond respect.

Mes remerciements sont destinés, aussi, aux entrepreneurs que j'ai rencontré, les enseignants de l'université Constantine 3, ainsi que chaque personne, qui a contribué de près ou de loin à la réalisation de ce travail.

DEDICACES

En souvenir de mon père et ma chère grand-mère,

A ma mère,

A mon frère et mes sœurs,

A toute ma famille, mes ami(e)s et mes collègues.

Résumé

L'engagement de l'Etat algérien dans la voie de l'économie de marché, libère les activités entrepreneuriales et donne une portée considérable à la création des petites et moyennes entreprises. Cependant, le développement de l'entrepreneuriat exige l'existence d'un écosystème entrepreneurial dynamique. Le présent travail a pour objet de proposer une synthèse empirique des principales caractéristiques de l'écosystème entrepreneurial favorable au développement de l'entrepreneuriat pour la wilaya de Constantine. A cet effet, nous avons établi une projection du modèle d'Isenberg (2011) de l'écosystème entrepreneurial sur la wilaya en question. Aussi, nous avons adopté une méthodologie analytique à triples entrées, à savoir l'étude documentaire, l'étude qualitative et l'étude quantitative, à travers la méthode du sondage. Le travail de recherche nous a permis de classer les critères de l'écosystème propices au développement de l'entrepreneuriat, au niveau de la wilaya de Constantine en opportunités, à savoir : le marché et le capital humain, et en challenges, à savoir : la politique, le financement, les supports divers et la culture.

Mots clés : Activité entrepreneuriale, petites et moyennes entreprises, entrepreneuriat, écosystème entrepreneurial.

Abstract

The Algerian state's commitment to the market economy frees up entrepreneurial activities and gives considerable scope to the small and medium-sized businesses creation. However, the development of entrepreneurship requires the existence of a dynamic entrepreneurial ecosystem. The study aim is to give an empirical synthesis of the main entrepreneurial ecosystem characteristics favorable to the entrepreneurship development for this wilaya. For this purpose, we have attempted a projection of Isenberg's (2011) entrepreneurial ecosystem model on the wilaya of Constantine. Also, we adopted an analytical methodology with three inputs: the documentary study, the qualitative study and the quantitative study, through the survey method. The research allowed us to classify the ecosystem's criteria advantageous for the development of entrepreneurship for the wilaya of Constantine in opportunities, namely: the market and human capital, and in challenges, namely: the policy, finance, supports and culture.

Keywords: Entrepreneurial activity, small and medium-sized business, entrepreneurship, entrepreneurial ecosystem.

SOMMAIRE

	Page
Introduction générale	A-E
Chapitre 1 : Le positionnement épistémologique du concept de l'entrepreneuriat	
Introduction	1
Section 1 : Définitions du concept de l'entrepreneuriat	2
1.1.1. Définitions axées sur l'acte « l'entrepreneuriat »	3
1.1.2. Définitions axées sur la personne « l'entrepreneur »	5
Section 2 : Les écoles de pensées en entrepreneuriat	8
1.2.1. L'école du surhomme	8
1.2.2. L'école des caractéristiques psychologiques particulières	8
1.2.3. L'école classique	9
1.2.4. L'école de management	10
1.2.5. L'école du leader	11
1.2.6. L'école de l'intrapreneur	11
Section 3 : Les approches de l'entrepreneuriat	14
1.3.1. L'approche des économistes	14
1.3.2. L'approche par les traits psychologiques	15
1.3.3. L'approche par le processus	18
Conclusion	21
Chapitre 2 : L'entrepreneuriat : Le moteur de la dynamique économique	
Introduction	22
Section 1 : Les paradigmes de l'entrepreneuriat	23
2.1.1. Le paradigme des traits individuels	25
2.1.2. Le paradigme des faits entrepreneuriaux	26
2.1.3. Le paradigme de l'impulsion d'une organisation	27
2.1.4. Le paradigme de l'opportunité d'affaires	27
2.1.5. Le paradigme du processus entrepreneurial	27
2.1.6. Le paradigme de l'innovation	28
2.1.7. Le paradigme de la création de valeur nouvelle	28
Section 2 : La trilogie de l'entrepreneuriat	29
2.2.1. L'entrepreneuriat « un domaine de pratique »	29
2.2.2. L'entrepreneuriat « un domaine de recherche »	31
2.2.3. L'entrepreneuriat « un domaine d'enseignement »	34
Section 3 : Les apports de l'entrepreneuriat à l'économie	39
2.3.1. La création d'emplois et la réduction du chômage	39
2.3.2. La croissance, la productivité et l'innovation	40
2.3.3. La lutte contre la pauvreté et les opportunités sociales	41
Conclusion	43

Chapitre 3 : L'écosystème entrepreneurial : Le macro environnement de l'entrepreneuriat	
Introduction	44
Section 1 : Le cadre conceptuel de l'écosystème entrepreneurial	45
3.1.1. Définitions de l'écosystème entrepreneurial	45
3.1.2. Les piliers de l'écosystème entrepreneurial	47
3.1.3. L'émergence des écosystèmes entrepreneuriaux	49
3.1.4. Les capacités synergiques de l'écosystème entrepreneurial	50
Section 2 : Le modèle d'Isenberg (2011) de l'écosystème entrepreneurial	52
3.2.1. La présentation du modèle	52
3.2.2. Les caractéristiques du modèle	53
Conclusion	60
Chapitre 4 : Les principales caractéristiques d'un écosystème favorable au développement de l'entrepreneuriat	
Introduction	61
Section 1 : Les caractéristiques macro-environnementales	62
4.1.1. Les politiques publiques en faveur de l'entrepreneuriat	62
4.1.2. La bureaucratie et les procédures administratives	64
4.1.3. Le financement de l'entrepreneuriat	66
Section 2 : Les caractéristiques individuelles	73
4.2.1. La culture et les valeurs entrepreneuriales	73
4.2.2. L'esprit entrepreneurial	75
4.2.3. L'enseignement entrepreneurial	77
Conclusion	80
Chapitre 5 : Un aperçu de l'activité entrepreneuriale en Algérie	
Introduction	81
Section 1 : Les phases de développement de la création de l'entreprise en Algérie	82
5.1.1. La période de l'économie planifiée : de 1962 à 1990	82
5.1.2. Le passage à l'économie de marché : à partir de 1990	84
5.1.3. Les réformes de deuxième génération : à partir de 2001	86
Section 2 : Les indicateurs de l'activité entrepreneuriale en Algérie	88
5.2.1. La typologie des PME	88
5.2.2. La distribution des PME par secteur d'activité	89
5.2.3. La distribution des PME par wilaya	90
5.2.4. La nature de la motivation entrepreneuriale (entrepreneuriat d'opportunité ou de nécessité)	92
5.2.5. La formation, le financement et l'accompagnement	92
Section 3 : L'écosystème entrepreneurial en Algérie selon le modèle d'Isenberg (2011)	94
5.3.1. La stratégie politique en faveur de l'entrepreneuriat	94
5.3.2. Les opportunités du marché	97
5.3.3. Les modes de financement	97
5.3.4. Les supports de soutien à l'entrepreneuriat	106
5.3.5. La culture de l'entrepreneuriat	109
5.3.6. Le capital humain	113
Conclusion	116

Chapitre 6 : Le modèle empirique de l'écosystème entrepreneurial favorable au développement de l'entrepreneuriat dans la wilaya de Constantine	
Introduction	117
Section 1 : La méthodologie de la recherche empirique	118
6.1.1. L'approche hypothético-déductive	118
6.1.2. Les méthodes utilisées pour la collecte des données	120
6.1.3. Les méthodes utilisées pour l'analyse des données	121
Section 2 : L'analyse de l'écosystème entrepreneurial de la wilaya de Constantine	123
6.2.1. Le terrain d'application	123
6.2.2. La description de l'échantillon	124
6.2.3. La structure du questionnaire	125
6.2.4. L'analyse des données	125
Section 3 : La cartographie de l'écosystème entrepreneurial de la wilaya de Constantine	142
6.3.1. La présentation des entreprises	142
6.3.2. Le profil des entrepreneurs	146
6.3.3. Le modèle OCR de l'écosystème entrepreneurial de la wilaya de Constantine	150
Conclusion	158
Conclusion générale	161
Annexes	-
Bibliographie	-

LISTE DES TABLEAUX

N°	Titre	Page
1	Les comportements de l'entrepreneur et de l'administrateur	10
2	La synthèse des écoles entrepreneuriales	12
3	Les principaux attributs de l'entrepreneur	17
4	L'entrepreneur, l'intrapreneur et le manager	30
5	Les définitions de l'écosystème entrepreneurial axées sur le volet macro-environnemental	46
6	Les définitions de l'écosystème entrepreneurial axées sur le volet individuel	47
7	Les piliers de l'écosystème entrepreneurial	48
8	Les domaines de l'écosystème entrepreneurial (Isenberg, 2011)	53
9	Les attitudes et les comportements résumant les valeurs entrepreneuriales	74
10	Les caractéristiques fréquemment attribués aux entrepreneurs	77
11	La répartition des PME par type	89
12	La répartition des PME par secteur d'activité	90
13	La répartition des PME par wilaya (plus de 10 000 PME)	90
14	La répartition des PME par wilaya (moins de 3 000 PME)	91
15	La répartition des PME par groupe de wilayas	91
16	La facilité de faire des affaires en Algérie entre 2014 et 2015	95
17	La liste des banques et établissement financiers agréés en Algérie	99
18	Le test de Khi2 et le test de Cramer pour P ₁ , P ₂ et P ₃	127
19	Le test de Khi2 et le test de Cramer pour P ₄ , P ₅ et P ₆	130
20	Le test de Khi2 et le test de Cramer pour P ₇ , P ₈ et P ₉	133
21	Le test de Khi2 et le test de Cramer pour P ₁₀ , P ₁₁ et P ₁₂	135
22	Le test de Khi2 et le test de Cramer pour P ₁₃ , P ₁₄ et P ₁₅	137
23	Le test de Khi2 et le test de Cramer pour P ₁₆ , P ₁₇ et P ₁₈	139
24	La distribution des entreprises selon le secteur d'activité et la forme juridique	143
25	La distribution des entrepreneurs selon le genre et le niveau d'études	146
26	La distribution des entrepreneurs selon la tranche d'âge et les années de l'expérience professionnelle avant la création de l'entreprise	147
27	La distribution des entrepreneurs selon la tranche d'âge et la principale motivation à la création de l'entreprise	148
28	La distribution des entrepreneurs selon le type de formation et l'appartenance familiale	149
29	La cartographie de l'écosystème entrepreneurial de la wilaya de Constantine	157

LISTE DES FIGURES

N°	Titre	Page
1	La représentation des quatre paradigmes de l'entrepreneuriat et de leurs liens	24
2	Le modèle OCR	122
3	Le classement de l'efficacité des institutions publiques pour le soutien de l'entrepreneur	128
4	Le classement de la qualité des procédures administratives relatives à l'activité entrepreneuriale et la création de l'entreprise	128
5	Le classement de la qualité de la fiscalité algérienne	129
6	Les facteurs d'influence du marché des biens et des services	131
7	Les facteurs d'influence du financement de l'entrepreneur	134
8	Les facteurs d'influence des supports divers	136
9	Les facteurs d'influence de la culture entrepreneuriale	138
10	Le classement des compétences techniques des jeunes diplômés de l'université algérienne	140
11	Le classement des compétences managériales des jeunes diplômés de l'université algérienne	141
12	La distribution des entreprises selon le secteur d'activité	142
13	La distribution des entreprises selon la forme juridique	143
14	La distribution des entreprises selon le secteur d'activité et la forme juridique	144
15	La distribution des entreprises selon le mode de financement à la création	145
16	La distribution des entreprises selon l'âge	145
17	La distribution des entrepreneurs selon le genre et le niveau d'études	146
18	La distribution des entrepreneurs selon la tranche d'âge et les années d'expérience professionnelle avant la création de l'entreprise	147
19	La distribution des entrepreneurs selon la tranche d'âge et la principale motivation à la création d'entreprise	149
20	La distribution des entrepreneurs selon le type de formation et l'appartenance familiale	150

Introduction

Générale

Le développement économique actuel est le résultat d'un processus entrepreneurial complexe. Schumpeter (1935), Reynolds *et al.* (1994), Rasmussen et Sorheim (2006), Minniti et Lévesque (2008) s'accordent à affirmer que cet intérêt pour l'entrepreneuriat est, sans conteste, dû à la place de la création d'entreprises dans le développement économique et social, l'augmentation de la production et du revenu, la résorption du chômage, la diversification de l'industrie, la promotion de l'innovation, etc. De ce fait, tous les pays se sont intéressés à la recherche des façons de promouvoir et faciliter une dynamique d'entrepreneuriat et une culture entrepreneuriale vibrante et éveilleuse de potentialités pour stimuler plus d'activités porteuses de valeurs ajoutées. Aussi, d'après Graevenitza *et al.* (2010), un état d'esprit et une dynamique d'action des individus sont nécessaires pour le développement de l'activité entrepreneuriale, et qu'il est possible de l'acquérir par la formation, la sensibilisation et les mesures d'accompagnement.

Cependant, le développement de l'activité entrepreneuriale exige plus que le développement d'entreprises. En effet, il a aussi besoin d'infrastructures, de recherches, d'enseignement supérieur, d'institutions de financement et d'accompagnement qui, ensemble, forment un écosystème vertueux de l'activité entrepreneuriale. Ainsi, d'après Malecki (1997), un système cyclique peut alors se mettre en place, attirant d'autres acteurs, investisseurs, capital-risque, conduisant l'établissement de start-up encore plus performante. Un tel environnement encourage, alors l'innovation et la création de nouvelles entreprises, et permet l'interaction entre différents acteurs. Ainsi, pour stimuler la création et la croissance de l'entreprise à grande échelle, les gouvernements doivent créer des écosystèmes qui soutiennent les entrepreneurs (Isenberg, 2010).

Au départ, les écosystèmes entrepreneuriaux étaient définis comme des districts industriels (Marshall, 1889), quelques années plus tard, ils étaient présentés comme des milieux innovateurs (Julien, 2005) ou de grappes industrielles ou clusters (Cassidy *et al.*, 2005). La théorie des districts industriels soutient l'idée de création d'un système de production géographiquement concentré, créé par l'effet de la division et la distribution du travail dans plusieurs petites entreprises très spécialisées (Tramblay, 2012). Il faut, tout de même noter que l'approche des districts industriels ne se limite qu'à un seul secteur. Les théories des milieux innovants quant à elles, vont au-delà d'un secteur d'activité et prônent l'aspect socioculturel plutôt que les compétences et la main-d'œuvre (Tramblay, 2012).

Enfin, Cassidy *et al.* (2005) avancent que les clusters naissent d'un processus à long terme, soutenu par la mobilisation des principaux intervenants de la collectivité. Plus récemment, c'est sous l'appellation d'écosystème entrepreneurial que cette approche s'est répandue.

Isenberg (2010, 2011) décrit un écosystème entrepreneurial tel un ensemble d'acteurs hétérogènes et complémentaires qui facilitent la mise en œuvre de projets innovants par leur proximité géographique. Mais le plus important, c'est de déterminer les composantes clés d'un écosystème entrepreneurial à savoir : une culture, des politiques et une dynamique propices à la création d'entreprise, des financements adéquats, un capital humain ou main d'œuvre de haut niveau, des marchés de produits ouverts au risque et des organismes d'appui (Isenberg, 2011).

Néanmoins, l'une des principales erreurs souvent commises dans les tentatives de création des écosystèmes, c'est de vouloir copier le modèle de la Silicon Valley (Isenberg, 2010). Il est, pourtant admis que ne pas tenir compte de la réalité spécifique de l'environnement conduit le projet à l'échec. En effet, l'écosystème entrepreneurial est spécifique au contexte temporel et géographique qui le porte (Koenig, 2013).

L'Algérie n'est pas exclue des nouvelles transformations. En effet, le passage à l'économie de marché et l'ouverture du marché algérien à l'international, a encouragé les actions entrepreneuriales en termes de créations d'entreprises, de formation, de financement et d'accompagnement de l'entrepreneuriat. En effet, depuis plusieurs décennies, les efforts de l'Etat algérien pour la promotion de l'entrepreneuriat dans le pays, ne sont plus à démontrer. Cependant, les résultats escomptés sont encore embryonnaires.

Le thème de notre recherche est d'une importance cruciale. Effectivement, l'entrepreneur est au cœur de la croissance économique des nations. Dans ce contexte, Isenberg (2011) considère que le chemin le plus court pour promouvoir l'entrepreneuriat est le fait de créer et faire évoluer un écosystème propice au succès de l'entrepreneuriat. A ce titre, l'établissement d'un écosystème entrepreneurial favorable peut encourager les porteurs de projet à se lancer dans l'entrepreneuriat.

Aussi, selon le même auteur, développer la stratégie de l'écosystème entrepreneuriale représente une stratégie nouvelle pour stimuler la prospérité économique. Plus encore, Hernandez (2009) a mis en valeur l'importance des écosystèmes entrepreneuriaux dans la reprise économique en Argentine, en Chine et au Mexique, malgré les conditions économiques et sociales négatives. De ce fait, ces conclusions nous amènent à déduire que cette situation peut être, également, valable en Algérie.

Vu le manque de travaux de recherche sur cette thématique en Algérie, et suite à la prise de conscience de l'importance de l'entrepreneuriat et de son écosystème, pour l'économie et pour la société, nous nous sommes intéressées à ce domaine, en traitant la problématique de la manière suivante :

« Quelles sont les principales caractéristiques d'un écosystème favorable au développement de l'entrepreneuriat en Algérie, et au niveau de la wilaya de Constantine, en particulier ? »

Nous cherchons à travers notre questionnaire à mettre en exergue les principales caractéristiques de l'écosystème entrepreneurial, pour proposer un modèle empirique, propre à la wilaya de Constantine, favorable au développement de l'entrepreneuriat dans la région. Le champ étudié repose sur une projection du modèle d'Isenberg (2011) de l'écosystème entrepreneurial sur la wilaya de Constantine. Nous avons opté pour ce modèle puisqu'il s'agit d'un modèle standard et le plus reconnu par les chercheurs et les praticiens dans le domaine. Il repose sur six (6) piliers qui sont: la politique, le marché, le financement, les structures d'accompagnement, la culture et le capital humain. Plusieurs autres modèles de l'écosystème entrepreneuriale ont été proposés par des auteurs tels que : le modèle d'Isenberg (2010), le modèle Suresh et Ramraj (2012), le modèle du Forum Economique Mondial (2013), le modèle de Colin (2015).

Par ailleurs, nous avons choisi de limiter l'étude sur une seule wilaya pour la faisabilité du travail. En effet, la superficie du pays et la grande variété de ses régions, ne permettent pas l'homogénéité de l'étude. Ensuite, nous avons sélectionné la wilaya de Constantine sur quarante-sept (47) wilayas selon des critères objectifs. En ce qui concerne les critères objectifs, la wilaya de Constantine est classée parmi les régions dont le tissu économique est riche et polyvalent. En effet, la wilaya comprend cinq domaines principaux : l'agro-alimentaire, l'industrie mécanique, l'industrie manufacturière, l'industrie des matériaux de construction et l'industrie pharmaceutique.

Afin de répondre à notre problématique, nous nous sommes proposé de la diviser en six questions :

- **Question 1** : Comment déterminer le positionnement épistémologique du concept de l'entrepreneuriat ?
- **Question 2** : Quel est l'apport de l'entrepreneuriat à l'économie ?
- **Question 3** : Comment définir le concept de l'écosystème entrepreneurial ?
- **Question 4** : Quelles sont les caractéristiques d'un écosystème favorable au développement de l'entrepreneuriat ?
- **Question 5** : Quel est l'état actuel de l'écosystème entrepreneurial en Algérie ?
- **Question 6** : Quels critères de l'écosystème entrepreneurial sont propices au développement de l'entrepreneuriat au niveau de la wilaya de Constantine ?

Les hypothèses que nous tenterons d'affirmer ou d'infirmer sont les suivantes :

- **Hypothèse 1** : Les recherches en entrepreneuriat ont permis son positionnement épistémologique à travers ses définitions, ses écoles, et ses approches, à savoir : l'approche des économistes, l'approche par les traits psychologique et l'approche par le processus.
- **Hypothèse 2** : Les apports de l'entrepreneuriat à l'économie sont considérables. Ils concernent la création de richesses, la réduction du chômage et la promotion de l'innovation.
- **Hypothèse 3** : Les définitions de l'écosystème entrepreneurial sont multiples et elles sont relatives à la diversité de ses dimensions géographiques, de ses acteurs et de leurs stratégies.
- **Hypothèse 4** : Les caractéristiques d'un écosystème favorable au développement de l'entrepreneuriat englobent l'existence de politiques de soutien, les incitatifs en matière de fiscalité, la disponibilité des ressources humaines et financières, l'accès aux fournisseurs, aux clients et aux marchés.
- **Hypothèse 5** : L'état actuel de l'écosystème entrepreneurial en Algérie enregistre un déficit. En effet, malgré les efforts du gouvernement pour le développement de l'activité entrepreneuriale, l'entrepreneur fait face à des contraintes financières, administratives, fiscales et même culturelles.
- **Hypothèse 6** : Les critères de l'écosystème propices au développement de l'entrepreneuriat, au niveau de la wilaya de Constantine, regroupent les six piliers du modèle d'Isenberg (2011), à savoir : la politique, le marché, les supports divers, le financement, la culture et le capital humain.

La méthodologie adoptée dans notre étude est une démarche descriptive analytique fondée sur une approche hypothético-déductive. Tout d'abord, l'aspect descriptif de notre travail de recherche s'insère dans les fondements théoriques du concept de l'entrepreneuriat et de l'écosystème entrepreneurial. Ensuite, l'aspect analytique se compose de triple entrée, à savoir l'étude documentaire, l'étude qualitative à travers la collecte de données par le biais des entretiens semi-directifs, et enfin l'étude quantitative en utilisant la méthode de sondage, avec un questionnaire auto-administré en ligne.

L'objectif principal de notre recherche est de proposer un modèle empirique d'écosystème entrepreneurial favorable au développement de l'entrepreneuriat propre à la wilaya de Constantine. Les objectifs secondaires sont de mettre en relief, dans la région de Constantine :

- ✓ Les freins et les obstacles au développement de l'entrepreneuriat ;
- ✓ Les initiatives de promotion de l'entrepreneuriat ;
- ✓ Les recommandations à suivre pour avoir un écosystème entrepreneurial favorable à l'activité entrepreneuriale.

Notre plan de travail est structuré en six chapitres. Dans le premier, nous précisons le positionnement épistémologique du concept de l'entrepreneuriat, notamment les différentes définitions, les écoles et les approches de l'entrepreneuriat. Dans le deuxième chapitre, nous développons les aspects ayant traités aux paradigmes et à la trilogie de l'entrepreneuriat, ainsi que les apports de l'entrepreneuriat à l'économie. Dans le troisième chapitre, nous présentons les aspects liés à l'écosystème entrepreneurial. Nous mettons en relief, entre autres, le cadre conceptuel et le modèle d'Isenberg (2011) de l'écosystème entrepreneurial. Par ailleurs, le quatrième chapitre précise les principales caractéristiques d'un écosystème favorable au développement de l'entrepreneuriat. Le cinquième chapitre est un aperçu général de l'environnement de l'entrepreneuriat en Algérie. Nous présentons les phases de développement de la création de l'entreprise, les indicateurs de l'activité entrepreneuriale et l'approche descriptive de l'écosystème entrepreneurial dans le pays. Enfin, le sixième chapitre est consacré à l'étude empirique et sur terrain de l'écosystème entrepreneurial de la wilaya de Constantine. Nous précisons à travers ce chapitre, la méthodologie de la recherche empirique, l'analyse et la cartographie de l'écosystème entrepreneurial de la wilaya de Constantine.

Chapitre 1

**Le positionnement épistémologique du concept de
l'entrepreneuriat**

Introduction

L'entrepreneuriat est considéré comme le moyen par excellence pour améliorer la compétitivité des pays, favoriser la croissance économique et accroître les possibilités d'emploi. Les chercheurs et les preneurs de décisions s'accordent à affirmer qu'une économie entrepreneuriale est une économie dynamique et innovatrice, puisqu'elle expérimente de nouvelles idées, de nouveaux produits ou processus, ce qui lui permet de générer de la richesse.

Cependant, l'entrepreneuriat est un concept particulièrement difficile à définir. En effet, il tient compte de l'impact sur le milieu et de l'influence de ce milieu pour susciter le développement des entreprises en fournissant les ressources nécessaires et stimulantes à une activité donnée.

Afin de déterminer les limites sémantiques de l'entrepreneuriat, nous avons décidé de présenter, dans une revue de la littérature, le positionnement épistémologique de ce concept. A cet effet, nous avons scindé ce chapitre en trois sections. Dans la première, nous exposons les différentes définitions de l'entrepreneuriat. La deuxième section, met en relief les écoles de l'entrepreneuriat. Enfin, la troisième section est dédiée aux approches de l'entrepreneuriat.

Section 1 : Définitions du concept de l'entrepreneuriat

Les études menées dans le domaine de l'entrepreneuriat ont donné lieu à plusieurs définitions. En effet, la littérature relative à ce concept présente une multitude de représentations. Ces dernières s'expliquent par les mutations significatives de ce concept à travers le temps. Selon Fayolle (1999) : « *les évolutions qu'a connues le concept de l'entrepreneuriat au cours des quinze dernières années comptent certainement parmi les plus importantes* »¹.

De son côté, Verstraete (2000) considère que « *l'entrepreneuriat est un phénomène trop complexe pour être réduit à une simple définition, son intelligibilité nécessitant une modélisation. Cette complexité exclue la possibilité d'une délimitation stricte et univoque de ses frontières sémantiques* »². Nous comprenons, alors, qu'il n'existe pas une représentation unique du concept de l'entrepreneuriat.

Par ailleurs, nombreux sont les chercheurs qui se sont focalisés sur l'entrepreneur, l'acteur principal du phénomène de l'entrepreneuriat. Dans ce contexte, Julien et Marchesnay (1996) précisent que « *l'entrepreneuriat désigne l'état et la qualité de celui ou de ceux qui sont entrepreneurs. Cet état résulte de plusieurs facteurs plus au moins complémentaires : l'esprit d'entreprise, la création d'entreprise et l'action d'entreprendre ou de conduire une entreprise en étant entrepreneur* »³.

De ce qui précède, nous concluons que l'entrepreneuriat est un phénomène complexe, qui se présente sous plusieurs angles, qui renvoie à plusieurs autres concepts et qui peut être défini selon l'acte d'entreprendre lui-même, « *l'entrepreneuriat* », ou selon la personne qui agit, « *l'entrepreneur* ».

De ce fait, nous avons choisi de présenter les diverses définitions du concept de l'entrepreneuriat selon les deux axes suivants :

- Les définitions axées sur l'acte « l'entrepreneuriat »
- Les définitions axées sur la personne « l'entrepreneur »

¹ Fayolle A, « L'enseignement de l'entrepreneuriat dans les universités françaises : analyse de l'existant et propositions pour en faciliter le développement », Editions d'Organisation, France, 1999, p : 4.

² Verstraete T, « Histoires d'entreprendre : les réalités de l'entrepreneuriat », Editions Management et Société, Paris, 2000, p : 11.

³ Julien P, Marchesnay M, « L'entrepreneuriat », Editions Economica, Paris, 1996, p : 8

1.1.1. Définitions axées sur l'acte « l'entrepreneuriat »

L'entrepreneuriat est un terme à l'origine issu du mot « entrepreneur » qui est passé à la langue anglaise « Entrepreneurship ». Selon l'office québécois de la langue française, l'entrepreneuriat est défini comme la « *fonction d'une personne qui mobilise et gère des ressources humaines et matérielles pour créer, développer et implanter des entreprises* »¹. Pour Penrose (1959), le concept de l'entrepreneuriat est considéré comme une ressource de l'entreprise puisque le service entrepreneurial se caractérise par un ensemble d'activités indispensables à la survie de l'entreprise : introduire de nouvelles idées, saisir et/ou provoquer des opportunités de croissance, allouer des ressources financières, humaines et organisationnelles².

De son côté, Fayolle (1999) propose la définition suivante du concept de l'entrepreneuriat : « *l'entrepreneuriat peut être défini, simplement, par des situations particulières, créatrices de richesses économiques et sociales, caractérisées par un degré élevé d'incertitude, donc l'existence de risques, dans lesquelles des individus sont impliqués très fortement et doivent développer des comportements basés notamment sur l'acceptation du changement et des risques associés, la prise d'initiative et le fonctionnement autonome* »³. Dans ce contexte, l'auteur met en relief l'importance de la notion de prise de risque et de création de richesse. A ce titre, il précise que les individus doivent développer des attitudes d'initiative, d'autonomie et d'adaptation rapide par rapport à l'incertitude, pour réussir à créer de la richesse.

Aussi, Verstraete (2000) définit l'entrepreneuriat comme « *un phénomène combinant un individu et une organisation. L'un se définit par rapport à l'autre et vice versa. Ainsi, le terme entrepreneuriat décrit une relation symbiotique entre un entrepreneur et une organisation : l'entrepreneur agit, structure et engage son environnement à des fins socio-économiques. Son action induit du changement et conduit à une modification partielle d'un ordre existant. L'entrepreneur construit son ordre. Celui-ci ne lui est profitable que si l'ordre socio-économique, dans lequel il s'insère, y trouve également un intérêt et en tire de la valeur* »⁴.

¹ <http://www.olf.gouv.qc.ca/ressources/bibliotheque/officialisation/terminologique/fiches/1298933.html>, le 26/10/2015, 10h00.

² Penrose E, «The theory of growth of the firm», 1ère Edition, Oxford University Press, New York, 1959, p : 7

³ Fayolle A, « L'enseignement de l'entrepreneuriat dans les universités françaises : analyse de l'existant et propositions pour en faciliter le développement », op-cit, 1999, p : 6.

⁴ Verstraete T, « Histoire d'entreprendre : les réalités de l'entrepreneuriat », op-cit, 2000, p : 12.

De cette définition, nous pouvons déduire que le concept de l'entrepreneuriat relie l'entrepreneur à son entreprise par des actions structurées et engagées, dont l'objectif principal est de créer de la valeur pour l'entrepreneur, et pour son environnement socio-économique.

Selon Bruyat (1993), la définition du concept de l'entrepreneuriat s'articule autour de la relation entre l'entrepreneur et la création de valeur. Dans ce cadre, il note que : « *l'objet scientifique étudié dans le champ de l'entrepreneuriat est la dialogique : individu/création de valeur* »¹.

Pour Knight et Drucker (1985) « *l'entrepreneuriat consiste à prendre des risques* »². Dans le même ordre d'idée, Julien et Marchesnay (1997) présentent l'entrepreneuriat comme : « *l'aptitude d'un individu, d'un groupe social, d'une communauté à prendre des risques pour engager des capitaux, dans une sorte d'aventure, consistant à apporter quelque chose de neuf et créatif, en employant et en combinant de la façon la plus performante possible des ressources diverses* »³. Dans cette perspective, les deux auteurs mettent l'accent sur la notion de prise de risque par un groupe d'individu, avec une combinaison efficiente des ressources disponibles, pour s'engager dans une activité entrepreneuriale, avec pour objectif de créer de la richesse.

Le rapport de l'OCDE (2004), présente le concept de l'entrepreneuriat, d'un point de vue micro-économique, comme un processus de création de valeur par de nouvelles combinaisons productives qui constituent un levier de croissance et d'innovation. La notion d'entrepreneuriat renvoie, de ce fait, à une action, ou une activité dans lesquels l'innovation joue un rôle significatif, celui de créer de la richesse et/ou de l'emploi par la création ou la reprise d'une entreprise.

Par contre, d'un point de vue macro-économique, l'entrepreneuriat est présenté comme une dynamique de changement pour l'individu qui, en s'investissant dans la création de son entreprise, est susceptible de changer d'attitudes, de savoir-faire, de valeurs, de statut social. En ce sens, d'une manière globale, l'entrepreneuriat est un facteur de développement économique et social.

¹ Bruyat C, « Création d'entreprise : contributions épistémologiques et modélisation », Thèse de doctorat en Sciences de Gestion, Université Pierre Mendès, France, Grenoble, ESA, 1993, p : 57.

² Drucker P, « Les entrepreneurs », Editions Lattés, Paris, 1985, p : 344.

³ Julien P, Marchesnay M, « Economie et stratégie industrielle », Edition Economica, Paris, 1997, p : 26.

De ce fait, le concept « *Entrepreneuriat* » n'est pas seulement un phénomène économique. Il est, aussi, une question socio-culturelle, c'est-à-dire une question de disposition d'esprit, de culture, de valeurs, d'éducation, de structures sociales, d'attitudes et de comportements¹.

1.1.2. Définitions axées sur la personne « l'entrepreneur »

L'entrepreneur fut entré dans la pensée économique par Cantillon (1726), bien avant Smith (1776), Say (1825) et Schumpeter (1935). En effet, pour cet auteur, l'entreprise est pilotée par son créateur, qui ne peut prévoir ni les ventes, ni les prix, pas plus que les aléas du marché et leurs conséquences sur le comportement d'achat des clients. De ce fait, Cantillon (1755) définit l'entrepreneur par son exposition au risque, autrement dit, il n'existe aucune garantie pour l'entrepreneur de ce qu'il va recevoir suite à sa décision d'entreprendre. Dans ce contexte, l'auteur précise : « *l'entreprise est dirigée par un entrepreneur, elle est caractérisée par une incertitude fondamentale et irréductible* »².

Par ailleurs, Smith (1776) met l'accent sur l'absence d'entreprise et l'existence, uniquement, d'un marché qui relie des individus qui échangent³. Dans son ouvrage « la recherche sur la nature et les causes de la richesse des nations », l'auteur note que l'entrepreneur est un individu qui emploie ses capitaux dans des activités lui permettant de recevoir plus de profit, sans chercher pour autant à servir l'intérêt public. De ce fait, pour ce chercheur, l'entrepreneur, est caractérisé par son égoïsme puisqu'il ne pense qu'à se donner une plus grande sûreté, en dirigeant son industrie de manière à avoir plus de valeur possible.

Du point de vue de Say (1825), dans son ouvrage « *Traité d'économie politique* », précise que l'entrepreneur est l'agriculteur, le manufacturier, l'ouvrier, le savant et le commerçant qui « *entreprend de créer pour son propre compte, à son profit et ses risques, un produit quelconque* »⁴. De cette manière, l'auteur définit les qualités les plus distinctives qui forment le métier de l'entrepreneur. En effet, l'entrepreneur est un organisateur, producteur et dirigeant qui prend des risques.

¹Bruyat C, « Créer ou ne pas créer : une modélisation du processus d'engagement dans un projet de création d'entreprise », Revue de l'entrepreneuriat, Vol 1, N°1, France, 2001, p : 10.

²Cantillon R, « Essai sur la nature du commerce en général », Institut national d'économie démographiques, Paris, 1997, réimpression de l'édition de 1952, fondée sur le texte original de 1755, p : 195.

³ Smith A, « Recherche sur la nature et les causes de la richesse des nations », Edition Flammarion, Paris, 1991, p : 140.

⁴ Say J B, « Cours complet d'économie politique pratique », 3^{ème} édition, Bruxelles, 1825, p : 52.

Pour Schumpeter (1935), l'entrepreneur est un agent économique dont la fonction consiste à innover et mettre en place de nouvelles combinaisons des facteurs de la production. D'après l'auteur « *l'entrepreneur est une personne capable de transformer une idée en une innovation réussie* »¹. Selon l'auteur, seuls les individus capables d'innover, qui sont doués d'imagination et font preuve d'initiative et de volonté, méritent l'appellation d'entrepreneurs. Il perçoit l'entrepreneur comme celui qui centralise son énergie et risque son argent pour produire et vendre un nouveau produit, d'une manière différente, en comparaison avec les entreprises en place. Il est, par conséquent, le moteur du progrès technique et du développement économique.

Selon Walras (1976), l'entrepreneur est un agent économique dont le rôle consiste à prendre en bail la terre du propriétaire foncier, les facultés personnelles du travail et le capital du capitaliste, et d'associer dans l'agriculture, l'industrie ou le commerce, les trois services producteurs. Pour l'auteur, l'entrepreneur construit une dynamique entre les différents facteurs de production pour créer de la richesse².

Dans un autre contexte, l'auteur de « la théorie d'inefficience X », Leibenstein (1968), s'intéresse au degré d'inefficience dans l'utilisation des ressources au sein de la firme, soit parce qu'elles sont employées de manière inapproprié, soit parce qu'elles sont gaspillées. Dans ses résultats, il considère la fonction d'entrepreneur comme une réponse créative à l'inefficience X et présente l'entrepreneur comme le moteur de la croissance³.

Dans le même ordre d'idée que Schumpeter, Drucker (1985) définit l'entrepreneur comme la personne qui innove, même par rapport au style de management⁴. En effet, selon l'auteur, les principes de management pratiqué jusqu'en 1970, tels que : l'organisation scientifique du travail, la décentralisation, la planification, etc..., sont devenus insuffisants parce que des besoins nouveaux sont apparus, notamment le besoin d'innovation, le besoin de changement social et la nécessité d'organiser efficacement le travail.

Par ailleurs, Verstraete et Fayolle (2005) présentent l'entrepreneur comme la pierre angulaire de l'activité entrepreneuriale, puisqu'il est l'auteur principal de l'impulsion d'une organisation pouvant créer de la valeur nouvelle pour les parties prenantes.

¹Schumpeter J, « Théorie de l'évolution économique », Edition Dalloz, Paris, 1935, p : 371.

²Walras L, « Eléments d'économie politique pure ou théorie de la richesse sociale », Paris, 1976, p : 195

³Leibenstein H, « Entrepreneurship and development », American Economic Review, vol. 58, n° 2, 1968 p: 76.

⁴Drucker P, « Les entrepreneurs », op-cit, 1985, p : 58.

Ces auteurs précisent que *« l'entrepreneuriat est l'initiative portée par un individu, l'entrepreneur, construisant ou saisissant une opportunité d'affaires, dont le profit n'est pas forcément d'ordre pécuniaire, par l'impulsion d'une organisation pouvant faire naître une ou plusieurs entités, et créant de la valeur nouvelle, pour des parties prenantes auxquelles le projet s'adresse »*¹.

Pour finir, selon le Grand Dictionnaire, l'entrepreneur est défini comme *« une personne, ou groupe de personnes, qui crée, développe et implante une entreprise dont il assume les risques, et qui met en œuvre des moyens financiers, humains et matériels pour en assurer le succès et pour réaliser un profit »*².

A la suite de toutes ces définitions, qui relatent l'évolution de l'activité entrepreneuriale, nous pouvons conclure que l'entrepreneur est un agent économique qui s'engage dans un effort visant à transformer ses idées et innovations en biens économiques.

Cela peut aboutir à de nouvelles organisations en réponse à une opportunité perçue. L'entrepreneur est une personne qui sait identifier, sélectionner et saisir une opportunité pour créer une organisation et l'exploiter. Il contribue, par conséquent, à la création de valeur nouvelle. De ce fait, il agit sur son environnement socio-économique pour un objectif de capitaliser du profit. Ce dernier, n'est pas toujours de niveau économique, il peut être, aussi, de niveau social.

A l'issue de ce présent développement, nous pouvons proposer la définition suivante du concept de l'entrepreneuriat : *« L'entrepreneuriat est un phénomène économique, qui s'inscrit dans une dynamique d'innovation et de prise de risque, à travers lesquelles l'individu « l'entrepreneur » structure des activités et engage des ressources pour créer de la richesse »*

¹Verstrete T, Fayolle A, « Paradigmes et entrepreneuriat », Revue de l'entrepreneuriat, Vol. 4, n° 1, Paris, 2005, p : 42.

²<http://fr.kamerblog.com/2011/05/cest-quoi-lentreprenariat.html>, le 19/04/2015, 19h30.

Section 2 : Les écoles de pensées en entrepreneuriat

Cunningham et Lischeron (1991) classent les divers travaux dans six écoles de pensée, chacune d'entre elles mettant l'accent sur une dimension différente du phénomène entrepreneurial¹, présentées dans ce qui suit :

1.2.1. L'école du surhomme « The Great Person School of Enterprenership »

L'école du surhomme met l'accent sur l'existence d'un sixième sens chez l'entrepreneur, qui lui est indispensable pour entreprendre. D'après cette école, la réussite des grands entrepreneurs revient à leur faculté intuitive. Cette école s'intéresse à voir si l'individu naît entrepreneur, c'est ce qu'on appelle « entrepreneur inné », ou peut-on lui apprendre à devenir entrepreneur.

Pour l'école du surhomme, l'entrepreneur peut, grâce à ses facultés particulières et son sixième sens, réaliser des actions particulières innovantes et créatrices de richesses. L'image de l'individu entrepreneur est généralement celle d'un homme puissant qui a beaucoup de succès et qui est riche. Dans cette école, l'entrepreneur est vu comme « l'élite des affaires » qui a des capacités ou habiletés intuitives pour reconnaître une opportunité d'affaire et prendre les bonnes décisions.

Selon Fayolle (2000) « *De fréquentes biographies d'entrepreneurs soulignent la capacité instinctives de ces hommes hors du commun à reconnaître des opportunités inaccessibles à la majorité d'entre nous et à prendre les bonnes décisions* »². Roscoe (1971) rajoute que la réussite des entrepreneurs est décrite par leurs degrés d'indépendance, le niveau élevé de la vigueur, leur persistance, la confiance en soi et leur propre estime.

1.2.2. L'école des caractéristiques psychologiques particulières « The Psychological Characteristics School Of Entrepreneurship »

L'école des caractéristiques psychologiques particulières se concentre sur les facteurs personnels, ainsi que les valeurs et les attitudes uniques des entrepreneurs.

¹Cunningham J B, Lischeron J, « Defining entrepreneurship », Journal of Small Business Management, Vol 29, N° 1, Janvier 1991, p: 22.

²Fayolle A, « Processus entrepreneurial et recherche en entrepreneuriat : les apports d'une approche perceptuelle et empirique du domaine » AIREPME, CIFPME, 5^{ème} congrès international francophone sur la PME, 25, 26 et 27 octobre 2000, Lille, p : 9

Les auteurs Cunningham et Lischeron (1991) ont décrits trois caractéristiques principales¹ :

- Les valeurs personnelles telles que l'honnêteté, le devoir et la responsabilité.
- La propension à prendre des risques.
- La nécessité de réalisation.

Par ailleurs, Fayolle (2005) résume cette école de pensée en indiquant que l'entrepreneur présente des caractéristiques psychologiques uniques (valeurs, attitudes, besoins) qui le guident dans le processus entrepreneurial. Parmi celles-ci, l'auteur note principalement le besoin de réalisation, d'indépendance, de contrôle interne, de prise de risque, en parallèle avec l'honnêteté, le sens du devoir, la responsabilité et l'éthique². Dans le même ordre d'idée, Verstraete (2000) rajoute l'imagination, la confiance en soi, l'enthousiasme, le plaisir de diriger et de résoudre les problèmes.

D'autres auteurs, mettent l'accent sur des caractéristiques spécifiques, des valeurs, des attitudes et des besoins tels que l'optimisme, l'atypisme, la flexibilité, la persévérance, la tolérance, l'ambiguïté, l'incertitude, la confiance en soi, l'implication à long terme, le lieu de contrôle interne, l'auto efficacité et la prise de risque³.

L'école des caractéristiques psychologiques particulières estime que les valeurs individuelles et personnelles sont les pionnières de la réussite d'un entrepreneur. D'après Cunningham et Lischeron (1991), ces valeurs sont apprises très tôt dans la vie et sont établies avant l'âge adulte. De ce fait, cette école exclue l'apprentissage du métier, car elle estime que ces caractéristiques sont difficiles à inculquer dans les écoles et les universités⁴.

1.2.3. L'école classique « The Classical School of Entrepreneurship »

L'école classique attribue deux fonctions principales à l'entrepreneur à savoir : l'innovation et l'identification des opportunités d'affaires. Elle note que la fonction essentielle de l'entrepreneur est l'innovation et l'introduction de nouvelles combinaisons des moyens de production.

¹Cunningham J B, Lischeron J, « Defining entrepreneurship », op-cit, 1991, p: 34.

²Verstraete T, Fayolle A, « Paradigmes et entrepreneuriat », op-cit, 2005, p : 20.

³Fayolle A et Degeorge J M, « Dynamique entrepreneuriale : le comportement de l'entrepreneur », Edition de Boeck, 1^{er} Edition, Mai 2012, Paris, p : 26.

⁴Cunningham J B, Lischeron J, « Defining entrepreneurship », op-cit, 1991, p: 38.

Selon cette école, l'entrepreneur est considéré comme quelqu'un de créatif et innovateur. De ce fait, contrairement à ce que les précédentes écoles ont avancé, c'est l'individu lui-même qui crée ses opportunités grâce aux fruits de ses recherches¹.

1.2.4. L'école de management « The Management School of Entrepreneurship »

L'école de management présente l'entrepreneur comme des organisateurs de processus de création de richesses économiques. Dans ce contexte, Bruyat (1994) dit que l'entrepreneur est un individu qui perçoit des opportunités et qui crée une organisation pour l'exploiter².

Par ailleurs, cette école met l'accent sur la différence entre l'entrepreneur et l'administrateur. En effet, l'entrepreneur est présenté comme un agent économique à la poursuite des opportunités d'affaires et qui a pour objectif de les réaliser. Par conséquent, le comportement de l'entrepreneur s'oppose à celui d'un simple administrateur³. Cette différence est mise en évidence par cinq dimensions clés, résumés dans le tableau n°1.

Tableau n° 1 : Les comportements de l'entrepreneur et de l'administrateur

Dimensions	Entrepreneur	Administrateur
Orientation stratégique	Stimuler par toute opportunité d'affaire nouvelle.	Guidé, principalement, par le contrôle des ressources.
Délais de réaction par rapport aux opportunités	Extrêmement court et orienté vers l'action	Extrêmement long, en raison de la recherche de la réduction des risques.
Investissement en ressources	Utilisation optimale des ressources dans un cadre de processus visant à minimiser les risques.	Investissement global de l'ensemble des ressources nécessaires.
Contrôle des ressources	Utilisation ponctuelle et flexible des ressources qui ne lui appartient pas.	Pour des raisons de coordination et d'efficacité, il est propriétaire des ressources.
Structure de l'entreprise	Structures horizontales avec de nombreux réseaux informels.	Une structure très hiérarchisée et beaucoup plus bureaucratique.

Source : Fayolle A et Degeorges J M, « Dynamique entrepreneuriale : le comportement de l'entrepreneur », Edition de Boeck, 1^{er} Edition, Mai 2012, Paris, p : 27 et 28.

¹Mouloungui A M, « Processus de transformation des intentions en actions entrepreneuriales », Université Charles de Gaulle, Lille III, 2012, p : 10.

² Bruyat C, « Contributions épistémologiques au domaine de l'entrepreneuriat », Revue française de gestion, n° 101, 1994, p : 90.

³Berreziga A, « L'entrepreneuriat en Algérie : Réalités et Perspectives », Thèse de Doctorat en Sciences de Gestion, Ecole Supérieure de Commerce, Alger, 2014, p : 10.

Le tableau n° 1 met en relief les cinq dimensions de comportement qui oppose l'entrepreneur à l'administrateur à savoir :

✓ L'orientation stratégique de l'entrepreneur est stimulée par toute opportunité d'affaires nouvelles, alors que l'administrateur est guidé par le contrôle des ressources ;

✓ Le délai de réactions par rapport aux opportunités est très court pour l'entrepreneur parce qu'il est orienté vers l'action. Par contre, ce délai est très long pour l'administrateur parce qu'il est en permanence à la recherche d'une réduction des risques ;

✓ L'investissement en ressources est optimal pour l'entrepreneur avec minimisation des risques de gaspillage, alors que l'administrateur utilise l'ensemble des ressources ;

✓ Le contrôle des ressources : L'entrepreneur utilise les ressources d'une manière ponctuelle et flexible des ressources, qui en règle générale, ne lui appartiennent pas, contrairement à l'administrateur ;

✓ La structure de l'entreprise : Dans ce cadre, l'entrepreneur utilise des structures horizontales avec de nombreux réseaux informels, alors que l'administrateur suit une structure hiérarchisée et bureaucratique.

1.2.5. L'école du leader « The Leadership School of Entrepreneurship »

Selon cette école, l'entrepreneur est un leader, il guide et anime des équipes et les conduit pour atteindre les objectifs assignés. L'entrepreneur est plus qu'un manager, c'est un leader capable de définir une vision de ce qui est possible et d'attirer les gens à se rallier autour de cette vision et la transformer en réalité. De plus, il a une capacité à adapter son style aux besoins des personnes, et fait preuve d'efficacité dans le développement et l'encadrement des personnes. Dans l'école du leader, les entrepreneurs ont comme mission la motivation, la direction et la gestion du groupe.

1.2.6. L'école de l'intrapreneur « The Intrapreneur School of Entrepreneurship »

L'intrapreneuriat est défini comme le développement des comportements entrepreneuriaux au sein des organisations, qui peuvent être d'ordre individuel ou collectifs dans un objectif de saisir une opportunité d'affaire, innover, développer ou diversifier leurs activités.

Chapitre 1 : Le positionnement épistémologique du concept de l'entrepreneuriat

Fayolle (1999), souligne que l'intrapreneuriat, en tant que développement d'unités indépendantes pour créer de nouveaux marchés et de nouveaux produits, permet aux entreprises d'innover, de se développer et de diversifier leurs activités dans d'autres domaines. Les compétences entrepreneuriales peuvent, ainsi être utilisées avec profit dans les organisations existantes¹.

Nous pouvons synthétiser l'apport des six écoles de pensées dans le tableau suivant :

Tableau n° 2 : La synthèse des écoles entrepreneuriales

Modèle entrepreneuriale	Finalité	Présuppositions	Comportements et habiletés	Contexte d'application
Ecole du surhomme	L'entrepreneur est intuitif, il a un sixième sens inné.	Sans cette intuition innée, l'entrepreneur serait comme les autres.	Intuition, vigueur, énergie, persistance et estime de soi.	Démarrage
Ecole des traits psychologiques	Les entrepreneurs ont des valeurs, des attitudes et des besoins qui les motivent.	Les personnes agissent en accord avec leurs valeurs. Le comportement résulte de la volonté de combler ses besoins.	Valeurs personnelles, prise de risque, besoin d'accomplissement, etc.	Démarrage
Ecole classique	La principale caractéristique du comportement entrepreneurial est l'innovation	Le cœur de l'entrepreneuriat réside dans le fait d'agir et non seulement celui de posséder.	Innovation, créativité et découverte.	Démarrage et croissance
Ecole de management	Les entrepreneurs sont les gestionnaires, ils organisent, possèdent, gèrent et prennent des risques.	Les entrepreneurs peuvent être formés avec les techniques de gestion.	Production, planification, organisation du personnel, budget.	Croissance et maturité
Ecole de leadership	Les entrepreneurs sont des leaders, ils ont la capacité d'adapter leur style aux besoins des gens	Un entrepreneur ne peut accomplir ses objectifs seul, il dépend des autres	Motiver, diriger et leader	Croissance et maturité
Ecole de l'intrapreneuriat	Les habiletés entrepreneuriales peuvent être utiles dans une organisation	Les organisations ont besoin de s'adapter pour survivre, les activités entrepreneuriales mènent à la création organisationnelle.	Vigilance aux opportunités	Maturité et changement

Source : Tremblay M, « Identification collective d'opportunités entrepreneuriales : Une étude exploratoire », Thèse de doctorat, Université du Québec à Trois-Rivières, Québec, Novembre 2010, p : 31.

¹Fayolle A, « L'enseignement de l'entrepreneuriat dans les universités françaises : analyse de l'existant et propositions pour en faciliter le développement », Editions d'Organisation, France, 1999, p : 15.

Cunningham et Lischeron (1991) précisent que les deux premières catégories expliquent le phénomène entrepreneurial par les caractéristiques des entrepreneurs, et par le fait même s'intéressent à différencier les entrepreneurs de la population en général. Par ailleurs, la troisième catégorie, l'école classique, caractérise l'entrepreneuriat par la reconnaissance d'opportunités et la capacité d'innover. L'école du management et du Leader s'inscrivent davantage dans les comportements d'action et de gestion des entrepreneurs. En effet, les travaux qui se rattachent aux écoles de gestion ou de leadership s'intéressent davantage aux contextes de croissance et de maturité des PME. Finalement la sixième catégorie présentée par les auteurs porte sur l'entrepreneuriat corporatif. Cette école considère que le comportement entrepreneurial n'est pas seulement associé à la création d'entreprise, mais peut aussi être observé dans un milieu organisationnel¹.

¹Cunningham J B, Lischeron J, « Defining entrepreneurship », op-cit, 1991, p: 43.

Section 3 : Les approches de l'entrepreneuriat

Fayolle (2004) a retracé l'évolution du champ de l'entrepreneuriat en faisant ressortir la multidisciplinarité de l'objet d'étude et les différentes notions épistémologiques. Il présente cette évolution sous trois grandes approches de recherche : l'approche des économistes, l'approche par les traits psychologiques et l'approche par le processus¹.

1.3.1. L'approche des économistes

La genèse de l'entrepreneuriat provient du travail des économistes. L'économiste Say (1825) présente l'entrepreneur comme une personne apte à prendre des décisions rationnelles et omniscientes en créant une utilité nouvelle. Il agit en étant parfaitement rationnel et informé d'une manière qui le conduit à maximiser sa satisfaction en minimisant les coûts.

Cependant, Simon (1955), affirme que la rationalité des individus est limitée². Pour appuyer son affirmation, il met en relief trois raisons essentielles pour lesquelles il est impossible d'atteindre l'optimum préconisé par les économistes classiques :

- ✓ L'incertitude et l'information imparfaite ;
- ✓ Les limites des capacités cognitives des individus, qui ne leur permettent pas de trouver l'ensemble des alternatives possibles à une décision donnée et d'en évaluer toutes les conséquences.
- ✓ Les situations d'interdépendance qui obligent chaque individu à émettre des conjectures sur les conséquences de ses actes sur les actions des autres et sur l'organisation.

Par ailleurs, Cantillon (1755) se concentre sur le rôle spécifique de l'entrepreneur dans la dynamique économique. Dans ces travaux, l'entrepreneur est montré comme un individu qui prend des risques, afin de mener une affaire à son propre compte selon une finalité économique. De ce fait, il est confronté à une incertitude. Dans le même ordre d'idées, Schumpeter (1935) voit l'entrepreneur comme un innovateur. L'innovation portée par les entrepreneurs est la force motrice de la croissance économique sur le long terme, même si cela implique une destruction de valeur pour les entreprises établies qui jouissent d'une position dominante.

¹Fayolle A, « A la recherche du cœur de l'entrepreneuriat: Vers une nouvelle vision du domaine », Revue Internationale PME, numéro 17(1), 2004, p : 101-121.

² Simon H, « A behavioral model of rational choice », Quaterly Journal of Economics, n°69, Etats-Unis, 1955, p:100.

Cette « destruction créatrice » désigne le processus de disparition de secteurs d'activités conjointement à la création de nouvelles activités économiques¹.

Les économistes Hayek et Kirzner (1979), affirment que l'opportunité est au cœur de l'entrepreneuriat. Selon ces économistes, l'opportunité vient d'un dysfonctionnement sur un marché ou sur une industrie². Une opportunité est une imperfection du marché ou un déséquilibre économique qui peuvent être exploités par un entrepreneur en ramenant le marché à un état d'équilibre. Ainsi, lorsque l'entrepreneur est vigilant, il peut découvrir de nouvelles opportunités.

Comme le résume Fayolle (2005), les économistes ont permis d'illustrer deux grands types d'entrepreneurs : l'entrepreneur organisateur d'activités économiques et l'entrepreneur innovateur, ainsi que quatre rôles fondamentaux : Preneur de risque, innovateur, chercheur d'opportunité et coordinateur de ressources limitées³.

1.3.2. L'approche par les traits psychologiques

Au-delà de l'approche des économistes, l'étude de l'entrepreneuriat s'est développée à travers la recherche sur les caractéristiques psychologiques de l'entrepreneur. Ainsi, l'entrepreneur a un profil différent du reste de la population, donc l'étude de ses propres caractéristiques permettrait de mieux connaître l'entrepreneur pour pouvoir prédire plus précisément l'acte d'entreprendre⁴.

L'approche par les traits psychologiques, appelée aussi descriptive, décrit les entrepreneurs à travers leurs caractéristiques personnelles, leurs motivations, leurs historiques, notamment l'appartenance sociale, le parcours professionnels, l'entourage et l'environnement. De plus, cette approche s'intéresse sur l'identification des traits spécifiques de l'entrepreneur. Autrement dit, leur valeurs tels que l'éthique, la responsabilité, etc., leurs attitudes comme la prise de risque, l'autonomie, etc..., et leurs besoins comme l'autonomie et l'accomplissement.

¹ Schumpeter J, « Théorie de l'évolution économique », op-cit, 1935, p : 360.

² Kirzner I, « Perception, Opportunity and Profit: Studies in The Theory of Entrepreneurship », University of Chicago Press, Chicago, 1979, p : 34.

³ Verstrete T, Fayolle A, « Paradigmes et entrepreneuriat », op-cit, 2005, p : 50.

⁴ Degeorge J M, « Le déclenchement du processus de création ou de reprise d'entreprise : Le cas des ingénieurs français », Thèse de doctorat en sciences de gestion, Université Jean Moulin Lyon III, Ecole Doctorale MIF (Management-Information-Finance), Novembre 2007, p : 43.

D'après Fayolle (2005), « *l'approche centrée sur l'étude des individus, cherche peut-être un profil type d'entrepreneur qu'il serait possible d'identifier par une caractéristique principale ou un ensemble de traits* »¹. L'auteur McClelland (1965), est l'un des premiers chercheurs incarnant cette approche psycho-sociologique. Il définit différentes caractéristiques significatives de la personnalité de l'entrepreneur. Cependant, il relève deux principales, qui sont un besoin élevé d'accomplissement et une forte confiance en eux².

De son côté, Belley (1990) a recensé les travaux réalisés par les nombreuses recherches sur la personnalité de l'entrepreneur³, pour résumer trois principales caractéristiques :

✓ Le besoin d'accomplissement: les entrepreneurs manifestent un fort besoin d'accomplissement. Ainsi, ils préfèrent être responsables de la solution des problèmes, établir leurs propres objectifs et les atteindre par leurs seuls efforts.

✓ L'internalité du lieu de contrôle : il s'agit de la perception qu'a un individu de pouvoir contrôler ce qui lui arrive. Cette perception pousse l'individu à agir.

✓ La propension à prendre des risques : les risques peuvent être d'ordre financier, professionnel, familial, psychique.

Par ailleurs, d'autres travaux cherchent à comprendre si l'entrepreneur nait entrepreneur ou bien il construit sa personnalité d'entrepreneur à travers l'influence de son environnement et de son expérience vécue. Les chercheurs, de l'école du surhomme, déclarent que l'entrepreneur né avec un sixième sens, est conduit à entreprendre. Il possède une intuition innée, hors du commun qui lui permet de prendre les bonnes décisions. De ce fait, les entrepreneurs sont décrits comme étant des êtres exceptionnels. Mais, de nombreuses études récentes réfutent cette hypothèse. En effet, l'entrepreneur se rapporte, désormais, à un comportement qui s'apprend et se construit au cours du temps, grâce à l'enseignement et la formation⁴.

¹Fayolle A, « Introduction à l'entrepreneuriat », Edition Dunod, Paris, 2005, p : 12

²McClelland D C, « Achievement and entrepreneurship: A longitudinal study », Journal of Personality and Social Psychology, vol. 1, 1965, p: 392.

³Belley A, « Les milieux incubateurs de l'entrepreneurship », Fondation de l'entrepreneurship, 2^{ème} Edition Québec Canada, 1990, p : 30.

⁴Berreziga A, « L'entrepreneuriat en Algérie : Réalités et Perspectives », op-cit. 2014,p : 99.

D'autres travaux avancent que l'attrance pour l'entrepreneuriat, ainsi que le caractère entrepreneurial, provient du milieu familial, d'expériences professionnelles vécues et de l'environnement :

✓ Le milieu familial : Les individus ayant des proches entrepreneurs s'orientent beaucoup plus vers la création d'entreprise que le reste de la population.

✓ Le parcours éducatif : L'intention entrepreneuriale des jeunes diplômés est inversement proportionnelle à la notoriété du diplôme obtenu. Pourtant, les entreprises de croissance sont créées et dirigées par des entrepreneurs d'un haut niveau d'éducation.

✓ Les expériences professionnelles : Elles favorisent tout d'abord l'acquisition de compétences et sont également une source d'idées nouvelles.

✓ L'environnement : Le processus entrepreneurial est influencé par le contexte dans lequel il se déroule ou prend naissance. Ce contexte est formé par les perceptions de l'individu, et par l'environnement (technologique, économique et social, etc...) et son évolution.

Dans le contexte, à l'université de Laval au Canada, Gasse (2011) a mené une étude sur 2000 entrepreneurs afin d'identifier leurs principales caractéristiques. Il décrit les traits en les classant en trois catégories : les motivations (la réussite, l'autonomie, la réputation et la reconnaissance), les aptitudes (la confiance en soi, l'enthousiasme, la persévérance, le flair et la créativité), les attitudes (l'orientation vers l'action, la nécessité de prendre des risques et la croyance de pouvoir influencer les événements). Le tableau n° 3 résume les principales motivations, aptitudes, attitudes et antécédents des entrepreneurs.

Tableau n° 3 : Les principaux attributs de l'entrepreneur

Caractéristiques	Attributs
Motivations	Autonomie, Besoin d'accomplissement Relever des défis, Atteindre des objectifs Passion pour l'innovation, pour une technologie, une activité, etc... Motivations financières
Aptitudes	Tolérance à l'incertitude, Prise de risque Confiance en soi Internalité du lieu de contrôle Capacité d'adaptation, Grande capacité de travail
Attitudes	Ouverture au changement Acceptation des risques Être axé sur l'efficacité Volonté de prendre des initiatives Goût des responsabilités
Antécédents	Etudiant ; Culture familiale ; Expérience professionnelle.

Source : DeGeorge J M *et al.*, « 100 fiches sur l'entrepreneuriat », Edition Bréal, Paris, 2010, p : 18.

L'approche par les traits, a longtemps divisé la communauté scientifique. En effet, malgré les nombreuses études empiriques, il n'apparaît pas possible d'identifier un profil type d'entrepreneur. L'entrepreneuriat est un objet complexe, de ce fait, les caractéristiques psychologiques ou sociologiques ne permettent pas à elles seules d'expliquer le phénomène entrepreneurial. Pour cette raison, une nouvelle école de pensée est apparue au début des années 80, qui étudie l'entrepreneuriat en tant que processus et se centre sur ce que fait l'entrepreneur. Cette approche ne s'intéresse pas à « *Qui fait ?* », mais plutôt à « *Comment il fait ?* »¹.

1.3.3. L'approche par le processus

Gartner (1985) est le premier auteur à remettre en cause l'approche par les traits avec un article intitulé : « *Who is an entrepreneur ? Is the wrong question* »². En tant qu'alternative possible à l'approche par les traits, le processus permet, d'une certaine façon, de prendre davantage en compte les actes et les activités, en s'intéressant à la question du « comment ? ». En effet, Fillion (1997) déclare : « *la fin des années quatre-vingt a connu une remise en cause des théorisations traditionnelles de l'entrepreneuriat en présentant le phénomène entrepreneurial comme un processus* »³. Coster (2011) précise que « *l'axe central du phénomène est le processus créatif qui mouvemente et structure la dynamique homme/projet pour l'entraîner vers une configuration entrepreneuriale susceptible d'exploiter avec succès l'opportunité visée* »⁴.

Dans une autre perspective, selon les travaux de Kirzner (1979), le champ de l'entrepreneuriat est défini comme le domaine de recherche qui permet de comprendre comment les opportunités prennent naissance et comment les futurs produits ou services sont découverts, créés, exploités, par qui et avec quelles conséquences. Par ailleurs, le processus entrepreneurial est fortement lié au processus d'innovation dont l'entrepreneur est l'acteur principal. En effet, l'innovation est portée par l'entrepreneur, il en est le premier initiateur.

¹DeGeorge J M, « Le déclenchement du processus de création ou de reprise d'entreprise : Le cas des ingénieurs français », Thèse de doctorat en sciences de gestion, Université Jean Moulin Lyon III, Ecole Doctorale MIF (Management-Information-Finance), Novembre 2007, p : 44.

²Idem, p : 45.

³Fillion L J, « Le champ de l'entrepreneuriat : historique, évolution, tendances », Revue Internationale P.M.E, vol 10, n° 2, France, 1997, p : 138.

⁴Coster M, « Entrepreneuriat », Edition Pearson Education, Paris, 2011, p : 20.

Selon Shumpeter (1935), l'entrepreneur crée, prend des initiatives et invente des rapprochements nouveaux liés au procédé de fabrication, des innovations de produit, des innovations organisationnelles, des innovations de marché et des innovations dans les sources d'approvisionnement.

L'étude de l'entrepreneuriat revient, aussi, à étudier la naissance de nouvelles organisations, c'est-à-dire les activités permettant à un individu de créer une nouvelle entité. L'entrepreneuriat ne se réfère donc pas, uniquement à un comportement, mais plutôt à un processus et un ensemble d'actions qui se déploie au fil du temps. Le processus entrepreneurial peut être alors vu comme une succession d'étapes que l'entrepreneur subit à travers le cycle de création d'une organisation.

D'après Coster (2011), le processus entrepreneurial est accompagné de trois principales transformations qui touchent l'individu jusqu'à la création d'une organisation. La première transformation concerne le porteur de projet qui, à travers l'influence de sa personnalité et de son environnement, se transforme en entrepreneur. Ensuite, une prise de conscience fait surface et apparaît la volonté de se voir entrepreneur. A cette issue, l'entrepreneur transforme son idée en une opportunité d'affaire rentable qu'il va valoriser à travers un business plan dans une dynamique et logique économiques, en identifiant les facteurs clés de succès de sa future entreprise et en la valorisant dans le marché. La troisième, et dernière transformation se déroule dans une dynamique de l'action collective où commence la phase de la planification avec un groupe d'hommes et la mise en œuvre pour aboutir à une organisation entrepreneuriale.

Par ailleurs, Gartner (1990) décrit le phénomène entrepreneurial à travers un processus composé de plusieurs étapes : environnementale, individuelle, processuelle et organisationnelle. A cet effet, l'entrepreneur détecte une opportunité dans son environnement, il prend conscience de sa volonté entrepreneuriale et il entre ensuite dans une dynamique de création d'entreprise à travers un processus de création d'entreprise avec pour principal objectif la création de la valeur. L'approche centrée sur le processus entrepreneurial tente de répondre aux questions suivantes¹ :

✓ Qu'est ce qui permet de percevoir les opportunités d'une manière efficace et performante ?

¹Degeorge J M, Hounounou A *et al.*, « 100 fiches sur l'entrepreneuriat », op-cit, 2010, p : 20.

- ✓ Quelles sont les tâches clés pour créer avec succès de nouvelles organisations ?
- ✓ Dans quelles mesures ces tâches sont-elles différentes de celles mises en œuvre pour diriger avec succès ?
- ✓ Quelles sont les contributions spécifiques de l'entrepreneur à ce processus ?

Le premier type d'approches, celui des économistes, s'intéresse d'abord et avant tout au rôle des entrepreneurs dans l'économie. Le deuxième type s'attarde aux caractéristiques personnelles des entrepreneurs, confirmés ou potentiels, en supposant au départ que les entrepreneurs sont différents des non-entrepreneurs. Finalement, les approches sur les processus, remontant au début des années quatre-vingt-dix, s'intéressent au processus de création d'entreprises/d'activités entrepreneuriales. Une grande partie des travaux actuels en entrepreneuriat s'inscrivent dans cette catégorie.

Conclusion

Le sens de l'activité entrepreneuriale a connu une évolution en parallèle aux mutations de la structure économique mondiale. Effectivement, l'entrepreneuriat est un concept économique complexe qui ne se limite pas à la simple création d'entreprise, puisque son champ d'intervention est beaucoup plus large et affecte des dimensions économiques et sociales.

A travers le développement du présent chapitre, nous pouvons, donc, infirmer notre première hypothèse. En effet, la littérature relative à l'entrepreneuriat a permis son positionnement épistémologique à travers ses définitions, ses écoles, et ses approches, à savoir : l'approche des économistes, l'approche par les traits psychologique et l'approche par le processus. Cependant, les paradigmes, ainsi que la trilogie de l'entrepreneuriat, nous donne une vision encore plus complète du concept de l'entrepreneuriat, que nous développons dans le deuxième chapitre.

Chapitre 2

L'entrepreneuriat

Le moteur de la dynamique économique

Introduction

Durant la dernière décennie, l'entrepreneuriat est considéré comme un déterminant majeur des performances économiques, notamment des progrès innovants, et son importance n'est plus à démontrer. En effet, encourageant le processus d'innovation, la capacité des entreprises nouvellement créées à générer de la richesse, explique tout l'intérêt qu'elles suscitent.

Du fait de l'importance de ce domaine, nous développons le présent chapitre autour d'une revue de la littérature des principaux concepts entrepreneuriaux. A cet effet, nous avons scindé ce chapitre en trois sections. Dans la première, nous exposons les paradigmes de l'entrepreneuriat. La deuxième section met en relief, la trilogie de l'entrepreneuriat. Enfin, la troisième section est dédiée aux apports de l'entrepreneuriat à l'économie et à la société.

Section 1 : Les paradigmes de l'entrepreneuriat

L'étymologie du mot *paradigme* tient son origine du mot grec ancien *paradeigma* qui signifie «modèle» ou « exemple ». Dans le cas des sciences sociales, la notion de paradigme est une vision du monde pour « *décrire l'ensemble d'expériences, de croyances et de valeurs qui influencent la façon dont un individu et/ou un ensemble d'individu perçoit la réalité et réagit à cette perception* »¹. Dans cette perspective, Khun (1962), dans son ouvrage intitulé «The structure of scientific revolutions», définit le paradigme scientifique comme « *l'ensemble de convictions partagées par le groupe scientifique considéré à un moment donné de l'histoire ; convictions que le groupe défend contre toute menace et toute atteinte par le rejet de tout élément théorique hétérogène* ». De même, il ajoute que : «*les paradigmes fournissent une loi, une théorie, une application et un dispositif expérimental, bref un modèle qui donne naissance à des traditions particulières et cohérentes de recherche scientifique* »².

L'entrepreneuriat est un phénomène complexe, par conséquent, il est nécessaire de faire recours à une lecture multi-paradigmatique tout en montrant la complémentarité entre ces paradigmes qui charpentent le champ de l'entrepreneuriat³. Dans le contexte de l'entrepreneuriat, les paradigmes sont l'ensemble des règles admises comme des « normes » par la communauté des chercheurs en entrepreneuriat, à un moment donné pour délimiter et problématiser les « faits » qu'elle juge dignes d'étude. A cet effet, toute la communauté des chercheurs en entrepreneuriat, quelques soit l'intérêt, adoptent des paradigmes unanimes qui traduisent leur perception du monde. Dans ce contexte, Verstraete et Fayolle (2005) ont proposé les quatre paradigmes dominants pour la recherche en entrepreneuriat⁴, à savoir :

- ❖ Le paradigme de l'opportunité d'affaires
- ❖ Le paradigme de la création d'organisation
- ❖ Le paradigme de la création de valeur
- ❖ Le paradigme de l'innovation

La figure n°1 illustre le lien entre les différents paradigmes.

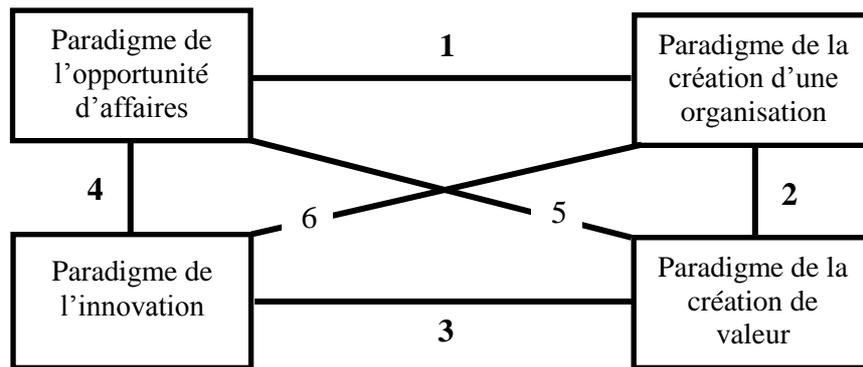
¹ Jaziri R, « Une vision renouvelée des paradigmes de l'entrepreneuriat : Vers une reconfiguration de la recherche en entrepreneuriat », Colloque International sur : «Entrepreneuriat et Entreprise : nouveaux enjeux et nouveaux défis», Gafsa, Tunisie, Avril 2009, p : 3.

² Kuhn T S, «The structure of scientific revolutions », University of Chicago Press, USA, 1962, p : 15.

³Verstraete T : « Entrepreneuriat : connaître l'entrepreneur, comprendre ses actes», Editions Harmattan, Collection Economie et Innovation, Paris, 1999, p : 207.

⁴Verstraete T, Fayolle A, « Paradigmes et entrepreneuriat », op-cit, 2005, p : 35.

Figure n°1 : La représentation des quatre paradigmes de l'entrepreneuriat et de leurs liens



Source : Verstraete T, Fayolle A, « Paradigmes et entrepreneuriat », *Revue de l'entrepreneuriat*, Vol. 4, n° 1, Paris, 2005, p : 44.

Verstraete et Fayolle (2005), mettent en évidence six liens¹, pouvant être résumés de la façon suivante :

- ❖ **Lien 1 :** Pour exploiter une opportunité d'affaires, il convient, d'une façon ou d'une autre de s'organiser. Les ressources diverses se cristallisent en une organisation.
- ❖ **Lien 2 :** L'organisation ne peut exister durablement sans fournir à ses parties prenantes, la valeur qu'elles attendent et dont elle tire les ressources nécessaires à son fonctionnement.
- ❖ **Lien 3 :** Lorsque la valeur apportée est importante, une innovation en est souvent à l'origine, qu'elle soit organisationnelle, technique ou commerciale.
- ❖ **Lien 4 :** Une innovation peut correspondre à la construction d'une opportunité mise sur le marché, à la fourniture d'un nouveau produit ou service, à l'apparition d'une organisation nouvelle au sein du marché ou du secteur.
- ❖ **Lien 5 :** Toute exploitation d'une innovation, à l'instar d'une opportunité, appelle une organisation et l'existence de celle-ci favorise les interactions créatives nécessaires à l'innovation.
- ❖ **Lien 6 :** Une opportunité n'est exploitée que si elle est perçue comme susceptible de dégager de la valeur au moins pour celui qui l'a identifiée.

¹Verstraete T, Fayolle A, « Paradigmes et entrepreneuriat », op-cit, 2005, p : 44.

Dans une autre recherche plus affinée, Paturel (2007) avance sept paradigmes qui se résument dans ses propos suivants : « *Ne pourrait-on pas avancer que l'entrepreneuriat est, à partir d'une idée, l'exploitation d'une opportunité dans le cadre d'une organisation impulsée, créée de toute pièce ou reprise dans un premier temps, puis développée ensuite, par une personne physique seule ou en équipe qui subit un changement important dans sa vie, selon un processus qui aboutit à la création d'une valeur nouvelle ou à l'économie de gaspillage de valeur existante ?* »¹. Aussi, nous nous intéressons sur l'ensemble des sept paradigmes présentés par Paturel (2007) et qui nous semblent dignes d'intérêt pour la recherche en entrepreneuriat, à savoir :

- ❖ Le paradigme des traits individuels
- ❖ Le paradigme des faits entrepreneuriaux
- ❖ Le paradigme de l'impulsion d'une organisation
- ❖ Le paradigme de l'opportunité d'affaires
- ❖ Le paradigme du processus entrepreneurial
- ❖ Le paradigme de l'innovation
- ❖ Le paradigme de la création de la valeur nouvelle

2.1.1. Le paradigme des traits individuels

Selon le paradigme des traits individuels, Menzies *et al* (2002) synthétise les résultats de plusieurs études² qui confirment l'importance de la dynamique psychosociologique dans la création des nouvelles entreprises. En effet, ces auteurs s'entendent pour affirmer que les entrepreneurs font preuve habituellement de beaucoup de motivation et de persévérance dans leurs efforts. En effet, l'entrepreneur qui réussit à lancer une entreprise, démontre un haut niveau de détermination et de constance dans la solution des divers problèmes et des difficultés rencontrées. Aussi, par l'acte de création d'entreprise, le paradigme des traits individuel met l'accent sur le fait que l'individu est à la recherche de l'autonomie et l'indépendance et veut devenir son propre patron et prend des initiatives dans ce sens.

¹Paturel R, « Grandeurs et servitudes de l'entrepreneuriat », Editorial du n° spécial de la Revue Internationale de Psychosociologie consacré aux Représentations entrepreneuriales, Volume XIII, n° 31, Paris, 2007, p : 27-43.

²Menzies T *et al*, « Nascent Entrepreneurs in Canada An Empirical Study », Paper presented at the ICSB 47th World Conference, San Juan, Puerto Rico, June 2002, p : 1-10

D'autres recherches insistent sur l'effet de l'âge et de l'expérience antérieure de l'entrepreneur, qui entrent également en jeu au moment du démarrage de l'entreprise¹. De même, le niveau d'instruction fait partie des traits individuels retenus par les chercheurs en entrepreneuriat. En effet, Gasse et D'Amours (2000) confirment que le niveau d'instruction des entrepreneurs est plus élevé que celui de l'ensemble de la population². De plus, au sens de ce paradigme, il apparaît que les entrepreneurs proviennent le plus souvent de familles où les parents ou autres personnes proches sont eux-mêmes dans les affaires, par conséquent, ils les considèrent comme des modèles à imiter, sans oublier l'importance de l'influence de l'environnement immédiat quant au développement de l'action entrepreneuriale³.

Toutefois le paradigme des traits individuels a montré plusieurs limites. En effet, selon Danjou (2002), ce paradigme n'a pas pu établir un « *Profil Robot* » de l'entrepreneur et les résultats des recherches empiriques allant dans ce sens, sont entachés d'ambiguïté, voire même contradictoires et par conséquent peu concluants⁴.

2.1.2. Le paradigme des faits entrepreneuriaux

Le paradigme des faits entrepreneuriaux consiste à évaluer les compétences de l'entrepreneur par l'initiative que celui-ci prend dans ses démarches et par le retour des travaux effectués. Il s'agit de focaliser l'attention sur les compétences de l'individu et sa capacité psychologique et comportementale à atteindre ses objectifs validant son identité d'entrepreneur⁵.

Cette conception s'apparente énormément aux courants classiques de management. En effet, c'est le cas des auteurs comme Fayol(1917), Leibenstein (1968), Knight (1985) ou Williamson (1994), pour lesquels l'entrepreneur apparaisse comme une personne qui répond au management des organisations cherchant à optimiser des ressources humaines et financières et ce, dans le souci d'atteindre un objectif.

¹Reynolds P *et al*, « Exploring Start-Up Event Sequences », *Journal of Business Venturing* », Volume 11, N°3, United Kingdom, 1996, p. 151-166

²Gasse Y, D'Amours A, « Profession: Entrepreneur ». Les Éditions Transcontinentales, Montréal, Canada, 2000, p : 20-26

³Idem.

⁴Danjou I, « L'entrepreneuriat », *Revue française de gestion*, n°138, France, 2002, p : 4-5

⁵Toutain O, « L'Ingénierie Combinatoire Des Ressources : Une modélisation des compétences pour contribuer à la compréhension du pilotage des processus entrepreneuriaux », 5^{ème} congrès de l'Académie de l'Entrepreneuriat, Sherbrooke, 2007, p : 1-4.

En effet, il s'agit d'un individu à la recherche d'une situation optimale dans sa décision d'investissement. Donc, le rôle fondamental de l'entrepreneur sera la mise en place d'une nouvelle structure selon une démarche qui laisse révéler ses qualités d'innovateur, d'organisateur et de stratège.

2.1.3. Le paradigme de l'impulsion d'une organisation

Le premier courant, initié par Gartner (1985), défend l'idée que l'entrepreneuriat est la création d'une nouvelle organisation. Dans cette perspective, étudier l'entrepreneuriat revient à étudier la naissance de nouvelles organisations, c'est-à-dire les activités permettant à un individu de créer une nouvelle entité juridique indépendante. Ce paradigme a incité certains chercheurs à considérer l'organisation, à la fois, comme un moyen et comme le résultat du processus entrepreneurial.

2.1.4. Le paradigme de l'opportunité d'affaires

Le paradigme de l'opportunité d'affaire tient son origine du marketing, en vue de répondre à des besoins non encore satisfaits sur le marché. Il convient de souligner que, l'opportunité entrepreneuriale doit être distinguée des autres opportunités de profit. En effet, loin de chercher une optimisation de la relation moyens-fins, l'opportunité entrepreneuriale apparaît plutôt comme une utilisation plus efficace des ressources disponibles.

Sous cet angle, Eckhardt et Shane (2003) soulignent « *les décisions entrepreneuriales induisent la création ou l'identification de nouvelles relations entre les moyens et les fins non détectées ou non utilisées par les acteurs du marché* ».

2.1.5. Le paradigme du processus entrepreneurial

Le paradigme de processus consiste à décrire et d'analyser les différentes étapes de la création d'une nouvelle entreprise ou de la reprise d'une entité existante. En effet, la démarche processuelle a pour objet d'analyser, dans une perspective temporelle et contingente, les variables personnelles et environnementales qui favorisent l'esprit d'entreprise, les actes et les comportements entrepreneuriaux.

Selon Shane (2003), cette approche cherche à analyser et à expliquer les phases complexes et dynamiques de l'activité entrepreneuriale, qui vont de la génération de l'idée, en passant par la création de l'entreprise et son développement dans le temps, en tant que résultat de l'interaction de différentes variables, notamment les aspects socio-contextuels et les

aspects personnels¹. D'autres auteurs soulignent que les modèles élaborés dans le contexte du paradigme de processus, fournissent des bases pour l'analyse du travail de l'entrepreneur. Ainsi, ils mettent en évidence les facteurs et les conditions de succès du choix entrepreneurial².

2.1.6. Le paradigme de l'innovation

Ce paradigme est le plus ancien et doit son essence à l'économiste Joseph Schumpeter. Au sens de Schumpeter (1987), l'entrepreneur a un rôle particulier et indispensable dans l'évolution du système économique libéral. Il est très souvent à l'origine des innovations de rupture, il crée des entreprises, des emplois et participe au renouvellement et à la restructuration du tissu économique.

L'entrepreneur est l'innovateur qui engendre « la destruction créatrice » qui est la résultante de nouveaux produits qui se lancent sur les marchés et qui remplacent les anciens. Ainsi, la destruction créatrice est à l'origine du dynamisme industriel et de la croissance à long terme. Dans cette approche, l'innovation correspond aux nouveaux produits, à de nouvelles méthodes de production ou d'organisation, aux nouveaux marchés, à de nouvelles sources d'approvisionnement et/ou de nouvelles structures du marché.

2.1.7. Le paradigme de la création de valeur nouvelle

Le paradigme de la création de valeur constitue une extension de paradigme de l'innovation adaptée au champ de l'entrepreneuriat. Selon Paturel (2007), les deux pratiques de l'entrepreneuriat étant la création et la reprise, l'innovation peut intervenir dans le cadre de chacune de ces modalités, afin de créer de la valeur nouvelle ou bien d'économiser de la disparition ou du gaspillage de valeur déjà présente. Ainsi, le fait de créer de la valeur nouvelle pose le problème de l'intensité de cette nouveauté. En effet, selon Deschamps et Paturel (2005) une innovation de rupture déclenchera, a priori, plus de valeur nouvelle que l'innovation mise en œuvre au sein d'une reprise d'organisation relativement saine ou avec des germes de difficulté.

¹Shane S, « A general theory of entrepreneurship: the individual-opportunity nexus », Edward Elgar Publishing, UK, 2003.

²Mouloungui A M, « Processus de transformation des intentions en actions entrepreneuriales », Thèse de doctorat, Université Charles de Gaulle, Lille III, 2012, p : 33.

Section 2 : La trilogie de l'entrepreneuriat

Il est reconnu que l'entrepreneuriat est, tout d'abord, une pratique, qui s'est développé en un domaine de recherche, et enfin une matière d'enseignement. Ces trois niveaux, qui sont la pratique, la recherche et l'enseignement, sont intimement liés. Les enseignements découlent de la pratique d'individus entreprenant, que le chercheur vise à comprendre leurs pensées et leurs actions pour, ensuite, décliner en exercice pédagogique les connaissances apportées. En référence, nous développerons, dans ce qui suit, les trois niveaux du domaine de l'entrepreneuriat.

2.2.1. L'entrepreneuriat « un domaine de pratique »

L'entrepreneuriat est une discipline jeune, née aux Etats-Unis. Historiquement, les chocs pétroliers avaient fait resurgir l'idée que « *Small is Beautiful* ». En effet, au-delà de la grande entreprise, il existe d'autres possibilités de développement de l'activité économique.

A la base, l'entrepreneuriat est vu comme un métier qui fait appel à un ensemble de caractéristiques intrinsèques spécifiques à la personne, à des connaissances, des apprentissages et des compétences. L'entrepreneur est un agent économique, qui innove, exploite une opportunité d'affaire, crée de la valeur et surtout crée son entreprise. C'est un individu qui prend des risques au détriment de ses ressources propres pour réaliser ses objectifs. Il est de ce fait, présenté comme un homme exceptionnel, un surdoué inné.

A la différence du manager, qui pilote la gestion de ressources d'une manière efficiente, l'entrepreneur est celui qui construit le projet sans disposer nécessairement des ressources requises. Ce qui qualifie l'entrepreneur, c'est son idée, sa perception de l'opportunité d'affaires et sa capacité à ouvrir un marché qui permet de créer de la valeur. L'entrepreneuriat consiste à protéger cette acquisition de valeur, et à apprendre du management pour construire l'organisation et ses procédures¹.

Le tableau n° 4 récapitule les caractéristiques des entrepreneurs, des intrapreneurs et des managers.

¹Messeghem K, « L'entrepreneuriat d'une pratique à un enseignement », Les cahiers du Management, France, Août 2012, p : 1.

Tableau n° 4 : L'entrepreneur, l'intrapreneur et le manager

Dimensions clés	Entrepreneur	Intrapreneur	Manager
Aspiration	Pouvoir de maîtrise de son destin	Pouvoir comme désir de liberté créatrice	Pouvoir hiérarchique (Pouvoir de faire faire)
Symboles identitaires	Titre et statut de propriétaire	Signes d'indépendance reconnue	Statut
Récompense / Marque de réussite	Possibilité d'enrichissement fort (mode capitalistique)	Surcroît de liberté de faire	Promotion
Rapport au système organisationnel	Pleins pouvoirs car créateur du système	Utiliser les règles du système pour faire réussir un projet initialement hors-jeu	Utiliser les règles du système pour réussir sa carrière (promotion)
Nature de l'activité	Créer de nouvelles activités et organisations ex-nihilo	Créer de nouvelles activités Business développé innovant	Faire vivre des processus existants Gestionnaire d'activités existantes
Mode de fonctionnement	Fonctionnement dominant à l'intuition en créant son propre langage	Fonctionnement dominant à l'intuition mais capacité de traduction dans le langage de l'organisation mère	Planification : recours aux outils de gestion (études, processus éprouvés, procédures, etc.)
Accès aux ressources	Limité mais grande liberté pour contracter avec n'importe quel acteur	Recherche de sources de financement indirectes ; pratique du troc et bricolage (boost rapping)	Inscrit dans la démarche budgétaire

Source : Basso O, « Peut-on manager les Intrapreneurs ? », *Revue française de gestion*, n° 168-169, 2006, p : 228.

Pendant longtemps, l'entrepreneuriat était considéré comme une pratique qui s'apprend sur le terrain, et réservé aux hommes d'exception avec des compétences innées. Ce n'est que depuis les récentes années que l'entrepreneuriat est considéré comme un métier qui s'apprend dans les universités, après les différentes recherches qui se sont intéressées à l'analyse du concept de l'entrepreneuriat.

L'exemple le plus frappant du domaine de la pratique de l'entrepreneuriat, est celui de la Silicon Valley aux Etats-Unis. Emblème de la haute technologie, la Silicon Valley représente la réussite entrepreneuriale à l'américaine. La vallée californienne de Santa Clara est passée en quelques décennies d'une vallée connue pour ses vergers et ses vignes, à la vallée du silicium, matériau de base des composants électroniques, symbole des industries de l'électronique et de l'informatique. L'histoire de la création de la Silicon Valley revient au professeur Fred Termann, qui en est l'homme visionnaire. Il est à l'origine de l'écosystème qui contribua pour beaucoup à la culture entrepreneuriale de la vallée et qui fonctionne encore aujourd'hui.

En effet, le professeur Terman était lassé de voir ses élèves s'exiler sur la côte Est pour trouver du travail. De ce fait, il engagea de nombreuses relations avec les entreprises et créa le Stanford Research Institute pour répondre aux demandes de recherche de l'Etat fédéral, tout en ouvrant les cours aux salariés des entreprises. Les inventeurs des entreprises sont invités à enseigner et les étudiants sont stimulés pour créer de nouvelles compagnies.

C'est ainsi que les jeunes William Hewlett et David Packard fondèrent leur compagnie en 1938. Aujourd'hui, Hewlett-Packard emploie 150 000 personnes à travers le monde pour un chiffre d'affaires de 120 milliards de dollars¹. Les exemples similaires sont multiples, c'est le cas d'Apple, Microsoft, Google, Yahoo, Facebook, etc...

2.2.2. L'entrepreneuriat « un domaine de recherche »

Depuis quelques décennies, l'entrepreneuriat est considéré comme un champ de recherche fertile dont les méthodes et les concepts ne cessent de se développer². Les travaux de recherche en entrepreneuriat ne sont plus anecdotiques. En effet, ceux qui sont d'ampleur doctorale, se sont multipliés et leur contribution à la légitimation du domaine est essentielle³. La recherche en entrepreneuriat est en phase de croissance, comme le souligne Degeorge (2010) « *l'entrepreneuriat est un domaine de recherche assez récent ou il reste beaucoup à découvrir* »⁴.

Dans un essai de définition du concept de l'entrepreneuriat, Gartner (1990) a recensé quarante-quatre définitions (voir annexe 1), à partir d'une étude auprès des hommes politiques, de chercheurs et de chefs d'entreprise de grande renommée⁵. Ainsi, il a dégagé les thèmes suivants pour son approche conceptuelle de l'entrepreneuriat : la présence d'un entrepreneur, l'innovation, la création d'une nouvelle organisation en vue de poursuivre une opportunité, la création de valeur, la question de l'entreprise à but lucratif ou non, la croissance, la présence d'un propriétaire gestionnaire⁶.

¹ Patrice D, « Silicon Valley : Territoire Créatif », Revue Qu'en savons-nous, n°57, Septembre 2013, p : 1.

² Elouazzani Ech Chahdi K, Koubaa S, Yassine S, « L'enseignement de l'entrepreneuriat dans l'université », 12ème Congrès International Francophone en Entrepreneuriat et PME, Agadir, Maroc, Octobre 2014, p : 3.

³ Verstraete T, « La théorisation dans le domaine de l'entrepreneuriat et ses frontières dans le contexte scientifique français », Université de Bordeaux IV, Revue internationale P.M.E. : économie et gestion de la petite et moyenne entreprise, Volume 21, N° 2, 2008, p 169.

⁴ Degeorge J M *et al.*, « 100 Fiches sur l'entrepreneuriat », Edition Bréal, Paris, 2010, p : 12.

⁵ Gartner W B, « What are we Talking About When we Talk About Entrepreneurship? », Journal of business Venturing, vol.5, 1990, p: 15-28.

⁶ Elouazzani Ech Chahdi K, Koubaa S, Yassine S, « L'enseignement de l'entrepreneuriat dans l'université », op-cit, 2014, p : 4.

Chapitre 2 : L'entrepreneuriat : Le moteur de la dynamique économique

De leur côté, Muzyka et Churchill (1998) ont tenté une définition de l'essence de l'entrepreneuriat comme étant « *la faculté d'identifier et de faire fructifier une valeur marchande en faisant coïncider une innovation et un besoin* »¹. Par ailleurs, Filion (1997) définit l'entrepreneuriat comme étant « *le champ qui étudie la pratique des entrepreneurs : leurs activités, leurs caractéristiques, les effets économiques et sociaux de leur comportement ainsi que les modes de soutien qui leur sont apportés pour faciliter l'expression d'activités entrepreneuriales* »². A travers sa définition, l'auteur élargit le champ d'intervention du concept de l'entrepreneuriat.

Dans le même ordre d'idée, Stevenson et Jarillo (1990), précisent que la définition de l'entrepreneuriat est une tâche très complexe³. En effet, puisque restreindre son champ risque d'éliminer des travaux qui peuvent être indispensables dans plusieurs domaines, l'étendre peut empiéter sa particularité de champ d'étude spécifique. Dans ce contexte, l'académie de l'entrepreneuriat, considérée comme une référence dans le domaine de recherche de l'entrepreneuriat dans le milieu francophone, affirme qu'« *à ce jour, on ne peut pas augurer d'un prochain consensus s'agissant d'une définition de l'entrepreneuriat. La complexité du phénomène entrepreneurial et la diversité de ses manifestations expliquent sans doute que toute définition réduit, voire ampute, l'appréhension des formes qu'il revêt* »⁴.

Selon Cunningham et Lischeron (1991), le champ de l'entrepreneuriat est organisé autour de six écoles de pensées⁵. Les deux premières écoles, qui concernent les caractéristiques psychologiques, ont fait appel aux qualités personnelles de l'entrepreneur. La troisième école, qui est l'école classique, a reconnu le concept d'opportunité. Les quatrième et cinquième, école de management et du leadership, se sont focalisées sur l'action et la gestion. La sixième école de l'intrapreneurship s'est centrée sur l'examen de l'entrepreneuriat dans des organisations existantes. Pour les deux auteurs, l'organisation du concept de l'entrepreneuriat autour de six écoles, facilite une approche académique du phénomène pour être étudié.

¹ Muzyka F D, Churchill C N, « Cultiver l'esprit d'entreprendre », in : SUE BIRLEY, DANIEL MUZYKA, (sous la direction), « L'art d'entreprendre : guide de la création d'entreprise », Village Mondial, Paris, 1998, p. 285.

² Fillion L J, « Le champ de l'entrepreneuriat : historique, évolution, tendances », Revue Internationale P.M.E, vol 10, n° 2, France, 1997, p:156.

³ Stevenson H H, Jarillo C J, « A Paradigm of Entrepreneurship: Entrepreneurial Management ». Strategic Management Journal, vol. 11, 1990, p. 23.

⁴Tounes A, « L'intention entrepreneuriale : Une recherche comparative entre des étudiants suivant des formations en entrepreneuriat (bac+5) et des étudiants en DESS CAAE », Thèse en Science de Gestion, Université de Rouen, Faculté de Droit, des Science Economiques et de Gestion, 2003, p. 28.

⁵Cunningham J B, Lischeron J, « Defining entrepreneurship », op-cit, 1991, p: 24-35.

D'un autre côté, Fayolle (2005) insiste sur le fait qu'il existe trois écoles de pensées qui ont un rôle important dans le champ de recherche en entrepreneuriat¹ :

✓ La première école concerne la création d'une nouvelle organisation. Les chercheurs de cette école s'intéressent au processus qui mène à l'acte de création d'une nouvelle entreprise. Ce processus comporte plusieurs étapes et chaque étape est influencée par plusieurs facteurs environnementaux, personnels et institutionnels.

✓ La deuxième école concerne l'identification et l'exploitation des opportunités. Le champ de recherche dans cette école, est celui d'étudier l'entrepreneuriat en tant qu'activité pouvant débiter par l'identification, puis l'exploitation d'une opportunité d'affaire. Certains chercheurs voient cet élément comme un élément déterminant et le considèrent comme un point de départ du processus entrepreneurial.

✓ La troisième école appartient à Bruyat (1993) qui est le dialogue Individu/Création de la valeur, ou la création de valeur est l'objectif ultime d'un entrepreneur.

Dans un autre contexte, Degeorge (2010) fait référence, en étudiant l'entrepreneuriat comme champ de recherche, aux trois approches en entrepreneuriat : l'approche descriptive centrée sur l'étude de l'individu, l'approche comportementale qui s'intéresse aux activités de l'individu et l'approche processuelle qui étudie le processus entrepreneurial². L'auteur insiste sur le champ de recherche en entrepreneuriat qui s'est développé ces dernières années à travers l'approche processuelle.

Aujourd'hui, les résultats de ces recherches sont autant plus importants que les implications économiques et sociales sont nombreuses. Le développement de la recherche en entrepreneuriat, nous mène au constat que l'entrepreneuriat est beaucoup plus qu'un domaine de pratique, qui ne doit pas être limité à la création d'entreprise ou au processus d'innovation. En effet, le domaine de la recherche en entrepreneuriat élargit le champ de l'entrepreneuriat pour être perçu comme une attitude générale de l'individu qu'il adopte dans sa vie quotidienne et professionnelle, et qui est étroitement liée à la culture et l'esprit d'entrepreneuriat.

¹ Fayolle A, « Introduction à l'entrepreneuriat », Editions Dunod, Paris, 2005, p : 24.

² Degeorge J M, *et al.*, « 100 Fiches sur l'entrepreneuriat », op-cit, 2010, p : 12.

2.2.3. L'entrepreneuriat « un domaine d'enseignement »

De prime à bord, l'entrepreneuriat a été considéré, pendant longtemps, comme une discipline qui ne se prête pas à l'enseignement. En effet, pour beaucoup de chercheurs, l'acte entrepreneurial relève de l'innée de l'individu. De plus, l'absence d'un consensus théorique sur le domaine de l'entrepreneuriat, constitue une entrave à l'essor de ce dernier comme discipline académique. Il s'agit d'une nouvelle discipline en cours de construction sur les plans épistémologique, théorique et méthodologique. Cependant, Drucker (1986) refuse l'idée que l'entrepreneuriat ne peut être enseigné. Il déclare que l'entrepreneuriat est une discipline comme toutes les disciplines et peut être enseignée et pratiquée¹.

De son côté, Brockhaus (1992) déclare que l'enseignement de l'entrepreneuriat a comme objectif d'enseigner des aptitudes, des attitudes et des valeurs, mais ne garantit pas de résultat, qui demeure tributaire des facultés intrinsèques de l'apprenant en ce sens que cet enseignement ne garantit pas la production de véritable entrepreneur². Cependant, Laukkannen (2000) considère que l'éducation entrepreneuriale est un facilitateur pour l'accès aux pratiques entrepreneuriales³. Dans le même registre, Fayolle et Fillion (2006) ont proposé une conception de l'entrepreneuriat en la liant avec la problématique de l'éducation⁴. Ces deux auteurs constatent que le concept d'entrepreneuriat est lié à trois registres différents: le mode de pensée, les comportements, les situations, qui peuvent être transmis par l'entourage familial, le milieu social ou peuvent faire l'objet d'enseignements professionnels et/ou universitaires.

Dans un premier lieu, le mode de pensée concerne la perception de l'entrepreneuriat pour un individu ou pour un groupe. Ainsi, l'accent est mis sur l'esprit d'entreprendre. La pensée et les attitudes entrepreneuriales peuvent être transmises à un individu par sa famille, par le système éducatif dans son ensemble, par la société. A ce niveau, l'enseignement et la formation peuvent prendre part au développement de l'esprit d'entreprendre et de la culture entrepreneuriale à travers la sensibilisation.

¹ Drucker P, « Innovation and Entrepreneurship: Practice and Principles», New York, 1986, cite chez Ronald J D, «Teaching Entrepreneurship Students to Become Knowledge-Agents for Innovation »,working paper, International School of management, Paris, n° 64, 2010, p :30.

² Brockhaus R H,« Entrepreneurship Education: A research Agenda», 1992, cité chez Fayolle A, « L'enseignement de l'entrepreneuriat à l'université: enjeux, légitimité et pédagogies », Edition Wassim Aloulou, Tunis, 2007, p : 212.

³ Laukkannen M, « Exploring Alternative Approches in High Level Entrepreneurship Education : Creating Micro-Mechanisms for Endogenous Regional Growth », Entrepreneurship and regional Developpement, n°12, 2000, p : 25.

⁴Fayolle A, Fillion J L, « Devenir entrepreneur: Des enjeux aux outils», Pearson Education France, Paris, 2006, p : 12-14.

Chapitre 2 : L'entrepreneuriat : Le moteur de la dynamique économique

Dans un second lieu, le comportement entrepreneurial individuel ou collectif peut être perçu comme des manifestations palpables du monde de la pensée à travers la prise de risque, l'identification et la saisie des opportunités, la prise d'initiative, la résolution de problème, et le travail en groupe ou en équipe. Pour que l'individu arrive à développer son comportement entrepreneurial, il sera dans l'obligation de contenir certains aspects de son propre fonctionnement. Le développement de ce dit « comportement » peut être obtenu en favorisant la formation « *learning by doing* », qui se concentre sur un enseignement par apprentissage, à l'image de l'apprentissage d'un métier.

Les situations entrepreneuriales sont multiples. Elles sont synonymes d'incertitude, de risque, de projet et de création de valeur. Elles peuvent être la source d'un libre choix, du hasard ou une réponse à un besoin. Les situations entrepreneuriales peuvent se présenter comme la création d'entreprise (en reproduisant, en imitant ou en innovant), la création d'entreprise par essaimage, la reprise d'entreprises saines ou en difficulté, la création d'activités, développement de produits nouveaux, direction de centres de profit, dans les entreprises existantes. Ces situations peuvent faire l'objet d'enseignements professionnels et universitaires où le système éducatif peut offrir des formations et transmettre des connaissances appropriées à chaque public à travers des formations ciblées.

Ce n'est qu'à partir des années 90 que le rôle du système éducatif a été reconnu comme un facteur incontournable de diffusion de la culture entrepreneuriale, notamment dans le milieu universitaire. En 1998, l'Académie de l'entrepreneuriat naissait en France et proposait l'organisation, à la fois, de connaissances scientifiques et de matériels pédagogiques. Cependant, les Etats-Unis ont une expérience de l'éducation à l'entrepreneuriat plus ancienne et plus vaste que les autres pays, mais il a fallu attendre 30 ans pour que cette discipline y trouve sa légitimité dans les milieux universitaires.

Il y'a quelques années, seul un petit nombre d'établissements aux Etats-Unis dispensaient des cours dans ce domaine. Désormais, plus de 1 500 collèges et universités proposent sous une forme ou sous une autre, des formations à l'entrepreneuriat. Cette tendance s'est amorcée au début des années 90 et ne cesse de s'amplifier.

Chapitre 2 : L'entrepreneuriat : Le moteur de la dynamique économique

En outre, aux Etats-Unis, la formation à l'esprit d'entreprendre est souvent partie intégrante et obligatoire dans l'enseignement primaire et secondaire, où des initiatives sont prises dans le but d'encourager les jeunes à monter des projets d'entreprises lorsqu'ils sont dans l'enseignement supérieur¹.

A présent, l'enseignement de la gestion d'entreprise est surtout, dispensé dans le cadre de deux types de programmes. Le premier vise à initier les étudiants aux principes de l'entrepreneuriat, ou la petite entreprise, notamment aux modèles d'organisation, au comportement entrepreneurial, aux stratégies concernant les jeunes pousses, ainsi qu'à l'application des méthodes de marketing, de comptabilité et de financement aux entreprises émergentes. Le second type de programme met, généralement, l'accent sur la réalisation d'un projet d'entreprise, souvent avec l'avis de praticiens extérieurs. D'autres types de programmes portent sur le financement des entreprises par exemple le capital-risque, les entreprises familiales comme la succession et la protection du patrimoine, les entreprises de haute technologie tel que la protection de la propriété intellectuelle, le prototypage, et les transferts de technologie, ainsi que des cours de franchisage, de gestion d'entreprises parvenues à maturité, et d'entrepreneuriat de société, c'est-à-dire intrapreneuriat.

La formation à l'entrepreneuriat au niveau du supérieur est particulièrement avancée aux Etats-Unis. Le modèle entrepreneurial de l'université de Stanford est considéré comme le principal moteur de la Silicon Valley. Par exemple, les entreprises comptant parmi leurs membres d'anciens élèves de Stanford ou des fondateurs de faculté de cette université génèrent plus de 60 % des revenus de la Silicon Valley. Le modèle de Stanford peut servir de référence quant à la façon d'apprendre l'entrepreneuriat dans l'enseignement supérieur.

L'Université de Stanford entretient des liens très étroits avec les entreprises. L'école d'ingénieurs, par exemple, est dotée d'une chaire Yahoo! et d'un bâtiment d'informatique William Gates. Les professeurs et les étudiants vont et viennent entre le milieu universitaire et l'industrie. De nombreux professeurs ont un emploi à temps partiel dans l'industrie, tandis que beaucoup de cadres d'entreprises exercent à temps partiel comme enseignants. Les cours dispensés à Stanford mettent aussi l'accent sur les compétences entrepreneuriales.

¹OCDE, « Promouvoir l'entrepreneuriat et les PME innovantes dans une économie mondiale » Istanbul, Turquie, Juin 2004, p : 26-28.

Chapitre 2 : L'entrepreneuriat : Le moteur de la dynamique économique

Par exemple, dans le cours d'Entrepreneuriat dans le secteur de haute technologie, les étudiants analysent des études de cas de jeunes pousses de haute technologie souvent en présence des fondateurs/dirigeants de ces entreprises. Dans le programme de génie industriel, les étudiants alternent trois mois de cours, trois mois de stage, puis trois mois de cours à nouveau¹.

Par ailleurs, depuis la fin des années soixante-dix, le Royaume-Uni assurent divers types de formation à l'entrepreneuriat dans les écoles primaires et secondaires. Malgré cette longue tradition de formation à l'entrepreneuriat, aucun modèle unique ne peut servir de référentiel, et l'on ne sait pas encore avec certitude quelle est la meilleure façon d'inculquer l'esprit d'entreprise. Les jeunes doivent-ils apprendre comment créer leur propre entreprise, ou doit-on leur enseigner l'aptitude au changement, ou encore d'autres caractéristiques propres aux entrepreneurs.

Le Canada, le Royaume-Uni et les Etats-Unis ont opté pour la première voie. Ils sensibilisent les enfants à la possibilité de faire carrière comme travailleur indépendant et aux retombées positives de l'activité entrepreneuriale. Ils privilégient un enseignement fondé sur « l'apprentissage par l'action », qui permet aux étudiants de développer des idées, d'élaborer des projets d'entreprise et de diriger leurs propres mini-entreprises.

Cependant, la Finlande a opté pour la deuxième approche, qui vise à développer des comportements propices à « l'intrapreneuriat » comme la flexibilité, l'initiative, la créativité, l'aptitude à prendre des risques et le sens de l'initiative. L'introduction d'un thème comme l'intrapreneuriat à l'école est considérée comme un moyen d'encourager l'esprit d'entreprise.

Globalement, les mesures efficaces adoptées dans les pays, cités plus haut, pour intégrer l'entrepreneuriat dans l'enseignement, peuvent se résumer comme suit :

- ✓ Recours à des méthodes d'enseignement par la pratique dans les écoles, afin d'initier les enfants à l'entrepreneuriat (Canada).
- ✓ Enseignement des caractéristiques propres aux entrepreneurs dans les écoles (Finlande).
- ✓ Privilégier l'intégration de la formation à l'entrepreneuriat au niveau universitaire (USA).

¹<http://corporate.stanford.edu/innovations/index.html>, le 20/06/2015, 20h00.

Chapitre 2 : L'entrepreneuriat : Le moteur de la dynamique économique

Les données empiriques disponibles sur l'influence de l'enseignement et de la formation révèlent que l'enseignement et la formation à l'entrepreneuriat peuvent aider les entrepreneurs à augmenter les chances de survie de leur entreprise, et dans une moindre mesure, à en augmenter la rentabilité. En effet, selon la Fondation Kauffman (Charney et Libecap, 2000), comparés aux étudiants d'autres écoles de commerce, les diplômés en entrepreneuriat sont trois fois plus susceptibles de créer de nouvelles entreprises, perçoivent un revenu annuel de 27 % plus élevé, possèdent un patrimoine de 62 % supérieur et sont plus satisfaits de leur emploi.

De ce fait, l'enseignement à l'entrepreneuriat a un impact considérable sur les performances des entrepreneurs. En effet, selon l'étude du Kauffman Center (2000), comparés à d'autres anciens élèves d'écoles de commerce, les diplômés en entrepreneuriat ont trois fois plus de chance de devenir entrepreneur et trois fois plus de chance de devenir travailleur indépendant. L'étude a, également, mis en évidence une différence entre les taux de croissance des entreprises des diplômés en entrepreneuriat et les entreprises des autres diplômés. En moyenne, les petites entreprises qui emploient des diplômés en entrepreneuriat, réalisent un chiffre d'affaires plus élevé que celles qui emploient des diplômés non spécialisés en entrepreneuriat. Ainsi, l'enseignement de l'entrepreneuriat peut avoir un impact direct sur les aptitudes, les attitudes, les perceptions des individus quant à leurs orientations ainsi que le choix de leur carrière. En d'autres termes, l'objectif est de développer les compétences entrepreneuriales chez l'individu à travers la formation¹.

¹Elouazzani Ech Chahdi K, Koubaa S, Yassine S, « L'enseignement de l'entrepreneuriat dans l'université », op-cit, 2014, p : 10.

Section 3 : Les apports de l'entrepreneuriat à l'économie

En tant que phénomène économique et social, les apports de l'entrepreneuriat à l'économie et à la société, sont considérables. Ils concernent, notamment, la création d'entreprises, le renouvellement du marché dans les différents domaines d'activités, la création d'emploi comme une réponse au problème de chômage et la promotion de l'innovation et les opportunités innovantes¹. En effet, l'entrepreneuriat est considéré comme un déterminant majeur des performances économiques, s'agissant notamment des progrès dus à l'innovation. L'importance de son rôle structurel et du dynamisme qu'il impulse dans toutes les économies, n'est plus à démontrer. Les pouvoirs publics admettent, chaque jour, davantage qu'il constitue un instrument efficace pour créer des emplois, augmenter la productivité et la compétitivité, mais aussi, lutter contre la pauvreté et atteindre des objectifs sociétaux, en ce sens, il aide certains segments de la population à se prendre en charge².

Selon les données de l'OCDE (2004), l'esprit d'entreprise contribue de manière significative à la réalisation d'objectifs clés de la politique gouvernementale. L'entrepreneuriat est un moyen efficace d'atteindre certains objectifs gouvernementaux, à court terme du moins. Les principaux domaines dans lesquels l'intensification de l'activité entrepreneuriale peut contribuer de manière significative à la réalisation d'objectifs spécifiques de l'action gouvernementale sont les suivants³ :

- ✓ La création d'emplois.
- ✓ La croissance économique, la hausse de la productivité et l'innovation.
- ✓ La lutte contre la pauvreté et les opportunités sociales.

2.3.1. La création d'emplois et la réduction du chômage

L'activité entrepreneuriale peut créer des emplois étant donné que les entrepreneurs sont en quête de débouchés et de profits. Ils cherchent à concrétiser leurs ambitions, voire à œuvrer à leur épanouissement personnel. De plus, cette activité contribue au maintien et à la sécurisation des emplois existants en plus d'en créer de nouveaux.

¹Mezghani L *et al.*, « Culture Entrepreneuriale », Centre Universitaire d'Insertion et d'Essaimage de Sfax, Université de Sfax, 2008/2009, p : 7

² OCDE, « Encourager l'entrepreneuriat en tant que moteur de la croissance dans une économie mondialisée » Istanbul, Turquie, juin 2004, p : 5

³Idem, p : 12-18

Comme la création d'emplois constitue une priorité pour les gouvernements de presque tous les pays, la capacité de création d'emplois des entrepreneurs, présente donc, un intérêt majeur pour la plupart d'entre eux. Des emplois sont créés, lorsque des entreprises voient le jour où s'agrandissent. Ce phénomène résulte principalement des deux processus suivants :

a. Un excédent de création d'entreprises par rapport au nombre de sorties du marché : Sur une période donnée, l'économie voit disparaître un certain pourcentage d'entreprises, tandis que d'autres se créent. Si le taux d'entrées dépasse le taux de sorties, il est possible d'observer une création nette d'emplois. En outre, quand le chômage augmente, certains individus créent leur propre entreprise pour y échapper.

b. Une expansion des entreprises existantes : L'expansion des entreprises existantes constitue une source très importante de création d'emplois, mais ce phénomène se concentre dans un groupe relativement modeste d'entreprises caractérisées par une forte croissance.

Globalement, les observations provenant de nombreuses économies montrent assez clairement que les Petites et Moyennes Entreprises (PME) sont un acteur majeur de la création d'emplois, mais la situation varie selon la taille et le type de PME, ainsi que selon les économies¹.

2.3.2. La croissance, la productivité et l'innovation

L'importance accordée depuis peu à l'esprit d'entreprise traduit une prise de conscience nouvelle, mais primordiale de la relation entre entrepreneuriat d'une part, productivité, innovation et croissance d'autre part. En effet, une étude de l'OCDE en 2001, met en relief l'existence d'une corrélation positive entre le niveau d'entrepreneuriat (mesuré en pourcentage de création d'entreprises) et la croissance dans les économies de l'OCDE. Dans un rapport de la Banque Interaméricaine de Développement en 2002 confirme la capacité des entrepreneurs à créer des emplois dans les régions faisant l'objet de son étude.

La hausse de la productivité entraîne fréquemment la « destruction » d'emplois. En ce sens qu'elle fait baisser les coûts, renforce l'efficience, accroît la compétitivité, permettant ainsi aux entreprises de rivaliser et de s'agrandir. Toutefois, les gains de productivité libèrent aussi les travailleurs pour d'autres activités, souvent plus productives et plus précieuses.

¹Schreyer P, « SMEs and Employment Creation: Overview of Selective Qualitative Studies in OECD Member Countries », STI Working Paper, Paris, 1996, p : 4.

A plus long terme, l'essentiel de la croissance économique résulte d'une meilleure efficacité dans l'activité et non de l'augmentation en soi des facteurs de production.

Par ailleurs, Baumol (2002) affirme que le capital entrepreneurial est à l'origine d'une partie importante de la croissance économique¹. Aussi, selon Audretsch (2003) le capital entrepreneurial pourrait être une sorte de « chaînon manquant » permettant d'expliquer certaines variations de performances économiques².

Dans le même ordre d'idées, l'entrepreneuriat favorise le développement régional. En effet, les entrepreneurs aident à éliminer les disparités régionales à travers la mise en place d'industries dans les régions, reculées et les moins développées. La croissance des industries dans ces régions conduit au développement des prestations publiques comme le transport, la santé, l'éducation, le divertissement, etc... De ce fait, l'implantation des entreprises dans divers secteurs d'activités, emmène progressivement au développement des régions défavorisées et encourage le développement régional équilibré. Par ailleurs, le développement des entreprises et la multiplication des acteurs économiques réduit la concentration du pouvoir économique, qui se traduit par les situations de monopoles.

2.3.3. La lutte contre la pauvreté et les opportunités sociales

Au cours de ces dernières années, un mouvement s'est dessiné en faveur du développement de « l'entrepreneuriat social » comme moyen de lutte contre la pauvreté, d'augmenter les opportunités d'emploi et de permettre aux groupes défavorisés ou sous-représentés de se prendre en charge. Un peu partout dans le monde, on prend progressivement conscience du potentiel que l'entrepreneuriat peut offrir pour promouvoir l'insertion sociale³.

Les efforts des pouvoirs publics ont surtout, porté sur l'aide à des groupes cibles pour la création de micro-entreprises, généralement par le biais de la fourniture d'un micro-financement à faible taux d'intérêt. Les micro-entreprises sont importantes en soi et ce, pour deux raisons étroitement liées :

¹Baumol W J, « The Free-market Innovation Machine: Analyzing the Growth Miracle of Capitalism », Princeton University Press, United Kingdom, 2002, p : 13-15.

²David B, Audretsch D B, « Entrepreneurship : A survey of the literature », Revue : Enterprise Papers, No 14, Belgique, 2003, p : 10-28.

³OCDE, « Encourager l'entrepreneuriat en tant que moteur de la croissance dans une économie mondialisée » op-cit, 2004, p : 6-7.

Chapitre 2 : L'entrepreneuriat : Le moteur de la dynamique économique

✓ Dans l'immédiat, elles peuvent constituer une alternative au chômage, tout en offrant un moyen de lutter contre la pauvreté et les inégalités sociales. La plupart des micro-entreprises ne recrutent pas, mais créent un emploi pour l'entrepreneur.

✓ A terme, elles peuvent servir de terreau pour le développement de nouvelles entreprises tout en contribuant à la croissance de celles qui existent et au renouvellement économique nécessaire pour préserver la compétitivité internationale.

Les activités entrepreneuriales poussent à l'émergence des activités secondaires stimulant ainsi la redistribution équitables des richesses et des revenus vers une population plus large couvrant de plus grandes zones géographiques et en offrant des avantages à de plus grandes sections de la société. Dans ce sens, les entrepreneurs jouent un rôle clés dans l'augmentation du niveau de vie du peuple en adoptant les dernières innovations dans la production d'une grande variété de biens et de services à grandes échelle ce qui permet à la population de bénéficier de biens de meilleure qualité à des prix inférieurs, se traduisant par l'amélioration de leur niveau de vie.

Conclusion

Il est clairement admis par les chercheurs, les praticiens et les hommes politiques que l'entrepreneuriat représente un moteur de la dynamique économique grâce à la création de valeur et de l'emploi qu'il génère à travers le processus d'innovation. Il réagit, de ce fait, en éponge absorbant les indices de la pauvreté dans la société et en augmentant le niveau de vie des citoyens.

A travers ce deuxième chapitre nous pouvons, donc, affirmer notre deuxième hypothèse. Les apports de l'entrepreneuriat à l'économie sont considérables. Ils concernent la création de richesses, la réduction du chômage, la promotion de l'innovation et les opportunités innovantes.

Cependant, l'activité entrepreneuriale nécessite un macro-environnement favorable aux spécificités et aux caractéristiques de l'entrepreneuriat. En effet, le développement de l'activité entrepreneurial requiert une volonté individuelle et collective pour la création d'un écosystème offrant, ainsi, une synergie entre les différents acteurs économiques, l'objet même de notre prochain chapitre.

Chapitre 3

L'écosystème entrepreneurial

Le macro-environnement del'entrepreneuriat

Introduction

La croissance économique est le résultat d'un processus entrepreneurial complexe. Aussi, l'entrepreneuriat peut être stimulé, lorsque les besoins des entrepreneurs trouvent un soutien à différents niveaux. En effet, le développement de l'activité entrepreneurial exige plus que le développement d'entreprises, puisqu'il y a aussi besoins d'infrastructures, d'institutions publiques, d'entreprises établies qui peuvent travailler ensemble au sein de systèmes productifs avancés. Un tel environnement encourage alors l'innovation et la création de nouvelles entreprises, et permet l'interaction entre différents acteurs.

Aussi, nous avons choisi dans ce présent chapitre de nous intéresser aux fondements théoriques de l'écosystème entrepreneurial. Dans ce contexte, nous présentons, dans la première section, le cadre conceptuel de l'écosystème entrepreneurial, notamment ses définitions et ses piliers. Par ailleurs, nous développons, dans la deuxième section, le modèle d'Isenberg (2011) de l'écosystème entrepreneurial.

Section 1 : Le cadre conceptuel de l'écosystème entrepreneurial

Utilisée en premier dans le milieu scientifique, par le botaniste anglais Transley (1935), la notion d'écosystème est apparue dans le domaine économique sous le terme d'écosystème d'affaires. Constatant que les entreprises qui réussissent le mieux dans le secteur de la nouvelle économie, n'évoluent pas dans le vide, mais dans un environnement plutôt favorable, Moore (1993) a proposé le terme d'écosystème d'affaires pour rendre compte des interactions et des interdépendances de même que de la coexistence de la concurrence et de la coopération. En effet, dans son ouvrage, ayant pour titre « The Death of Competition », il fut le premier à transposer la notion d'écosystème au monde des affaires en affirmant que « *L'entreprise ne représente plus un simple membre appartenant à une industrie bien déterminée, mais forme plutôt une composante d'un écosystème d'affaires qui traverse une variété d'industries* ».

Plus récemment, c'est sous l'appellation d'écosystème entrepreneurial que cette approche s'est répandue, d'abord dans les écoles de gestion et les organisations internationales. Ainsi, au cours des dernières années, plusieurs chercheurs ont contribué à l'enrichissement de cette notion, notamment en identifiant ses principales caractéristiques. L'écosystème entrepreneurial se distingue de l'écosystème d'affaires, puisqu'il place au centre du système, non pas l'entreprise, mais l'entrepreneur comme leader et le rôle du gouvernement est limité à celui de facilitateur.

3.1.1. Définitions de l'écosystème entrepreneurial

Le concept d'écosystème a été défini par Moore (1993) comme « une communauté économique soutenue par l'interaction d'individus et d'organisations ». Par ailleurs, Nadgrodkiewiz (2013) affirme que « l'écosystème entrepreneurial est un milieu dans lequel les entreprises peuvent opérer selon des règles de jeu de niveau. Mais aussi, il s'agit d'un lieu où les droits sont protégés et où les mêmes règles s'appliquent à tous ».

Dans un essai de définition, plusieurs d'autres auteurs ont contribué à l'enrichissement du concept de l'écosystème entrepreneurial. La multiplication des définitions révèle, sans aucun doute, la complexité de l'écosystème entrepreneurial qui tire son essence de la diversité des acteurs et leurs stratégies. Deux approches sont, alors mises en relief : les définitions centrées sur le volet macro-environnemental et celles axées sur le volet individuel.

3.1.1.1 Définitions centrées sur le volet macro-environnemental : En ce qui concerne le plan macro-environnemental, l'écosystème entrepreneurial est défini dans ses

dimensions géographiques et dynamiques, tout en relevant l'interdépendance des facteurs et composants à des fins d'activation de l'entrepreneuriat. Ainsi, pour Cohen (2006), l'écosystème entrepreneurial est un ensemble diversifié d'acteurs interdépendants au sein d'une région géographique et qui exercent une influence sur la formation, la trajectoire de groupes d'acteurs, et de l'économie dans son ensemble. La dynamique des composants de l'écosystème entrepreneurial et leurs interactions génèrent la création d'entreprises au fil du temps. Le tableau n° 5 récapitule les plus importantes contributions des auteurs dans la définition de l'écosystème entrepreneurial axées sur le volet macro-environnemental.

Tableau n° 5 : Les définitions de l'écosystème entrepreneurial axées sur le volet macro-environnemental

Auteurs	Définition	Contributions de l'auteur
Spilling (1996)	« <i>Entrepreneurial ecosystem is the complexity and diversity of actors, roles, and environmental factors that interact to determine the entrepreneurial performance of a region or locality</i> »; « <i>The entrepreneurial system consists of all economic actors and environmental factors existing in a geographical area</i> ».	<ul style="list-style-type: none"> • Complexité et diversité des acteurs et des rôles • Acteurs économiques et facteurs environnementaux • Dimension géographique
Cohen (2006)	« <i>Entrepreneurial ecosystems represent a diverse set of inter-dependent actors within a geographic region that influence the formation and eventual trajectory of the entire group of actors and potentially the economy as a whole—Entrepreneurial ecosystems evolve through a set of interdependent components which interact to generate new venture creation over time</i> ».	<ul style="list-style-type: none"> • Interaction et interdépendance des acteurs économiques • Dimension géographique • Trajectoire évolutive • Objectif création d'entreprise
Isenberg (2011)	« <i>Entrepreneurship, to be self-sustaining, requires an ecosystem, and an ecosystem requires proximity so the different domains can evolve together and become mutually reinforcing</i> »	<ul style="list-style-type: none"> • Liaison entre entrepreneuriat et écosystème • Dépendance mutuelle • Autosuffisance • Proximité
Kantis , Federico (2012)	« <i>Ecosystems consist of a set of different interconnected actors within a specific area, which includes at least the following building blocks: universities and R&D institutions, qualified human resources, formal and informal networks, governments, angel investors and venture capitalists, professional service providers, and an enterprising culture which connects all of these factors in an open and dynamic way.</i> »	<ul style="list-style-type: none"> • Acteurs interconnectés • Dimension géographique • Une culture entrepreneuriale reliant les acteurs d'une manière ouverte et dynamique.

Source : Koubaa S, Benaziz S, « L'accompagnement face aux mutations de l'écosystème entrepreneurial Marocain : Quels défis à relever ? », Communication ISCAE, Casablanca, Maroc, 2016, p : 6.

3.1.1.2. Définitions centrées sur le volet individuel : Sur le volet individuel, Pistrui *et al.*, (2008), intègrent dans la définition, les éléments qui justifient les liens entre les acteurs composant l'écosystème entrepreneurial, à savoir : la vision, l'engagement, la passion et l'innovation autour de la réalisation d'un objectif commun. Pour Isenberg (2010) l'écosystème entrepreneurial recèle une dimension individuelle au travers des caractéristiques telles que l'esprit d'entreprise, le leadership, la culture, le capital financier, et l'ouverture d'esprit des clients. Pour cet auteur, ces éléments sont combinés de manière complexe et contribuent à la formation et à la trajectoire des entrepreneurs et des entreprises¹.

Tableau n° 6 : Les définitions de l'écosystème entrepreneurial axées sur le volet individuel

Auteurs	Définition	Contributions de l'auteur
Pastrui <i>et al.</i> (2008)	« <i>An entrepreneurial ecosystem links people by vision, commitment, passion, and innovation surrounding the achievement of a common goal</i> ».	<ul style="list-style-type: none"> • Engagement et innovation • Passion • Vision partagée • Objectif commun
Isenberg (2010)	« <i>The entrepreneurship ecosystem consists of a set of individual elements—such as leadership, culture, capital markets, and open-minded customers—that combine in complex ways</i> »	<ul style="list-style-type: none"> • Individualité et autonomie des composantes de l'écosystème • Relation complexe
Roberts, Eesley (2011)	« <i>A complex community of living and nonliving things that are functioning together as a unit</i> »	<ul style="list-style-type: none"> • Communauté complexe • Fonctionnement en une seule unité.
Voelker (2012)	« <i>Just as a natural ecosystem contains varying arrangements of biological components, so to do entrepreneurial ecosystems possess differing types and levels of entrepreneurship.</i> »	<ul style="list-style-type: none"> • L'écosystème comprend différents types et niveaux d'entrepreneuriat.

Source : Koubaa S, Benaziz S, « L'accompagnement face aux mutations de l'écosystème entrepreneurial Marocain : Quels défis à relever ? », *op-cité*, 2016, p : 6.

Pour résumé, l'écosystème entrepreneurial est constitué par l'ensemble des parties prenantes interconnectées dans une zone précise, qui ont des objectifs et des attentes différents. Selon Malecki (1997), un processus cyclique peut, dès lors, se mettre en place, attirants d'autres acteurs, investisseurs et capital-risque, conduisant ainsi à l'établissement de start-up encore plus performantes.

3.1.2. Les piliers de l'écosystème entrepreneurial

Selon Wiklund *et al.* (2008), la constitution d'un écosystème entrepreneurial peut être considérée comme une nécessité et un résultat logique, puisque le développement de l'entrepreneuriat requiert l'appui, la relation et l'interaction de plusieurs acteurs de

¹Fouda Ongodo M, « L'effet de l'écosystème entrepreneurial sur le développement des activités entrepreneuriales au Cameroun », 13^{ème} congrès international francophone en entrepreneuriat et PME, Cameroun, 2016, p : 3.

l'économie. Ainsi, de très nombreux facteurs ont été identifiés dans différents contextes pertinents au développement entrepreneurial tels que : les cadres légaux et institutionnels, le type et le coût de la main-d'œuvre disponible, l'accès aux fournisseurs, aux clients et aux marchés, la présence d'entrepreneurs expérimentés, la structure et le niveau de concurrence entre les firmes. Il y'a aussi d'autres facteurs comme : l'existence de politiques de soutien à l'entrepreneuriat, les incitatifs en matière fiscale, l'existence de services de formation et de soutien, la disponibilité des ressources humaines et financières, les caractéristiques de la zone géographique, la présence de centres de recherche et d'universités.

Par ailleurs, certains travaux ont analysé plus spécifiquement l'environnement institutionnel des pays, de manière à estimer leur capacité à promouvoir le développement entrepreneurial. Dans ce contexte, plusieurs auteurs se sont orientés dans leurs recherches dans la détermination des piliers de l'écosystème entrepreneurial. Ils ont déchiffrés divers facteurs, différents d'un auteur à l'autre, et d'un contexte à un autre, présentés dans le tableau suivant.

Tableau n° 7 : Les piliers de l'écosystème entrepreneurial

Auteurs	Piliers de l'écosystème entrepreneurial
Isenberg (2010)	« Leadership, le gouvernement, la culture, les success stories, le capital humain, le capital financier, l'organisation entrepreneuriale, l'éducation, l'infrastructure, les clusters économiques, les réseaux, les services supports, les premiers clients ».
Isenberg (2011)	« La politique, le marché, le support, la culture et la finance ».
Suresh, Ramraj (2012)	« La technologie, le marché, le réseau, le support gouvernemental, le support environnemental, le moral, l'aspect financier, le social ».
Forum Economique Mondial (2013)	« Le marché accessible, le capital humain, le financement, les mentors et les coaches comme système de soutien, le cadre réglementaire, l'infrastructure, l'éducation et la formation, les universités comme catalyseurs et le support culturel ».
Colin (2015)	« Le capital, le savoir-faire et la rébellion ».

Source : Nsingani J K, « Les Écosystèmes Entrepreneuriaux Dynamiques : Facteurs clés de succès », École de Gestion, Université de Sherbrooke, Canada, Décembre 2016, p : 1-8.

Il est clair que pour ces auteurs l'écosystème entrepreneurial est décrit comme une combinaison de facteurs, qu'ils soient économiques, socioculturels, légaux, politiques, ou encore relatifs aux aides et aux soutiens à l'entrepreneuriat. Par ailleurs, la grande variété des piliers de l'écosystème entrepreneurial d'un auteur à l'autre est expliquée, selon Koenig (2013), par l'existence d'une grande diversité d'écosystèmes. En effet, l'écosystème entrepreneurial est spécifique au contexte temporel et géographique qui le porte. Dans ce contexte, Julien (1996), s'est penché sur les raisons pour lesquelles certaines régions d'un

pays sont plus développées que d'autres et soulève également la question du rôle du territoire pour le développement des entreprises.

Il avance les conditions de réussite comme : la présence d'un marché dynamique, la disponibilité des ressources de qualité, un environnement socio-politique accueillant et une infrastructure adéquate. Il relève, également l'importance du partage de l'information pouvant créer de la *synergie créatrice* permettant le démarrage et le développement d'un territoire favorable à l'entrepreneuriat.

3.1.3. L'émergence des écosystèmes entrepreneuriaux

D'après Lawton (2013), les écosystèmes entrepreneuriaux émergent, généralement, dans des lieux dotés d'atouts spécifiques, dans des endroits disposant, déjà d'une base de connaissances établie et réputée, qui emploie un nombre important de scientifiques et d'ingénieurs¹. Ces institutions du savoir (universités de recherche, laboratoires de recherche publics et laboratoires de recherche et développement d'entreprise), sont la source du personnel qualifié qui crée des entreprises et jouent plusieurs rôles dans l'ensemencement de la grappe² :

✓ En premier lieu, leurs recherches génèrent des découvertes scientifiques, des avancées technologiques et des connaissances avancées qui constituent la base de la création de nouvelles entreprises.

✓ Deuxièmement, ils sont des « aimants de talent », attirant des talents, sous la forme d'éminents universitaires, d'étudiants talentueux, de scientifiques et d'ingénieurs ambitieux, renforçant encore la capacité technologique de la région et augmentant le nombre de personnes susceptibles de devenir de futurs entrepreneurs et employés.

Par exemple, l'émergence d'Oxford en tant qu'écosystème entrepreneurial est, sans aucun doute, liée à sa position stratégique vis-à-vis de Londres et de l'aéroport de Heathrow, à son attractivité en tant que lieu de vie, à sa marque universitaire et mondiale associée et à son groupe unique de laboratoires gouvernementaux britanniques.

¹ Lawton Smith H, « Oxfordshire : key drivers of an entrepreneurial ecosystem », Presentation to OECD LEED Programme, Workshop on Entrepreneurial ecosystems and Growth-oriented entrepreneurship, The Hague, 2013.

² Mason C, Brown R, « Entrepreneurial ecosystems and growth oriented entrepreneurship », Background paper prepared for the workshop organised by the OECD LEED Programme and the Dutch Ministry of Economic Affairs on Entrepreneurial Ecosystems and Growth Oriented Entrepreneurship, The Hague, Netherlands, 7th November 2013, p : 12-13.

Par ailleurs, les écosystèmes entrepreneuriaux sont, généralement des endroits où il est souhaitable de vivre, en raison de leurs attraits culturels ou de leurs attributs physiques, qui offrent des possibilités d'activités de plein air. Florida (2002) a souligné l'importance de telles considérations pour la classe créative¹.

Dans certains cas, un écosystème entrepreneurial peut émerger d'une tradition industrielle antérieure. Par exemple, l'émergence d'une industrie aéronautique dans la région de Solent en Angleterre est née de la création de son industrie de la construction de bateaux. En effet, les premiers aéronefs ont été conçus pour atterrir et décoller sur l'eau et ont, donc fait appel à des compétences en construction navale pour concevoir et fabriquer les flotteurs de l'avion. Toutefois, lorsque les avions ont commencé à être conçus pour les aérodromes, la région a perdu son avantage et l'industrie s'est développée dans d'autres régions. Aussi, l'écosystème suisse de la technologie médicale s'est développé à partir de compétences de précision développées par l'industrie horlogère. La combinaison unique de compétences en biotechnologie et en ingénierie a permis de produire de meilleurs dispositifs médicaux².

3.1.4. Les capacités synergiques de l'écosystème entrepreneurial

Les auteurs dans le domaine de l'entrepreneuriat, ont été récemment orientés vers l'exploration des synergies au sein de l'écosystème et l'interdépendance entre ses composantes, puisqu'il est important, non seulement d'identifier les acteurs de l'environnement entrepreneurial, mais aussi d'étudier la manière avec laquelle ils interagissent ensemble. Dans ce sens, des recherches portent sur les interactions pouvant exister entre les différentes composantes de l'environnement entrepreneurial, adoptant ainsi une approche inter-organisationnelle du phénomène. Ainsi, l'auteur Van de Ven (1993) examine le développement d'infrastructures favorisant les projets entrepreneuriaux. Spécifiquement, il montre la manière dont les différents acteurs et fonctions interagissent pour favoriser et, parfois, contraindre le développement entrepreneurial, dans un processus collectif de co-construction impliquant de nombreux intervenants interdépendants des secteurs privé et public.

¹ Florida R, «The Rise of the Creative Class And How it's transforming work, leisure, community and everyday life», Perseus Book Group, New York, 2002.

² Vogel P, «Building and assessing entrepreneurial ecosystems», Presentation to OECD LEED Programme, Workshop on Entrepreneurial ecosystems and Growth-oriented entrepreneurship, The Hague, 2013.

Selon Isenberg (2011), tout écosystème entrepreneurial est constitué d'éléments que l'on peut regrouper en six domaines, qui sont également constitués de sous-domaines : des politiques de développement entrepreneurial, des marchés financiers, une culture d'affaires, des soutiens aux projets entrepreneuriaux, du capital humain et des marchés de consommation. Ces derniers n'agissent pas directement de manière causale les uns sur les autres, mais interagissent de manière complexe au sein d'un système : interrelations, interdépendance, cohérence, cohésion, délais associés aux rétroactions, propriétés émergentes.

Par ailleurs, le dynamisme de l'activité entrepreneuriale est étroitement lié aux trois principales dimensions suivantes : développer un écosystème fertile, financer l'entrepreneuriat, de la phase de la pré-commercialisation à la phase d'expansion et faire la promotion de la culture entrepreneuriale. La question du développement entrepreneurial amène à s'interroger sur la performance des écosystèmes entrepreneuriaux et les dimensions sur lesquelles les évaluer. Iansiti et Levien (2004) retiennent trois dimensions permettant de les évaluer : la productivité (le retour sur investissement des entreprises), la robustesse (la capacité à surmonter les crises, les ruptures technologiques...) et la capacité à générer une diversité organisationnelle en son sein¹.

¹Cloutier L M, Cueille S et Recasens G, « Mise à l'épreuve de la cartographie des concepts comme méthode intégrative d'identification et d'analyse d'un écosystème entrepreneurial », Revue internationale P.M.E., Editions EMS, Volume 27, numéro 3-4, Canada, 2014, p : 19-21.

Section 2 : Le modèle d'Isenberg (2011) de l'écosystème entrepreneurial

Dans cette section, nous analysons le modèle d'écosystème entrepreneurial développé par Isenberg (2011), puisqu'il demeure l'un des modèles les plus aboutis de l'écosystème entrepreneurial, parmi plusieurs d'autres modèles. Isenberg (2011) souligne qu'il existe des centaines de facteurs composant un écosystème, mais qu'il est possible de les classer en six catégories distinctes : la culture, le système politique et le leadership, le financement, le capital humain, les marchés, les appuis institutionnels et infrastructurels. Il précise également que chaque écosystème entrepreneurial est unique, et varie selon le pays, la région ou la période concernée.

3.2.1. La présentation du modèle

Isenberg (2010) a mis au point une approche particulièrement influente qui a commencé à définir ce qu'il appelle une « stratégie de l'écosystème axé sur l'entrepreneuriat pour le développement économique ». Il soutient qu'une telle approche constitue une stratégie nouvelle et rentable pour stimuler la prospérité économique. Selon Isenberg (2011), cette approche pourrait « remplacer » ou devenir une « condition préalable » pour le déploiement réussi de stratégies de cluster, de systèmes d'innovation, d'économie de la connaissance ou de politiques de compétitivité nationale¹.

Il identifie six domaines au sein du système entrepreneurial, à savoir : une culture propice, un système politique et un leadership influant, la disponibilité de financements adéquats, un capital humain de qualité, des marchés à développer, des appuis institutionnels et infrastructurels performants. Ces domaines génériques comprennent des centaines d'éléments qui interagissent de manière très complexe et idiosyncratique. De ce fait, l'identification des relations causales génériques a une valeur limitée. Par contre, l'auteur insiste sur l'importance que chaque écosystème émerge dans un ensemble unique de conditions et de circonstances. Le tableau suivant résume les différentes catégories formant l'écosystème de l'entrepreneuriat selon Isenberg (2011).

¹<http://www.babson.edu/academics/executive-education/expanding-entrepreneurship/babson-entrepreneurship-ecosystem-platform/>, 02/04/2019, 15h10.

Tableau n° 8 : Les domaines de l'écosystème entrepreneurial (Isenberg, 2011)

Contexte Politique	Leadership Supports divers, Légitimité sociale, Recours à la justice, Stratégie entrepreneuriale, Challenge
	Gouvernement Institutions, Supports financiers, Instituts de recherche, Législation, Droits de propriété, Brevets
Finances	Capital financier Micro-crédits, Business angels, Dettes, Fonds propres
Culture	Normes sociétales Tolérance au risque, aux échecs et aux erreurs, Innovation, Créativité et expérimentation, Ambitions, Volonté
	Succes Stories Renommée internationale
Appuis divers	Institutions non gouvernementales Promotion de l'entrepreneuriat à but non lucratif, Business plans, Conférences, Associations pour le soutien à l'entrepreneuriat
	Supports professionnels Loi, Comptabilité, Prêts bancaires, Experts techniques, Conseillers
	Infrastructure Télécommunications, Transport et logistique, Energie, Clusters, Centre d'incubation
Marché	Consommateurs Clients stratégiques, Canaux de distribution, Experts en production
	Réseaux Réseaux de l'entrepreneur, Diaspora, Corporations des multinationales
Capital Humain	Travailleurs compétences et lacunes, Serial entrepreneurs
	Education Diplômes professionnels et académiques, Formation en entrepreneuriat

Source : Isenberg D, «The entrepreneurship ecosystem strategy as a new paradigm for economy policy: principles for cultivating entrepreneurship », Babson Entrepreneurship Ecosystem Project, Babson College, 2011.

Les écosystèmes entrepreneuriaux peuvent être spécifiques à un secteur ou peuvent avoir évolué d'un seul secteur à plusieurs industries. Elles sont délimitées géographiquement, mais ne se limitent pas à une échelle géographique spécifique (par exemple, campus, ville, région). Aussi, ils ne sont pas liés aux tailles particulières de la ville. En effet, Austin au Texas, Boulder au Colorado et Cambridge en Angleterre sont des exemples de petites villes dotées d'écosystèmes entrepreneuriaux florissants.

3.2.2. Les caractéristiques du modèle

Le présent développement met l'accent sur les caractéristiques, d'une manière non exhaustive du modèle de l'écosystème entrepreneurial développé par Isenberg (2011).

3.2.2.1. La limite géographique : Il est bien établi que l'activité économique a une tendance naturelle à se regrouper dans des zones géographiques à la performance économique supérieure. Des économistes ont cherché à expliquer les raisons du groupement, la dynamique interne des clusters et les avantages économiques qui en découlent. Les travaux de Saxenian (1994) sur la Silicon Valley ont relevé des facteurs sociaux, culturels et institutionnels en tant que fondements des économies régionales. En effet, le succès économique de la Silicon Valley est attribué à son système industriel basé sur un réseau régional, relativement ouvert et non hiérarchisé, avec des frontières poreuses.

Selon Hospers *et al.* (2008), le succès économique de la Silicon Valley a donné naissance à une industrie mondiale gigantesque dans laquelle les responsables politiques ont cherché, sans un vrai succès, à reproduire dans leur propre juridiction. Dans ce sens, plusieurs auteurs, dont Isenberg (2011), ont confirmé que chaque écosystème est spécifique aux conditions et aux circonstances dans lesquelles il émerge, et qui ne peut être calqué sur autre région du monde.

3.2.2.2. Les interdépendances non commerciales : Le concept des interdépendances non commerciales, développé par Storper (1997), constitue un autre apport important. L'auteur affirme que « *les interdépendances non commerciales prennent la forme de conventions, de règles informelles et d'habitudes qui coordonnent les acteurs économiques dans des conditions d'incertitude. Ces relations forment des atouts de production spécifiques à une région. Dans leur ensemble, elles signent une différenciation géographique dans ce qui est fait, comment cela se fait, ainsi que dans les niveaux de richesse et les taux de croissance de chaque région* »¹.

3.2.2.3. Le « buzz local » : Le buzz consiste en des informations spécifiques et des mises à jour continues de ces informations, des processus d'apprentissage, voulus ou non voulus, lors de réunions organisées et accidentelles. C'est une compréhension mutuelle des nouvelles connaissances et technologies, ainsi que des traditions culturelles et des habitudes partagées dans un domaine technologique donné qui stimulent l'établissement de conventions et d'autres arrangements institutionnels.

¹Storper M, « The regional world : Territorial development in a global economy », Guilford Press, New York, 1997, p :5.

Le concept de « buzz local » fait référence à l'écologie de l'information et de la communication créée par les contacts en face à face, la co-présence et la co-implantation de personnes et d'entreprises dans le même lieu ou la même région¹.

3.2.2.4. L'existence de grandes entreprises : Au cœur d'un écosystème entrepreneurial, il existe généralement au moins une, ou plusieurs, grandes entreprises bien établies, qui exercent des fonctions de gestion importantes, ainsi que des activités de recherche et développement. Ces entreprises sont également riches en technologie. Ils jouent un rôle important dans le développement de l'écosystème pour plusieurs raisons :

✓ Premièrement, ce sont des « talents de talent », qui recrutent un grand nombre de travailleurs qualifiés, dont beaucoup sont des diplômés récents, en dehors de la région² ;

✓ Deuxièmement, ils offrent une formation commerciale à leurs employés et leur permettent de progresser dans la hiérarchie de l'entreprise. C'est grâce à ce processus que le personnel initialement recruté pour son savoir-faire technologique, acquiert des compétences en gestion pour devenir des responsables de la technologie. Cela représente une ressource précieuse pour les petites entreprises ;

✓ Troisièmement, ils sont une source de nouvelles entreprises, car certains membres du personnel partiront pour créer leur propre entreprise.

✓ Quatrièmement, les grandes entreprises exogènes jouent un rôle majeur dans le développement des écosystèmes régionaux, en particulier dans les régions périphériques, en développant le réservoir de talents managériaux et en offrant des opportunités commerciales aux entreprises locales³.

Les grandes entreprises peuvent également apporter diverses autres contributions, notamment la fourniture d'espace et de ressources pour les jeunes entreprises locales, la création de programmes visant à encourager les nouvelles entreprises et le développement d'entreprises qui améliorent leurs propres écosystèmes. En effet, comme le dit Isenberg (2013) « *on ne peut tout simplement pas avoir un écosystème florissant pour l'entrepreneuriat sans que les grandes entreprises le cultivent* ». Mais pour que ces avantages se concrétisent, il faut que les entreprises soient ouvertes et collaboratives.

¹Bathelt H, Malmberg A, Maskell P, « Clusters and knowledge, local buzz, global pipelines and the process of knowledge creation », *Progress in Human Geography*, 28(1), 2004, p: 38.

² Feldman M A, Francis J, Bercovitz J, « Creating a Cluster While Building a Firm: Entrepreneurs and the Formation of Industrial Clusters », *Regional Studies*, vol 39, 2005, p: 129-141.

³ Adams S, « Growing where you are planted: exogenous firms and the seeding of Silicon Valley », *Research Policy*, n° 40 (3), 2011, p: 368-370.

3.2.2.5. L'existence de « succes stories » : Isenberg (2010) souligne avec sa « loi des petits nombres » qu'il suffit de quelques réussites entrepreneuriales pour avoir des avantages majeurs pour l'écosystème. Il s'agit, entre autres, des effets multiplicatifs d'entrepreneurs en série, d'investisseurs providentiels, de capital-risque membres, de conseillers et de mentors. Selon Mason (2008), ceci est confirmé dans diverses grappes¹.

Un excellent exemple de ce processus est le rôle que Microsoft a joué pour faire de Seattle un centre dynamique de développement logiciel. Au cours des années 1990, l'emploi dans le secteur de l'informatique et du traitement a été multiplié par six, passant de 11 800 à 60 800, sous l'effet de 148 retombées liées à Microsoft à Seattle. Nokia, en Finlande, est un autre exemple. Il a fourni le terrain de formation entrepreneurial à un grand nombre de nouvelles entreprises. Toutefois, l'écosystème entrepreneurial finlandais ayant évolué, il est en train de passer d'une société centrée sur un seul système « hub and spoke », sous la forme de Nokia, à une société dans laquelle les petites entreprises en démarrage sont les plus répandues. Ce qui démontre la nature dynamique plutôt que statique des écosystèmes entrepreneuriaux².

En bref, la présence d'une jeune entreprise locale devenue une force mondiale « succes stories » est un récit essentiel dans la communauté. Elle montre les possibilités de l'entrepreneuriat et les avantages potentiels d'avoir un emploi stable contre le risque de créer sa propre entreprise.

3.2.2.6. La « chute des baleines » : L'enrichissement entrepreneurial en écosystèmes apporté par la faillite d'une entreprise, a été qualifié de « chute des baleines » par Isenberg (2011). Bien que la plupart des retombées des grandes entreprises, bien établies sur leur environnement, sont positives, il est également reconnu que, si elles rencontraient des difficultés, cela pouvait également avoir un impact positif sur l'écosystème entrepreneurial en libérant des travailleurs talentueux aptes à créer leur propre entreprise ou qui sont recrutés par de petites entreprises. C'est le cas dans la région de Waterloo-Kitchener, au Canada, à la suite du déclin de RIM (fabricant du Blackberry), et à Helsinki, à la suite du déclin de Nokia, qui ont entraîné une vague de nouvelles entreprises dans les deux régions (Financial Times, 2013).

¹ Mason C, « Entrepreneurial dynamics and the origin and growth of high-tech clusters, in C. Karlsson (ed.) », Handbook of Research on Innovation and Clusters: Cases and Policies, Cheltenham, UK and Northampton, MA, USA: Edward Elgar, 2008, p: 33–53.

² Mayer H, « Entrepreneurship in a Hub and Spoke Industrial District: Firm Survey Evidence from Seattle's Technology Industry », Regional Studies, 2013, p: 1715-1733.

Aussi, un facteur important dans le succès de Boulder (ville dans l'Etat du Colorado) en tant que communauté entrepreneuriale dynamique peut être attribué aux vagues de réduction des effectifs menées par IBM, qui ont poussé des employés talentueux à créer leur propre entreprise ou à se joindre à d'autres entreprises en démarrage (Isenberg, 2011).

3.2.2.7. Le recyclage entrepreneurial : Selon Mason et Harrison (2006), une autre caractéristique des écosystèmes d'entrepreneurs, est que leur croissance est tirée par un processus de « recyclage entrepreneurial »¹. Les entrepreneurs qui ont construit des entreprises prospères, mais pas nécessairement de grande taille, qu'ils ont, ensuite vendues, la quittent, généralement, peu de temps après la vente. Mais, ils restent impliqués dans le cluster, réinvestissant leur richesse et leur expérience pour créer plus d'activités entrepreneuriales.

Quelques-uns deviendront des entrepreneurs en série, créant de nouvelles entreprises. D'autres deviendront des business angels, fournissant des fonds de démarrage à de nouvelles entreprises et mettant leur expérience à profit grâce à un poste au sein du conseil d'administration. Certains peuvent même créer un fonds de capital-risque. D'autres deviennent des conseillers et des mentors, des membres du conseil d'administration et enseignent l'esprit d'entreprise en tant que « para-académiques ». Certains entrepreneurs retirés s'engagent dans la création et le soutien d'activités qui améliorent l'environnement entrepreneurial, par exemple en faisant pression sur le gouvernement et en mettant en place des organisations soutenant l'activité entrepreneuriale².

De plus, les entrepreneurs impliqués dans ces initiatives, ont adopté une vision à long terme, reconnaissant qu'il faut du temps pour créer une économie entrepreneuriale dynamique et durable. La qualité du leadership est également critique. Les dirigeants doivent être inclusifs et soutenir les autres membres de la communauté en démarrage. Aussi ils doivent, également, être guidés par le mentorat. Le leadership doit, aussi, être fondé sur la méritocratie et non sur le patriarcat. En effet, Feld (2012) fait peu de références sur l'efficacité du gouvernement dans la stimulation des écosystèmes entrepreneuriaux, notamment en raison de la nature à court terme du cycle électoral. Il soutient que «*quand une communauté de jeunes*

¹ Mason C M, Harrison RT, « After the exit: Acquisitions, entrepreneurial recycling », *Regional Studies*, 2006, p : 55-73

² Feld B, «Startup Communities: building an entrepreneurial ecosystem in your city », Hoboken, New Jersey, Wiley, 2012.

entreprises commence à compter sur le gouvernement pour être un leader, des éléments indésirables se produisent»¹.

Le processus de recyclage entrepreneurial est conduit par les sorties. Idéalement, les entrepreneurs et autres membres de la haute direction devraient devenir suffisamment riches pour ne plus avoir à travailler, afin de pouvoir consacrer leur énergie à créer et à soutenir plus d'activités entrepreneuriales.

Cela nécessite que les entrepreneurs soient en mesure de développer leurs entreprises à une valeur significative. En contrepartie, les entreprises qui quittent prématurément, par exemple en raison de leur incapacité à mobiliser des fonds supplémentaires à des conditions appropriées, risquent de limiter les possibilités de recyclage des entreprises, car elles limiteront à la fois la richesse créée et les apprentissages entrepreneuriaux. Ceci est souvent une caractéristique d'écosystèmes entrepreneuriaux plus faibles où l'accès à de grandes quantités de capital de croissance et aux marchés boursiers publics est limité.

3.2.2.8. Les canaux d'informations : Les écosystèmes d'entreprise sont également caractérisés comme étant riches en informations. Dans un tel environnement, les utilisateurs peuvent accéder à des informations et à des connaissances sur, notamment, les nouveaux besoins des acheteurs, les technologies nouvelles et en évolution, les possibilités d'exploitation ou de livraison, ainsi que la disponibilité des composants et des machines². Les réunions organisées et les réunions accidentelles sont les principaux canaux de partage de ces informations. Mais, en règle générale, cela ne suffit pas pour partager efficacement ces informations et connaissances. Par conséquent, les écosystèmes entrepreneuriaux ont également des animateurs de liaisons, qui permettent de connecter les personnes, les idées et les ressources³.

Les individus qualifiés de « donneurs d'ordre⁴ » sont des acteurs centraux de ce processus de partage d'informations⁵. Ils sont définis comme des hommes d'affaires expérimentés qui possèdent les compétences, le savoir-faire et les liens avec les personnes et les ressources nécessaires pour soutenir les jeunes entreprises. En partageant leur expertise,

¹Feld B, «Startup Communities: building an entrepreneurial ecosystem in your city », op-cit, 2012, p : 63.

² Gertler M, « Tacit Knowledge and the economic geography of context », Journal of Economic Geography, n°3, 2003, p: 75-99.

³Sweeney G P, « Innovation, Entrepreneurs and Regional Development », Pinter, London, 1987.

⁴Feldman et Zoller (2012) définissent un donneur d'ordre comme une personne ayant la responsabilité fiduciaire de quatre entreprises entrepreneuriales ou plus, âgées de moins de 10 ans.

⁵ Napier G, Hansen C, « Ecosystems for Young Scaleable Firms », FORA Group, 2011.

leurs informations et leurs ressources et en établissant des liens avec des personnes et des organisations appropriées (par exemple : clients, fournisseurs de services, talents), ils sont en mesure d'aider ces sociétés à réaliser leur potentiel de croissance. Ils peuvent être des entrepreneurs, des investisseurs ou des fournisseurs de services comme ils peuvent jouer un rôle informel ou assumer une forme de rôle fiduciaire, par exemple en tant que membre du conseil d'administration.

3.2.2.9. L'attitude face à l'échec : L'attitude face à l'échec est également essentielle. En effet, selon Feld (2012) « lorsque la communauté absorbe rapidement leurs échecs, les entrepreneurs ne sont pas honteux quand ils échouent. Au contraire, ils sont immédiatement accueillis comme conseillers pour d'autres entreprises, comme entrepreneurs en résidence pour des sociétés de capital-risque et comme mentors ou cadres pour les accélérateurs. Bien que beaucoup prennent une courte pause pour reprendre leur souffle, ils reprennent, rapidement leur activité »¹.

À cela s'ajoute la philosophie de l'expérimentation et de l'échec rapide. Isenberg (2011) soutient que si l'échec est rapide, tout n'est pas perdu. Feld (2012), rajoute que dans des communautés dynamiques en démarrage, de nombreuses personnes expérimentent de nouvelles idées et sont disposées à échouer rapidement avec des initiatives qui suscitent peu d'intérêt ou ne génèrent aucune valeur ajoutée. Dans ce cas, la communauté doit avoir des limites d'acceptation de l'échec. En effet, elle n'accueille que les personnes qui quittent une entreprise pour en créer une autre.

3.2.2.10. La disponibilité du financement : La disponibilité du financement est une autre caractéristique essentielle des écosystèmes entrepreneuriaux. Il est particulièrement important qu'une masse critique d'investisseurs de démarrage et de start-ups investissent pour fournir un financement et un soutien concret.

Les business angels, qu'ils soient des entrepreneurs ou des cadres supérieurs, jouent un rôle crucial. Les fonds de capital d'amorçage et les accélérateurs d'entreprises sont également importants. Cela nécessite que les investisseurs locaux aient des relations avec des fonds de capital-risque nationaux et internationaux qui effectuent des investissements plus importants et à un stade ultérieur et fournissent les types de soutien à valeur ajoutée nécessaires aux entreprises en croissance.

¹Feld B, « Startup Communities: building an entrepreneurial ecosystem in your city »,op-cité, 2012, p: 50.

Conclusion

A l'issue de notre présent chapitre, nous pouvons affirmer notre troisième hypothèse. En effet, les définitions de l'écosystème entrepreneurial sont multiples et elles sont relatives à la diversité de ses dimensions géographiques, de ses acteurs et de leurs stratégies.

Par ailleurs, un environnement favorable à l'émergence de nouvelles firmes et à leur développement, s'appuie sur des politiques publiques facilitatrices, des conditions socio-économiques (valorisation de l'entrepreneuriat et l'esprit d'entreprise) et un système éducatif ouvert sur l'entrepreneuriat. Aussi, l'accès au financement et l'existence de divers supports tels que les centres d'incubations et l'accompagnement, jouent un rôle primordial dans le processus de création d'entreprises (Gnyawali et Fogel, 1994).

L'approche de l'écosystème entrepreneurial va plus loin dans la mesure où elle insiste, non pas seulement, sur les facteurs propices à l'entrepreneuriat, mais surtout sur les interactions complexes entre plusieurs dimensions, dont les combinaisons confèrent à chaque écosystème un caractère particulier (Isenberg, 2011). Il s'agit des dimensions politiques, financières, humaines, culturelles, relatives aux marchés et aux supports infrastructurels, professionnels et institutionnels.

Chapitre 4

Les principales caractéristiques d'un écosystème favorable au développement de l'entrepreneuriat

Introduction

Il existe autour de l'entrepreneur, un écosystème qui joue un rôle primordial dans le développement de l'activité entrepreneuriale. En effet, il ne suffit pas de connaître les caractéristiques des entrepreneurs qui réussissent, mais il faut comprendre leur environnement. Ainsi, la littérature consacrée à l'étude des environnements entrepreneuriaux vise, principalement à analyser les caractéristiques d'un contexte favorable au développement de l'entrepreneuriat et à identifier les conditions nécessaires de le produire.

Dans ce sens, nous présentons, dans la première section, des caractéristiques macro-environnementales favorables au développement de l'entrepreneuriat. Par ailleurs, nous développons, dans la deuxième section, les caractéristiques individuelles.

Section 1 : Les caractéristiques macro-environnementales

Les caractéristiques macro-environnementales englobent : les politiques et les programmes de soutien, la bureaucratie et les procédures administratives, ainsi que le financement.

4.1.1. Les politiques publiques en faveur de l'entrepreneuriat

Du fait de l'importance de l'entrepreneuriat pour la croissance économique et la compétitivité, les gouvernements des pays accordent une attention croissante aux moyens d'instaurer des politiques destinées à promouvoir l'esprit d'entreprise. Cela implique, entre autres, de veiller à l'adéquation des politiques de la concurrence, à la libéralisation des marchés financiers, à la compétitivité du régime fiscal, à la flexibilité des marchés du travail, à l'accès aux marchés mondiaux et à la possibilité de soumissionner dans le cadre des marchés publics¹.

Toutefois, les pouvoirs publics ne se limitent pas à instaurer les conditions-cadres nécessaires pour renforcer la probabilité d'activité entrepreneuriale. Il leur faut, notamment s'attaquer aux défaillances des politiques et des marchés risquant de freiner le comportement entrepreneurial. Par ailleurs, une politique qui chercherait à privilégier le financement sans tenir compte des autres facteurs, ne déboucherait pas nécessairement sur une amélioration sensible de l'activité entrepreneuriale. En effet, renforcer le niveau et la disponibilité des financements n'entraînera pas forcément une intensification de l'activité entrepreneuriale si d'autres facteurs, comme le système éducatif ou l'existence de corruption, entravent son influence.

De la même façon, ni les efforts destinés à favoriser la formation à l'entrepreneuriat, ni l'assouplissement de la réglementation ne permettront, en soi, d'accroître la création d'entreprises, si le financement demeure une contrainte. Autrement dit, ce n'est pas un facteur pris individuellement qui influe sur l'activité de l'entrepreneur, mais bien la corrélation de ces facteurs, qui sont généralement propres à une époque et à un lieu, et qui sont liés à un type bien déterminé d'entrepreneur.

¹OCDE, « Encourager l'entrepreneuriat en tant que moteur de la croissance dans une économie mondialisée », op-cité, 2004, p :19

Chapitre 4 : Les principales caractéristiques d'un écosystème favorable au développement de l'entrepreneuriat

De ce qui précède, il en découle qu'il n'existe pas d'environnement favorable au développement de l'entrepreneuriat applicable en tout temps et en tout lieu et qui constituerait la solution optimale pour tous les types d'entrepreneur. En effet, la politique de l'entrepreneuriat ne peut être calquée sur un modèle uniforme, car les priorités diffèrent selon les pays. En outre, pour concevoir ces programmes et politiques au meilleur coût, il importe de reconnaître, entre autres, que les chefs d'entreprise ne sont pas tous bâtis sur le même modèle et que, par conséquent, il est peu probable qu'ils réagissent de la même manière face aux initiatives des pouvoirs publics. C'est pourquoi, il est utile de poser comme hypothèse l'existence de quelques grandes catégories d'entrepreneurs selon des critères assez large de leur propension à assumer les risques et les incertitudes¹.

De ce fait, pour élaborer des stratégies et des plans d'action, les arbitrages des décideurs doivent se fonder sur tout un éventail de considérations, ce qui englobe leurs objectifs, le profil des entrepreneurs et porteurs de projets au sein de leur économie ainsi que le climat des affaires. Aussi, pour pouvoir se prononcer en toute connaissance de cause, les différentes parties prenantes à la décision, ont besoin de conditions-cadres, ainsi que des données empiriques leur permettant de déterminer les différentes implications.

Par ailleurs, dans un contexte international, il convient d'adopter une stratégie de coordination des politiques de l'entrepreneuriat pour instaurer un environnement international de création d'entreprises de meilleure qualité. Pour ce faire, il faudrait, par exemple, recenser une liste d'indicateurs permettant d'identifier les environnements favorables à la création d'entreprises dans les économies entrepreneuriales les plus avancées, et définir ainsi une issue universelle valable pour toutes les économies.

En procédant de cette manière, les décideurs fixeront des objectifs ultimes même si, pour certains gouvernements, il est probablement très difficile, voire impossible d'atteindre avant longtemps de tels objectifs compte tenu de la réalité politique qui est la leur. Dans une économie mondialisée, cette approche offre un certain nombre d'avantages, car elle donne une orientation et constitue un phare destiné à guider la stratégie des décideurs sur le long terme.

¹OCDE, « Encourager l'entrepreneuriat en tant que moteur de la croissance dans une économie mondialisée », op-cité, 2004, p : 20-21.

Chapitre 4 : Les principales caractéristiques d'un écosystème favorable au développement de l'entrepreneuriat

Sachant la complexité de concevoir correctement des programmes et des politiques de soutien et comme il faut veiller à ce que les maigres ressources disponibles soient utilisées au mieux, il importe de s'assurer qu'ils fassent l'objet d'examen, d'analyses et d'évaluations systématiques. En effet, il est crucial d'intégrer la dimension « évaluation » dans ces politiques et programmes dès la phase de conception.

4.1.2. La bureaucratie et les procédures administratives

De nombreuses données montrent que la réglementation et les formalités administratives peuvent avoir un effet néfaste sur l'activité entrepreneuriale. Scarpetta *et al.* (2002) montrent que la rigueur excessive des réglementations des marchés, des produits et de la main-d'œuvre peut avoir un impact négatif sur l'entrée sur le marché et la productivité. Les auteurs concluent qu'il est important d'éviter d'ériger des obstacles juridiques à l'entrée à moins d'être sûr que leurs avantages l'emporteront sur leur coût.

Dans le même ordre d'idées, une étude de la Banque Mondiale en 2003 précise que le poids excessif des réglementations à l'entrée sur le marché va de pair avec une baisse du niveau d'investissement privé, une hausse des prix à la consommation, une aggravation de la corruption des fonctionnaires et une extension de l'économie informelle. Pour sa part, la Banque Interaméricaine de Développement en 2002 observe que, dans certains pays d'Amérique Latine, les entrepreneurs classent les lourdeurs bureaucratiques et les coûts de mise en conformité avec la loi parmi les entraves à la création d'entreprise. Les conclusions d'une autre étude de l'OCDE¹ en 2004, fondée sur une enquête, recommandent de simplifier les formalités réglementaires et administratives, de les rendre lisibles, plus rapides à effectuer et moins coûteuses de manière à éviter qu'elles ne freinent l'entrée sur le marché. Les obstacles à la sortie du marché peuvent, également, décourager les entreprises de prendre pied sur le marché en agissant comme les obstacles à l'entrée.

¹ OCDE : l'Organisation de Coopération et de Développement Economique, est une organisation internationale d'études économique, dont les pays membres (des pays développés pour la plus part) ont en commun un système de gouvernement démocratique et une économie de marché. Elle joue, essentiellement, un rôle d'assemblée consultative. En 2010, l'OCDE compte 35 pays membres et regroupe plusieurs centaines d'experts. Le siège de l'organisation se situe à Paris, et possède des bureaux dans plusieurs autres métropoles notamment, à Berlin, Mexico, Tokyo et Washington.

Chapitre 4 : Les principales caractéristiques d'un écosystème favorable au développement de l'entrepreneuriat

De la même manière, la rigueur de la réglementation de l'emploi, qui régit les contrats de travail, entraîne de multiples effets secondaires indésirables. En effet, d'après une étude de la Banque Mondiale, la rigidité des contrats de travail limite la création d'emploi, réduit la flexibilité de la main-d'œuvre, freine l'investissement dans les nouvelles technologies et dans la recherche et développement, et se traduit par la création d'entreprises de petite taille, laissant inexploité le potentiel de réalisation d'économies d'échelle dans l'industrie manufacturière et certaines branches de services.

De surcroît, l'étude de la Banque Mondiale constate que la réglementation de l'emploi constitue un véritable fardeau pour les entreprises de nombreux pays en développement, limitant les possibilités pour les groupes défavorisés de sortir de la pauvreté. Effectivement, un excès de la réglementation allant de pair avec des taux de chômage plus élevés, surtout chez les jeunes et dans la population féminine.

De l'expérience des pays de l'OCDE et des conclusions de la Banque Mondiale, il ressort que les stratégies destinées à alléger les tâches administratives, pourraient inclure une réflexion sur les initiatives énumérées ci-dessous :

- ✓ Institutionnaliser l'expression des préoccupations des petites entreprises en créant des unités gouvernementales permanentes pour représenter les vues de cette catégorie d'entreprises dans le processus de réglementation.

- ✓ Consulter les petites entreprises sur les propositions pouvant avoir une incidence sur elles avant de formuler des politiques et d'effectuer des analyses d'impact de la réglementation.

- ✓ Envisager de fixer des délais précis pour la prise de décision administrative.

- ✓ Créer un registre central des procédures administratives et des licences, et engager un réexamen approfondi pour déterminer les moyens de réduire les lourdeurs bureaucratiques.

- ✓ Créer des guichets uniques où il est possible d'obtenir des informations sur la réglementation et traiter des problèmes afférents.

- ✓ Veiller à ce que les Technologie de l'Information soient largement mises à la disposition des PME pour qu'elles puissent se servir des instruments de la cyberadministration.

4.1.3. Le financement de l'entrepreneuriat

Le financement de l'entrepreneuriat est un maillon très important pour le développement de l'activité entrepreneuriale. Il varie selon sa nature, qu'il soit public, privé ou bien partenariat public-privé.

4.1.3.1. Le financement public : Le financement public a un rôle important à jouer dans la promotion de l'entrepreneuriat. En effet, il convient de mettre en place des mécanismes publics de garantie de crédit, des subventions au renforcement des capacités et une assistance technique pour le développement des activités de prêt, de promouvoir l'utilisation de nouvelles technologies bancaires, d'apporter aux utilisateurs des connaissances financières et de superviser comme il se doit les produits financiers proposés aux entrepreneurs et aux entreprises innovantes. A cette fin, les fonds d'innovation ont été utilisés pour apporter un financement initial à des initiatives en faveur de l'entrepreneuriat et de l'innovation dans les pays développés et les pays en développement. Dans ce contexte, des fonds d'innovation ont vu le jour et qui présentent un potentiel, car ils sont porteurs d'une croissance et élargissent l'accès au financement.

C'est ainsi que le fonds indien pour l'innovation équitable, créé en 2013 par le conseil national de l'innovation, a servi à catalyser la création d'un écosystème de l'entrepreneuriat et à soutenir l'innovation axée sur les groupes marginalisés de la société indienne.

De la même manière, la plate-forme start-up Chili, conçue par le gouvernement chilien et mise en œuvre par l'agence chilienne pour le développement économique, a permis à de nouveaux entrepreneurs à fort potentiel venus du monde entier de créer leur entreprise. Start-up Chili a lancé son programme pilote en 2010 et a attiré au Chili 22 entreprises nouvelles de 14 pays différents. Ces entreprises sont sélectionnées au terme d'une procédure d'admission menée par des experts de la Silicon Valley et des représentants du comité chilien de l'innovation. En décembre 2014, le programme avait fourni un financement à plus de 1 000 entreprises nouvelles et mis à leur disposition des services d'incubation

Par ailleurs, l'aide internationale au développement joue un rôle important dans le financement de l'entrepreneuriat. A titre d'exemple, au cours des dernières années, des partenaires de développement ont créé des fonds d'encouragement pour stimuler l'entrepreneuriat dans les pays en développement, tout en s'efforçant de résoudre les problèmes liés à l'accès équitable au financement.

Chapitre 4 : Les principales caractéristiques d'un écosystème favorable au développement de l'entrepreneuriat

Des initiatives, telles que « Le défi pour le financement des PME » lancée par le Groupe des vingt¹ (G20), visent à corriger les imperfections du marché en mettant au point et en diffusant des solutions et des modèles de financement innovants et novateurs qui stimulent le financement des petites entreprises de manière durable².

Dans le même ordre d'idées, l'initiative de l'Université d'Harvard, intitulée «Entrepreneurial Finance Lab Research Initiative», utilise des tests psychométriques pour évaluer les risques et les perspectives d'avenir d'un projet d'entreprise, sans examiner le plan d'exploitation, les antécédents financiers ni les garanties de l'emprunteur. Elle met désormais sa méthode en pratique dans les banques de plusieurs pays en développement. Aussi, l'organisation Child and Youth Finance International vise à autonomiser les jeunes partout dans le monde, en particulier ceux qui sont vulnérables et marginalisés, en augmentant leurs capacités financières, en leur faisant mieux connaître les droits sociaux et économiques et en améliorant leur accès à des services financiers appropriés.

Aussi, le fonds d'assistance au capital de démarrage est un mécanisme d'aide conçu pour apporter un financement initial à des entreprises nouvelles et des projets engagés dans le secteur des énergies propres en Afrique et en Asie. Le fonds est géré par le programme des Nations Unies pour l'environnement, la Banque Asiatique de Développement et la Banque Africaine de Développement.

4.3.1.2. Le financement privé : Les petites et moyennes entreprises et industries, surtout nouvellement créées, sont généralement confrontées aux contraintes et aux limites des sources traditionnelles de financement tel que l'apport de fonds propres, le financement bancaire et l'appel public à l'épargne. D'une part, les apports en fonds propres et quasi-fonds propres sont par nature, proportionnels à la capacité de financement des associés. D'autre part, l'emprunt bancaire est, structurellement plafonné par le résultat d'exploitation et, au-delà d'un certain seuil d'endettement, l'entreprise ne pourra plus avoir recours au crédit.

Aussi, par aversion pour le risque et par manque d'actifs fixes à présenter à titre de garantie, les banques sont très réticentes à prêter de l'argent aux petites entreprises, surtout innovantes et actives dans le domaine des nouvelles technologies.

¹ Le Groupe des vingt (G20) est une alliance politique composé de dix-neuf pays économiquement les plus forts et de l'union européenne. Il vise à favoriser la concertation internationale, en intégrant le principe d'un dialogue élargi qui tient compte du poids économique croissant pris par un certain nombre de pays.

² <http://www.changemakers.com/SME-Finance>, le 8/02/ 2015, 15h00.

Chapitre 4 : Les principales caractéristiques d'un écosystème favorable au développement de l'entrepreneuriat

Enfin, l'appel public à l'épargne, intimement lié aux performances des marchés financiers, peut être rendu très difficile pour une entreprise non cotée en bourse.

Face à ces contraintes, les vingt dernières années ont été marquées par l'apparition de nombreux mécanismes de financement privé propres à faciliter l'accès des petites entreprises aux sources financières et à contribuer à la réalisation de leurs objectifs de développement. Dans ce qui suit, nous mettrons l'accent sur ces autres mécanismes qui ouvrent aux entrepreneurs l'accès au financement, à savoir: le capital investissement, les investissements d'impact, les investissements providentiels, le financement participatif, le micro-financement, les services financiers mobiles et les marchés des capitaux.

a. Le capital investissement : A la différence des modes traditionnelles de financement, ce mécanisme de financement offre à l'entreprise les moyens de ses ambitions en mettant à sa disposition des capitaux, ainsi qu'un accompagnement stratégique, à tous les stades critiques de son cycle de vie. L'intervention de l'investisseur en capital aux côtés des équipes dirigeantes de l'entreprise se traduit par un véritable transfert de savoir-faire, en plus de l'apport en capital. Ainsi, l'entreprise bénéficie de compétences complémentaires pour son management stratégique à long terme, couplées à une expertise financière.

Il est reconnu que l'investisseur en capital a pour vocation de devenir un actionnaire à part entière de l'entreprise, dont il partage en commun, aussi bien les pertes que les profits. A la base de ce principe d'actionnariat, il finance, ainsi, les plans d'investissement et participe activement tant à la gestion qu'au développement de l'entreprise, afin d'en augmenter la valeur à un horizon de 3 à 5 ans. À la fin de la période d'accompagnement, l'investisseur en capital, offre à l'entreprise plusieurs choix de sorties :

- ✓ Soit par un rachat par l'actionnaire originel ou un autre fonds pour continuer la phase de développement de l'entreprise ;
- ✓ Soit par une sortie via la bourse et, donc, accéder au rang des entreprises cotées, ce qui est une opportunité très intéressante pour l'entreprise.

Dans ce contexte, le capital investissement est présenté comme une prise de participation sous forme de capital, de titres de créances ou des avances en comptes courants d'associés, pour une durée déterminée, dans des entreprises non cotées ayant besoin de fonds propres ou de quasi-fonds propres.

Chapitre 4 : Les principales caractéristiques d'un écosystème favorable au développement de l'entrepreneuriat

Aussi, désigné comme soutien fondamental de l'entreprise tout au long de son existence, le capital investissement finance son démarrage, son développement, sa transmission, ou encore sa recapitalisation en cas de difficultés, selon les différentes catégories : le capital amorçage, le capital-risque, le capital développement, le capital-transmission et le capital retournement.

Le capital investissement est devenu un élément essentiel du développement des entreprises à forte croissance. D'un usage répandu dans la plupart des pays développés, il prend, de plus en plus, d'importance dans certains pays en développement. En Inde, par exemple, le capital investissement a favorisé la croissance des petites entreprises, bailleurs de fonds internationaux et locaux assurant le financement de jeunes entreprises à fort potentiel de croissance dans les secteurs des biotechnologies, ainsi que les technologies de l'information et de la communication.

b. Les investissements providentiels : Les investisseurs providentiels sont aussi d'importantes sources de financement de l'entrepreneuriat. Ils opèrent, généralement d'une manière non formelle, ont des activités moins étendues que les sociétés de capital investissement et proposent souvent à leurs clients des coûts de transaction plus faibles.

Assez peu présents dans les pays en développement, le réseau des investisseurs providentiels était à l'origine de la création de nouvelles entreprises dans les secteurs de pointe, spécialement dans les pays développés. A titre d'exemple, la World Business Angels est une association née en 2007, du regroupement de plus de quinze associations nationales d'investisseurs, partout dans le monde. Établie à Bruxelles, elle a pour objet de former une communauté internationale de décideurs et de réseaux d'investisseurs providentiels, afin de promouvoir l'innovation et l'entrepreneuriat par le financement de nouvelles entreprises à forte croissance.

c. Le financement participatif : Le financement participatif permet à de petites entreprises de se financer en collectant de petits montants directement auprès de particuliers et d'organisations, au moyen d'Internet et, de plus en plus, au moyen des technologies mobiles et des médias sociaux. A titre d'exemple, Kiva est la première plateforme de prêt en ligne, qui met en relation, à l'échelle de la planète, des bailleurs de fonds et des petits entrepreneurs marginalisés qui ont besoin d'un coup de pouce financier pour exploiter un débouché. Un prêt de 25 dollars suffit pour faire d'un particulier un contributeur aux initiatives proposées.

Chapitre 4 : Les principales caractéristiques d'un écosystème favorable au développement de l'entrepreneuriat

Depuis 2005, cette plate-forme a permis de collecter plus de 650 millions de dollars auprès de plus de 1,2 million de bailleurs de fonds en faveur des bénéficiaires établis dans 85 pays¹.

Pour se développer, le financement participatif a besoin de textes réglementaires pour instaurer un climat de confiance à l'égard des investissements par Internet. Malgré qu'il soit viable pour certaines entreprises, le financement participatif est, encore loin d'être une réalité dans les pays en développement, en grande partie, parce que ceux-ci n'ont pas les infrastructures requises par des plates-formes Internet.

d. Les établissements de micro-financement (micro-crédits) : Ces établissements proposent des financements de faible montant à des conditions abordables pour les entreprises jusqu'alors exclues du système bancaire et financièrement marginalisées, puisque ces microcrédits ne sont assortis d'aucune obligation de dépôt de garantie. Cependant, Il est indispensable d'établir un cadre réglementaire solide, afin d'améliorer l'accès des entreprises aux services de micro-financement et aussi de maîtriser les coûts des microcrédits.

e. Les services financiers mobiles : Le programme « Mobile Money for the Unbanked » s'est associé à 19 opérateurs de téléphonie mobile et aux acteurs du secteur financier, afin que des millions de personnes non bancarisées dans les pays en développement, aient plus vite accès à des services financiers abordables, sûrs et adaptés².

Les services financiers mobiles peuvent améliorer l'accès au financement et favoriser l'intégration financière, mais ils exigent des cadres réglementaires appropriés, notamment une fonction de surveillance. De plus, pour qu'ils soient pleinement profitables, ils doivent être peu coûteux et largement diffusés.

f. Les marchés des capitaux : Les plates-formes de négociation secondaires³ deviennent une source importante de financement des petites entreprises dans certaines régions en développement, dont l'Afrique et l'Asie. Par exemple, au Botswana, en Égypte, au Ghana et à l'île Maurice, ces plates-formes aident les entreprises à lever des fonds pour leur

¹ <http://www.kiva.org/>, le 8/02/1015, 15h30.

² <http://www.gsma.com/mobilefordevelopment/programmes/mobile-money-for-the-unbanked/about>, le 8/02/2015, 16h00.

³ Selon la définition de la Banque Africaine de Développement et la Banque Mondiale, les plates-formes de négociation secondaires sont des bourses des valeurs parallèles, qui visent à faciliter l'accès des PME au financement à long terme en abaissant le niveau d'exigence vis-à-vis des émetteurs. Selon la Banque Mondiale, les plates-formes de négociation secondaires peuvent aider à attirer les PME ou d'autres entreprises pour lesquelles les exigences normalement requises sont trop contraignantes.

Chapitre 4 : Les principales caractéristiques d'un écosystème favorable au développement de l'entrepreneuriat

croissance et leur expansion en les soumettant à des exigences moins strictes, que le marché de la bourse, en matière de droits d'inscription, d'antécédents, de publication d'information financière et d'actionnariat¹.

g. Les investissements d'impact : Les investissements d'impact peuvent être une précieuse source de financement du développement. Ils visent, à la fois, à promouvoir des valeurs sociétales et à produire des retombées sociales ou environnementales. Ils permettent aussi de lever des fonds auprès de particuliers, de fondations, d'organisations non gouvernementales et de marchés des capitaux. Ces fonds servent à appuyer, de plus en plus, les efforts de création d'emplois et à fournir des services aux groupes marginalisés, notamment dans les pays en développement².

Les investissements d'impact sont, de plus en plus populaires, mais le surcroît de fonds qui permettrait de maximiser leurs effets est, encore très difficile à trouver. De plus, comme ils sont tout récents, il reste à mesurer leur impact pour mieux comprendre et renforcer leur rôle dans la promotion de l'entrepreneuriat.

4.1.3.3. Le financement en partenariat public-privé : Il consiste à mettre en place des mécanismes de partenariat public-privé pour favoriser l'affacturage inversé. Cette forme de financement est particulièrement intéressante pour les petites entreprises des marchés émergents, les fournisseurs pouvant emprunter en fonction de la solvabilité de leurs clients.

Dans la perspective des objectifs de développement durable, le Forum Mondial de l'Investissement en 2014 a, également recommandé d'améliorer les partenariats public-privé et d'étendre leur utilisation, y compris en faisant appel à des donateurs pour les projets de développement durable, de manière à améliorer la rémunération des risques et à pallier les défaillances du marché. Les partenariats public-privé sont, surtout utilisés pour les projets dans les secteurs de l'énergie, de l'eau et des transports, mais aussi pour les infrastructures sociales, telles la santé et l'éducation. Ils peuvent, donc, contribuer au développement de l'entrepreneuriat par l'intermédiaire d'entreprises sociales.

¹http://www.afdb.org/fileadmin/uploads/afdb/Documents/Publications/ADR_final_FR_web.pdf, le 05/02/2015, 10h00.

²http://www.africa.com/blog/tony_elumelu_foundation_announces_impact_investment_deal_with_mtanga_farms_in_tanzania/, le 08/02/2015, 10h25.

Chapitre 4 : Les principales caractéristiques d'un écosystème favorable au développement de l'entrepreneuriat

Des efforts sont, également faits au niveau international pour établir des partenariats public-privé dans une optique d'intégration financière. Dans ce sens, le «SME Finance Challenge» a invité en 2010 des établissements financiers privés, des investisseurs socialement responsables, des entreprises, des fondations et des organisations de la société civile à proposer des solutions qui rendent les programmes publics mieux à même de mobiliser des partenariats public-privé. Les candidats pouvaient notamment concourir dans l'une des catégories suivantes: les PME écologiques, les PME dirigées par des femmes, les PME dirigées par des autochtones, le financement social, et les PME créées après une catastrophe. Les 13 propositions retenues, sur les 340 présentées, ont été subventionnées, en fonction des résultats obtenus, pendant une période de trois ans.

Mobiliser l'investissement au service du développement de l'entrepreneuriat, demeure un enjeu majeur, en particulier pour les pays les moins avancés. Compte tenu des déficits de financement considérables pour le développement dans ces pays, l'investissement étranger peut, venir utilement, compléter l'investissement intérieur et peut être particulièrement bénéfique, lorsqu'il intervient en synergie avec des investissements intérieurs publics et privés et des mesures prises pour promouvoir et renforcer les entreprises et les fournisseurs locaux.

Section 2 : Les caractéristiques individuelles

Les caractéristiques individuelles intègrent : la culture et les valeurs entrepreneuriales, l'esprit entrepreneurial, ainsi que l'enseignement entrepreneurial.

4.2.1. La culture et les valeurs entrepreneuriales

La culture entrepreneuriale est constituée de qualités et d'attitudes exprimant la volonté d'entreprendre et de s'engager pleinement dans ce que l'on veut faire et mener à terme. Elle se veut être comme une culture du projet, une culture toute particulière, puisqu'elle vise à produire de la nouveauté et du changement. Elle se veut, aussi, être une culture de création et de construction¹.

Dans l'ouvrage intitulé « La culture entrepreneuriale, un antidote contre la pauvreté », Fortin(2002) propose que la création de richesse passe par le développement d'une culture entrepreneuriale qui est préférablement endogène en priorisant le développement de valeurs comme l'autonomie, la responsabilisation, la créativité et la solidarité.

Le développement de la culture entrepreneuriale passe par un effort de sensibilisation et de promotion. Les moyens d'inculquer une culture entrepreneuriale, sont multiples allant de l'éducation, à l'apprentissage par projet, à la sensibilisation et à l'information.

Parmi les raisons de promouvoir la culture entrepreneuriale, nous en citons les suivantes :

- ✓ Stimuler la compétitivité, l'innovation, la productivité et la croissance économique ;
- ✓ Faire de l'entrepreneuriat un choix de carrière désirable ;
- ✓ Améliorer la capacité des individus à vivre avec l'incertitude et à répondre positivement au changement ;
- ✓ Rattraper un retard par rapport à d'autres pays au niveau de la création d'entreprises.
- ✓ Contrebalancer l'information déjà abondante en matière d'employabilité ;
- ✓ Valoriser la richesse et son rôle dans le développement économique et social ;
- ✓ Prendre en charge des initiatives de promotion à moyen et long terme, car le secteur privé est peu enclin à le faire.

¹Mezghani L et autres, « Culture Entrepreneuriale », Centre Universitaire d'Insertion et d'Essaimage de Sfax, Université de Sfax, 2008/2009, p : 8-11

Chapitre 4 : Les principales caractéristiques d'un écosystème favorable au développement de l'entrepreneuriat

Par ailleurs, les valeurs entrepreneuriales se composent de caractéristiques qui ont le pouvoir de favoriser une action efficace et qui contribuent à l'actualisation du potentiel. Ces caractéristiques sont la confiance en soi, le leadership, l'esprit d'équipe, la motivation, le sens des responsabilités, la solidarité, la débrouillardise, l'effort, l'initiative, le sens de l'organisation, la créativité, la détermination et la persévérance. Ces valeurs se définissent par les attitudes et les comportements qui les expriment, que nous résumons dans le tableau n° 9.

Tableau n° 9 : Les attitudes et les comportements résumant les valeurs entrepreneuriales

Valeurs Entrepreneuriales	Attitudes & Comportements
Confiance en soi	Se sentir capable de faire quelque chose, d'entreprendre et de mener à terme un projet grâce à ses connaissances et à ses compétences.
Leadership	Proposer des actions, des idées. Ainsi, influencer positivement les autres dans la réalisation des tâches, prendre les décisions nécessaires et passer à l'action.
Esprit d'équipe	Travailler et coopérer avec les autres tout en étant respectueux Travailler avec les autres en synergie d'action
Motivation	Avoir des raisons d'apprendre et de relever un défi.
Sens des responsabilités	Respecter ses engagements en faisant ce qui doit être fait et ce qui a été convenu par le groupe.
Solidarité	Se sentir responsable des choix et des décisions du groupe dans l'atteinte d'un but commun.
Débrouillardise	Mettre en action ses ressources internes (compétences, connaissances et habiletés) et ses ressources externes (outils, personnes, organismes, des entreprises) lorsque surgissent des difficultés et des embûches. Aussi, recourir à ses connaissances et ses habiletés pour faire face à l'imprévu.
Effort	Avoir la volonté de travailler fort.
Initiative	Faire des choix, devenir autonome, et prendre des décisions sans avoir besoin de supervision. Aussi passer à l'action.
Sens de l'organisation	Choisir de bonnes méthodes pour être efficace dans la réalisation du travail.
Créativité	Exprimer des idées, proposer des solutions novatrices, des pistes de recherches.
Détermination	Se concentrer sur ce qu'il y'a à faire, sur l'atteinte d'un objectif.
Persévérance	Continuer/terminer ce qui a été commencé jusqu'à l'obtention d'un résultat satisfaisant. Aussi, faire preuve de constance et de ténacité afin de mener à terme un projet et d'atteindre l'objectif fixé.

Source : Mezghani L et autres, « Culture Entrepreneuriale », Centre Universitaire d'Insertion et d'Essaimage de Sfax, Université de Sfax, 2008/2009, p : 10

4.2.2. L'esprit entrepreneurial

En dehors des qualités en matière de gestion d'entreprise, un entrepreneur englobe un ensemble de caractéristiques. En effet, Il doit pouvoir communiquer sa vision de l'entreprise, persuader les membres de son équipe et booster leurs performances, afin de garantir une productivité optimale pour l'aboutissement des objectifs de l'entreprise¹. De ce fait, nous avons résumés les principales caractéristiques de l'entrepreneur dans ce qui suit.

4.2.2.1. Le Leadership : Fondamentalement, le Leadership est la capacité d'un individu de faire adhérer des personnes et de les guider, afin d'atteindre les objectifs fixés. Un leader est capable de planifier, de motiver, de coacher, et d'évaluer le personnel. Il a également, à la fois, des compétences managériales et interpersonnelles. En effet, la gestion d'entreprise repose sur la gestion des personnes. De ce fait, l'entrepreneur doit avoir un bon sens de la communication, que ce soit avec ses clients, ses fournisseurs ou ses employés.

4.2.2.2. L'organisation et la coordination : L'entrepreneur est contraint d'organiser ses ressources matérielles et immatérielles, ainsi que maîtriser le processus de production, de commercialisation et de distribution pour atteindre son objectif de création de valeur. Effectivement, l'un des objectifs de l'entrepreneuriat est la création d'une nouvelle organisation. La gestion du temps permet à l'entrepreneur d'organiser son travail et de s'assurer qu'il effectue ses travaux de la manière la plus efficace possible, car il est très facile de céder à la procrastination quand on travaille seul².

Par ailleurs, l'entrepreneur présente des habilités de coordination des facteurs de production pour atteindre ses objectifs. En effet, d'après Say (1825), l'entrepreneur intervient dans les niveaux de l'entreprise pour combiner les connaissances, les ressources humaines et matérielles pour réaliser son processus de production. Dans le même ordre d'idée, Coster (2011) considère l'entrepreneur comme une personne ayant la capacité de créer des synergies positives avec les personnes et/ou les institutions dans un contexte de rareté des ressources.

4.2.2.3. La confiance en soi et la compétitivité : La confiance en soi concerne l'appréciation qu'a une personne sur ses capacités et son rendement. Un entrepreneur à succès croit en ses capacités. Il n'a pas peur d'explorer des opportunités ou des domaines nouveaux, de prendre des risques et de prendre des décisions difficiles en un temps record.

¹<http://fr.kamerblog.com/2011/05/cest-quoi-lentreprenariat.html>, le 19/04/2015, 15h00.

²Berreziga A, « L'entrepreneuriat en Algérie : Réalités et Perspectives », op-cit, 2014, p: 95

Chapitre 4 : Les principales caractéristiques d'un écosystème favorable au développement de l'entrepreneuriat

La confiance en soi est une compétence clé pour le succès entrepreneurial, car il est facile de se démoraliser, d'être frustré à cause des difficultés rencontrées durant l'élaboration du projet entrepreneurial.

De plus, l'entrepreneur doit avoir le goût de la compétition pour marquer sa présence dans le marché, se démarquer de ses compétiteurs et surpasser ses concurrents en fournissant un produit avec un meilleur rapport qualité/prix, sans jamais sacrifier son intégrité pour le bien de quelques billets.

4.2.2.4. L'esprit d'innovation et la prise de risque : Schumpeter (1935) est le premier auteur qui associe l'entrepreneur à l'innovation et le voit comme un agent de changement. En effet, selon Fayolle (2005) « *La fonction d'innovation est importante et fait de l'innovation un vecteur important du développement économique* »¹.

Par ailleurs, l'innovation fait toujours référence à une prise de risque. En effet, l'entrepreneur engage ses propres ressources financières pour atteindre ses objectifs, en même temps, il prend le risque de leur perte dans le cas où son projet entrepreneurial échoue. En effet, pour Coster (2011), l'entrepreneur prend des décisions dans l'incertitude du résultat final. Dans le même ordre d'idée, Cantillon (1755) considère l'entrepreneur comme la personne qui assume les risques liés aux contraintes du marché et aux fluctuations des prix, car il effectue des achats à prix certains, mais ses ventes sont incertaines selon la réaction des consommateurs et la situation du marché².

De ce fait, l'entrepreneur doit être prêt à prendre des risques calculés s'il veut réussir. En effet, en affaires, parfois, il doit faire confiance à son intuition, lorsqu'il n'a pas assez d'informations ni de temps pour prendre une décision rationnelle. Cependant, il doit s'assurer de la faisabilité de son business plan avant de commencer le projet.

Le tableau n°10 récapitule les caractéristiques fréquemment attribuées aux entrepreneurs dans la littérature de la recherche. Cela ne signifie pas que c'est une liste exhaustive de toutes les caractéristiques ou que tous les entrepreneurs présentent toutes ces caractéristiques :

¹Fayolle A, « Introduction à l'entrepreneuriat », op-cit, 2005, p:19.

²Berreziga A, « L'entrepreneuriat en Algérie : Réalités et Perspectives », op-cit, 2014, p : 94.

Chapitre 4 : Les principales caractéristiques d'un écosystème favorable au développement de l'entrepreneuriat

Tableau n° 10 : Les caractéristiques fréquemment attribuées aux entrepreneurs

1. Initiative	10. Besoin d'autonomie
2. Intuition	11. Besoin d'accomplissement
3. Passion	12. Capacité d'apprentissage
4. Prévoyance et Vision	13. Connaissance de soi
5. Polyvalence	14. Détermination
6. Prise de risque modérée	15. Persévérance et énergie
7. Tolérance à l'ambiguïté et à l'incertitude	16. Flexibilité
8. Leadership	17. Capacité sociale
9. Ouverture au changement	18. Imagination et créativité
	19. Expérience professionnelle

Source : Filion J L, Ananou C, Schmitt C, « Réussir sa création d'entreprise sans business plan », Edition Eyrolles, Paris, Octobre 2012, p : 23.

4.2.3. L'enseignement entrepreneurial

Les pouvoirs publics ont un rôle à jouer, par le biais du système éducatif, pour favoriser l'esprit d'entreprise et le comportement des entrepreneurs. Des mesures de formation appropriées, apportant des compétences en gestion d'entreprise, sont, également nécessaires pour aider les entrepreneurs en place ou en devenir, chômeurs compris, à s'adapter à l'évolution de l'environnement de l'entreprise. Ils leur permettent, aussi, d'adopter de nouvelles technologies, de saisir les opportunités qui s'offrent à eux et de relever les défis de la mondialisation.

Dans les pays européens, il est, de plus en plus, admis que l'esprit d'entreprise constitue une compétence essentielle à encourager et à développer par le biais de l'enseignement et de la formation et par l'apprentissage tout au long de la vie. De ce fait, l'attention accordée par les pouvoirs publics à l'enseignement et à la formation à l'entrepreneuriat, pourrait être axée sur les aspects suivants :

✓ Intégration cohérente et systématique des matières portant sur l'entrepreneuriat dans l'ensemble des systèmes éducatifs formels, afin d'enseigner les compétences entrepreneuriales et de promouvoir une société d'entrepreneurs ;

✓ Promotion de diverses formes de partenariats publics et privés, allant des contrats de stage à des financements privés, pour instaurer une collaboration entre les établissements publics d'enseignement et de recherche d'une part, et le secteur privé, en particulier les PME, d'autre part ;

Chapitre 4 : Les principales caractéristiques d'un écosystème favorable au développement de l'entrepreneuriat

- ✓ Augmentation du financement public pour la formation des enseignants et l'élaboration de programmes d'études et de programmes axés sur l'entrepreneuriat ;
- ✓ Amélioration de la coordination entre les différents organes gouvernementaux associés à la promotion de l'entrepreneuriat ;
- ✓ Mise au point d'indicateurs et évaluation de programmes.

Plusieurs études ont montré, que le développement entrepreneurial dépend étroitement de l'efficacité des politiques visant à réduire les contraintes réglementaires et administrative, de la promotion de la formation à l'entrepreneuriat, (scolaire ou professionnelle), de la facilité à l'accès aux financements, à la technologie, à l'innovation, et aux marchés internationaux¹.

Pour résumer, selon le rapport de l'OCDE en juin 2004, les facteurs énumérés ci-après représentent des éléments clés pour encourager et développer l'entrepreneuriat dans une économie mondialisée²:

✓ **Garantir des conditions macroéconomiques et générales stables pour étayer l'environnement entrepreneurial :** La formulation des politiques élaborée dans des domaines tels que la concurrence, le cadre réglementaire, le système fiscal, les marchés de l'emploi, les marchés financiers et le droit de la faillite, doit prendre en compte leur incidence sur les petites entreprises et l'innovation dans les économies à forte intensité de savoir.

✓ **Garantir la diminution et la simplification des textes et des coûts administratifs qui accablent les petites entreprises :** Tout d'abord, il est important de prendre en compte l'opinion des PME au sein du processus de réglementation. Aussi, les instances de tutelle doivent estimer l'impact de leurs décisions sur les petites entreprises. Ensuite, créer des guichets uniques pour l'information sur la réglementation et les actes administratifs. Enfin, stimuler l'utilisation d'outils administratifs électroniques.

¹Koubaa S, Benaziz S, « L'accompagnement face aux mutations de l'écosystème entrepreneurial Marocain : Quels défis à relever ? », Communication ISCAE, Casablanca, Maroc, 2016, p : 7

² OCDE, « Encourager l'entrepreneuriat en tant que moteur de la croissance dans une économie mondialisée », op-cité, 2004, p : 7

Chapitre 4 : Les principales caractéristiques d'un écosystème favorable au développement de l'entrepreneuriat

✓ **Promouvoir une société entrepreneuriale et une culture entrepreneuriale, en particulier par l'éducation et la formation :** Les parties prenantes (professionnels, entrepreneurs, enseignants, etc...) jouent un rôle important pour l'intégration de la culture entrepreneuriale aux niveaux du système d'enseignement, en proposant des programmes de formation et des ateliers pratiques bien ciblés. Ils garantissent, ainsi, l'accès de la population aux informations, aux compétences et aux connaissances spécialisées relatives à l'entrepreneuriat.

✓ **Intégrer la dimension du développement local dans la promotion de l'entrepreneuriat :** Les rôles des autorités infranationales dans la promotion de l'entrepreneuriat, revêtent une très grande importance et doivent être définis et coordonnés avec les autorités centrales selon les spécificités de chaque pays.

✓ **Garantir le réalisme des programmes de soutien des PME et de l'entrepreneuriat en termes de coût et leur aptitude à fournir des résultats mesurables :** Il faut faire progresser une culture de l'évaluation assurant le suivi et l'évaluation systématique des performances des programmes en termes de résultats obtenus et de rapport coût-efficacité.

✓ **Renforcer la base analytique des décisions d'action, de sorte que les décideurs agissent en connaissance de cause :** Le renforcement de la base statistique permettra de mener des analyses comparatives internationales et des études diachroniques pertinentes pour les politiques. A cet effet, il faut élaborer un ensemble d'indicateurs comparables sur le plan international permettant de suivre le niveau de l'activité entrepreneuriale et l'environnement entrepreneurial de chaque pays.

Conclusion

Le cadre conceptuel de « l'écosystème entrepreneurial » souligne l'existence d'interrelations complexes, notamment entre ses différents domaines en lien avec le soutien entrepreneurial. Divers constats établis par des études de terrain sur la dynamisation et la densification de l'activité entrepreneuriale, ont démontré l'intérêt d'approfondir l'examen des interrelations entre les entrepreneurs et leurs accompagnateurs. Ces derniers cherchent ainsi à développer des collaborations productives entre acteurs privés et publics, à coordonner l'action entrepreneuriale, à lui donner, collectivement un sens dans le contexte d'une région. La vision partagée et le caractère systémique d'initiatives d'acteurs privés et publics en soutien au développement entrepreneurial, pourraient être confrontés, dans le contexte d'un terrain déterminé, à la définition et aux implications managériales de l'écosystème entrepreneurial proposés par les auteurs du domaine.

Nous pouvons, donc, affirmer notre quatrième hypothèse. Les caractéristiques d'un écosystème favorable au développement de l'entrepreneuriat englobent l'existence de politiques de soutien, les incitatifs en matière de fiscalité, la disponibilité des ressources humaines et financières, l'accès aux fournisseurs, aux clients et aux marchés.

Chapitre 5

Un aperçu de l'activité entrepreneuriale en Algérie

Introduction

L'économie algérienne est caractérisée par une dépendance par rapport aux recettes des hydrocarbures. Chaque année, la loi de finances, en Algérie, est élaborée à partir d'un prix moyen du baril de pétrole dont les paramètres et les variables qui influent et déterminent son prix, sont volatiles et non maîtrisés. Devant cette réalité, les économistes et les chercheurs en entrepreneuriat conseillent vivement les autorités algériennes et les parties prenantes de recourir au développement économique par le biais de l'entrepreneuriat, qui est la force motrice de la croissance, du développement durable et de l'innovation.

En effet, les entreprises, petites et moyennes, sont la source de la richesse, de l'emploi, de l'innovation, et les premiers partenaires pour le développement d'un pays. De ce fait, le développement de l'entrepreneuriat, en utilisant les outils comme la sensibilisation, l'éducation, la formation, le coaching et l'aide au démarrage assure un développement durable et un bénéfice à moyen terme et à long terme.

Partant du postulat que l'entrepreneuriat est le maillon le plus important des économies de pays, nous avons choisi de consacrer ce chapitre à l'étude de l'environnement de l'entrepreneuriat en Algérie, pour mieux comprendre ces caractéristiques. A cet effet, nous avons scindé ce chapitre en trois sections. Dans la première, nous abordons les différentes phases de développement de la création de l'entreprise, qui est le noyau de toute activité entrepreneuriale. Ensuite, dans la deuxième section, nous développons les principaux indicateurs d'évolution de l'activité entrepreneuriale en Algérie. Et enfin, dans la dernière section, nous présentons une approche descriptive de l'écosystème entrepreneurial dans le pays.

Section 1 : Les phases de développement de la création de l'entreprise en Algérie

L'Algérie a connu deux économies totalement différentes l'une de l'autre, particulièrement en matière de gestion et de création d'entreprise. La première est l'économie administrée, dans le cadre d'une politique de développement axée sur l'entreprise publique, et où l'entreprise privée est sévèrement contrôlée. La deuxième concerne l'économie de marché, dans le cadre de la nouvelle politique axée sur la promotion de l'entreprise privée¹. Le mode de création d'entreprise, le style de management et l'environnement des affaires, ont été sévèrement affectés. Nous relatons dans cette section, les principales phases de développement de la création d'entreprise en Algérie.

5.1.1. La période de l'économie planifiée : de 1962 à 1990

L'économie planifiée est la première politique adoptée par l'Etat algérien. La structure économique est monopolisée par le secteur public où l'Etat est le seul entrepreneur. Par ailleurs, toutes les mesures d'aide et de développement sont au service des sociétés nationales industrielles, pour servir de base à la politique d'industrialisation. Sous l'appellation d'entreprise publique, cette dernière puise son origine dans le droit administratif français dès l'indépendance, selon l'ordonnance n° 62-2 du 17/01/1969, qui complète la loi de finance de 1969. Ces entreprises sont gérées par un Directeur Général nommé par décret présidentiel sur proposition du ministre de tutelle. Elles se caractérisent par une propriété étatique de leurs biens et un mode de financement public.

Néanmoins, en 1982, l'Etat algérien accorde au secteur privé un rôle complémentaire avec un niveau d'investissement plafonné à 35 millions de dinars, et limité dans les activités de transformation et distribution. Le secteur privé est promu à assumer un rôle complémentaire au secteur public, qui est le moteur de développement de l'économie algérienne à cette époque. Les promoteurs privés se sont dirigés vers les secteurs des services et du commerce. Cependant, ils n'ont pas trouvé l'environnement favorable pour leur développement. En effet, la législation du travail et la fiscalité sont très lourdes, et le commerce extérieur est fermé².

¹Berreziga A, « L'entrepreneuriat en Algérie : Réalités et Perspectives », Thèse de Doctorat en Sciences de Gestion, Ecole Supérieure de Commerce, Alger, 2013, p : 160

²Gharbi A, « Les PME en Algérie : Etat des lieux », Cahier du Laboratoire de Recherche sur l'Industrie et l'Innovation, Université du Littoral Côte d'Opale, n° 238, Calais, Mars 2011, p : 6-10.

Par ailleurs, le financement par les banques est plafonné à 30% du montant total de l'investissement et les montants investis ne doivent pas dépasser les 35 millions de dinars pour une société de responsabilité limitée (SARL), ainsi que l'interdiction de posséder plusieurs investissements par un seul entrepreneur¹. Durant cette période, l'économie algérienne est essentiellement basée sur le secteur des hydrocarbures et fait face à un endettement très important suite au choc pétrolier en 1985. Cet événement pousse les pouvoirs publics à entamer plusieurs réformes économiques, notamment le programme d'ajustement structurel, adopté en concertation avec le Fond Monétaire International et la Banque Mondiale, ainsi que la restructuration des entreprises publiques. Dans ce contexte, la restructuration concerne le découpage de l'entreprise mère en des entités plus petites et plus spécialisées, avec comme principal objectif, une gestion plus transparente et décentralisée.

La restructuration des entreprises publiques se centre sur une déconnexion entre la fonction de commercialisation, la fonction de production, ainsi que la répartition des nouvelles directions générales sur l'ensemble du territoire national. Le nombre d'entreprises se multiplie à partir des mêmes entités de base et les nouvelles entreprises créées ont pris des formes différentes, selon le secteur d'activité, la fonction économique, et la vocation territoriale².

A partir de 1988, les réformes de l'Etat se sont centrées sur l'autonomie des entreprises et la libéralisation du commerce extérieur. Cependant, les entreprises nationales ont comme principale mission la satisfaction du marché national. De ce fait, l'ouverture de l'économie nationale à l'exportation trouve le management de ces entreprises inadapté aux exigences de la compétitivité sur le marché national. Les entreprises publiques se trouvent, alors, en concurrence directe avec les entreprises privées et face aux divers produits étrangers issus de l'importation.

Après presque vingt ans de prédominance du secteur public, l'Etat accorde au secteur privé un rôle complémentaire dans certaines activités avec des niveaux d'investissements très limités. Ainsi, après avoir connue une étatisation des entreprises, accompagnée d'une forte centralisation et bureaucratiation, l'Algérie entame une nouvelle ère avec l'économie de marché.

¹ Gharbi A, « Les PME en Algérie : Etat des lieux », op-cité, Mars 2011, p : 6.

² Isli MA, « La création d'entreprise en Algérie », les cahiers du CREAD, n° 73, Algérie, 2005, p : 52.

5.1.2. Le passage à l'économie de marché : à partir de 1990

Les années quatre-vingt-dix marquent le passage à l'économie de marché afin de stabiliser les équilibres macroéconomiques et financiers, suite à la crise d'endettement causé, par le choc pétrolier des années quatre-vingt. Le passage de l'Algérie à l'économie de marché, a été organisé sous la pression du Fonds Monétaire International à travers un nouveau code législatif, pour le rééchelonnement des dettes extérieures, accompagné d'un plan d'ajustement structurel. Ce nouveau cadre a été mis en place pour soutenir l'investisseur privé et étranger.

Dans cette période, l'entrepreneuriat est considéré comme une alternative incontournable pour le développement économique. En effet, ceci s'est matérialisé par les dispositions de la loi 90-10 du 14 avril 1990, relative à la Monnaie et le Crédit, puis par des mesures plus incitatives, comme l'institution des zones franches, les avantages à l'investissement dans le Sud et la privatisation de nombreuses entreprises publiques¹.

Par ailleurs, le rôle du secteur privé dans l'économie du pays, devient plus important, à travers le code de la promotion de l'investissement, mis en place par la promulgation du décret législatif du 05/10/1993. En effet, la fin du monopole étatique a été signée par le désengagement de l'Etat dans plusieurs secteurs économiques, ainsi que l'ouverture du marché au secteur privé axé sur la concurrence et la compétitivité. L'arrivée du privé a permis la création des petites et moyennes entreprises dont la valeur devient importante en matière de production et de création d'emploi. Ainsi, près de 75% des petites et moyennes entreprises recensées ont été créées après ce nouveau code². Le code d'investissement, en question, représente la pierre angulaire de la volonté de l'Etat à l'ouverture de l'économie au secteur privé. Il s'articule autour des points suivants :

- Le droit d'investir librement ;
- L'égalité devant la loi des promoteurs nationaux privés ou étrangers ;
- L'intervention de l'Etat se limite à l'octroi d'incitations aux investissements ;
- La création de l'Agence de la Promotion de Soutien et de Suivi des Investissements (APSI) ;
- L'allègement des formalités pour l'investissement en Algérie.

¹Assala K, « PME en Algérie : De la création à la mondialisation », 8^{ème} congrès international francophone en entrepreneuriat et PME sous le thème : L'internationalisation des PME et ses conséquences sur les stratégies entrepreneuriales, Haute Ecole de Gestion (HEG), Fribourg, Suisse, Octobre 2006, p : 2.

²Ramdane M O, « L'Algérie sur le chemin des réformes », Communication des Chefs d'Entreprise : Le développement du Secteur Privé, Palais du Sénat, Paris, Octobre 2001, p : 4.

Cependant, cette liberté toute nouvelle, au bénéfice du secteur privé, coïncide avec une crise de liquidité sans précédent. En effet, les réserves en devise sont inférieures à 2 milliards USD, le stock de la dette dépasse les 30 milliards USD et le ratio Dette/Exportation était à 70%. Ainsi, la jeune PME algérienne est née dans un environnement turbulent et fait face à une situation économique instable.

En 1995, les premiers résultats sont mis en relief en matière de stabilisation des grands équilibres financiers du pays, ainsi que la promulgation de deux ordonnances, l'une relative à la privatisation et l'autre relative à la gestion des capitaux marchands de l'Etat. De ce fait, un nouvel environnement est créé et dicté par de nouvelles règles, de nouvelles bases et une nouvelle économie. Par ailleurs, la libéralisation de l'investissement privé est importante et impose la disparition de nombreuses entreprises publiques, dissoutes et rachetées par les nouveaux promoteurs et les nouveaux produits.

Aussi, suites aux nombreuses réformes, l'Agence Nationale de Soutien à l'Emploi des Jeunes (ANSEJ) a été créée et mise en place en 1996 dans le contexte de la promotion de l'emploi des jeunes. En effet, la mission de l'Agence s'insère dans le cadre d'un accompagnement sous formes d'aides financières, ainsi qu'une orientation et un suivi des projets des jeunes algériens, jusqu'à leurs créations. Le développement des investissements a été renforcé en 2001, avec la création de l'Agence Nationale de Développement de l'Investissement (ANDI), afin de promouvoir les actions entrepreneuriales. Ainsi, la création d'entreprises a connu une évolution significative suites aux réformes engagées par l'Etat.

Selon Bouyacoub (2004) : « *la dynamique de création de nouvelles entreprises s'est faite à travers trois principaux processus. Tout d'abord, les créations classiques, qui concernent l'investissement privé constitué principalement de fonds propres. Ensuite, les micro- entreprises des jeunes bénéficiaires du dispositif d'aide à la création de l'ANSEJ. Enfin, les sociétés des salariées, constituées des entreprises publiques dissoutes et rachetées par les employés à l'aide des modalités des crédits avantageux* »¹.

¹www.lise.cnrs.fr/docgriot16.pdf, le 16/04/2016, 10h00.

La transformation de l'économie algérienne, d'une économie planifiée vers une économie de marché, s'est faite dans un environnement turbulent. A cet effet, cette transition ne peut se faire sans causer des problèmes dans l'environnement des affaires et celui du management des entreprises. En effet, selon Melbouci (2004), l'ouverture économique du pays au début des années 90, s'est faite sous la pression du Fond Monétaire International, suite à une crise économique grave, qui concerne la cessation de paiement, doublée d'une crise politique très grave, où l'Etat risque de perdre son autorité dans un climat de violences terroristes sans précédent en Algérie¹.

5.1.3. Les réformes de deuxième génération : à partir de 2001

L'Etat a prolongé en 2001, ce qu'on appelle les réformes de deuxième génération. Il s'agit de la loi de la promotion de l'entrepreneuriat privé par l'ordonnance n° 01/03 du 28/08/2001, relative au développement de l'investissement, ainsi que la loi n° 01/18 du 12/12/2001, relative à la promotion de la PME/PMI². Les principaux axes de ces réformes concernent l'intégration des entreprises nationales à l'économie mondiale, la promotion de l'investissement, la privatisation et la réforme du secteur public, la réforme du secteur bancaire et la libéralisation des infrastructures.

Ces mesures sont traduites par la facilitation administrative de la création d'entreprises, une baisse significative des taxes, des redevances et des charges sociales, la création d'un fonds de garantie des prêts accordés aux PME/PMI et la création du Conseil National de l'Investissement (CNI). D'autres parts, ces lois insistent sur la nécessité de mettre en place un système d'information économique, en obligeant les différents organismes concernés (CNAS³, CASNOS⁴, ONS⁵, Services fiscaux et douaniers, etc.) à fournir les informations dont ils disposent pour constituer une banque de données adaptés aux technologies informatiques modernes⁶.

¹Melbouci L, « L'essor des PME algérienne par la théorie des ressources, 7^{ème} Congrès International Francophone en Entrepreneuriat et PME, CIFEPME, 2004.

² Selon la loi d'orientation n°01-18 du 12/12/2001 : « La moyenne entreprise est définie comme une entreprise employant de 50 à 250 personnes, dont le chiffre d'affaires et compris entre 200 millions et 2 milliards de DA ou le total bilan est compris entre 100 millions et 500 millions de DA. La petite entreprise est définie comme une entreprise employant entre 10 à 49 personnes et dont le chiffre d'affaires annuel n'excède pas 200 millions de DA ou le total bilan n'excède pas 100 millions de DA. La très petite entreprise ou micro-entreprise est définie comme une entreprise employant de 1 à 9 personnes et réalisant un chiffre d'affaires annuel inférieur à 20 millions de DA ou le total bilan n'excède pas 10 millions de DA ».

³ Caisse Nationale d'Assurance Sociale.

⁴ Caisse Nationale d'Assurance pour les Non-Salariés.

⁵ Office National des Statistiques.

⁶ Document interne de la CNAS.

Cependant, suite à l'insertion de l'Algérie dans l'économie mondiale à travers la signature de nombreux accords avec l'Union Européenne et la perspective de son adhésion à l'Organisation Mondiale de Commerce, les entreprises algériennes se retrouvent en concurrence directe à l'échelle nationale et internationale, sans même y être préparées.

Par ailleurs, selon Bounoua (2003), la libéralisation du marché algérien dans un climat de désordre institutionnel, a entraîné une montée inquiétante de l'économie informelle et la criminalité économique (fraude fiscale, corruption, détournement de fonds, etc.). Ceci est dû à un manque de contrôle systématique de l'Etat sur les activités économiques et l'absence d'une législation appropriée aux nouveaux mécanismes de l'économie de marché. Ainsi, l'entreprise algérienne se trouve face à un environnement compétitif et instable dont elle ignore les règles¹.

De ce fait, les pratiques illégales ont modifiés le comportement des entrepreneurs, et le recours aux activités informelles et illégales, fait partie du mode de fonctionnement des entreprises privées. Il est clair que l'environnement des affaires stable est un élément déterminant pour le développement d'une économie en transition. En effet, selon Hernandez (1997) : « *l'absence d'un environnement juridique et institutionnel adapté à la période particulière de transition à l'économie de marché, semble être un facteur favorisant le développement de l'économie informelle* »².

Le nouvel environnement algérien a permis le développement important du parc des entreprises privées. Toutefois, cette nouvelle petite et moyenne entreprise se trouve face à un environnement instable, caractérisée par une très forte concurrence internationale et des pratiques économiques illégales. A cet effet, en l'espace d'une dizaine d'années, les contraintes de l'économie planifiée, laissent place aux contraintes de l'économie de marché.

¹Benouna C, « Processus d'informalisation de l'économie algérienne et économie de marché : éléments d'une problématique », publication dans la revue de l'université de Tlemcen, Algérie, 2003, p : 6.

²Hernandez E M, « L'Etat et l'entrepreneur en Afrique », Revue Internationale PME, vol 10, 1997, p : 10-25.

Section 2 : Les indicateurs de l'activité entrepreneuriale en Algérie

Un partenariat entre le Centre de Recherche en Economie Appliquée pour le Développement (CREAD) et le Programme Développement Economique Durable (DEVED) de la Coopération Allemande a été initié, en 2011, afin de lancer l'enquête «Global Entrepreneurship Monitor (GEM)» en Algérie. Le GEM est une initiative de recherche menée dans plus de soixante-quinze pays à travers le monde, qui permet une meilleure compréhension des facteurs qui influencent le niveau d'activité entrepreneuriale dans un territoire donné, et aussi de comparer les niveaux de performance de plusieurs régions du même pays. Par ailleurs, la méthodologie de GEM permet d'analyser le niveau d'entrepreneuriat de différents groupes ciblés, comme par exemple les jeunes ou les femmes. L'enquête vise trois objectifs principaux:

- ✓ Mesurer les écarts entre les activités entrepreneuriales dans différents régions et pays ;
- ✓ Mettre en relief les facteurs qui déterminent le niveau des activités entrepreneuriales;
- ✓ Identifier des mesures politiques éventuelles susceptibles de renforcer les activités entrepreneuriales.

En 2011, l'Algérie a participé pour la deuxième fois au projet GEM, dont les résultats sont synthétisés dans ce qui suit.

5.2.1. La typologie des PME

Pour le ministère chargé de la PME, la loi n°01-18 du 12 décembre 2001, portant loi d'orientation sur la promotion de la petite et moyenne entreprise, représente la référence de base pour la définition de la PME. En effet, selon l'article 4, de la présente loi, la PME est définie, quel que soit son statut juridique, comme étant : « une entreprise de production de biens et/ou de services, employant 1 à 250 personnes, dont le chiffre d'affaires annuel n'excède pas 2 milliards de dinars ou dont le total du bilan annuel n'excède pas 500 millions de dinars, et qui respecte les critères d'indépendance ». Au titre de la présente loi, il est entendu par :

▪ **Personnes employées** : le nombre de personnes correspondant au nombre de salariés employés à temps plein pendant une année. L'année à prendre en considération est celle du dernier exercice comptable clôturé.

▪ **Chiffre d'affaires** : le seuil de détermination du chiffre d'affaires ou pour le total du bilan, est afférent au dernier exercice clôturé de douze mois.

▪ **Entreprise indépendante** : l'entreprise, dont le capital n'est pas détenu à 25% et plus, par une ou plusieurs autres entreprises ne correspondant pas à la définition de PME.

Aussi, selon l'article 5 : « La moyenne entreprise est définie comme une entreprise employant 50 à 250 personnes et dont le chiffre d'affaires est compris entre 200 millions et 2 milliards de dinars ou dont le total du bilan annuel est compris entre 100 et 500 millions de dinars. ». L'article 6 précise que : « La petite entreprise est définie comme une entreprise employant de 10 à 49 personnes et dont le chiffre d'affaires annuel n'excède pas 200 millions de dinars ou dont le total du bilan annuel n'excède pas 100 millions de dinars. ». Par ailleurs, l'article 7 stipule que : « La très petite entreprise, ou micro-entreprise, est une entreprise employant de 1 à 9 employés et réalisant un chiffre d'affaires inférieur à 20 millions de dinars ou dont le total du bilan annuel n'excède pas 10 millions de dinars »

Le tableau n°11 récapitule la structure des PME par type au 1^{er} trimestre 2018, d'après le Bulletin d'Information Statistiques, établi par l'Office National de la Statistique.

Tableau n° 11 : La répartition des PME par type

Type de PME	2001	2010	Au 30/06/2018
TPE (effectifs de moins de 10 salariés)	94,64%	95,34%	97,70%
PE (effectifs entre 10 et 49 salariés)	4,65%	4,12%	2,00%
ME (effectifs de 50 à 249 salariés)	0,71%	0,54%	0,30%
TOTAL	100%	100%	100%

Source : ONS, « Bulletin d'Information Statistiques de la PME », n° 33, 2018, p : 8.

A la fin du 1^{er} semestre 2018, la population globale de la PME est composée de 97,7% de Très Petite Entreprise (TPE), qui demeurent fortement dominante dans le tissu économique, suivie par la Petite Entreprise (PE) avec 2,00% et la Moyenne Entreprise (ME) avec 0,30%. La part des TPE a augmenté par rapport à 2001 et 2010, ce qui signifie que les nouvelles créations ont été concentrées dans le groupe de Très Petites Entreprises (TPE).

5.2.2. La distribution des PME par secteur d'activité

Malgré une politique d'encouragement à l'investissement dans le secteur industriel, menée depuis plusieurs années par les pouvoirs publics, les PME sont créées principalement dans le secteur des services, comme présenté dans le tableau n°12.

Tableau n° 12 : La répartition des PME par secteur d'activité

Secteur d'activité	2010	Au 30/06/2018
Agriculture	1,03%	0,63%
Hydrocarbures, énergie, mines et services liés	0,51%	0,27%
BTPH	35,14%	16,70%
Industries manufacturières	16,58%	8,94%
Services, commerces et artisanats	46,75%	73,46%
TOTAL	100%	100%

Source : ONS, « Bulletin d'Information Statistiques de la PME », op-cit, p : 11.

Au cours des huit dernières années, le nombre de PME a connu une croissance très diversifiée, puisque les branches d'activité n'ont pas enregistré le même taux de croissance. Par grands groupes de secteurs d'activité, les PME se concentrent dans les secteurs des services et commerce et le secteur des bâtiments et travaux publics (BTPH). En 2018, l'Algérie est toujours caractérisée par la faiblesse relative de ce secteur en termes de poids dans le PIB, par rapport aux pays voisins. En 2010, le secteur des services représente en Algérie 30,96% du PIB, alors qu'au Maroc, il représente 54,96% et 59,72% en Tunisie¹.

5.2.3. La distribution des PME par Wilaya

Selon la distribution des PME par wilaya, en 2010, les wilayas totalisant plus de 10.000 PME sont au nombre de neuf, soit 18,7% des wilayas regroupant presque 45% des PME. Pour ce niveau d'importance du tissu économique, le centre du pays regroupe 7 wilayas, autour de la capitale, auxquelles il faut adjoindre la principale wilaya de l'est (Constantine) et la principale wilaya de l'ouest (Oran).

Tableau n°13 : La répartition des PME par wilaya (plus de 10 000 PME)

Wilaya	Nombre	Part en %
ALGER	43 265	11,71%
TIZI-OUZOU	21 481	5,82%
ORAN	17 323	4,62%
BEJAIA	16 695	4,52%
SETIF	16 095	4,36%
TIPAZA	14 434	3,91%
BOUMERDES	12 955	3,51%
BLIDA	12 059	3,27%
CONSTANTINE	11 781	3,19%

Source : Abedou A, Bouyacoub A, Kherbachi H, « L'entrepreneuriat en Algérie : Données de l'enquête GEM 2011 », Réalisé par GIZ & CREAD, Edition Janvier 2013, p : 32.

Quant aux wilayas qui abritent moins de 3.000 PME, elles sont au nombre de 7, soit 14,6% du total et abritent 3,6% des PME du pays.

¹ The world bank, « World development indicators », 2012.

Tableau n°14 : La répartition des PME par wilaya (moins de 3 000 PME)

Wilaya	Nombre	Part en %
TISSEMSSILT	2 512	0,68%
NAAMA	2 140	0,58%
SAIDA	2 117	0,57%
TAMANRASSET	2 040	0,55%
EL BAYADH	2 020	0,55%
ILLIZI	1 237	0,33%
TINDOUF	1 161	0,31%

Source : Abedou A, Bouyacoub A, Kherbachi H, « L'entrepreneuriat en Algérie : Données de l'enquête GEM 2011 », op-cité, p : 33.

Il faut noter que le plus grand nombre de wilayas (21), soit 43,8% du total, celles qui attirent entre 5.000 et 10.000 PME, abritent 40% des PME du pays et constitue le groupe le plus important de wilaya.

Cette répartition des PME montre qu'il y a une forte concentration du tissu économique entre les principales wilayas du centre du pays et quelques grandes wilayas de l'est et l'ouest du pays. Deux wilayas, Alger et Tizi-Ouzou, regroupent 17,5% des PME du pays et 7 wilayas suivantes abritent 27,4% des PME. Mais, comme il est souligné plus haut, le plus grand groupe est constitué de 21 wilayas (43,8% du total) abritant entre 5 et 10 000 PME, totalisant presque 40% des PME du pays. Par contre, au bas du classement, 7 wilayas du sud du pays n'abritent que 3,6% des PME, comme le montre le tableau n°14.

Tableau n° 15 : La répartition des PME par groupe de wilayas

Nombre de PME par wilaya	Nombre de wilaya	Wilaya en %	PME en %
Plus de 20 000	2	4,71	17,53
Entre 10 000 et 20 000	7	14,58	27,44
Entre 5 000 et 10 000	21	43,75	39,07
Entre 3 000 et 5 000	11	22,92	12,38
Moins de 3 000	7	14,58	3,58
Total des wilayas	48	100	100

Source : Abedou A, Bouyacoub A, Kherbachi H, « L'entrepreneuriat en Algérie : Données de l'enquête GEM 2011 », op-cité, p : 34.

La lecture du tableau n° 15 nous montre que le nombre de PME présent en Algérie, ne sont pas répartis équitablement selon le nombre de wilayas. En effet, deux wilayas regroupent plus de 20 000 PME, alors que 32 wilayas regroupent entre 3 000 à 10 000 PME. Aussi, 7 wilayas abritent moins de 3 000 PME. Nous pouvons, donc, conclure le contraste du tissu économique en Algérie, selon le nombre de PME implantées par région du pays.

5.2.4. La nature de la motivation entrepreneuriale (entrepreneuriat d'opportunité ou de nécessité)

Pour comprendre une dynamique économique d'un pays, il est important de focaliser l'analyse sur les motivations des entrepreneurs à entreprendre des affaires. D'une manière générale, il existe deux grandes figures qui traduisent les motivations de l'entrepreneur : d'une part, il y a ceux qui forgent des comportements «d'opportunismes» pour exploiter des opportunités pour monter des affaires et d'autre part, il y a ceux qui se trouvent dans des situations de vulnérabilité sociale et parce que les perspectives qui s'offrent à eux pour entreprendre ne sont pas très favorables, ils se lancent dans la voie de l'entrepreneuriat par nécessité. L'étude « Global Entrepreneurship Monitor (GEM) », en 2011, en Algérie, révèle que 61% des entrepreneurs disent la motivation principale pour avoir montée une affaire est pour profiter des opportunités contre seulement 38,7% par nécessité.

Les données GEM 2011 pour l'Algérie, révèlent un ratio d'entrepreneuriat d'opportunité par rapport à l'entrepreneuriat de nécessité de 1,58 en faveur de l'opportunité. Cette donnée indique que la part des entreprises créées est le fait d'entrepreneurs opportunistes ayant détecté des opportunités sur le marché. D'une manière générale et, selon les principes théoriques, les entrepreneurs qui créent leurs entreprises selon une logique d'opportunité, ont plus de chance de traverser les trois phases du processus entrepreneurial et s'installer dans la durée. En effet, les enseignements des enquêtes internationales, montrent que les risques de mortalité ou de discontinuité d'entreprise, créées par opportunité, sont deux fois plus faibles que les entreprises créées par nécessité. Il est, également, indiqué que les entreprises créées par nécessité se caractérisent par un faible niveau d'innovation et de croissance.

5.2.5. La formation, le financement et l'accompagnement

Les résultats de l'étude GEM 2011, montrent que l'entrepreneuriat en Algérie mobilise toutes les catégories de personnes quel que soit leur niveau d'instruction. C'est un phénomène qui a tendance à se massifier et il n'est plus l'apanage des personnes sans travail ou des personnes exclues du système éducatif. Les entrepreneurs ayant un niveau d'éducation élevée, sont de plus en plus impliqués dans le processus entrepreneurial.

En matière d'accompagnement des créateurs d'entreprises et de sollicitation de conseils, les entrepreneurs algériens, en phase de démarrage, font un usage intensif des réseaux privés (famille proche et les amis) pour obtenir un conseil pour la création de leur entreprise et un usage très limité de l'accompagnement par les services professionnels (dispositifs d'aide à la création) et par les experts (comptables, avocats, etc.).

En ce qui concerne le financement de la création des entreprises, par les différents dispositifs, l'étude GEM 2011 révèle que les industries d'extraction et de transformation restent marginalisées et leur orientation concerne beaucoup plus les secteurs des services et les entreprises de très petites tailles. Par ailleurs, les données montrent que les financements sont mobilisés par les réseaux restreints de la famille (membres proches de la famille) et du voisinage. Ce constat révèle que les dispositifs officiels ne contribuent que faiblement au financement de bonnes idées d'affaires. Les porteurs de projets s'orientent davantage vers le réseau familial, car ils estiment que les banques restent récalcitrantes à financer des projets qui ne présentent pas les garanties exigées¹.

En outre, le projet GEM regroupe les pays participant à son étude dans trois groupes de développement économique : les économies fondées sur les facteurs, l'efficacité et l'innovation. Le premier groupe (les économies basées sur les facteurs) est composé de pays à faible puissance économique. La croissance de ces pays découle, principalement, par l'utilisation des facteurs de production primaire (terres, gisements de matières premières, main-d'œuvre peu qualifiée). La croissance économique du deuxième groupe (les économies basées sur l'efficacité) est basée sur l'augmentation de l'efficacité qui est assez souvent obtenue par les investissements directs étrangers. Les pays du troisième groupe (les économies basées sur l'innovation), se caractérisent par de gros investissements dans le domaine de la formation et la recherche et développement. En 2011, l'Algérie fait partie du groupe des économies basées sur les facteurs, sa croissance économique repose, principalement, sur les matières premières telles que les ressources énergétiques et les hydrocarbures².

¹ GEM, « 2011 Global Report », 2011, p : 22-36.

² Abedou A, Bouyacoub A, Kherbachi H, « L'entrepreneuriat en Algérie : Données de l'enquête GEM 2011 », op-cité, p : 50.

Section 3 : L'écosystème entrepreneurial en Algérie selon le modèle d'Isenberg (2011)

La présente section a pour objet la description de l'écosystème entrepreneurial algérien, dans son ensemble, d'après une étude documentaire basée sur les six piliers du modèle d'Isenberg (2011), à savoir : la stratégie politique en faveur de l'entrepreneuriat, les opportunités du marché, les modes de financement de l'entrepreneur, les supports de soutien à l'entrepreneuriat, la culture de l'entrepreneuriat et le capital humain.

5.3.1. La stratégie politique en faveur de l'entrepreneuriat

L'une des politiques du gouvernement algérien pour la relance de l'activité économique concerne la promotion de l'entrepreneuriat, à travers le déploiement de quatre facteurs primordiaux : la formation, le soutien à l'investissement, l'assouplissement de la fiscalité et la promotion de l'innovation.

5.3.1.1. La formation : Depuis l'indépendance, les efforts de l'État en matière d'éducation et de formation sont importants. En effet, le budget consolidé de l'éducation nationale, de la formation professionnelle et de l'enseignement supérieur est le plus important des dépenses publiques. Aussi, il est important de signaler qu'en Algérie, la formation est gratuite du primaire à l'université. Cependant, un chômage structurel important s'installe dans le pays. Le problème est principalement dû à l'inadéquation de la demande et de l'offre de travail qui se traduit par des diplômés avec un manque en matière de savoir-faire.

Par ailleurs, le système éducatif algérien dans son ensemble, marginalise l'entrepreneuriat des cursus. En effet, les universités et les écoles ne disposent pas de formations complémentaires en gestion des affaires, en faveur des diplômés aptes à se lancer dans une activité privée. Dans ce contexte, Tounes (2007) affirme que les entrepreneurs algériens souffrent d'absence de culture managériale au point où ils ignorent l'existence d'outils de gestion leur épargnant des problèmes basiques¹. En effet, même s'ils sont preneurs de risques et chasseur d'opportunités, les entrepreneurs algériens n'ont pas le profil d'innovateur ou de managers.

¹Tounes A, Assala K, « Influences culturelles sur des comportements managériaux d'entrepreneurs algériens », 5ème Congrès international de l'Académie de l'entrepreneuriat, Sherbrooke, 4 au 7 octobre 2007.

5.3.1.2. Le soutien à l'investissement : La politique de soutien à l'investissement a pris deux formes en Algérie : le soutien à la demande globale et les dispositifs de soutien à l'investissement, dans un double objectif. D'un côté, soutenir la croissance économique, et d'un autre côté, mettre à niveau l'infrastructure nationale, suite aux séquelles de la décennie noire que l'Algérie a connue. Toutefois, la bureaucratie, la taxation élevée et le cadre juridique difficile, ont limité les résultats escomptés. De ce fait, la liberté d'entreprendre est sérieusement entravée, en Algérie. Le tableau suivant met en relief le classement général de l'Algérie dans la facilité à faire des affaires sur 189 économies, sur la base du rapport de la Banque Mondiale (Doing Business, 2015).

Tableau n°16 : La facilité de faire des affaires en Algérie entre 2014 et 2015

Domaines	Classement 2015	Classement 2014	Variations dans le classement
Création d'entreprise	141	139	-2%
Obtentions de prêts	171	169	-2%
Protections des investisseurs minoritaires	132	123	-9%
Paiement des taxes et impôts	176	174	-2%

Source : <http://français.doingbusiness.org/data/exploreeconomies/algeria/>, 7/10/2015, 13h00

Pour l'année 2015, l'Algérie a connu une dégradation de son classement, par rapport à l'année 2014, pour l'ensemble des critères de facilité d'affaires. En ce qui concerne le critère de protection des investisseurs minoritaires, l'Algérie recule de neuf places. De ce fait, elle est classée à la 132^{ème} position en 2015, au lieu de la 123^{ème} position en 2014.

5.3.1.3. La législation fiscale : L'Algérie a opté pour deux types d'incitations à l'investissement avec deux régimes d'octroi d'avantages fiscaux pour éviter l'attribution automatique des avantages fiscaux. Il s'agit du régime général relatif aux investissements en dehors des zones à développer et d'un régime dérogatoire pour les investissements dans les zones à développer. Pour les deux régimes fiscaux, durant la phase de la réalisation du projet, les investisseurs peuvent bénéficier d'un taux réduit des droits de douanes sur les équipements importés et entrant directement dans la réalisation de l'investissement, d'une franchise de la taxe sur la valeur ajoutée et d'une exemption des droits de mutation sur acquisition immobilières. Ensuite, pendant la phase d'exploitation, l'investissement bénéficie d'une exonération, entre 5 ans à 10 ans, de l'Impôt sur les Bénéfices des Sociétés (IBS), de la Taxe sur l'Activité Professionnelle (TAP), et de l'Impôt sur le Revenu Global (IRG).

Selon le rapport de la Banque Mondiale (Doing Business, 2015), ces réformes n'ont eu pour effet qu'une réduction de l'IBS de 6,6%, contre une moyenne de 12,4% dans la région du MENA¹ et 16,1% à l'OCDE. De ce fait, les charges sociales et les autres taxes pèsent encore sur l'entrepreneur algérien, avec des taux de 29,6% et 35,7% respectivement. Alors que le taux moyens des charges sociales dans la région du MENA ne dépasse pas les 16,3% et il est de 23,1% à l'OCDE.

Aussi, la pression fiscale en Algérie est l'une des plus élevée de la zone MENA. Selon le rapport de la Banque Mondiale (Doing Business, 2015), l'imposition touche 74,2% des bénéfices des entreprises, ce qui place l'Algérie au 174^{ème} rang, tandis que le Canada est à la 8^{ème} position, la Tunisie au 60^{ème} rang et le Maroc au 78^{ème} rang. De plus, l'entrepreneur algérien paye ses impôts en moyenne 29 fois par année, alors qu'au Maroc 6 fois seulement, et il consacre en moyenne 451 heures par année pour s'acquitter de ces impôts soit 2,5 fois plus que de ce qui en est à l'OCDE et 2 fois plus ce qui en est au MENA.

5.3.1.4. La promotion de l'innovation : Depuis les travaux de Schumpeter (1935), le rôle de l'innovation dans l'entrepreneuriat est unanimement reconnu par la communauté scientifique. Dans ce contexte, la politique publique en matière d'innovation en Algérie repose sur la valorisation des recherches à travers trois agences nationales² : l'Agence Nationale pour le Développement de la Recherche Universitaire (ANDRU), L'Agence Nationale pour le Développement de la Recherche en Santé (ANDRS), et l'Agence Nationale de Valorisation des Résultats de la Recherche et du Développement Technologique (ANVREDET). Ces trois agences ont pour principal mission d'impulser et de soutenir le développement et la valorisation des activités de recherche, chacune dans son domaine.

Les statistiques de l'Institut National Algérien de la Propriété Industrielle (INAPI), montrent une augmentation du nombre de marques déposées en Algérie d'origine nationale. En effet, leur nombre est de 1237 en 2000, 1488 en 2003, et 2477 en 2006. Cependant, il est difficile de se prononcer sur la réussite de la politique d'innovation en Algérie à cause de la rareté des travaux dans ce domaine³.

¹ Middle East and North Africa.

² Boukhari M, « Rôle de l'État vis-à-vis des TPE/PME dans un pays nouvellement adhérent à l'économie de marché : cas de l'Algérie », Colloque international, 11^{ème} journées scientifiques du réseau entrepreneuriat, 2009, p : 2-14.

³ Meziane A, « Le rôle des mécanismes d'appui et d'accompagnement dans le développement entrepreneurial en Algérie, étude de cas : structure ENSEJ », Thèse de doctorat en sciences de gestion, Option : Management, Ecole Supérieure de Commerce, Koléa, Algérie, p : 94-100.

5.3.2. Les opportunités du marché

L'Algérie représente une destination attractive pour les investisseurs nationaux et étrangers. En effet, dans son rapport 2018 sur le climat d'investissement dans le monde, le département d'Etat de Washington relève que l'Algérie est « un marché lucratif », offrant un potentiel important pour les compagnies américaines en matière d'investissement. Le rapport, qui indique qu'il existe des opportunités dans pratiquement tous les secteurs de l'économie algérienne, précise que de nombreuses entreprises ont signalé avoir enregistré des bénéfices annuels à deux chiffres. Les secteurs ciblés pour l'investissement énumérés par le rapport comprennent l'agriculture, le tourisme, les technologies de l'information et de la communication, l'industrie, l'énergie fossile et renouvelable, la construction et la santé, en évoquant un « investissement hautement gratifiant » couplé à « un environnement politique et sécuritaire stable » favorable aux affaires¹.

Effectivement, l'environnement des affaires en Algérie présente beaucoup d'opportunités, puisque plusieurs secteurs restent encore vierges, notamment le secteur de la nouvelle technologie de la communication, ainsi que le secteur du transport aérien. Cependant, les entrepreneurs algériens trouvent des difficultés à commercialiser leur produit à cause des contraintes suivantes :

- Le manque de confiance de la clientèle dans le produit algérien
- L'absence de dispositif de protection des Très Petites et Moyennes Entreprises contre la concurrence étrangère.
- L'ignorance de l'existence du produit et de son utilisation, comme par exemple l'enseignement en ligne.

5.3.3. Les modes de financement

Les outils de financement de l'entrepreneuriat sont très diversifiés, à savoir les crédits bancaires, les dispositifs publics de financement et les sociétés de capital investissement.

5.3.3.1. Les crédits bancaires : Le prêt bancaire est l'une des solutions de financement utilisée par les créateurs d'entreprise². Cependant, les exigences commerciales et réglementaires, notamment les accords Bâle II et III, obligent les banques à plus de

¹<http://www.aps.dz/economie/76483-investissement-le-departement-d-etat-evoque-des-opportunités-considerables-en-algerie>, le 09/05/2019.

²<https://bpifrance-creation.fr/encyclopedie/financements/leprunt/recourir-a-pre-t-bancaire-financer-son-projet-creation>, le 15/04/2019, 11h30.

prudence par rapport aux crédits accordés. Cela explique en partie la raison pour laquelle la plus part des projets de création d'entreprise rencontrent des difficultés pour obtenir un financement bancaire. Il s'agit, généralement de projets jugés "trop audacieux", présentant un plan de financement déséquilibré, portés par un ou plusieurs créateurs n'ayant pas l'expérience souhaitée par la banque, ne réunissant pas un niveau de fonds propres suffisant, ou le produit/service ne semble pas répondre aux besoins du marché.

Aussi, les banques privilégient le financement des biens durables (véhicule, matériel informatique, machines-outils. En d'autres termes, le financement de l'activité en elle-même (besoin en fonds de roulement) trouve rarement de financement bancaire au moment de la création. Lorsqu'elle octroie un prêt, la banque impose, généralement, au créateur de fournir des garanties ou un nantissement sur fonds de commerce, matériel et outillage, véhicule, etc. Néanmoins, ces nantissements ne suffisent généralement pas à couvrir l'intégralité du risque. Aussi est-il également demandé au porteur de projet une caution personnelle, basée sur la déclaration patrimoniale du garant (l'entrepreneur lui-même ou un tiers) en fonction de la somme empruntée.

En règle générale, il est conseillé aux chefs d'entreprise d'équilibrer les fonds propres et les emprunts au mieux (50/50), pour avoir plus de chances pour obtenir un avis favorable pour le financement bancaire. Toutefois, la banque peut réduire son exigence de fonds propres à un ratio de 30% en moyenne (70 % d'endettement pour 30 % de fonds propres), lorsque le prêt finance une création d'entreprise à risque limité, d'après les normes du secteur concerné. En outre, les prêts bancaires octroyés dans le cadre de la création d'une entreprise s'étendent généralement sur une durée comprise entre 2 et 7 ans. En revanche, dans le cas d'acquisitions immobilières, le prêt peut s'étaler sur une plus longue durée entre 15 à 20 ans.

La liste des banques et établissements financiers, agréés en Algérie, publiée au journal officiel de la République algérienne n°02 du 11 janvier 2017, présente 29 institutions financières, dont 20 banques et 9 établissements financiers, récapitulés dans le tableau n° 17.

Tableau n° 17 : La liste des banques et établissements financiers agréés en Algérie.

Catégorie	Nomination
Banques Publiques	Banque extérieure d'Algérie, Banque Nationale d'Algérie, Crédit Populaire d'Algérie, Banque de Développement Local, Banque de l'Agriculture et du Développement Rural, Caisse nationale d'épargne et de prévoyance (Cnep Banque).
Banques privées à capitaux étrangers	City Bank Algeria, Arab Banking Corporation Algeria, Natixis Algérie, Société Générale Algérie, Arab Bank PLC Algérie, BNP Paribas Al-Djazair, Trust Bank Algeria, The Housing Bank For Trade And Finance Algérie, Gulf Bank Algérie, Fransabank Al-Djazair, Crédit Agricole Corporate et Investment Bank Algérie, HSBC Algérie et Al Salam Bank Algeria, en plus de la banque à capitaux mixtes Al-Baraka d'Algérie.
Etablissements Financiers	Société de Refinancement Hypothécaire, Société Financière d'Investissement de Participation et de Placement-SPA (Sofinance-SPA), Arab Leasing Corporation, Maghreb Leasing Algérie, Caisse Nationale de Mutualité Agricole, Cetelem Algérie, Société Nationale de Leasing-SPA, Ijar Leasing Algérie-SPA et El-Djazair Ijar-SPA.

Source : <https://www.liberte-algerie.com/entreprise-et-marches/algerie-20-banques-et-9-etablissements-financiers-agrees-264254>, le 15/04/2019, 11h36.

Les banques et les produits bancaires sont diversifiés en Algérie. Cependant, elles présentent des inconvénients majeurs pour les créateurs d'entreprises¹, notamment :

- ✓ L'obtention d'un prêt en phase d'amorçage ou en cas de difficultés financières est quasiment impossible ;
- ✓ Les prêts sont, généralement assortis de cautions personnelles, faisant peser le risque de récupérer le remboursement de l'emprunt sur le patrimoine des fondateurs, en cas d'impossibilité de paiement de ces derniers.

5.3.3.2. Les structures publiques de financement et d'accompagnement :

Les agences publiques de financement sont des dispositifs mis par l'Etat algérien au profit des jeunes pour les aider à créer leur propre entreprise, pour un double objectif : d'un côté, baisser le taux de chômage chez les jeunes, et d'un autre côté promouvoir l'activité entrepreneuriale, il s'agit de l'ANDI, l'ANSEJ, la CNAC et l'ANGEM.

5.3.3.2.1. L'Agence Nationale de Développement des Investissements

(ANDI) : L'ANDI est un établissement public à caractère administratif, sous la tutelle des services du chef de Gouvernement. Elle a été créée en 1993, sous la tutelle du ministère chargé de la promotion des investissements, sous le nom de l'Agence de Promotion, de Soutien et de Suivi de l'Investissement (APSI), puis en 2001, sous le nom de l'Agence Nationale de Développement des Investissements (ANDI), selon l'ordonnance n°01-03 du

¹<https://carminicapital.com/faq-items/les-prets-bancaires/>, le 15/04/2019, 11h45.

20/08/2001 relative au développement de l'investissement¹. L'agence a pour mission la promotion et le développement des investissements algériens ou étrangers et leur apporte une assistance en matière d'information. Selon le décret exécutif n°06-356, l'ANDI est chargée de :

- ✓ Entreprendre toute action d'information, de promotion et de collaboration avec les organismes publics et privés en Algérie et à l'étranger, pour promouvoir l'environnement général de l'investissement en Algérie ;
- ✓ Assurer un service de mise en relations d'affaires et de facilitation des contacts des investisseurs non-résidents avec les opérateurs algériens et promouvoir les projets et les opportunités d'affaires ;
- ✓ Organiser des rencontres, colloques, journées d'études, séminaires et autres manifestations et évènements ;
- ✓ Participer aux manifestations économiques organisées à l'étranger en rapport avec la stratégie de promotion de l'investissement arrêtée par les autorités concernées ;
- ✓ Entretenir et développer des relations de coopération avec des organismes étrangers similaires ;
- ✓ Assurer un service de communication avec le monde des affaires et la presse spécialisée ;
- ✓ Exploiter toutes études et informations se rapportant aux expériences similaires pratiquées dans d'autres pays.

5.3.3.2.2. La Caisse Nationale d'Assurance Chômage (CNAC) : La Caisse Nationale d'Assurance Chômage est un dispositif étatique qui prend en charge le financement des chômeurs entre 35 ans et 50 ans pour la création de leur micro-entreprise. La CNAC a été créée en 1994, sous la tutelle du Ministère du Travail et de l'Emploi. L'investissement concerne les activités industrielles et/ou de services, sauf la revente en l'état, pour des montants pouvant atteindre 5 millions DA². La caisse assure les tâches suivantes :

- ✓ Offrir un crédit sans intérêt entre deux et cinq millions de DA ;
- ✓ Accompagner les porteurs de projets ;
- ✓ Appliquer une franchise de la taxe sur la valeur ajoutée (TVA) pour l'acquisition de biens d'équipement et de services entrant directement dans la réalisation de l'investissement ;

¹www.andi.dz, le 15/04/2016, 14h35

²www.cnac.dz, le 15/04/2015, 14h46

✓ Appliquer un taux réduit de 5% en matière de droits de douane pour les biens d'équipements entrant directement dans la réalisation de l'investissement.

5.3.3.2.3. L'Agence Nationale de Soutien à l'Emploi des Jeunes (ANSEJ) : L'Agence Nationale de Soutien à l'Emploi des Jeunes a été créée le deuxième semestre de l'année 1996, sous la tutelle du Ministère du Travail, de l'Emploi et de la Sécurité Sociale. Le dispositif de soutien à l'emploi des jeunes, ANSEJ, a été mis en place afin de prendre en charge le chômage des jeunes algériens et les soutenir dans l'insertion dans la vie professionnelle. En effet, ce dispositif permet aux jeunes hommes et femmes âgés entre 19 ans et 40 ans à créer leur propre micro-entreprise, pour des montants pouvant atteindre 10 millions de DA.

Ce dispositif a pour principale mission d'encourager toutes formes d'actions et de mesures tendant à promouvoir l'emploi chez les jeunes, aussi, de favoriser la création d'activités de biens et de services par de jeunes promoteurs. Les activités de l'ANSEJ s'insèrent dans les points suivants :

- ✓ Soutenir, conseiller et accompagner les jeunes promoteurs dans le cadre de la mise en œuvre de leur projet d'investissement ;
- ✓ Gérer les aides et les bonifications des taux d'intérêts, dans la limite des enveloppes prévues ;
- ✓ Assurer le suivi des investissements réalisés par les jeunes promoteurs en veillant au respect des clauses des cahiers des charges qui les lient à l'agence ;
- ✓ Encourager toute forme d'actions et de mesures tendant à l'emploi de pré-embauche.

5.3.3.2.4. L'Agence Nationale de Gestion du Micro Crédit (ANGEM) : La promotion du micro crédit en Algérie a été réalisée à travers la création de l'Agence Nationale de Gestion du Micro Crédit. Les pouvoirs publics ont mis en place le dispositif ANGEM suite au décret exécutif n° 04/14 du 22 janvier 2004. Ce dispositif a permis la création de plus de 150 000 activités dans différents secteurs. L'ANGEM prend en charge le dispositif du micro crédit à travers l'accompagnement des bénéficiaires des prêts dans la création de leur micro projet. Aussi, elle prend en charge le montage financier des projets et la

mise en œuvre des schémas de financement en concertation avec les banques¹. L'agence assure les activités suivantes :

- ✓ Soutenir, conseiller et accompagner les bénéficiaires du micro-crédit dans la mise en œuvre de leur activité ;
- ✓ Assurer le suivi des activités réalisées par les bénéficiaires en veillant au respect des clauses des cahiers des charges qui les lient à l'agence ;
- ✓ Assister les bénéficiaires du micro-crédit auprès des institutions et organismes concernés par la mise en œuvre de leurs projets.

5.3.3.3. Les fonds de garanties des crédits d'investissement : Plusieurs problématiques se posent, en matière de financement de projets de création d'entreprise. Parmi celles-ci, la faiblesse accusée en matière de fonds propres, l'absence ou l'insuffisance, dans certains cas, de garanties à présenter à la banque par les promoteurs. Des dispositifs de garantie des crédits bancaires d'investissement sont mis en place par les pouvoirs publics pour pallier à ces difficultés dont essentiellement² :

5.3.3.3.1. La caisse de garantie du crédit d'investissement (CGCI) : C'est une institution publique mise en place pour soutenir la création et le développement de la PME en lui facilitant l'accès au crédit. La CGCI a pour vocation de couvrir les risques attachés aux crédits d'investissement consentis aux PME, notamment les risques d'insolvabilité. La limite de la garantie est plafonnée à 250 Millions de DA pour un montant maximum du crédit de 350 millions de DA. La garantie n'est offerte qu'après analyse du projet par la CGCI. La garantie définitive ne peut être octroyée qu'après la notification de l'accord de financement au promoteur par la Banque³.

5.3.3.3.2. Le fonds de garantie des crédits aux PME (FGAR) : C'est une institution publique, conçue pour faciliter l'accès des PME aux financements bancaires lors du lancement de projets de création ou d'extension d'activité, en accordant des garanties de crédits aux banques, à l'effet de compléter le montage financier des projets. La garantie FGAR vient en complément des garanties réelles exigées par la banque auprès de ses clients pour la mobilisation des crédits octroyés. Elle comble l'insuffisance des garanties immobilières et nantissement des équipements, et dans certains cas, les remplacent.

¹www.angem.dz, le 15/04/2014, 15h13.

²<http://www.mdipi.gov.dz/?-L-aide-a-l-acces-au-financement->, le 11/11/2018, 13h45

³<http://www.mdipi.gov.dz/?CGCI>, le 11/11/2018, 13h55.

Le montant minimal de la garantie par projet est de 5 millions DA et le montant maximal est de 50 millions DA. Le montant maximal de 50 millions DA désigne la garantie accordée et non le coût du projet. La garantie n'est offerte qu'après analyse du projet par le FGAR. La garantie définitive ne peut être octroyée qu'après la notification de l'accord de financement au promoteur par la Banque. Le FGAR déploie ses activités sur l'ensemble du territoire national à partir des directions de PME de wilaya où il dispose dans chacune d'elles de représentation. Il est destiné aux investissements hors dispositifs ANGEM, ANSEJ et CNAC¹.

5.3.3.3. Le fonds de caution mutuelle de garantie risques/crédits des investissements des chômeurs âgés de 35 à 50 ans : Le fonds a été créé pour conforter davantage les banques dans la prise des risques inhérents au financement des entreprises créées dans le cadre des dispositifs CNAC. Le montant de la cotisation au Fonds est calculé sur la base du crédit bancaire accordé, soit 0,35% du montant du crédit accordé. La garantie du fonds complète celles déjà prévues par le dispositif, à savoir² :

- ✓ Le nantissement des équipements et/ou le gage du matériel roulant au profit des banques au 1er rang et au profit de CNAC au 2ème rang ;
- ✓ L'assurance multirisque subrogée au profit de la banque.

5.3.3.4. Le fonds de caution mutuelle de garantie risques/crédits des jeunes promoteurs : Le Fonds a été créé pour conforter davantage les banques dans la prise des risques inhérents au financement des entreprises créées dans le cadre des dispositifs ANSEJ. Le montant de la cotisation au Fonds est calculé sur la base du crédit bancaire accordé soit 0,35% du montant du crédit accordé³. La garantie du fonds complète celles déjà prévues par le dispositif, à savoir :

- ✓ Le nantissement des équipements et/ou le gage du matériel roulant au profit des banques au 1er rang et au profit de l'ANSEJ au 2ème rang ;
- ✓ L'assurance multirisque subrogée au profit de la banque.

¹<http://www.mdipi.gov.dz/?Le-FGAR>, le 11/11/2018, 14h00.

²<http://www.mdipi.gov.dz/?Le-fonds-de-caution-mutuelle-de,81>, le 11/11/2018, 13h58

³<http://www.mdipi.gov.dz/?Le-fonds-de-caution-mutuelle-de>, le 11/11/2018, 14h00

5.3.3.3.5. Le fonds de garantie mutuelle des micros crédits : Le fonds a pour objet de garantir les microcrédits accordés par les banques et établissements financiers adhérents au fonds, aux bénéficiaires ayant obtenu la notification des aides de l'agence nationale de gestion du microcrédit, l'ANGEM¹.

5.3.3.4. Les sociétés de capital investissement : La technique du Capital Investissement est une activité relativement ancienne en Algérie qui a vu le jour en 1991 avec la création de la Financière Algéro-Européenne de Participation (FINALEP), société spécialisée dans le Capital Investissement en vue de financer des partenariats algéro-européens. Cette activité est restée à l'état embryonnaire, notamment, du fait de l'absence d'une législation aboutie. Dans ce contexte, la Loi n°06-11 du 24 juin 2006 a pour objet de définir les conditions d'exercice du Capital Investissement, en instituant la Société de Capital Investissement, dont les conditions d'application sont fixées par le décret exécutif n° 08-56 du 11 février 2008.

En effet, les articles 18 et 19 de la Loi n° 06-11 fixe à la Société de Capital Investissement un taux maximal de participation de 49% du capital d'une même entreprise et une durée de la participation dans l'investissement qui varie entre 5ans et 7ans. Aussi, l'article 27 de cette même loi, stipule que la Société de Capital Investissement n'est pas soumise à l'impôt sur les bénéfices des sociétés pour les revenus provenant des dividendes, des produits de placement, des produits et plus-values de cession des actions et des parts sociales. Par ailleurs, elle est soumise au taux réduit de 5% au titre de l'impôt sur les bénéfices. Enfin, les critères de compétence et de professionnalisme des dirigeants de la Société de Capital Investissement sont fixés par arrêté du 27 décembre 2008.

Toutefois, Loi n° 06-11 n'est pas opérationnelle en l'état, puisqu'elle n'a pas précisé les modalités de constitution et d'exercice de la Société de Gestion de Fonds d'Investissement, empêchant le développement de ce type de financement. La publication du décret exécutif n°16-205 du 25 juillet 2016 est venue compléter la législation du Capital Investissement, instituant un cadre réglementaire, désormais approprié à la constitution de Fonds d'Investissement en Algérie. En définitif, ce texte institue une structure adéquate au développement de cette technique de financement.

¹<http://www.mdipi.gov.dz/?Le-fonds-de-garantie-mutuelle-des>, le 11/11/2018, 14h05

A ce titre, les professionnels du Capital Investissement ont, maintenant, entre les mains les outils nécessaires pour développer leur activité et modifier le paysage de l'investissement en le dynamisant, d'autant plus que l'Algérie compte de nombreuses sociétés prometteuses. Six sociétés de capital-risque sont opérationnelles ou en cours de constitution. Il s'agit des filiales des banques publiques : BADR, BNA, BEA, BAD, BDL et CPA, en outre, d'EL DJAZAIR ISTITHMAR, la SOFINANCE et l'ASICOM. La procédure que les porteurs de projets doivent suivre pour bénéficier d'un financement est la même qu'il s'agisse de création d'une entreprise, d'une extension d'activité ou de rachat d'une société. Les promoteurs peuvent faire appel à une de ces sociétés d'investissement pour une prise de participation dans le capital de l'entreprise à créer¹.

Malgré les dispositifs de soutien à l'investissement et les garanties pour faciliter le financement, l'un des principaux obstacles des petites entreprises demeure l'accès aux financements, notamment à moyen et à long terme. Pour dépasser cette contrainte 7/10 personnes recourent au financement personnel à 100% de leur activité, à la création de leur entreprise. Mais pour le développement de leur activité, ils ont du mal à trouver du financement. En effet, à cause du comportement méfiant des banques et le manque de capital risque dans le pays les jeunes entreprises ont du mal à décoller pour développer leur activité et faire face à la concurrence, surtout étrangère, qui devient de plus en plus agressive. En ce qui concerne les dispositifs ANSEJ, ANGEM, CNAC, ils présentent le financement idéal pour le secteur de l'industrie comme le béton ou les machines du textile avec un inconvénient majeur, le temps long entre la demande du crédit et son octroi. En outre, ces dispositifs n'offrent aucun soutien pour le secteur de la technologie de l'information et de la communication. Ils n'ont aucun service à la disposition des entreprises de services virtuel comme l'enseignement en ligne ou le journal en ligne.

Le rapport des actes des assises nationales de la PME du ministère de PME et de l'artisanat de janvier 2004², a synthétisé les difficultés financières rencontrées par les PME algériennes comme suite :

- L'appui des banques est inadéquat aux besoins de financement des PME. Les procédures d'octroi de crédit sont lourdes et non adaptées aux nouvelles données économiques ;

¹<http://www.mdipi.gov.dz/?Les-societes-de-capital>, le 11/11/2018, 13h50.

² Ministère des PME, « Rapport annuel des actes des assises nationales de la PME », Algérie, Janvier 2004

- Le coût du crédit est élevé. Les garanties exigées par les banquiers sont excessives et les délais de traitement des demandes de crédit et des opérations sont trop longs ;
- L'inefficacité de la réglementation des changes. Elle est inadaptée aux échanges de services ;
- L'absence de la notion de la prise de risque partagée chez les institutions de financement ;
- La lourdeur du système de fiscalité ordinaire, qui n'a pas une vision stratégique de développement, ni une parafiscalité qui encourage la création d'entreprise.

Ces obstacles poussent les dirigeants des petites et moyennes entreprises à recourir souvent aux ressources de financement familiales et aux réseaux de financement informel, pour survivre, en attendant l'assainissement du réseau formel et l'assouplissement des conditionnalités jugées jusqu'au là insurmontables, par les investisseurs privés.

5.3.4. Les supports de soutien à l'entrepreneuriat

Les supports de soutien à l'entrepreneuriat concernent : la disponibilité du foncier industriel, l'information, les organisations non gouvernementales, ainsi que les procédures administratives et judiciaire.

5.3.4.1. Le foncier industriel : L'accès au foncier industriel est très difficile, en termes de disponibilité, des démarches administratives, de prix et de modalités de paiement. En effet, les procédures d'accès au foncier sont lourdes et très longues, avec un temps moyen d'acquisition entre 1 an et 5 ans. Aussi, le manque de transparence dans le traitement des dossiers présente un obstacle sérieux pour la promotion des investissements. Par ailleurs, l'autre obstacle majeur concerne l'ambiguïté du statut juridique des assiettes foncières, dans la mesure où la plupart des investisseurs installés ne possèdent pas d'actes légaux de propriétés authentiques. Malgré les efforts des autorités publiques, avec la création du guichet unique CALPI, la problématique de la multiplication des intervenants n'a pas été réglée, et son rôle s'est avéré essentiellement d'ordre administratif.

La situation est plus critique pour les petites entreprises, par des immobilisations financières importantes pour l'acquisition des terrains industriels, au détriment de l'acquisition des équipements nécessaires à l'exercice de leurs activités d'exploitations et d'investissements. La contrainte liée au foncier industriel est l'une des causes principales du recul de nombreux projets et des intentions d'investissements, surtout étrangers.

5.3.4.2. Le support d'information : L'économie algérienne est caractérisée par un manque flagrant en matière de disponibilité de l'information. Un déficit d'information fiable et actualisée, à caractère économique, financier et commercial, est à souligner :

- ✓ L'absence de banques de données statistiques et d'un système d'informations national ;
- ✓ Le manque de données et des études de marché national, régional et local ;
- ✓ Les difficultés d'accès aux sources d'informations spécialisées et à Internet qui est, jusque-là, peu utilisé dans le monde des affaires ;
- ✓ L'indisponibilité de données et d'orientations sur les opportunités d'investissements ;
- ✓ Le manque d'informations sur la concurrence et les pratiques des opérateurs économiques.

Le manque d'information constitue, aux yeux des experts l'un des principaux obstacles que doivent affronter les dirigeants des petites entreprises, désireux de se porter à la conquête d'un marché extérieur. De ce fait, il est impératif pour l'émergence du secteur privé et le développement des PME, de mettre en place un système efficace de collecte, d'analyse et de diffusion des informations économiques. La création d'un établissement d'observation de la PME apportera plus de connaissances et de visibilité sur ce secteur de petites entités, qui demandent un suivi et un appui particulier à chaque étape de leurs vies.

5.3.4.3. Les organisations non gouvernementales : Malgré les difficultés relatives à la promotion de l'entrepreneuriat et la création d'entreprise, des organisations non gouvernementales portées par le secteur privé, se mettent timidement en place. Elles sont en complément des dispositifs déjà engagés par les pouvoirs publics en faveur de la création de jeunes entreprises et s'adressent en premier lieu aux étudiants et jeunes diplômés des universités et grandes écoles. Il s'agit, entre autres, du Global Entrepreneurship Week Algeria, Indjaz El-Djazaïr et Dzwebdays¹. Ces initiatives sont des espaces où les jeunes peuvent trouver un soutien, pas nécessairement financier, mais beaucoup plus des rencontres et des formations auprès d'entrepreneurs, pour partager leurs expériences et échanger des pratiques et des idées. Elles ont pour objectif d'exposer les avantages de l'entrepreneuriat à travers des conférences, des ateliers de coaching des porteurs de projets, en passant par des concours ou des séances de créativité².

¹Bouzar M, «Entrepreneuriat des jeunes diplômés : une dynamique s'enclenche ! », Investir Magazine, N° 44, Editorial, p : 1.

²Idem, p : 46.

A l'image de ces organisations, l'Académie Algérienne de l'Entrepreneuriat, tente par des actions de sensibilisation et par voie de concours, de donner une visibilité à de jeunes porteurs de projets issus du monde universitaire, toutes filières confondues¹. Aussi, l'Algerian Start Up Initiative (ASI) organise annuellement un concours du meilleur business plan, destiné aux porteurs de projets de startups. Les lauréats du concours bénéficient d'une incubation au niveau de l'incubateur de Sidi Abdellah à Alger, des séances de conseils et de coaching et d'un fond d'investissement de la Silicon Valley (aux Etats-Unis). Cette même diaspora a annoncé en octobre 2011, la création d'un fonds d'investissement algéro-américain appelé « Casbah Business Angels », introduisant ainsi un nouveau mode de financement en Algérie².

Il est clair que ces initiatives ne sont pas la panacée qui permettra de résoudre définitivement le problème du chômage chez les diplômés, mais il peut certainement faciliter l'entrée sur le marché du travail pour un certain nombre d'entre eux qui ont l'ambition et les moyens de devenir entrepreneurs. En effet, l'entrepreneuriat des jeunes universitaires doit être envisagé comme un apprentissage à l'approche du projet, et non pas une approche purement académique. En effet, un junior entrepreneur doit être capable d'identifier les besoins, déterminer des objectifs, trouver des partenaires, réaliser un rétro-planning pour créer une entreprise.

5.3.4.4. Les procédures administrative et judiciaire : L'un des problèmes les plus importants rencontrés par les petites entreprises algériennes au cours de chaque étape du processus de la création au développement, est celui de la complexité des démarches administratives. Une situation qui découle du manque de transparence dans le traitement des dossiers, de la lourdeur des procédures administratives, du non engagement des institutions concernées, du manque de coordination et de connexion entre les divers organismes impliqués et l'absence de structures d'accueil et d'encadrement. Par ailleurs, la difficulté d'identifier l'entité habilitée à délivrer une autorisation d'exploitation pour une entreprise, livre le dirigeant de cette dernière à un long parcours de combattant, le ballottant d'un service à un autre.

¹Guechtouli W, Guechtouli M, « L'entrepreneuriat en Algérie : quels enjeux pour quelles réalités ? », IPAG Business School, 2014, p : 8.

²Idem.

Les pratiques bureaucratiques et la corruption caractérisent encore l'administration publique. Ses faibles performances sont dues, essentiellement, au fait qu'elle n'a jamais été l'objet d'une mise à niveau, par conséquent, elle est devenue un obstacle majeur à l'émergence d'une économie de marché, basée sur la libre concurrence et la promotion de l'investissement privé. Actuellement, il est impératif d'entamer une mise à niveau de l'ensemble des institutions administratives intervenant dans l'environnement macroéconomique pour la réussite de la promotion de la petite et moyenne entreprise.

Le rapport de la Banque Mondiale (Doing Business, 2015) révèle que l'environnement institutionnel est encore peu favorable au développement de l'entrepreneuriat et de nouvelles créations d'entreprises. En effet, pour créer une nouvelle activité, l'entrepreneur algérien doit réaliser 14 procédures, contre 5 procédures au Maroc et 1 seule au Canada. Par ailleurs, ceci nécessitent une moyenne de 22 jours, alors que la moyenne dans la zone MENA est de 19 jours et à l'OCDE 5 jours.

5.3.5. La culture de l'entrepreneuriat

Selon l'UNESCO, la culture, dans son sens le plus large, est considérée comme : *« L'ensemble des traits distinctifs, spirituels, matériels, intellectuels et affectifs, qui caractérisent une société ou un groupe social. Elle englobe, outre les arts et les lettres, les modes de vie, les droits fondamentaux de l'être humain, les systèmes de valeurs, les traditions et les croyances. »* Rocher et Rocher (1991) définissent le concept de culture de la façon suivante : *« Qui parle de culture parle d'identité, de manière de voir et de percevoir. Un construit social qui englobe les connaissances, les croyances, l'art, le droit, la morale et la religion, l'ethnie, les coutumes et les modes de vie qu'on retrouve au sein d'une société ».*

Moisset (1997), considère que le concept de culture véhicule, dans sa signification, une double perspective. L'une est descriptive de la manière dont les choses sont, fournissant des clefs pour interpréter les événements, les comportements, les actes, les paroles. L'autre est prescriptive, indiquant la manière dont les choses doivent être à travers des croyances, des valeurs et des normes. Ce double perspectif a attiré les théoriciens des organisations et de la gestion. Plusieurs chercheurs, dont Smucker (1988), se sont penchés sur le phénomène qu'est le transfert du concept de culture de la socio-anthropologie vers les sciences de l'organisation et de la gestion.

Dans ce contexte, Gravel (2002) définit la culture organisationnelle comme « *Un ensemble structuré de valeurs, de croyances et de représentations partagées par les acteurs façonnant le type de gestion et les comportements des employés.* »

Avec le développement et la multiplication des micro-entreprises, une autre culture a vu le jour, à savoir « la culture entrepreneuriale ». Contrairement à la culture organisationnelle, qui est bien documentée, la culture entrepreneuriale, trouve peu de définitions dans la littérature¹. D'après Toulouse (1990) : « *Une culture entrepreneuriale, est une culture qui valorise la persévérance et la détermination, qui supporte l'expérimentation des nouveaux projets d'entreprises et qui tolère les difficultés, les échecs et les faillites auxquelles font face certains individus.* »

Dans un essai de définition de la culture entrepreneuriale, Fortin (2002) fait références à des attitudes et des valeurs comme l'autonomie, la responsabilité, la créativité et la solidarité, à des connaissances approfondies pour relever correctement les défis comme employeur ou employé, et à des compétences de savoir-faire, de savoir-être et de savoir-agir appropriées à sa situation de vie.

La culture entrepreneuriale est donc l'ensemble des valeurs, des croyances, des qualités et d'attitudes, largement partagées au sein de la société, visant l'émergence d'idées novatrices et exprimant la volonté d'entreprendre. Elle se veut être comme une culture du projet, une culture de création et de construction, puisqu'elle vise à produire de la nouveauté et du changement. Les valeurs, croyances et représentations à la base d'une culture entrepreneuriale sont : la confiance en soi, le leadership, l'esprit d'équipe, la motivation, le sens des responsabilités, la solidarité, la débrouillardise, l'effort, l'initiative, le sens de l'organisation, la créativité, la détermination et la persévérance. Ces valeurs se définissent par les attitudes et les comportements qui les expriment (voir tableau n° 9, p : 74). Dans une culture entrepreneuriale, Toulouse (1990) identifie cinq dimensions² :

- ✓ La valorisation des activités d'affaires ;
- ✓ La valorisation de l'initiative individuelle ou collective ;
- ✓ La valorisation de la persévérance et la détermination ;
- ✓ La valorisation d'un état d'équilibre entre la sécurité et le risque ;

¹ Ruel P, « La culture entrepreneuriale : conditions favorisant sa mise en œuvre, son émergence et sa pérennité en milieu scolaire », Université du Québec, Canada, 2007, p : 17-23.

² Toulouse J M, « La culture entrepreneuriale », Colloque du 10^{ème} anniversaire de la Fondation de l'entrepreneurship, Montréal, Canada, 1990, p : 1-11.

- ✓ La valorisation de la notion du changement.

5.3.5.1. La valorisation des activités d'affaires : Une société qui valorise l'activité d'affaires, est une société qui accorde une place importante à la création d'entreprise. Dans cette société, les comportements d'affaires sont représentés comme des modèles sociaux acceptables et désirables.

En ce qui concerne l'Algérie, les activités d'affaires se classent parmi les activités les moins valorisées. En effet, les algériens sont restés toujours marqués par la culture socialiste, du fait de l'application d'un système économique socialiste après l'indépendance. Dans ce contexte, la notion de classe n'existait pas, et les gens qui gagnent beaucoup d'argent en entreprenant ne sont pas appréciés. Souvent, pour eux, la notion de richesse est liée au phénomène de corruption, de blanchiment d'argent et d'argent facile. De ce fait, l'homme d'affaires est considéré comme un profiteur, un exploitant, un escroc et il se sent toujours traquer, et même des fois, ces employés travaillent à sa perte¹.

5.3.5.2. La valorisation de l'initiative individuelle ou collective : Dans une société, où les défis sont considérés comme source de crainte, inhibe toute initiative et plus particulièrement celle de la création d'entreprise. Contrairement, dans une société où l'initiative individuelle et collective est valorisée, les défis sont exploités en tant que sources d'inspiration et d'opportunité qui poussent les individus à agir et à tenter de résoudre eux-mêmes les obstacles qui se posent. L'exemple qui illustre le contraire d'une valorisation de l'initiative individuelle ou collective, provient des attaques menées par une grande partie de la société algérienne contre les dispositifs mis en place par l'Etat pour aider les jeunes à créer leurs micro-entreprises, tels que l'ANSEJ, l'ANGEM, etc².

5.3.5.3. La valorisation de la persévérance et la détermination : Le développement des projets d'entreprises nécessite une persévérance et une détermination. Les études sur les entrepreneurs, ont montré que les entrepreneurs sont des personnes qui persistent, qui persévèrent et qui investissent toute leur énergie, leur temps et leurs ressources pour réussir à réaliser leur projet. Seulement, cette pratique prend souvent la forme d'un essai, d'une expérimentation et d'une réconciliation de l'échec et/ou de l'erreur, car il est, pertinemment admis que tous les projets des entrepreneurs ne réussiront pas.

¹https://www.reflexiondz.net/Pourquoi-il-faut-stimuler-la-culture-entrepreneuriale-en-Algerie_a41753.html, le 08/11/2018, 13h30.

² Idem.

Valoriser la persévérance et la détermination amène à la valorisation de l'essai, de l'expérimentation et en conséquence le support de l'échec ou de l'erreur. En Algérie, généralement, les entrepreneurs qui ne réussissent pas, ils se retrouveront objet de rejet voire d'hostilité de la part des membres de la société. Ce genre d'attitudes éloigne plusieurs entrepreneurs, car il n'est pas facile de vivre avec l'impression d'avoir fait quelque chose que la société réproouve ou de ne pas avoir connu les succès auxquels la société s'attendait.

5.3.5.4. La valorisation d'un état d'équilibre entre la sécurité et le risque : La création d'entreprises représente toujours un risque, car créer une entreprise ne se fait pas dans une situation de certitude, mais dans une situation où les probabilités de succès sont appuyées sur les informations disponibles. La société algérienne accorde une place importante à la notion de sécurité d'emploi. En effet, en Algérie, tout le monde veut être salarié et particulièrement dans le secteur public. Un déséquilibre en faveur de la sécurité entrainera une passivité de plus en plus grande avec un déficit de petites et moyennes entreprises.

5.3.5.5. La valorisation de la notion du changement : L'activité entrepreneuriale crée une tension entre ce que l'on pourrait appeler la stabilité et le changement. Elle génère des projets dont l'effet est de modifier une situation, d'offrir à la collectivité un produit, un service qui amèneront un changement dans les comportements. L'Algérie est un pays assez conservateur dont le peuple a une grande résistance au changement. Dans ce type de pays, il règne dans leur champ d'activité un climat de morosité, de fatalisme, d'opposition et de suspicion. Ce qui génère une attitude générale défensive, se caractérisant par la recherche des failles, des défauts, des faiblesses, des points plutôt négatifs que positifs de la plupart des nouveautés et changements.

D'une manière générale, la culture entrepreneuriale en Algérie est un « entrepreneuriat de survie ». L'entrepreneur crée son entreprise par contrainte sociale (nécessité) et non pas pour exploiter une opportunité. Toulouse (1990) précise que si une direction causale devrait exister entre la culture entrepreneuriale et le niveau d'entrepreneuriat, elle irait dans le sens de la culture à l'entrepreneuriat. En effet, une société qui désire plus d'entrepreneurs pour la création de richesse et la croissance à long terme, doit travailler à développer d'abord la culture entrepreneuriale dans son milieu¹.

¹Toulouse J M, « La culture entrepreneuriale », op-cité, 1990, p : 1-11.

Le développement de la culture entrepreneuriale passe par un effort de sensibilisation et de promotion. Les moyens d'inculquer une culture entrepreneuriale sont multiples allant de l'éducation, à l'apprentissage par projet, à la sensibilisation et à l'information. La sensibilisation à l'entrepreneuriat aux écoles, collèges, lycées, universités et centres de formation professionnelle passe par l'introduction de leçons et modules de culture entrepreneuriale. Aussi, les travaux pratiques avec la réalisation de projets entrepreneuriaux jouent un rôle important pour inculquer les qualités entrepreneuriales comme la confiance en soi, la motivation, le sens de responsabilité, l'initiative, leadership, etc.

Par ailleurs, il est important d'écrire les histoires des entreprises et entrepreneurs publics et privés pour les valoriser et les diffuser vers les jeunes pour les inciter à penser en termes de développement d'activités autonomes pour sortir de l'assistanat et la précarité. En effet, d'après l'écrivain Yasmina Khadra : « Aucune nation ne peut survivre sans mythe, et aucune jeunesse ne peut s'épanouir sans idole »¹.

Parmi les avantages de promouvoir la culture entrepreneuriale, nous en citons ce qui suit :

- Stimuler la compétitivité, l'innovation, la productivité et la croissance économique ;
- Faire de l'entrepreneuriat, un choix de carrière désirable ;
- Améliorer la capacité des individus à vivre avec l'incertitude et à répondre positivement au changement ;
- Rattraper un retard par rapport à d'autres pays au niveau de la création d'entreprises ;
- Contrebalancer l'information déjà abondante en matière d'employabilité ;
- Valoriser la richesse et son rôle dans le développement économique et social ;
- Prendre en charge des initiatives de promotion à moyen et long terme, car le secteur privé est peu enclin à le faire.

5.3.6. Le capital humain

Depuis l'indépendance, les efforts de l'État en matière d'éducation et de formation sont importants. En effet, le budget consolidé de l'éducation nationale, de la formation professionnelle et de l'enseignement supérieur est le plus important des dépenses publiques. Aussi, il est important de signaler qu'en Algérie, la formation est gratuite à tous les niveaux de l'apprentissage, du primaire à l'université.

¹https://www.reflexiondz.net/Pourquoi-il-faut-stimuler-la-culture-entrepreneuriale-en-Algerie_a41753.html, le 08/11/2018, 13h30.

Cependant, un chômage structurel de plus en plus important s'installe en Algérie du fait de l'inadéquation de la demande et de l'offre de travail. En effet, dans son dernier rapport sur les perspectives économiques mondiales, le Fonds Monétaire International (FMI) dresse un bilan négatif de l'emploi en Algérie. Le FMI a revu à la hausse le taux de chômage du pays, en calculant un taux de 9,8% en 2013, 10,8% en 2014, et 11,3% 2015¹.

Cette situation est le reflet de la qualité de l'enseignement et aux contenus des programmes de formation, qui se traduit par une déperdition scolaire de plus en plus importante et des diplômés avec un manque en matière de savoir-faire. Par ailleurs, le système éducatif algérien dans son ensemble, du primaire à l'université, exclut l'entrepreneuriat des cursus, contrairement à d'autres pays, comme le Canada. Aussi, les universités et les écoles ne disposent pas de formations complémentaires en gestion des affaires, en faveur des diplômés aptes à se lancer dans une activité privée. Les statistiques, à travers le monde, montrent que 60% des entreprises créées disparaissent au bout de la 3^{ème} année, à cause justement de la non maîtrise de cet aspect².

Dans ce contexte, Tounes (2007) précisent que même si les entrepreneurs algériens sont preneurs de risques et chasseur d'opportunités, ils n'ont pas le profil d'innovateur ou de managers. Il rajoute qu'ils souffrent d'absence de culture managériale au point où ils ignorent l'existence d'outils de gestion leur épargnant des problèmes basiques³. Dans la même réflexion, Fatma Seddaoui, Directrice Générale de l'Agence Nationale de Soutien à l'Emploi de Jeunes (ANSEJ), le confirme implicitement, dans une déclaration, en marge des assises nationales de la formation professionnelle du 8 avril 2007. En effet, elle indique que dorénavant, aucun promoteur de l'ANSEJ ne bénéficiera d'un financement avant d'être formé dans les domaines de la gestion afin d'assurer la pérennité des micro-entreprises. Dans le même ordre d'idées, le Président de la République, Abdelaziz Bouteflika, a déclaré, en 2006, que le système éducatif algérien a excellé dans la formation quantitative de salariés et de demandeurs d'emplois, mais il a moins réussi à bâtir une mentalité d'entrepreneurs⁴.

¹http://leconews.com/fr/-11-3-en-2015-en-algerie-07-10-2014-171767_290.php, 07/10/2015, 10h00

²Lettre de l'agence, « La formation pour un accompagnement de qualité », Lettre de l'agence, ANGEM magazine, N°3, 2008, p : 4

³Tounes A, Assala K, « Influences culturelles sur des comportements managériaux d'entrepreneurs algériens », 5^{ème} Congrès international de l'Académie de l'entrepreneuriat, Sherbrooke, 4 au 7 octobre 2007.

⁴Lettre de l'agence, « La formation pour un accompagnement de qualité », op-cité, 2008, p : 1

En Algérie, le marché de travail est encore instable et sujet à tous les dépassements possibles. Les contraintes qu'il subit sont multiples :

- Le manque accru des experts en management, des gestionnaires, des techniciens qualifiés ;
- L'existence de fortes contraintes dans la gestion des ressources humaines, notamment la gestion des contrats, des procédures et des coûts de licenciement, etc ;
- L'inexistence d'instituts de formations spécialisées et la faiblesse de la qualité des programmes assurés ;
- L'inadaptation des formations dispensées par les universités avec les besoins réels des entreprises et en matière des techniques modernes de management, gestion et de marketing ;
- Les difficultés de la pratique des langues étrangères chez la plupart des nouveaux diplômés.

Conclusion

Dans les années 1990, l'Algérie a connu un bouleversement économique, en passant d'une économie socialiste à une phase de transition vers l'économie de marché. Le gouvernement algérien a engagé un certain nombre de réformes économiques s'éloignant du modèle socialiste existant. Ce dernier s'est caractérisé par une gestion planifiée, la propriété publique sur l'outil de production et de distribution, ainsi qu'un monopole des entreprises publiques dans le secteur de l'industrie. Par ailleurs, l'économie algérienne a la particularité d'être une économie rentière qui dépend à plus de 90% des ressources d'hydrocarbures.

Ce changement introduit est basé sur la libéralisation des marchés. L'initiative entrepreneuriale privée est dès lors encouragée. L'Etat algérien prend conscience du rôle important des PME/PMI dans le développement de la croissance économique algérienne. Des initiatives sont prises pour encourager leur extension, notamment par le biais de la loi d'orientation sur la promotion de la PME, en 2001. Par ailleurs, l'Etat donne une forte impulsion politique, en créant un ministère délégué, des agences nationales pour l'accompagnement des PME, ainsi que des fonds de caution.

Cependant, malgré les efforts du gouvernement pour encourager et promouvoir l'entrepreneuriat. Ce dernier fait face à des contraintes importantes. En effet, qu'il s'agisse du financement, des compétences ou de la formation, les mesures mises en place par l'Etat ont du mal à enregistrer les résultats positifs attendus. Les raisons ayant conduit à cette situation sont nombreuses. D'abord, l'Etat qui peine à mettre en place des mesures efficaces pour soutenir les initiatives entrepreneuriales et leurs financements. Aussi, les entrepreneurs, qui manquent de formation dans des domaines élémentaires, comme la comptabilité ou la gestion, et qui éprouvent des difficultés à garantir la pérennité pour leurs entreprises. Enfin, le déficit de la culture entrepreneuriale observé dans la communauté algérienne.

A la suite de notre présent développement, nous affirmons notre quatrième hypothèse. L'état actuel de l'écosystème entrepreneurial en Algérie enregistre un déficit. En effet, malgré les efforts du gouvernement pour le développement de l'activité entrepreneuriale, l'entrepreneur fait face à des contraintes financières, administratives, fiscales et même culturelles.

Chapitre 6

**Le modèle empirique de l'écosystème
entrepreneurial favorable au développement de
l'entrepreneuriat dans la wilaya de Constantine**

Introduction

Après avoir développé le contexte général de l'entrepreneuriat en Algérie, nous nous intéressons, maintenant, à l'étude empirique de l'écosystème entrepreneurial de la wilaya de Constantine. Il s'agit d'une analyse de l'état des lieux de ce dernier, selon six axes, à savoir : la politique, le financement, les outils de soutien, le marché, la culture et le capital humain, correspondant au modèle d'Isenberg (2011). A cette fin, des entretiens ont été menés auprès des différentes parties prenantes dans l'écosystème entrepreneurial de la wilaya de Constantine. Il s'agit des structures de financement, des dispositifs d'aide à la création d'entreprise, des organismes et des associations d'appui à l'entrepreneuriat, comme la maison de l'entrepreneuriat et le centre de carrière.

En outre, une enquête quantitative auprès des entrepreneurs de la wilaya de Constantine a été réalisée, dont les résultats sont exposés à travers un ensemble d'outils statistiques réalisés à l'aide du logiciel de traitement des données : « Statistical Package For Social Science (SPSS) ».

Section 1 : La méthodologie de la recherche empirique

La méthodologie adoptée dans notre étude, est fondée sur une approche hypothético-déductive avec une démarche analytique à triple entrées. Tout d'abord, l'étude documentaire, ensuite, l'étude qualitative à travers la collecte de données par le biais des entretiens semi-directifs, et enfin, l'étude quantitative en utilisant la méthode de sondage, avec un questionnaire auto-administré en ligne. Dans ce contexte, la présente section a pour objet la description de la méthodologie d'investigation employée, ainsi que le choix des techniques de collecte et d'analyse des données.

6.1.1. L'approche hypothético-déductive

La méthode hypothético-déductive est une méthode scientifique, expérimentale, qui consiste à émettre des hypothèses, à recueillir des données, puis à tester les résultats obtenus pour réfuter ou appuyer les hypothèses. Dans notre développement, nous mettons en exergue les différentes étapes de l'approche hypothético-déductive, partant de la construction de la problématique jusqu'à l'élaboration des hypothèses.

6.1.1.1. La construction de la problématique : Un travail de recherche consiste, tout d'abord, à énoncer son projet sous la forme d'une question de départ par laquelle le chercheur tente d'exprimer le plus exactement possible ce qu'il cherche à savoir, à élucider et à mieux comprendre. Le développement de notre corpus théorique, ainsi que l'actualité économique en Algérie, nous ont permis d'énoncer la problématique suivante : *« Quelles sont les principales caractéristiques d'un écosystème favorable au développement de l'entrepreneuriat en Algérie – Cas de la wilaya de Constantine ? »*.

L'objectif de notre questionnement est de mettre en exergue les principales caractéristiques de l'écosystème entrepreneurial favorable au développement de l'entrepreneuriat dans une région, pour ensuite proposer un modèle propre à la wilaya de Constantine.

6.1.1.2. La subdivision de la question principale : Après la construction de la problématique, il y a lieu de décomposer la question principale en plusieurs éléments de plus en plus précis et concrets. L'idée sous-jacente du présent exercice est que la question principale ne peut se traduire en une étude empirique avec les termes généraux qu'elle englobe.

Chapitre 6 : Le modèle empirique de l'écosystème entrepreneurial favorable au développement de l'entrepreneuriat dans la wilaya de Constantine

Dans ce contexte, nous avons choisi de décomposer la question principale en les sous-questions suivantes :

- ✓ **Question 1** : Comment déterminer le positionnement épistémologique du concept de l'entrepreneuriat ?
- ✓ **Question 2** : Quel est l'apport de l'entrepreneuriat à l'économie ?
- ✓ **Question 3** : Comment définir le concept de l'écosystème entrepreneurial ?
- ✓ **Question 4** : Quelles sont les caractéristiques d'un écosystème favorable au développement de l'entrepreneuriat ?
- ✓ **Question 5** : Quel est l'état actuel de l'écosystème entrepreneurial en Algérie ?
- ✓ **Question 6** : Quels critères de l'écosystème entrepreneurial sont propices au développement de l'entrepreneuriat au niveau de la wilaya de Constantine ?

6.1.1.3. L'élaboration des hypothèses : Une hypothèse est une réponse provisoire à une question que l'on pose. En science de gestion, nous proposons des hypothèses à confirmer ou infirmer par le travail de terrain, puisqu'il n'est pas possible d'apporter des preuves exactes aux questions posés. Effectivement, ne nous sommes pas dans un dispositif d'expérimentation qui permettrait d'avoir une réponse juste, applicable en tout temps et tous lieux, avec les mêmes données. Ainsi, nous ne pouvons jamais, tout à fait, prouver qu'une hypothèse est vraie, en revanche nous pouvons montrer qu'elle est fausse.

Les hypothèses auxquelles nous tenterons d'y répondre par le biais de notre recherche empirique sont les suivantes :

- ✓ **Hypothèse 1** : Les recherches en entrepreneuriat ont permis son positionnement épistémologique à travers ses définitions, ses écoles, et ses approches, à savoir : l'approche des économistes, l'approche par les traits psychologique et l'approche par le processus.
- ✓ **Hypothèse 2** : Les apports de l'entrepreneuriat à l'économie sont considérables. Ils concernent la création de richesses, la réduction du chômage et la promotion de l'innovation.
- ✓ **Hypothèse 3** : Les définitions de l'écosystème entrepreneurial sont multiples et elles sont relatives à la diversité de ses dimensions géographiques, de ses acteurs et de leurs stratégies.
- ✓ **Hypothèse 4** : Les caractéristiques d'un écosystème favorable au développement de l'entrepreneuriat englobent l'existence de politiques de soutien, les incitatifs en matière de fiscalité, la disponibilité des ressources humaines et financières, l'accès aux fournisseurs, aux clients et aux marchés.

✓ **Hypothèse 5** : L'état actuel de l'écosystème entrepreneurial en Algérie enregistre un déficit. En effet, malgré les efforts du gouvernement pour le développement de l'activité entrepreneuriale, l'entrepreneur fait face à des contraintes financières, administratives, fiscales et même culturelles.

✓ **Hypothèse 6** : Les critères de l'écosystème propices au développement de l'entrepreneuriat, au niveau de la wilaya de Constantine, regroupent les six piliers du modèle d'Isenberg (2011), à savoir : la politique, le marché, les supports divers, le financement, la culture et le capital humain.

6.1.2. Les méthodes utilisées pour la collecte des données

Afin de répondre à nos questionnements et de vérifier nos hypothèses, nous faisons appel à des outils de recueil d'informations articulant les méthodes de la recherche documentaire, qualitative et quantitative.

6.1.2.1. La méthode documentaire : La recherche documentaire est une démarche qui consiste à identifier, collecter et traiter des informations sur un sujet donné, en s'appuyant sur des sources fiables. Elle permet une synthèse des connaissances et une revue de la littérature. La pertinence et l'exhaustivité sont les critères d'une recherche documentaire de qualité. Cependant, la surabondance informationnelle et la diversité des supports rendent cet exercice complexe. De ce fait, il est important d'évaluer la fiabilité et la pertinence des documents utilisés¹.

Notre étude documentaire nous a permis de construire notre synthèse théorique du phénomène de l'entrepreneuriat et de développer un aperçu général de l'activité entrepreneuriale en Algérie. Toutefois, nous sommes restés éloigné du terrain d'investigation, car le travail est effectué à partir des documents collectés. Avec l'étude qualitative, nous nous sommes grandement rapprochées de notre cible de recherche.

6.1.2.2. La méthode qualitative : La recherche qualitative est un ensemble de techniques d'investigation qui donne un aperçu sur le comportement, les perceptions, et les opinions des personnes sur un sujet particulier.

¹<https://fr.slideshare.net/zebrezebu/methodologie-6etapesrecherchedocumentaire>, le 17/10/2018, 19h50.

Chapitre 6 : Le modèle empirique de l'écosystème entrepreneurial favorable au développement de l'entrepreneuriat dans la wilaya de Constantine

Selon Taylor et Bogdan (1984), la recherche qualitative produit et analyse des données descriptives, telles que les paroles écrites ou dites et le comportement observatoire des personnes. Elle ne rejette pas les chiffres ni les statistiques, mais ne leur accorde, tout simplement, pas la première place¹.

Afin de mener au mieux une étude qualitative, le chercheur dispose de plusieurs techniques mises à sa disposition. Elles se répartissent en trois catégories : les entretiens individuels (non directif, semi-directif ou directif), les entretiens de groupe et les techniques d'observation. Pour les besoins de notre étude, nous avons opté pour des entretiens semi-directifs avec les diverses parties prenantes de l'écosystème entrepreneurial de la wilaya de Constantine, avec utilisation d'un guide d'entretien (Annexe 2).

6.1.2.3. La méthode quantitative : La recherche quantitative vise à recueillir des données observables et quantifiables. Ce type de recherche consiste à décrire, à expliquer, à contrôler et à prédire en se fondant sur l'observation de faits et d'événements. Elle a pour objectif d'obtenir des informations qui peuvent être généralisées de l'échantillon à de larges populations d'unités². Il existe différentes techniques d'études quantitatives, qui sont : les panels, les recensements et le sondage, qui est la méthode phare. Vu la complexité et le coût pécunieux de mise en œuvre des deux précédentes méthodes, nous avons préféré le sondage, avec utilisation d'un questionnaire administré en ligne et en face à face, destiné aux entrepreneurs de la wilaya de Constantine (Annexe 3).

6.1.2. Les méthodes utilisées pour l'analyse des données

En ce qui concerne les méthodes utilisées en analyse des données, nous avons opté pour l'analyse statistique bi-variée, ainsi que la méthode OCR (Opportunités, Challenges et Recommandations), pour la synthèse des résultats.

6.1.2.1. L'analyse statistique : L'analyse statistique regroupe des analyses de tableaux et de graphiques, des analyses de corrélation, y compris les tests statistiques, la régression, la modélisation, les modèles hiérarchique linéaire, etc³.

¹<https://fr.scribd.com/document/134708372/Definition-de-la-recherche-qualitative>, le 11/10/2018, 11h10

² Assie Guy R, Kouassi R R, « Cours d'initiation à la méthodologie de recherche », Ecole pratique de la recherche de commerce et d'industrie, Abidjan, 2010, p : 5.

³Carricano M, Poujol F, « Analyse de données avec SPSS », Edition Pearson, France, 2009, p : 6.

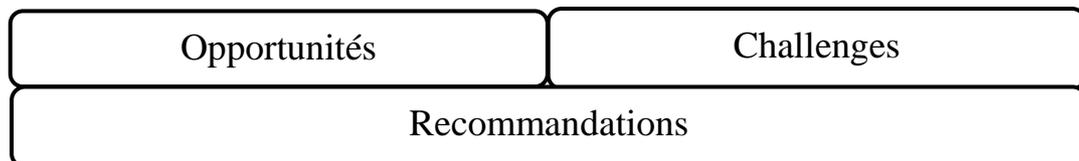
Chapitre 6 : Le modèle empirique de l'écosystème entrepreneurial favorable au développement de l'entrepreneuriat dans la wilaya de Constantine

Pour les besoins de notre travail de recherche, nous utilisons l'analyse bi-variée, avec le test de Khi2, pour l'étude de la corrélation entre deux variables, ainsi que le calcul du coefficient de Cramer, pour la détermination du degré de corrélation. Aussi, des logiciels spécialisés sont généralement utilisés pour effectuer les différents tests et analyses statistiques tels que : SAS, Stata, R, etc. Pour notre étude, nous choisissons d'utiliser le logiciel IBM SPSS Statistics.20 en langue anglaise.

6.1.2.2. L'analyse par la méthode OCR : La méthode OCR (Opportunités, Challenges et Recommandations) est un élément de synthèse stratégique, proposé par Groutel (2013) pour construire des stratégies de développement gagnant/gagnant avec des parties prenantes très diversifiées et des avis divergents. Cette méthode se pratique d'une façon participative, soit par entretien de chaque partie prenante, soit en temps réel en présence de chacune d'elle¹.

Inspirée de la matrice SWOT, l'OCR ne retient que les aspects opportunités et challenges. Les opportunités sont externes et internes à la structure. Elles apportent des avantages dans le marché ou la situation. Les challenges sont aussi externes ou internes. Le mot « challenge » a été délibérément choisi, car il n'induit ni aspect négatif, ni contraintes, ni même menaces. Il s'agit donc de « quelque chose à traiter, et à prendre en compte² ».

Figure n° 2 : Le modèle OCR



Source : Groutel M, « Comment mener une approche intégrative inspirée de Follett ? », Université de Caen Normandie, 2017, France, p : 9.

L'OCR, comme la matrice SWOT, est un outil d'analyse, mais un élément de synthèse. L'approche donne la possibilité aux parties prenantes d'exprimer leurs avis pour une représentation constructive. Nous utilisons la méthode OCR pour synthétiser l'état des lieux de l'écosystème entrepreneurial de la wilaya de Constantine, et en extraire les principales caractéristiques favorables au développement de l'activité entrepreneuriale dans la région.

¹ Groutel M, « Comment mener une approche intégrative inspirée de Follett ? », Université de Caen Normandie, 2017, France, p : 6-8.

² Idem, p : 9.

Section 2 : L'analyse de l'écosystème entrepreneurial de la wilaya de Constantine

Dans la présente section, nous exposons l'analyse empirique de l'écosystème entrepreneurial de la wilaya de Constantine. A cet effet, nous commençons par la présentation du terrain d'application, la description de l'échantillon, et l'élaboration du questionnaire, pour passer, ensuite, à l'analyse des données, issues de l'étude quantitative.

6.2.1. Le terrain d'application

La wilaya de Constantine est considérée comme la métropole de l'Est du pays. Elle est limitée par la Wilaya de Skikda au Nord, la wilaya d'Oum El Bouaghi au Sud, la Wilaya de Mila à l'Ouest et la Wilaya de Guelma à l'Est. La superficie agricole utile de la wilaya de Constantine est de 127 400 ha, dont la moitié est consacrée à la culture des céréales, le reste est consacré aux cultures fourragères, légumes secs, culture maraîchères et l'arboriculture. Les forêts couvrent 8 % de cette superficie.

La wilaya de Constantine compte quatre zones industrielles, onze zones d'activités et un grand complexe de ciment. Les principales activités installées dans ces zones, sont l'industrie mécanique, l'industrie pharmaceutique, l'industrie plastique, l'industrie chimique, l'industrie agroalimentaire, les matériaux de construction et l'exploitation des carrières¹. Les activités de sous-traitance susceptibles d'intégrer l'industrie mécanique au niveau de la wilaya, concernent, entre autres, la maintenance industrielle, la fabrication d'accessoires et pièces détachées, ainsi que les activités de service. La wilaya de Constantine offre, aussi, un large éventail d'investissement dans le domaine minier, des gisements importants de diverses roches répertoriés, à travers les communes de la wilaya telles que l'argile, la roche calcaire, le gypse et le marbre rouge.

Par ailleurs, la wilaya de Constantine est traversée par l'autoroute Est/Ouest, sept routes nationales, vingt-et-un chemins de wilayas et une multitude de chemins communaux. Le chemin de fer traverse la wilaya de Constantine sur une longueur de 97 km, renforcée par le doublement de la voie entre la commune d'Ouled Rahmoune et de Ramdane Djamel (wilaya de Skikda). Constantine dispose, aussi, d'un aéroport international, et depuis juillet 2013, le tramway de Constantine est actif et dispose d'une seule ligne pour le moment².

¹<http://www.aniref.dz/monographies/ar/constantine.pdf>, le 03/09/2019 à 10h35.

²<http://www.algerie-monde.com/villes/constantine/>, le 03/09/2019 à 11h00.

À l'instar de la population algérienne, la population constantinoise est jeune. En effet, près de 36 % ont moins de 20 ans. La tranche d'âge comprise entre 20 et 59 ans représente plus de la moitié de la population de la wilaya, et la tranche d'âge de 60 ans et plus est de, uniquement, 8 %¹.

Vu ses caractéristiques démographique, géographique et économique, la wilaya de Constantine représente un pôle à fort potentiel de croissance économique pour le pays.

6.2.2. La description de l'échantillon

Notre étude est centrée sur les entrepreneurs de la wilaya de Constantine, ayant réussi la création de leur entreprise, et qui sont en activité depuis au moins une année. Dans ce contexte, et afin de réaliser notre sondage nous avons défini notre échantillon d'étude comme *« Toute entreprise installée au niveau de la wilaya de Constantine, active dans tout secteur d'activité, avec un minimum une année d'existence et qui réalise des taux de croissance annuels positifs de leur chiffre d'affaires »*.

Pour les besoins de notre travail de recherche, nous choisissons l'application de la méthode d'échantillonnage non probabiliste ou empirique. En effet, son utilisation est plus simple, plus pratique et plus économique que la méthode d'échantillonnage probabiliste. Par ailleurs, la détermination de la taille de l'échantillon est une étape cruciale. En effet, un échantillon trop petit induit à une perte d'informations. À l'inverse, un échantillon trop important constitue une perte de temps et de budget dommageable pour la réussite de l'étude².

En respectant la définition de l'entreprise objet de l'étude, et après le tri des données collectés, nous avons regroupé un échantillon de 152 entreprises. L'absence d'une base de données fiable ne nous permet pas de déterminer la taille de la population, pour trancher sur la représentativité de notre échantillon. De ce fait, nous nous sommes référées aux restrictions de validation du test de Khi2, qui nécessite un échantillon supérieur à 30 effectifs, et aucun effectif théorique n'est inférieur à 5³. Les deux conditions étant respectées, nous pouvons, donc, utiliser le test de Khi2 pour l'analyse des données.

¹<http://monographies.caci.dz/index.php?id=1634>, le 03/09/2019 à 10h40.

²Carricano M, Poujol F, « Analyse de données avec SPSS », op-cit, p : 11.

³ Andruccioli B., « Rappel concernant le test de Khi2 », Département Tech De Co, UIT Bordeaux Montesquieu, 2005, p : 2.

6.2.3. La structure du questionnaire

Selon Thietart, « Le questionnaire est l'outil de collecte des données primaires le mieux adapté pour réaliser des enquêtes et des sondages à partir d'informations quantitatives et/ou qualitatives »¹. Ainsi, un bon questionnaire est un élément clé pour recueillir des données fiables et apporter des réponses pertinentes pour la problématique étudiée. En effet, un bon questionnaire n'a pas pour finalité de connaître un problème, mais d'en quantifier les composants. De ce fait, la construction du questionnaire est une étape cruciale pour la réussite de l'étude. Par ailleurs, il est conseillé de structurer le questionnaire en appliquant la technique de l'entonnoir, qui consiste à aller du général simple au précis compliqué, des questions les moins engageantes aux questions les plus personnelles.

L'objectif de notre étude est de mettre en relief les opportunités, les challenges et les recommandations pour la promotion de l'entrepreneuriat dans la wilaya de Constantine. A cet effet, nous avons procédé à l'analyse de l'écosystème entrepreneurial de la wilaya de Constantine sur la base des six piliers du modèle standard d'Isenberg (2011). Le modèle repose sur six (6) piliers, à savoir : la politique, le marché, le financement, les structures d'accompagnement, la culture et le capital humain. A cet effet, notre questionnaire est structuré en six rubriques correspondant aux six piliers de l'écosystème entrepreneurial du modèle d'Isenberg (2011). De plus, notre questionnaire comprend deux rubriques supplémentaires relatives à l'identification de l'entrepreneur et de l'entreprise.

Pour nous permettre d'atteindre l'objectif de notre travail de recherche, nous avons émis des questions en mode qualitatif et ordinal. Aussi, nous avons choisi l'administration du questionnaire en mode face à face, et en ligne pour l'efficacité reconnue de ces deux méthodes.

6.2.4. L'analyse des données

Dans cette partie, nous procédons à une analyse et une évaluation de l'écosystème entrepreneurial de la wilaya de Constantine. L'écosystème entrepreneurial, objet de l'étude, comporte six piliers, à savoir : la politique, le marché, le financement, les structures d'accompagnement, la culture et le capital humain. Chaque pilier est évalué selon trois facteurs explicatifs, sélectionnés, d'une manière non exhaustive, sur la base de la recherche documentaire et qualitative.

¹ Thietart A R, « Méthodes de recherche en management », Edition Dunod, 3^{ème} Edition, 2007, Paris, p : 230.

Nous utilisons le test de Khi2, et le test de Cramer pour vérifier la corrélation entre chaque élément principal et ses trois facteurs explicatifs, présumés influents. En ce qui concerne le test de Khi2, nous rejetons l'hypothèse nulle (H_0), à savoir « H_0 : absence de corrélation entre les variables », si le calcul de la probabilité (ρ) est inférieur au seuil de signification (α), sachant que : $\alpha = 0,05$. Par ailleurs, nous calculons le coefficient (v) de Cramer, pour déterminer le degré de corrélation entre les variables. Sachant que $v \in [0,1]$: si $0 \leq v \leq 0,2$, la relation est jugée nulle ou faible, si $0,2 < v < 0,4$, la relation est jugée modérée ou moyenne, et si $0,4 \leq v \leq 1$, la relation est jugée forte¹.

Dans le cas où l'existence de corrélation est vérifiée entre l'élément principal et ses trois facteurs explicatifs, l'évaluation du pilier de l'écosystème est expliquée par le niveau moyen des trois facteurs influents. Dans le cas de l'absence de corrélation entre l'élément principal et ses facteurs, présumés, explicatifs, nous procéderons à une analyse purement qualitative du pilier.

6.2.4.1. Le contexte politique de l'activité entrepreneuriale : Nous analysons dans ce qui suit le premier pilier de l'écosystème entrepreneurial, qui est le contexte politique de l'activité entrepreneuriale en Algérie. Nous avons posé la question suivante aux entrepreneurs, et qui comporte deux modalités de réponses : « Oui, Non » : « *Pensez-vous que la politique économique en Algérie est en faveur de l'entrepreneuriat ?* ».

Selon 60% des entrepreneurs questionnés, la politique économique en Algérie n'est pas en faveur de l'entrepreneuriat. Les trois facteurs explicatifs de cette dernière, sélectionnés, sont :

- ✓ F_1 : « L'efficacité des institutions publiques pour le soutien de l'entrepreneur, mises en place par le gouvernement algérien »;
- ✓ F_2 : « La qualité des procédures administratives relatives à l'activité entrepreneuriale et la création de l'entreprise » ;
- ✓ F_3 : « La fiscalité avantageuse pour l'entrepreneur ».

Afin de vérifier l'existence de corrélation entre la variable expliquée (Q_1) : « la politique économique en Algérie en faveur de l'entrepreneuriat ? » et chacun des trois facteurs explicatifs mentionnés ci-dessus, nous avons posé les trois problèmes suivants :

¹<https://lemakistatheux.wordpress.com/2013/05/31/le-v-de-cramer/>, le 18/12/2019, 14h00.

Chapitre 6 : Le modèle empirique de l'écosystème entrepreneurial favorable au développement de l'entrepreneuriat dans la wilaya de Constantine

✓ P₁ : « Est-ce que la politique économique en Algérie, en faveur de l'entrepreneuriat, est influencée par l'efficacité des institutions publiques pour le soutien de l'entrepreneur, mises en place par le gouvernement algérien? »

✓ P₂ : « Est-ce que la politique économique en Algérie, en faveur de l'entrepreneuriat, est influencée par la qualité des procédures administratives relatives à l'activité entrepreneuriale et la création de l'entreprise ? »

✓ P₃ : « Est-ce que la politique économique en Algérie, en faveur de l'entrepreneuriat, est influencée par les avantages fiscaux accordés à l'entrepreneur ? »

Pour les besoins de notre étude, nous utilisons le logiciel IBM SPSS Statistics.20 en langue anglaise. Les résultats sont synthétisés dans le tableau n°18.

Tableau n° 18 : Le test de Khi2 et le test de Cramer pour P₁, P₂ et P₃

Problème Posé	Test de Khi2 Probabilité ρ calculée (avec $\alpha = 0,05$)	Test de Cramer Coefficient V calculé
P ₁ : Q ₁ = f(F ₁)	0,000	0,745
P ₂ : Q ₁ = f(F ₂)	0,000	0,629
P ₃ : Q ₁ = f(F ₃)	0,000	0,659

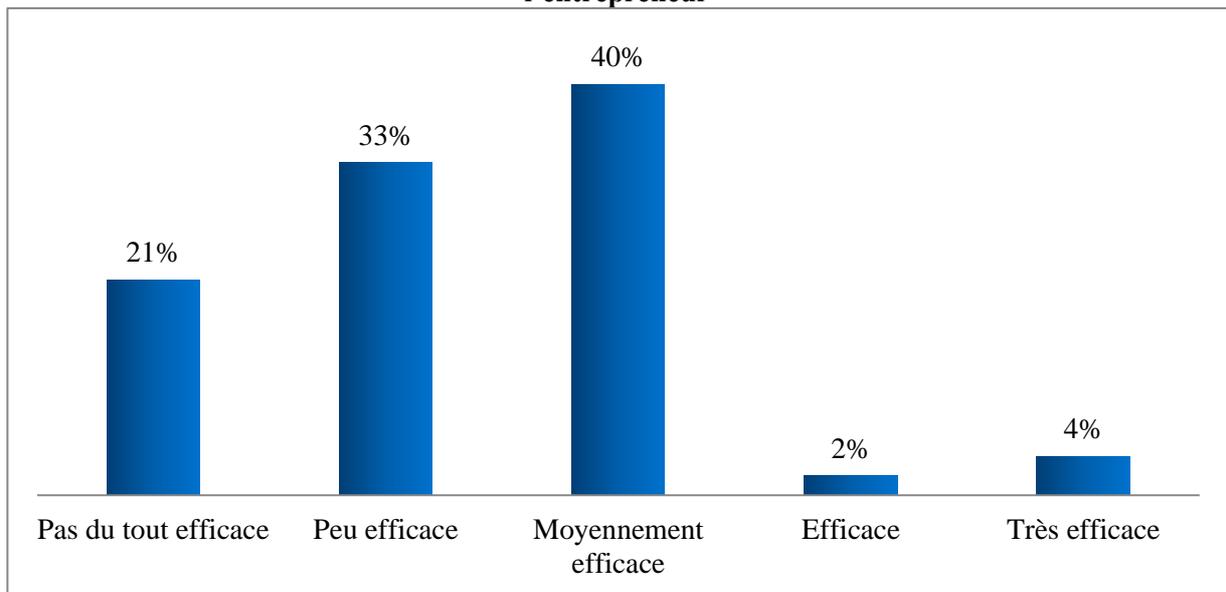
Source : Tableau réalisé d'après les résultats de l'analyse statistique par le logiciel IBM SPSS Statistics.20

Le test de Khi2 pour P₁, P₂ et P₃ donne des probabilités de $\rho = 0,000$. La probabilité $\rho < 0,05$, donc, nous confirmons l'existence de corrélation entre la variable expliquée (Q₁) et chacun des trois facteurs explicatifs F₁, F₂ et F₃. Aussi, le calcul du coefficient de Cramer est $0,4 \leq v \leq 1$, pour P₁, P₂ et P₃. De ce fait, la relation entre la variable expliquée (Q₁) et chaque facteur explicatif (F₁, F₂ et F₃) est jugée forte.

L'existence de corrélation est vérifiée entre la variable expliquée (Q₁) et chaque facteur explicatif (F₁, F₂ et F₃), donc l'évaluation du premier pilier de l'écosystème : « contexte politique de l'activité entrepreneuriale », est expliqué par le niveau moyen des trois facteurs influents (F₁, F₂ et F₃).

Premièrement, nous avons demandé aux entrepreneurs de classer le facteur (F₁) « l'efficacité des institutions publiques pour le soutien de l'entrepreneur, mises en place par le gouvernement algérien » par échelle de « Pas du tout efficace » à « Très efficace ». Les résultats sont présentés dans la figure n° 3.

Figure n° 3 : Le classement de l'efficacité des institutions publiques pour le soutien de l'entrepreneur

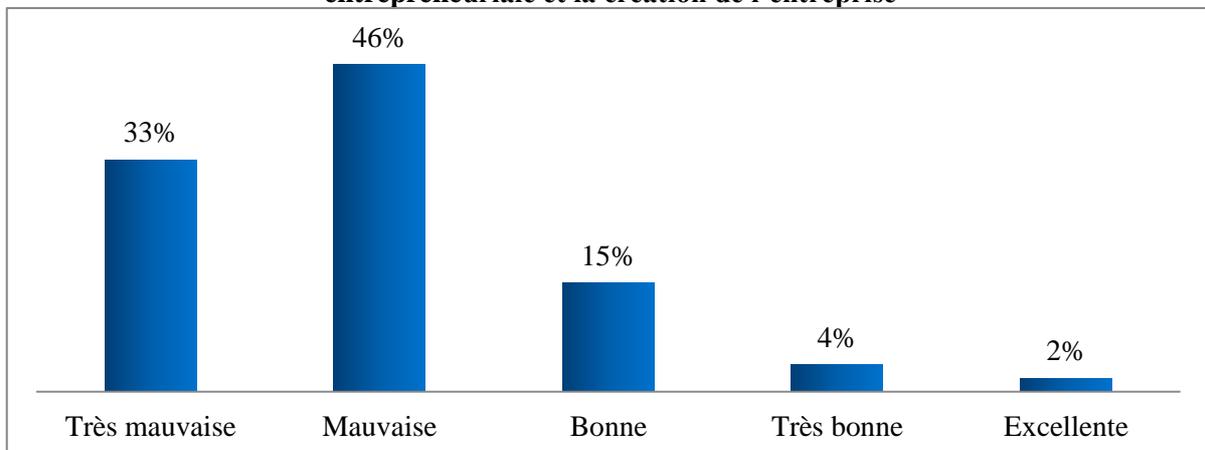


Source : Figure réalisée d'après les résultats de l'analyse statistique par le logiciel IBM SPSS Statistics.20

Selon 54% des entrepreneurs, les institutions publiques mises en place par le gouvernement algérien pour le soutien de l'entrepreneur, sont jugés entre « Pas du tout efficace » et « Peu efficace ». Aussi, elles sont « Moyennement efficace » pour 40% des entrepreneurs.

Deuxièmement, nous avons demandé aux entrepreneurs de classer le facteur (F₂) « la qualité des procédures administratives relatives à l'activité entrepreneuriale et la création de l'entreprise » par échelle de « Très mauvaise » à « Excellente ». Les résultats sont présentés dans la figure n° 4.

Figure n° 4 : Le classement de la qualité des procédures administratives relatives à l'activité entrepreneuriale et la création de l'entreprise



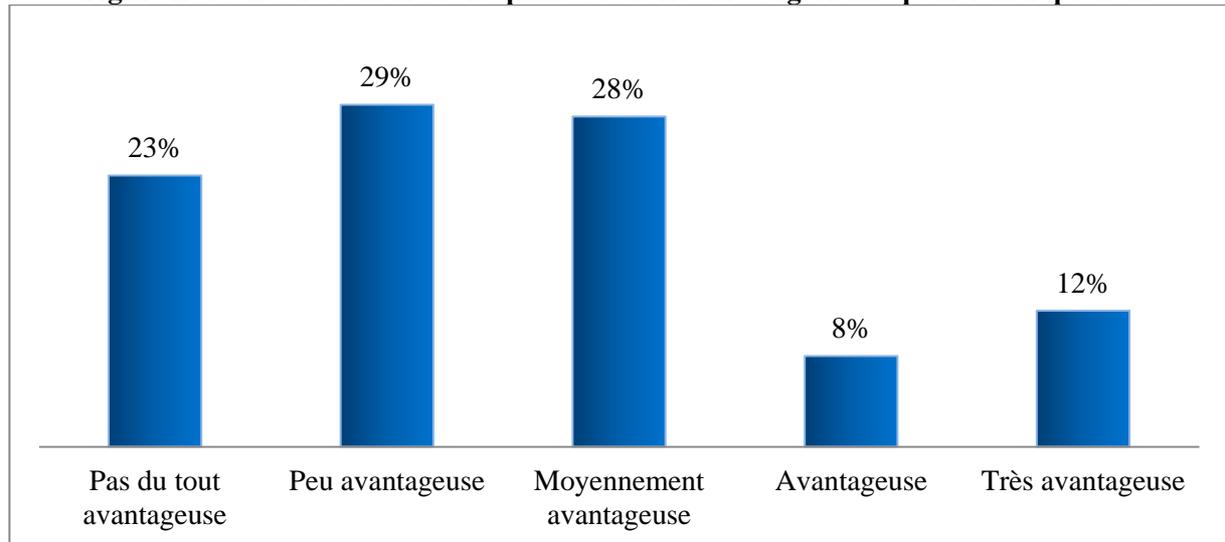
Source : Figure réalisée d'après les résultats de l'analyse statistique par le logiciel IBM SPSS Statistics.20

Chapitre 6 : Le modèle empirique de l'écosystème entrepreneurial favorable au développement de l'entrepreneuriat dans la wilaya de Constantine

Pour 79% des entrepreneurs interrogés, les procédures administratives relatives à l'activité entrepreneuriale et la création de l'entreprise sont jugées entre « Très mauvaise » et « Mauvaise ».

Troisièmement, nous avons demandé aux entrepreneurs de classer le facteur (F₃) « la fiscalité algérienne est avantageuse pour l'entrepreneur » par échelle de « Pas du tout avantageuse » à « Très avantageuse » (figure n° 5).

Figure n° 5 : Le classement de la qualité de la fiscalité algérienne pour l'entrepreneur



Source : Figure réalisée d'après les résultats de l'analyse statistique par le logiciel IBM SPSS Statistics.20

Pour 52% des entrepreneurs interrogés, la fiscalité algérienne est jugée entre « Pas du tout avantageuse » et « Peu avantageuse » pour l'entrepreneur.

Nous pouvons conclure que la politique économique en Algérie pour la promotion de l'activité entrepreneuriale est expliquée par trois facteurs, à savoir : l'efficacité des institutions publiques, la qualité des procédures administratives et les avantages fiscaux accordés aux porteurs de projets. Ces derniers sont évalués en négatif et ne dépasse un niveau de 2/5. Ce qui nous amène à conclure que la politique économique en Algérie, n'est pas en faveur de l'entrepreneuriat, avec un niveau de 2/5.

6.2.4.2. Le marché des biens et des services : Nous analysons dans ce qui suit le deuxième pilier de l'écosystème entrepreneurial de la wilaya de Constantine, qui est le marché des biens et des services. Nous avons posé la question suivante aux entrepreneurs, et qui comporte deux modalités de réponses : « Oui, Non » : « *Est-ce que le marché des biens et des services de la wilaya de Constantine présente des opportunités d'investissement pour les entrepreneurs ?* ».

Chapitre 6 : Le modèle empirique de l'écosystème entrepreneurial favorable au développement de l'entrepreneuriat dans la wilaya de Constantine

Selon 61% des entrepreneurs questionnés, le marché des biens et des services de la wilaya de Constantine présente des opportunités d'investissement. Les trois facteurs explicatifs de ce dernier, sélectionnés, sont :

- ✓ F₄ : « L'absence d'une concurrence internationale qui menace les entreprises locales » ;
- ✓ F₅ : « L'existence d'une relation client-fournisseur permanente à travers le temps » ;
- ✓ F₆ : « L'absence du monopole de l'Etat dans des secteurs d'activité en croissance ».

Afin de vérifier la corrélation entre la variable expliquée (Q₂) : « Les opportunités d'investissement dans le marché des biens et des services de la wilaya de Constantine » et chacun des trois facteurs explicatifs mentionnés ci-dessus, nous avons posé les trois problèmes suivants :

✓ P₄ : « Est-ce que les opportunités d'investissement dans le marché des biens et des services de la wilaya de Constantine sont influencées par l'absence d'une concurrence internationale qui menace les entreprises locales ? »

✓ P₅ : « Est-ce que les opportunités d'investissement dans le marché des biens et des services de la wilaya de Constantine sont influencées par l'existence d'une relation client-fournisseur permanente à travers le temps ? »

✓ P₆ : « Est-ce que les opportunités d'investissement dans le marché des biens et des services de la wilaya de Constantine sont influencées par l'absence du monopole de l'Etat dans des secteurs d'activité en croissance ? »

Pour les besoins de notre étude, nous utilisons le logiciel IBM SPSS Statistics.20 en langue anglaise (tableau n° 19).

Tableau n° 19 : Le test de Khi2 et le test de Cramer pour P₄, P₅ et P₆

Problème Posé	Test de Khi2 Probabilité ρ calculée (avec $\alpha = 0,05$)	Test de Cramer Coefficient V calculé
P ₄ : Q ₂ = f(F ₄)	0,199	0,178
P ₅ : Q ₂ = f(F ₅)	0,162	0,355
P ₆ : Q ₂ = f(F ₆)	0,592	0,074

Source : Tableau réalisé d'après les résultats de l'analyse statistique par le logiciel IBM SPSS Statistics.20

Le test de Khi2 pour P₄, P₅ et P₆ donne des probabilités $\rho > 0,05$, donc, nous confirmons l'absence de corrélation entre la variable expliquée (Q₂) et chacun des trois facteurs explicatifs F₄, F₅ et F₆.

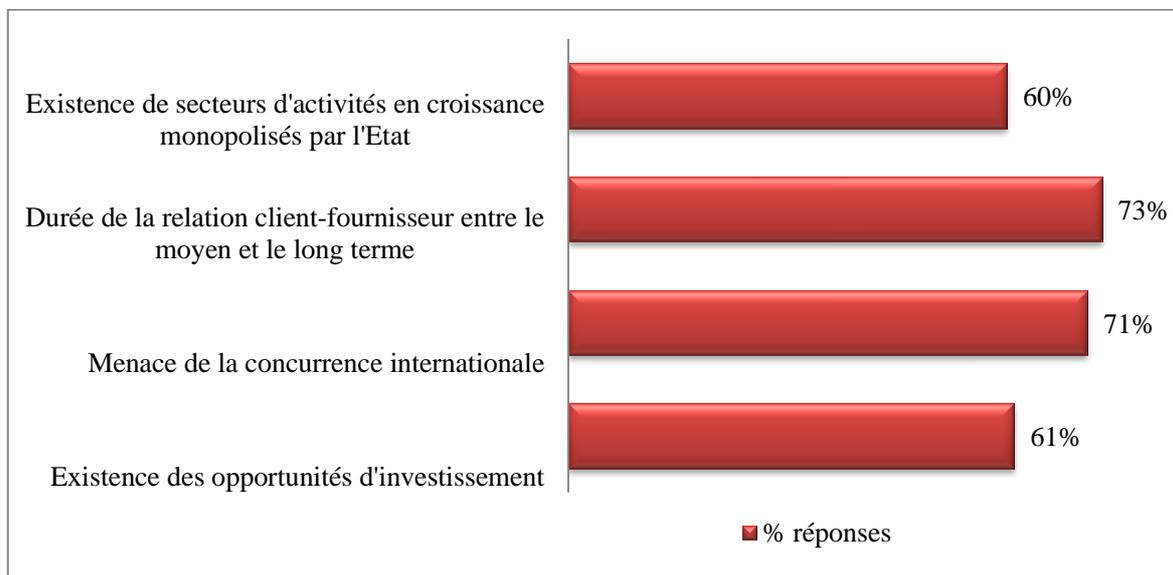
Chapitre 6 : Le modèle empirique de l'écosystème entrepreneurial favorable au développement de l'entrepreneuriat dans la wilaya de Constantine

Aussi, le calcul du coefficient de Cramer est $0 \leq v \leq 0,2$ pour P_4 et P_6 , donc la relation entre la variable expliquée (Q_2) et les deux facteurs explicatifs F_4 et F_5 est jugée faible. Par ailleurs, le coefficient de Cramer est $0,2 < v < 0,4$ pour P_5 , donc la relation entre la variable expliquée (Q_2) et le facteur explicatif F_5 est jugée modérée.

L'absence de corrélation entre la variable expliquée (Q_2) et chacun des trois facteurs explicatifs (F_4 , F_5 et F_6), confirme que la variable (Q_2) : « les opportunités d'investissement dans le marché des biens et des services de la wilaya de Constantine », est influencée par d'autres facteurs explicatifs, non sélectionnés par nos soins. De ce fait, nous procédons à une analyse qualitative du deuxième pilier de l'écosystème : « le marché des biens et des services de la wilaya de Constantine », sur la base de chaque facteur séparé.

Tout d'abord, 71% des entrepreneurs considèrent que la présence de la concurrence internationale est considérée comme une menace pour les entreprises locales. Ensuite, 73% des entrepreneurs jugent la durée de la relation client-fournisseur est entre « Moyen terme » et « Long terme ». Enfin, 60% des entrepreneurs déclarent l'existence du monopole de l'Etat dans des secteurs d'activité en croissance. Les résultats sont synthétisés dans la figure n° 6.

Figure n° 6 : Les facteurs d'influence du marché des biens et des services



Source : Figure réalisée d'après les résultats de l'analyse statistique par le logiciel IBM SPSS Statistics.20

Le marché des biens et des services de la wilaya de Constantine est caractérisée par une situation d'oligopole. Cette dernière se rencontre lorsqu'il y a, sur un marché, un nombre faible d'offres (vendeurs) disposant d'un certain pouvoir de marché et un nombre important de demandeurs (clients).

Chapitre 6 : Le modèle empirique de l'écosystème entrepreneurial favorable au développement de l'entrepreneuriat dans la wilaya de Constantine

En effet, la majorité des secteurs d'activité, comme, le domaine pharmaceutique, le service digital et l'agroalimentaire, présente un nombre faible d'offres locaux, ce qui peut expliquer les opportunités d'investissement sur le marché des biens et des services de la wilaya de Constantine.

6.2.4.3. Le financement de l'entrepreneur : Nous évaluons dans notre présent développement le troisième pilier de l'écosystème entrepreneurial de la wilaya de Constantine, qui est le financement de l'entrepreneur. Nous avons posé la question suivante aux entrepreneurs, et qui comporte deux modalités de réponses : « Oui, Non » : « *Est-ce que les structures de financement couvrent le besoin en capital de l'entrepreneur ?* ».

Selon 69% des entrepreneurs questionnés, les structures de financement ne couvrent pas le besoin en capital de l'entrepreneur. Les trois facteurs explicatifs sélectionnés, sont :

- ✓ F₇ : « L'absence des services non financiers dans les structures d'aide à la création de l'entreprise, tels le conseil en stratégie et en gestion de l'entreprise, »;
- ✓ F₈ : « La qualité du financement des banques et des dispositifs publics (ANSEJ, ENGEM, CNAC et ANDI), en termes de durée, de taux d'intérêt, etc. » ;
- ✓ F₉ : « L'absence du financement via les sociétés de capital investissement ».

Afin de vérifier la corrélation entre la variable expliquée (Q₃) : « la carence de couverture du besoin en capital de l'entrepreneur par les structures de financement » et chacun des trois facteurs explicatifs mentionnés ci-dessus, nous avons posé les trois problèmes suivants :

✓ P₇ : « Est-ce que la carence de couverture du besoin en capital de l'entrepreneur est influencée par l'absence des services non financiers dans les structures d'aide à la création de l'entreprise, le conseil en stratégie et en gestion de l'entreprise ? »

✓ P₈ : « Est-ce que la carence de couverture du besoin en capital de l'entrepreneur est influencée par la qualité du financement des banques et des dispositifs publics (ANSEJ, ENGEM, CNAC et ANDI), en termes de durée, de taux d'intérêt, de différé de remboursement, etc. ? »

✓ P₉ : « Est-ce que la carence de couverture du besoin en capital de l'entrepreneur est influencée par l'absence du financement via les sociétés de capital investissement ? »

Pour les besoins de notre étude, nous utilisons le logiciel IBM SPSS Statistics.20 en langue anglaise. Les résultats sont synthétisés dans le tableau n° 20.

Chapitre 6 : Le modèle empirique de l'écosystème entrepreneurial favorable au développement de l'entrepreneuriat dans la wilaya de Constantine

Tableau n° 20 : Le test de Khi2 et le test de Cramer pour P₇, P₈ et P₉

Problème Posé	Test de Khi2 Probabilité ρ calculée (avec $\alpha = 0,05$)	Test de Cramer Coefficient V calculé
P ₇ : Q ₃ = f(F ₇)	0,257	0,157
P ₈ : Q ₃ = f(F ₈)	0,707	0,204
P ₉ : Q ₃ = f(F ₉)	1,000	0,000

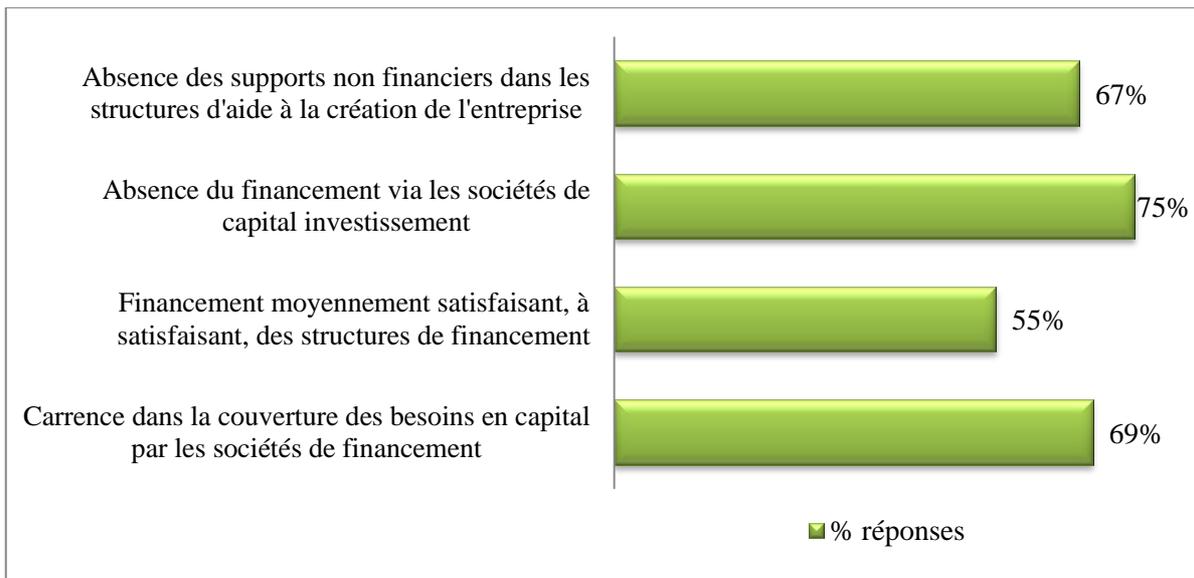
Source : Tableau réalisé d'après les résultats de l'analyse statistique par le logiciel IBM SPSS Statistics.20

Le test de Khi2 pour P₇, P₈ et P₉ donne des probabilités $\rho > 0,05$, donc, nous confirmons l'absence de corrélation entre la variable expliquée (Q₃) « la carence de couverture du besoin en capital de l'entrepreneur par les structures de financement » et chacun des trois facteurs explicatifs F₇, F₈ et F₉. Aussi, le calcul du coefficient de Cramer est $0 \leq v \leq 0,2$ pour P₇, P₈ et P₉, donc la relation entre la variable expliquée (Q₃) et les facteurs explicatifs F₇, F₈ et F₉ est jugée faible.

L'absence de corrélation entre la variable expliquée (Q₃) et chacun des trois facteurs explicatifs (F₇, F₈ et F₉), confirme que la variable (Q₃) : « la carence de couverture du besoin en capital de l'entrepreneur par les structures de financement », est influencée par d'autres facteurs explicatifs, non sélectionnés par nos soins. De ce fait, nous procédons à l'analyse qualitative du troisième pilier de l'écosystème : « le financement de l'entrepreneur ».

Pour 67% des entrepreneurs, les structures d'aide à la création de l'entreprise procurent des services non financiers, tels le conseil en stratégie et management. Par ailleurs, 40% des entrepreneurs classent la qualité du financement des banques et des dispositifs publics (ANSEJ, ANGEM, CNAC, ANDI), « Moyennement satisfaisant », en termes de durée, de taux d'intérêt et de différé de remboursement. Enfin, 75% des entrepreneurs n'ont pas fait appel au financement via les sociétés de capital investissement. Les résultats sont synthétisés dans la figure n° 7.

Figure n° 7 : Les facteurs d'influence du financement de l'entrepreneur



Source : Figure réalisée d'après les résultats de l'analyse statistique par le logiciel IBM SPSS Statistics.20

6.2.4.4. Les supports divers : Nous évaluons dans notre présent développement le quatrième pilier de l'écosystème entrepreneurial de la wilaya de Constantine, qui est relatif aux supports divers. Nous avons posé la question suivante aux entrepreneurs, et qui comporte deux modalités de réponses : « Oui, Non » : « *Est-ce que les structures d'accompagnement répondent aux différents besoins des entrepreneurs de la wilaya de Constantine, en termes de soutien, de conseils et d'orientations ?* »

Selon 75% des entrepreneurs questionnés, les structures d'accompagnement ne répondent pas aux besoins des entrepreneurs de la wilaya de Constantine, en termes de soutien, de conseils et d'orientations. Les trois facteurs explicatifs sélectionnés, sont :

- ✓ F₁₀ : « L'absence des centres d'incubations actifs, qui aident les entrepreneurs dans les premières phases de lancement de l'entreprise » ;
- ✓ F₁₁ : « L'absence des infrastructures publiques à la disposition des entrepreneurs (exemple : les espaces de bureau, les espaces de co-working, et les plateformes d'échange) » ;
- ✓ F₁₂ : « L'absence des associations et des professionnels (comptables, avocats, consultants, etc), offrant des services de soutien à l'entrepreneur ».

Afin de vérifier la corrélation entre la variable expliquée (Q₄) : « la carence des structures d'accompagnement en termes de soutien, de conseils et d'orientations pour

Chapitre 6 : Le modèle empirique de l'écosystème entrepreneurial favorable au développement de l'entrepreneuriat dans la wilaya de Constantine

l'entrepreneur » et chacun des trois facteurs explicatifs mentionnés ci-dessus, nous avons posé les trois problèmes suivants :

✓ P₁₀ : « Est-ce que la carence des structures d'accompagnement en termes de soutien, de conseils et d'orientations pour l'entrepreneur est influencée par l'absence des centres d'incubations actifs, qui aident les entrepreneurs dans les premières phases de lancement de l'entreprise ? »

✓ P₁₁ : « Est-ce que la carence des structures d'accompagnement en termes de soutien, de conseils et d'orientations pour l'entrepreneur est influencée par l'absence des infrastructures publiques à la disposition des entrepreneurs (exemple : les espaces de bureau, les espaces de co-working, et les plateformes d'échange)? »

✓ P₁₂ : « Est-ce que la carence des structures d'accompagnement en termes de soutien, de conseils et d'orientations pour l'entrepreneur est influencée par l'absence des associations et des professionnels (comptables, avocats, consultants, etc.), offrant des services de soutien à l'entrepreneur ? »

Pour les besoins de notre étude, nous utilisons le logiciel IBM SPSS Statistics.20 en langue anglaise. Les résultats sont synthétisés dans le tableau n° 21.

Tableau n° 21 : Le test de Khi2 et le test de Cramer pour P₁₀, P₁₁ et P₁₂

Problème Posé	Test de Khi2 Probabilité ρ calculée (avec $\alpha = 0,05$)	Test de Cramer Coefficient V calculé
P ₁₀ : Q ₄ = f(F ₁₀)	0,128	0,211
P ₁₁ : Q ₄ = f(F ₁₁)	0,062	0,319
P ₁₂ : Q ₄ = f(F ₁₂)	0,521	0,089

Source : Tableau réalisé d'après les résultats de l'analyse statistique par le logiciel IBM SPSS Statistics.20

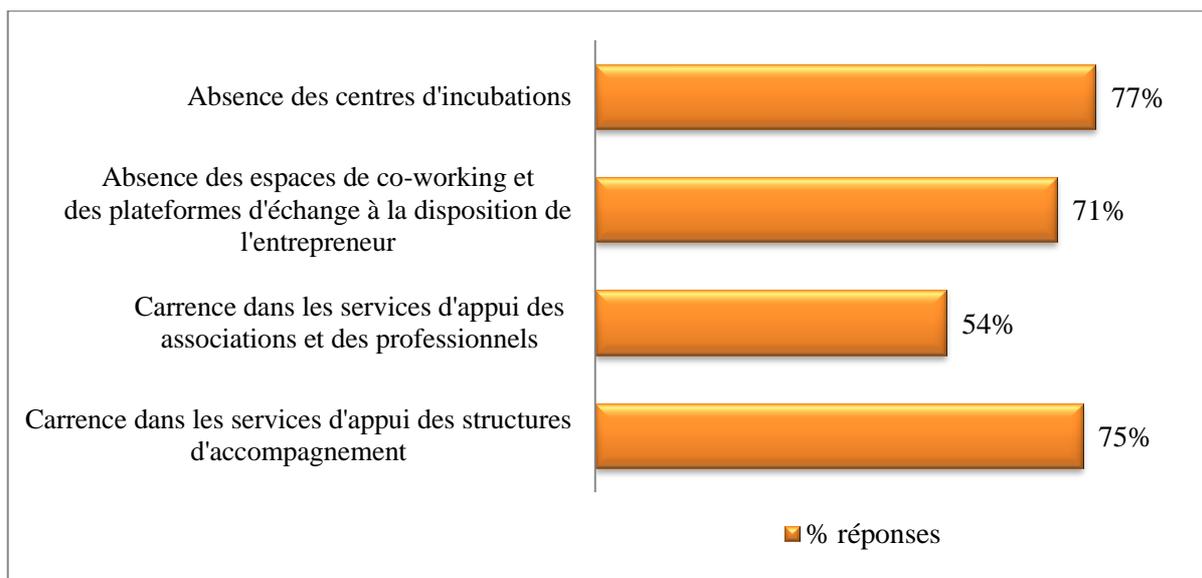
Le test de Khi2 pour P₁₀, P₁₁ et P₁₂ donne des probabilités $\rho > 0,05$, donc, nous confirmons l'absence de corrélation entre la variable expliquée (Q₄) « la carence des structures d'accompagnement en termes de soutien, de conseils et d'orientations pour l'entrepreneur » et chacun des trois facteurs explicatifs F₁₀, F₁₁ et F₁₂. Aussi, le calcul du coefficient de Cramer est $0 \leq v \leq 0,2$ pour P₁₀ et P₁₂, donc la relation entre la variable expliquée (Q₄) et les deux facteurs explicatifs F₁₀ et F₁₂ est jugée faible. Par ailleurs, le coefficient de Cramer est $0,2 < v < 0,4$ pour P₁₁, donc la relation entre la variable expliquée (Q₄) et le facteur explicatif F₁₁ est jugée modérée.

Chapitre 6 : Le modèle empirique de l'écosystème entrepreneurial favorable au développement de l'entrepreneuriat dans la wilaya de Constantine

L'absence de corrélation entre la variable expliquée (Q_4) et chacun des trois facteurs explicatifs (F_{10} , F_{11} et F_{12}), confirme que la variable (Q_4) : « la carence des structures d'accompagnement en termes de soutien, de conseils et d'orientations pour l'entrepreneur », est influencée par d'autres facteurs explicatifs, non sélectionnés par nos soins. De ce fait, nous procédons à l'analyse qualitative du quatrième pilier de l'écosystème : « les supports divers ».

Selon 77% des entrepreneurs confirment l'absence des centres d'incubations actifs, qui aident les entrepreneurs dans les premières phases de lancement de l'entreprise. Aussi, 71% des entrepreneurs déclarent l'absence des infrastructures publiques mises à la disposition de l'entrepreneur comme par exemple les espaces de bureau, de co-working et des plateformes d'échange. Enfin, 54% des entrepreneurs stipulent l'absence des associations et des professionnels (comptables, avocats, consultants, etc.), offrant des services de soutien à l'entrepreneur. Les résultats sont synthétisés dans la figure n° 8.

Figure n° 8 : Les facteurs d'influence des supports divers



Source : Figure réalisée d'après les résultats de l'analyse statistique par le logiciel IBM SPSS Statistics.20

6.2.4.5. La culture entrepreneuriale : Nous évaluons dans ce qui suit le cinquième pilier de l'écosystème entrepreneurial, qui est la culture entrepreneuriale. Nous avons posé la question suivante aux entrepreneurs, et qui comporte deux modalités de réponses : « Oui, Non » : « *Est-ce que la culture entrepreneuriale est avantageuse à l'entrepreneuriat chez la communauté constantinoise ?* ».

Chapitre 6 : Le modèle empirique de l'écosystème entrepreneurial favorable au développement de l'entrepreneuriat dans la wilaya de Constantine

Selon 63% des entrepreneurs questionnés, la culture entrepreneuriale de la communauté constantinoise est avantageuse à l'entrepreneuriat. Les trois facteurs explicatifs de cette dernière, sélectionnés, sont :

- ✓ F₁₃ : « La valorisation du métier d'entrepreneur par la communauté constantinoise qui considère le métier d'entrepreneur comme respectable et créateur de richesse » ;
- ✓ F₁₄ : « La valorisation de la créativité, l'innovation et la prise de risque par la communauté constantinoise » ;
- ✓ F₁₅ : « La nature de la motivation de l'entrepreneur pour la création de l'entreprise ».

Afin de vérifier l'existence de corrélation entre la variable expliquée (Q₅) : « la culture entrepreneuriale est avantageuse à l'entrepreneuriat chez la communauté constantinoise » et chacun des trois facteurs explicatifs mentionnés ci-dessus, nous avons posé les trois problèmes suivants :

- ✓ P₁₃ : « Est-ce que la culture entrepreneuriale est influencée par la valorisation du métier d'entrepreneur par la communauté constantinoise qui le considère comme respectable et créateur de richesse ? »
- ✓ P₁₄ : « Est-ce que la culture entrepreneuriale est influencée par la valorisation de la créativité, l'innovation et la prise de risque par la communauté constantinoise ? »
- ✓ P₁₅ : « Est-ce que la culture entrepreneuriale est influencée par la nature de la motivation de l'entrepreneur pour la création de l'entreprise ? »

Pour les besoins de notre étude, nous utilisons le logiciel IBM SPSS Statistics.20 en langue anglaise. Les résultats sont synthétisés dans le tableau n°22.

Tableau n° 22 : Le test de Khi2 et le test de Cramer pour P₁₃, P₁₄ et P₁₅

Problème Posé	Test de Khi2 Probabilité ρ calculée (avec $\alpha = 0,05$)	Test de Cramer Coefficient V calculé
P ₁₃ : Q ₅ = f(F ₁₃)	0,000	0,585
P ₁₄ : Q ₅ = f(F ₁₄)	0,000	0,595
P ₁₅ : Q ₅ = f(F ₁₅)	0,020	0,473

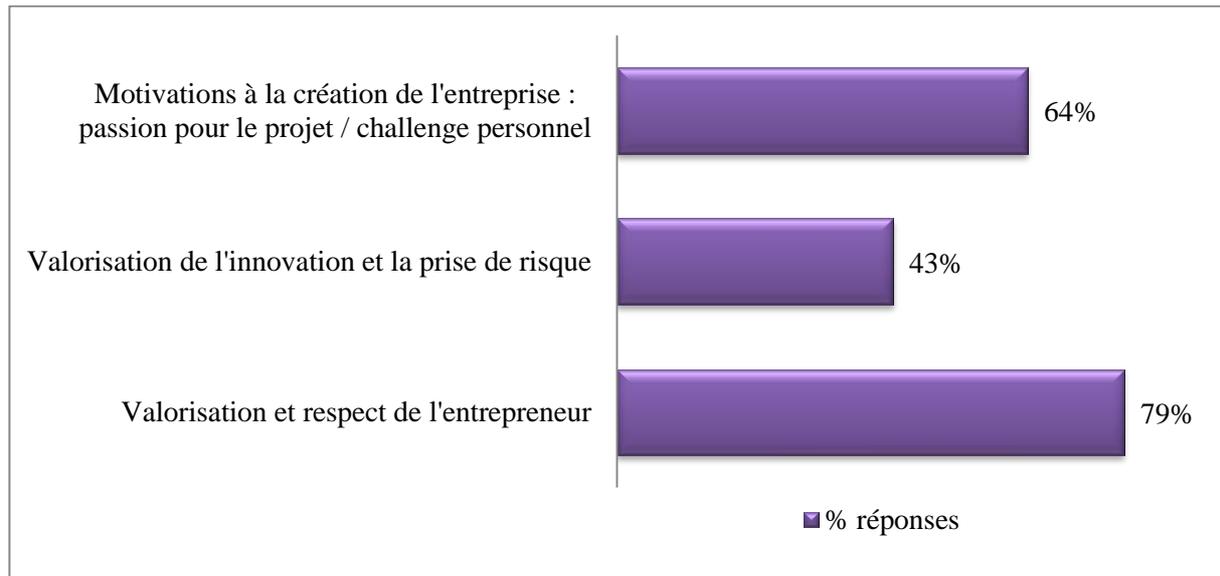
Source : Tableau réalisé d'après les résultats de l'analyse statistique par le logiciel IBM SPSS Statistics.20

Le test de Khi2 pour P₁₃, P₁₄ et P₁₅ donne des probabilités $\rho < 0,05$, donc, nous confirmons l'existence de corrélation entre la variable expliquée (Q₅) « la culture entrepreneuriale est avantageuse à l'entrepreneuriat chez la communauté constantinoise » et chacun des trois facteurs explicatifs F₁₃, F₁₄ et F₁₅.

Chapitre 6 : Le modèle empirique de l'écosystème entrepreneurial favorable au développement de l'entrepreneuriat dans la wilaya de Constantine

Aussi, le calcul du coefficient de Cramer est $0,4 \leq v \leq 1$ pour P_{13} , P_{14} et P_{15} . De ce fait, la relation entre la variable expliquée (Q_5) et chaque facteur explicatif (F_{13} , F_{14} et F_{14}) est jugée forte. L'existence de corrélation est vérifiée entre la variable expliquée (Q_5) et chaque facteur explicatif (F_{13} , F_{14} et F_{15}), donc l'évaluation du cinquième pilier de l'écosystème: « la culture entrepreneuriale », est expliquée par les trois facteurs influents (F_{13} , F_{14} et F_{15}). Les résultats sont synthétisés dans la figure n° 9.

Figure n° 9 : Les facteurs d'influence de la culture entrepreneuriale



Source : Tableau réalisé d'après les résultats de l'analyse statistique par le logiciel IBM SPSS Statistics.20

Selon 79% des entrepreneurs, la communauté constantinoise valorise le métier d'entrepreneur et le considère comme respectable et créateur de richesse. Cependant, uniquement, 43% des entrepreneurs, déclarent que la communauté constantinoise valorise la créativité, l'innovation et la prise de risque, qui sont les éléments clés du métier de l'entrepreneur. Enfin, la principale motivation de la création de l'entreprise est une passion pour le projet pour 37% des entrepreneurs, et un challenge personnel pour 27% des entrepreneurs. Nous pouvons conclure, que l'entrepreneuriat chez la communauté constantinoise est un choix délibéré et un mode de vie et ne peut être considéré comme un choix de nécessité ou de survie. Donc, de ce qui précède, nous confirmons que la culture entrepreneuriale chez la communauté constantinoise est moyennement avantageuse à l'entrepreneuriat.

6.2.4.6. Le capital humain disponible pour les entrepreneurs : Nous passons maintenant à l'évaluation du dernier pilier de l'écosystème entrepreneurial, qui est le capital humain. Nous avons posé la question suivante aux entrepreneurs, et qui comporte deux modalités de réponses : « Oui, Non » : « *Est-ce que les entrepreneurs de la wilaya de Constantine dispose d'un capital humain qualifié et compétent ?* ».

Les avis sont partagés à égalité entre les entrepreneurs. 50% des entrepreneurs déclarent qu'ils ne disposent pas de capital humain qualifié et compétent, contre 50% des entrepreneurs qui confirment disposer d'un capital humain qualifié et compétent. Les trois facteurs explicatifs sélectionnés, sont :

- ✓ F₁₆ : « Les compétences techniques des jeunes diplômés de l'université algérienne »;
- ✓ F₁₇ : « Les compétences managériales des jeunes diplômés de l'université algérienne » ;
- ✓ F₁₈ : « Les facilités de recrutement de la main d'œuvre expérimentée ».

Afin de vérifier l'existence de corrélation entre la variable expliquée (Q₆) : « la disponibilité d'un capital humain qualifié et compétent » et chacun des trois facteurs explicatifs mentionnés ci-dessus, nous avons posé les trois problèmes suivants :

- ✓ P₁₆ : « Est-ce que la disponibilité d'un capital humain qualifié et compétent est influencée par les compétences techniques des jeunes diplômés de l'université algérienne ? »
- ✓ P₁₇ : « Est-ce que la disponibilité d'un capital humain qualifié et compétent est influencée par les compétences managériales des jeunes diplômés de l'université algérienne? »
- ✓ P₁₈ : « Est-ce que la disponibilité d'un capital humain qualifié et compétent est influencée par la facilité de recrutement de la main d'œuvre expérimentée ? »

Pour les besoins de notre étude, nous utilisons le logiciel IBM SPSS Statistics.20 en langue anglaise. Les résultats sont synthétisés dans le tableau n° 23.

Tableau n° 23 : Le test de Khi2 et le test de Cramer pour P₁₆, P₁₇ et P₁₈

Problème Posé	Test de Khi2 Probabilité p calculée (avec $\alpha = 0,05$)	Test de Cramer Coefficient V calculé
P ₁₆ : Q ₆ = f(F ₁₆)	0,001	0,615
P ₁₇ : Q ₆ = f(F ₁₇)	0,000	0,865
P ₁₈ : Q ₆ = f(F ₁₈)	0,308	0,141

Source : Tableau réalisé d'après les résultats de l'analyse statistique par le logiciel IBM SPSS Statistics.20

Chapitre 6 : Le modèle empirique de l'écosystème entrepreneurial favorable au développement de l'entrepreneuriat dans la wilaya de Constantine

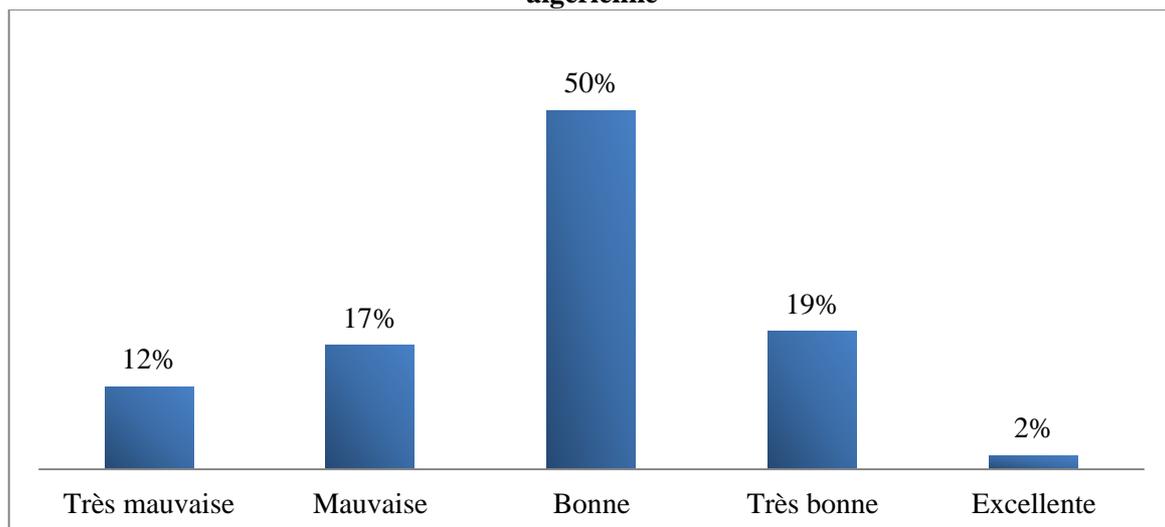
Le test de Khi2 pour P_{16} et P_{17} donne des probabilités $\rho < 0,05$, donc, nous confirmons l'existence de corrélation entre la variable expliquée (Q_6) « la disponibilité d'un capital humain qualifié et compétent » et les deux facteurs explicatifs F_{16} et F_{17} .

Aussi, le calcul du coefficient de Cramer est $0,4 \leq v \leq 1$ pour P_{16} et P_{17} . De ce fait, la relation entre la variable expliquée (Q_6) et les deux facteurs explicatifs (F_{16} et F_{17}) est jugée forte. Par ailleurs, le test de Khi2 pour P_{18} donne une probabilité $\rho > 0,05$, donc, nous confirmons l'absence de corrélation entre la variable expliquée (Q_6) « la disponibilité d'un capital humain qualifié et compétent » et le facteur explicatif F_{18} . En outre, le calcul du coefficient de Cramer est $0 \leq v \leq 0,2$ pour P_{18} , donc la relation entre la variable expliquée (Q_6) et le facteur explicatif F_{18} est jugée faible.

L'existence de corrélation est vérifiée entre la variable expliquée (Q_6) et les deux facteurs explicatifs (F_{16} et F_{17}). Donc, le niveau attribué au sixième pilier de l'écosystème: « le capital humain disponible pour les entrepreneurs », est expliqué par la moyenne des niveaux des deux facteurs (F_{16} , F_{17}).

Premièrement, nous avons demandé aux entrepreneurs de classer le facteur (F_{16}) « les compétences techniques des jeunes diplômés de l'université algérienne » par échelle de « Très mauvaise » à « Excellente ». Les résultats sont présentés dans la figure n° 10.

Figure n° 10 : Le classement des compétences techniques des jeunes diplômés de l'université algérienne



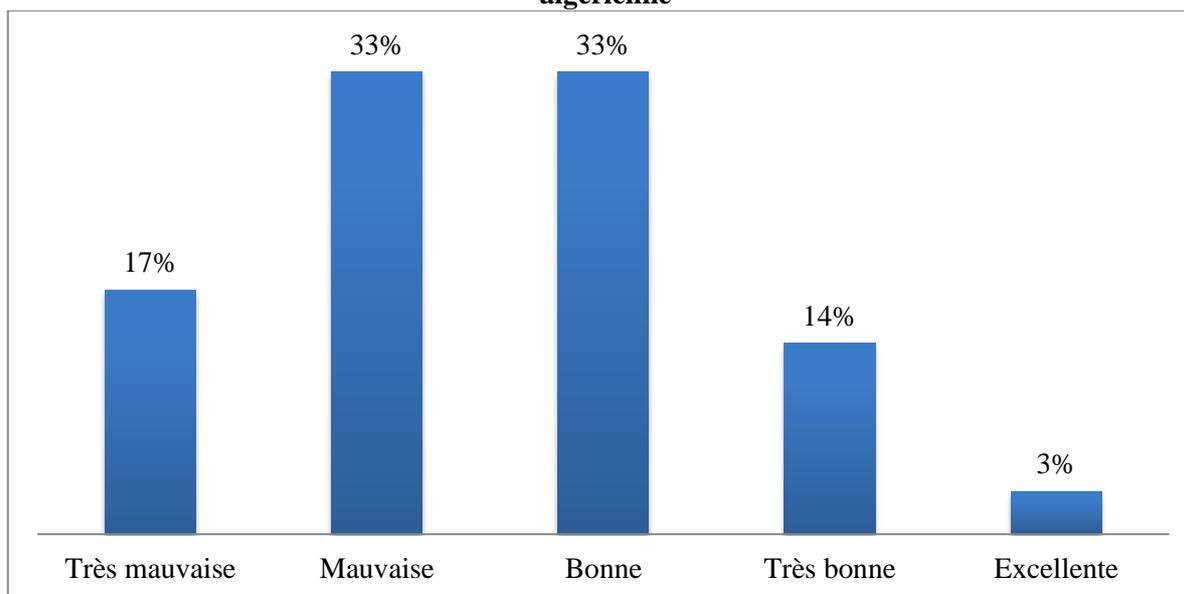
Source : Figure réalisée d'après les résultats de l'analyse statistique par le logiciel IBM SPSS Statistics.20

Chapitre 6 : Le modèle empirique de l'écosystème entrepreneurial favorable au développement de l'entrepreneuriat dans la wilaya de Constantine

Selon 50% des entrepreneurs, les compétences techniques des jeunes diplômés de l'université algérienne sont jugées « Bonnes ».

Deuxièmement, nous avons demandé aux entrepreneurs de classer le facteur (F₁₇) « les compétences managériales des jeunes diplômés de l'université algérienne » par échelle de « Très mauvaise » à « Excellente ». Les résultats sont présentés dans la figure n° 11.

Figure n° 11 : Le classement des compétences managériales des jeunes diplômés de l'université algérienne



Source : Figure réalisée d'après les résultats de l'analyse statistique par le logiciel IBM SPSS Statistics.20

Pour 33% des entrepreneurs interrogés, les compétences managériales des jeunes diplômés de l'université algérienne sont jugées « Mauvaises » et 33% des entrepreneurs les jugent « Bonnes ». Par ailleurs, 79% des entrepreneurs rencontrent des difficultés de recrutement de la main d'œuvre expérimentée. La cause revient à des facteurs autres que la non disponibilité d'un capital humain qualifié, compétent et expérimenté, mais plutôt au salaire minimum exigé par ces derniers, que l'entrepreneur ne peut assurer, au risque d'augmenter la structure de ses coûts.

Section 3 : La cartographie de l'écosystème entrepreneurial de la wilaya de Constantine

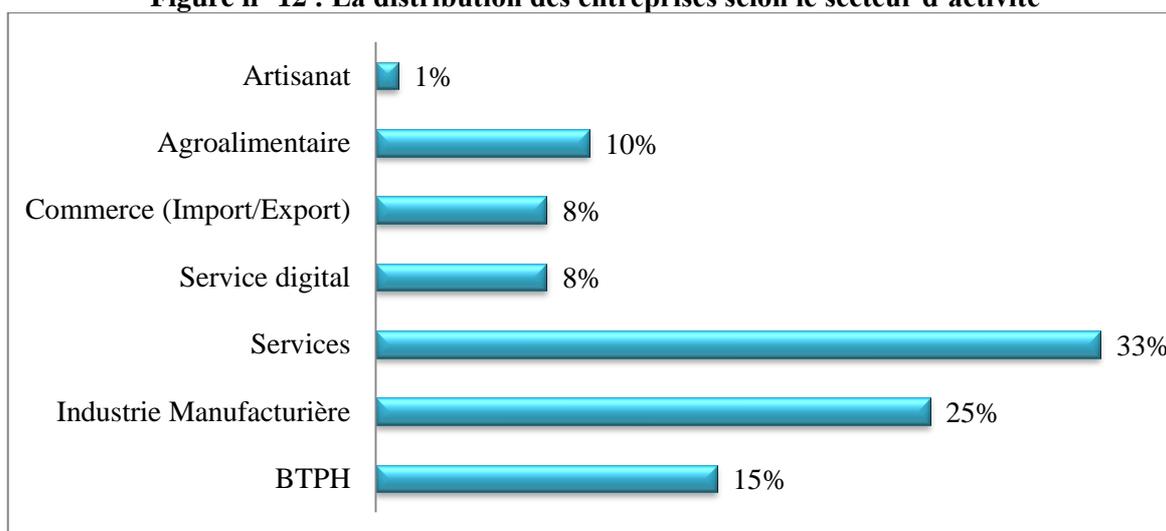
Le sujet du présent développement est d'établir une synthèse des principaux résultats empiriques. A cet effet, nous commençons par la présentation des entreprises objet de l'étude, ainsi que le profil des entrepreneurs, et enfin l'élaboration du modèle OCR de l'écosystème entrepreneurial de la wilaya de Constantine. Ce dernier met en relief les opportunités, les challenges et les recommandations à suivre, pour un écosystème entrepreneurial favorable au développement de l'entrepreneuriat dans la wilaya de Constantine.

6.3.1. La présentation des entreprises

Les entreprises objet de l'étude sont localisées au niveau de la wilaya de Constantine, active dans tout secteur d'activité, avec un minimum une année d'existence et qui réalise des taux de croissance annuels positifs de leur chiffre d'affaires. Selon ces critères de définition de notre échantillon, nous avons construit un échantillon de 152 entreprises. Dans ce qui suit, nous présentons ces entreprises selon le secteur d'activité, la forme juridique, le mode de financement à la création et le nombre d'années de leur existence.

6.3.1.1. Le secteur d'activité : Les secteurs d'activité les plus dominants des entreprises présentes dans notre échantillon d'étude sont les services, avec un taux de 33%, l'industrie manufacturière, avec un taux de 25%, enfin, le bâtiment, travaux publics et hydraulique (BTPH), avec un taux de 15%. La figure n° 6 récapitule les dits résultats.

Figure n° 12 : La distribution des entreprises selon le secteur d'activité

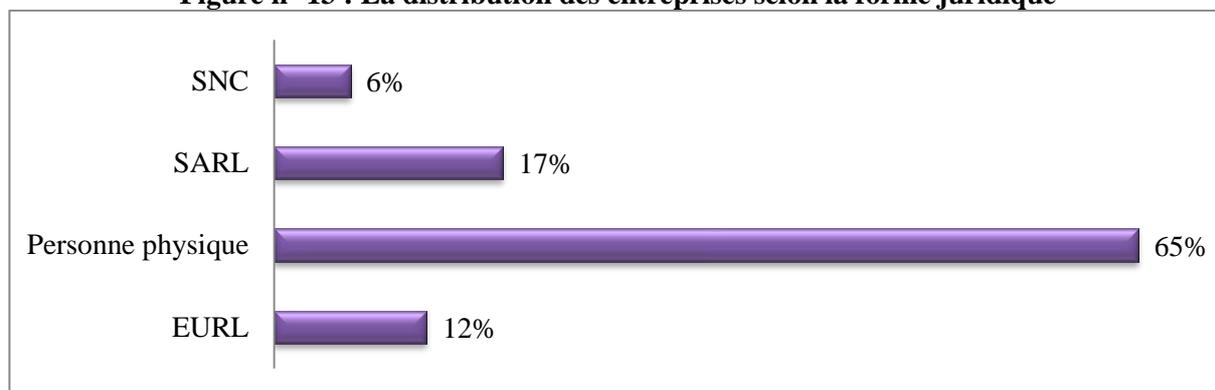


Source : Figure réalisée d'après les résultats de l'analyse statistique par le logiciel IBM SPSS Statistics.20

Chapitre 6 : Le modèle empirique de l'écosystème entrepreneurial favorable au développement de l'entrepreneuriat dans la wilaya de Constantine

6.3.1.2. La forme juridique : Les formes juridiques des entreprises présentes dans notre échantillon sont comme suit : Personnes Physique, avec un taux de 65%, la société à responsabilité limitée (SARL) avec un taux de 17%, l'entreprise unipersonnelle à responsabilité limitée (EURL), avec un taux de 12%, et enfin la société en nom collectif (SNC), avec un taux de 6%. La figure n° 13 présente les résultats en question.

Figure n° 13 : La distribution des entreprises selon la forme juridique



Source : Figure réalisée d'après les résultats de l'analyse statistique par le logiciel IBM SPSS Statistics.20

6.3.1.3. Le croisement du secteur d'activité avec la forme juridique : Le croisement du secteur d'activité et la forme juridique est présenté dans le tableau n° 24.

Tableau n° 24 : La distribution des entreprises selon le secteur d'activité et la forme juridique

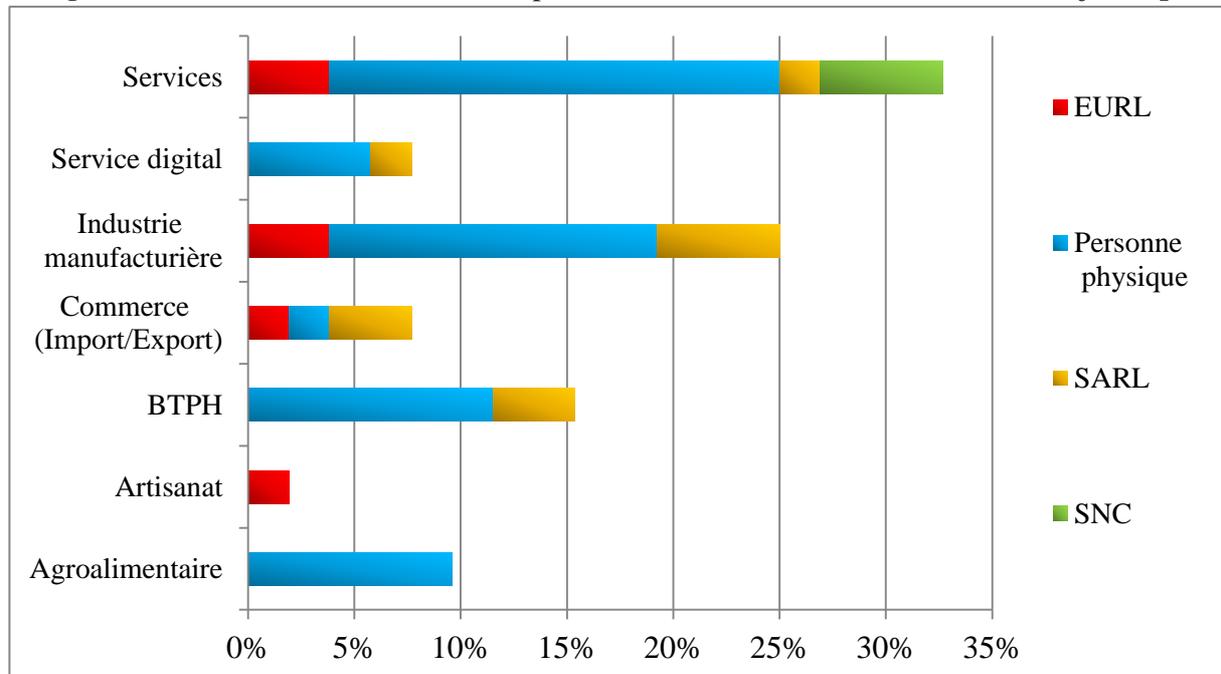
		EURL	Personne physique	SARL	SNC	TOTAL
Agroalimentaire	%	0,00%	9,86%	0,00%	0,00%	9,86%
	nombre	0	15	0	0	15
Artisanat	%	1,98%	0,00%	0,00%	0,00%	1,98%
	nombre	3	0	0	0	3
BTPH	%	0,00%	11,85%	3,94%	0,00%	15,79%
	nombre	0	18	6	0	24
Commerce (Import/Export)	%	1,98%	1,98%	3,94%	0,00%	7,90%
	nombre	3	3	6	0	12
Industrie Manufacturière	%	3,94%	14,47%	5,92%	0,00%	24,33%
	nombre	6	22	9	0	37
Service digital	%	0,00%	5,92%	1,98%	0,00%	7,90%
	nombre	0	9	3	0	12
Services	%	3,94%	21,06%	1,32%	5,92%	32,24%
	nombre	6	32	2	9	49
TOTAL	%	11,84%	65,14%	17,10%	5,92%	100,00%
	nombre	18	99	26	9	152

Source : Tableau réalisé d'après les résultats de l'analyse statistique par le logiciel IBM SPSS Statistics.20

Chapitre 6 : Le modèle empirique de l'écosystème entrepreneurial favorable au développement de l'entrepreneuriat dans la wilaya de Constantine

Nous remarquons que 65% des entreprises ont une forme juridique « Personne Physique ». Par ailleurs, 32% des entreprises de notre échantillon sont dans le secteur des services, 24% sont dans le secteur de l'industrie manufacturière et 15% sont dans le secteur du bâtiment, travaux publics et hydraulique (BTPH). La figure n° 14 synthétise les données du tableau n° 24.

Figure n° 14 : La distribution des entreprises selon le secteur d'activité et la forme juridique

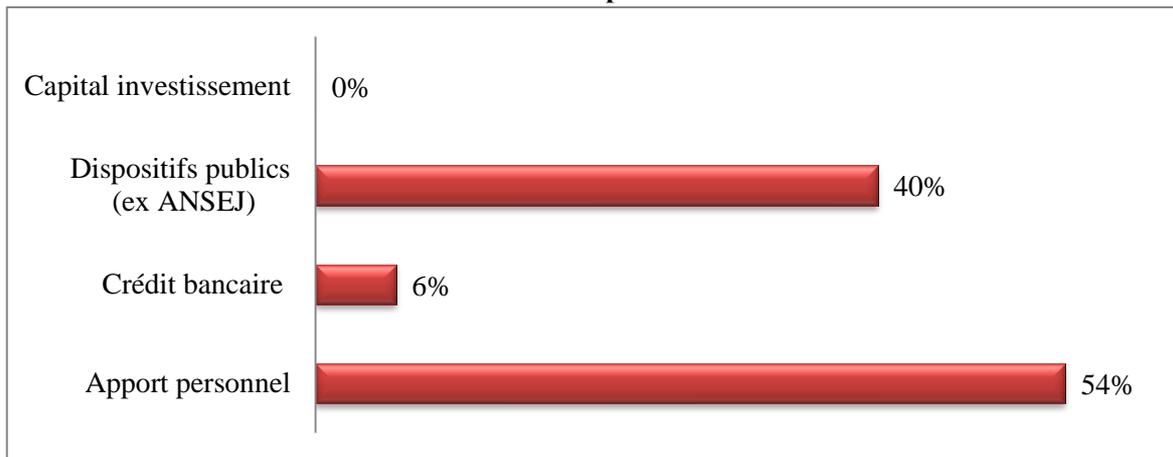


Source : Figure réalisée d'après les résultats de l'analyse statistique par le logiciel IBM SPSS Statistics.20

6.3.1.4. Le mode de financement à la création de l'entreprise : Le choix des entrepreneurs du mode de financement à la création des entreprises est à 54% par apport personnel, et à 40% par dispositifs publics (ANSEJ, ANGEM, CNAC, ANDI). Le crédit bancaire, avec un taux de 6%, ne présente pas le choix favori des entrepreneurs de la wilaya de Constantine. Aussi, le mode de financement par capital investissement est complètement absent dans la région. La figure n° 15 récapitule les présents résultats.

Chapitre 6 : Le modèle empirique de l'écosystème entrepreneurial favorable au développement de l'entrepreneuriat dans la wilaya de Constantine

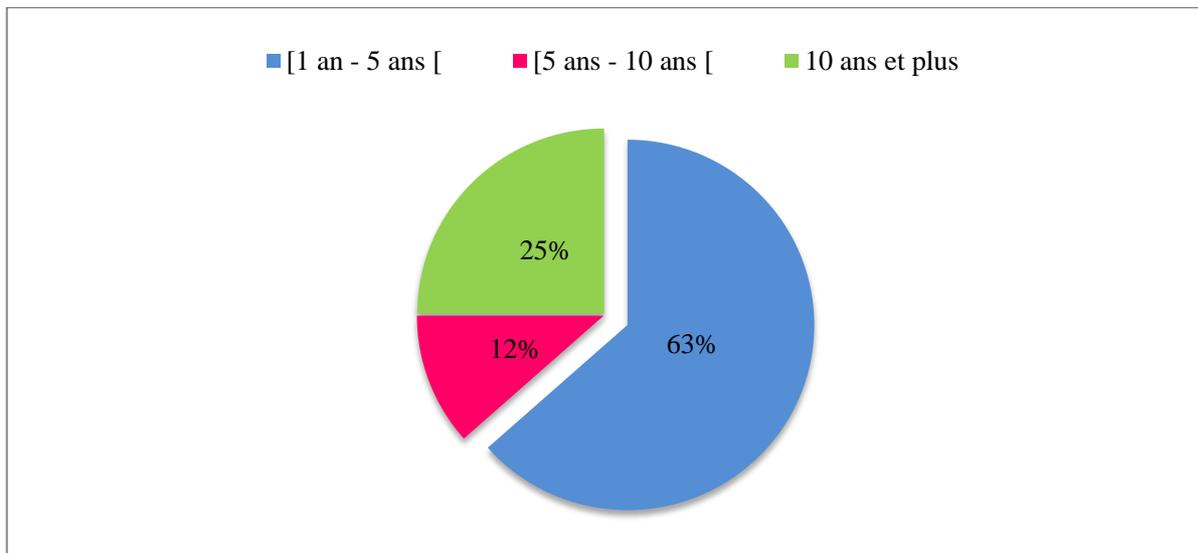
Figure n° 15 : La distribution des entreprises selon le mode de financement à la création de l'entreprise



Source : Figure réalisée d'après les résultats de l'analyse statistique par le logiciel IBM SPSS Statistics.20

6.3.1.5. L'âge des entreprises : Les entreprises qui ont entre 1 an et 5 ans d'existence, représente 63% de notre échantillon. Aussi, celles qui ont entre 5 ans et 10 ans d'existence, représente 25% de notre échantillon. Enfin, 12% des entreprises de l'échantillon, ont plus de 10 ans d'existence. La figure n° 16 récapitule les présents résultats.

Figure n°16 : La distribution des entreprises selon l'âge



Source : Figure réalisée d'après les résultats de l'analyse statistique par le logiciel IBM SPSS Statistics.20

6.3.2. Le profil des entrepreneurs

Dans le présent développement nous exposons le profil des entrepreneurs de la wilaya de Constantine selon, entre autres, le genre, le niveau d'études, le type de formation, la tranche d'âge et la principale motivation à la création de l'entreprise.

Chapitre 6 : Le modèle empirique de l'écosystème entrepreneurial favorable au développement de l'entrepreneuriat dans la wilaya de Constantine

6.3.1.1. Le genre et le niveau d'études : Notre échantillon d'étude est composé de 152 entrepreneurs, dont 84% sont des universitaires et 69% sont des hommes. Le tableau n° 25 présente la distribution des entrepreneurs selon le genre et le niveau d'études.

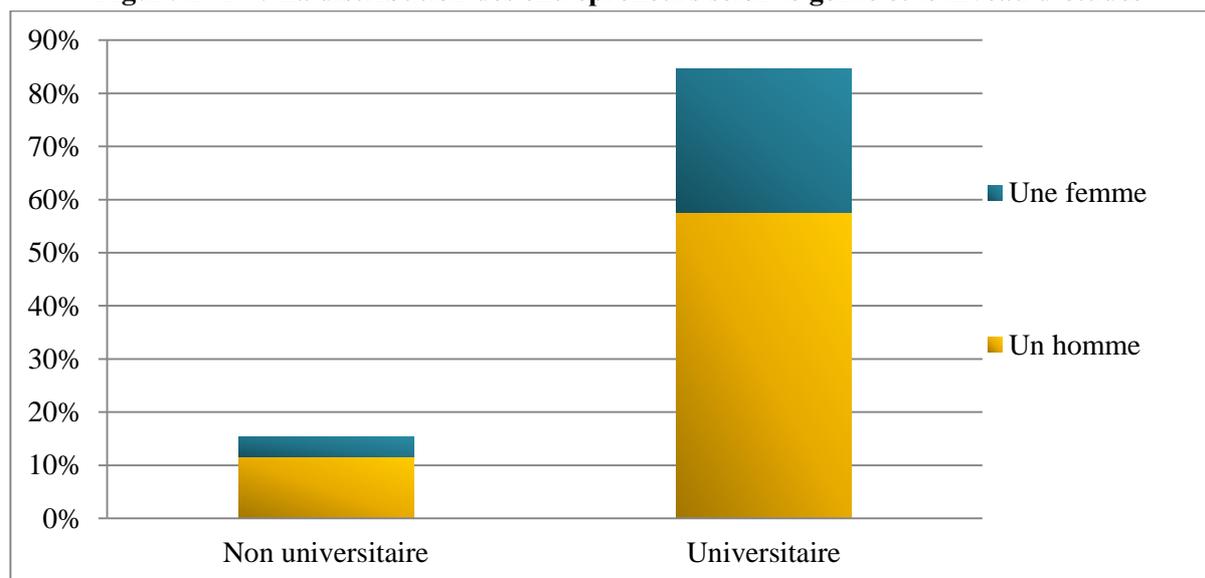
Tableau n° 25 : La distribution des entrepreneurs selon le genre et le niveau d'études

		Non universitaire	Universitaire	TOTAL
Homme	%	11,84%	57,89%	69,73%
	nombre	18	88	106
Femme	%	3,94%	26,33%	30,27%
	nombre	6	40	46
TOTAL	%	15,78%	84,22%	100,00%
	nombre	24	128	152

Source : Tableau réalisé d'après les résultats de l'analyse statistique par le logiciel IBM SPSS Statistics.20

La figure n° 17 synthétise les données du tableau n° 25.

Figure n° 17 : La distribution des entrepreneurs selon le genre et le niveau d'études



Source : Figure réalisée d'après les résultats de l'analyse statistique par le logiciel IBM SPSS Statistics.20

A travers la figure n° 17, nous remarquons que la présence des hommes dans le milieu de l'entrepreneuriat est dominante par rapport aux femmes. Aussi, plus de 57% de ces entrepreneurs hommes sont des universitaires, ce qui reflète la qualification des entrepreneurs de la wilaya de Constantine.

6.3.1.2. La tranche d'âge et l'expérience professionnelle avant la création : Les entrepreneurs de notre échantillon sont âgés entre 18 ans et 45 ans, avec un taux de 40%, dont 16% ont moins de 5 ans d'expérience professionnelle avant la création de leur entreprise.

Chapitre 6 : Le modèle empirique de l'écosystème entrepreneurial favorable au développement de l'entrepreneuriat dans la wilaya de Constantine

Le tableau n°26 met en relief la distribution des entrepreneurs selon la tranche d'âge et les années de l'expérience professionnelle avant la création de l'entreprise.

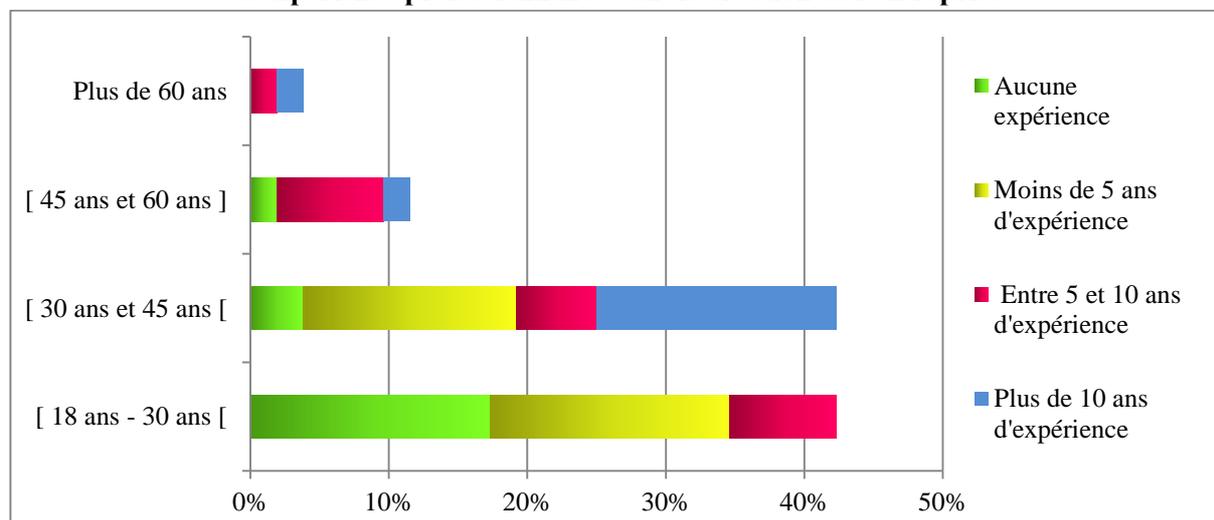
Tableau n° 26 : La distribution des entrepreneurs selon la tranche d'âge et les années de l'expérience professionnelle avant la création de l'entreprise

		Aucune expérience	Moins de 5 ans d'expérience	Entre 5 et 10 ans d'expérience	Plus de 10 ans d'expérience	TOTAL
[18 ans - 30 ans]	%	16,44%	16,44%	7,89%	0,00%	40,77%
	nombre	25	25	12	0	62
[30 ans - 45 ans]	%	3,94%	14,48%	5,92%	16,44%	40,78%
	nombre	6	22	9	25	62
[45 ans - 60 ans]	%	2,64%	0,00%	7,89%	2,64%	13,17%
	nombre	4	0	12	4	20
Plus de 60 ans	%	0,00%	0,00%	2,64%	2,64%	5,28%
	nombre	0	0	4	4	8
TOTAL	%	23,02%	30,92%	24,34%	21,72%	100,00%
	nombre	35	47	37	33	152

Source : Tableau réalisé d'après les résultats de l'analyse statistique par le logiciel IBM SPSS Statistics.20

La figure n° 18 synthétise les données du tableau n° 26.

Figure n° 18 : La distribution des entrepreneurs selon la tranche d'âge et les années d'expérience professionnelle avant la création de l'entreprise



Source : Figure réalisée d'après les résultats de l'analyse statistique par le logiciel IBM SPSS Statistics.20

La figure n° 18, montre la concentration des entrepreneurs dans la tranche d'âge entre 18 ans et 30 ans, et la tranche d'âge entre 30 ans et 45 ans avec un taux de 40%, pour chaque tranche d'âge.

Chapitre 6 : Le modèle empirique de l'écosystème entrepreneurial favorable au développement de l'entrepreneuriat dans la wilaya de Constantine

Les entrepreneurs entre 18 et 30 ans ont moins de 5 ans d'expérience professionnelle avant la création de leur entreprise, ou ils sont sans expérience professionnelle, avec un taux de 32%. Ces résultats nous révèlent que ces entrepreneurs présentent un appétit pour le risque élevé. En effet, l'expérience professionnelle avant la création de l'entreprise présente un matelas de sécurité pour l'entrepreneur, qui minimise le risque d'échec de son projet.

6.3.1.3. La tranche d'âge et la principale motivation à la création de l'entreprise : La principale motivation des entrepreneurs à la création de leur entreprise est une passion pour le projet, avec un taux de 35%, et un challenge personnel, avec un taux de 26%. Par ailleurs, 18% des entrepreneurs ont été motivé par une opportunité à saisir, 12% par une insatisfaction au travail et 8% par une situation de chômage. Le tableau n° 27 résume la distribution des entrepreneurs selon la tranche d'âge et la principale motivation à la création de l'entreprise.

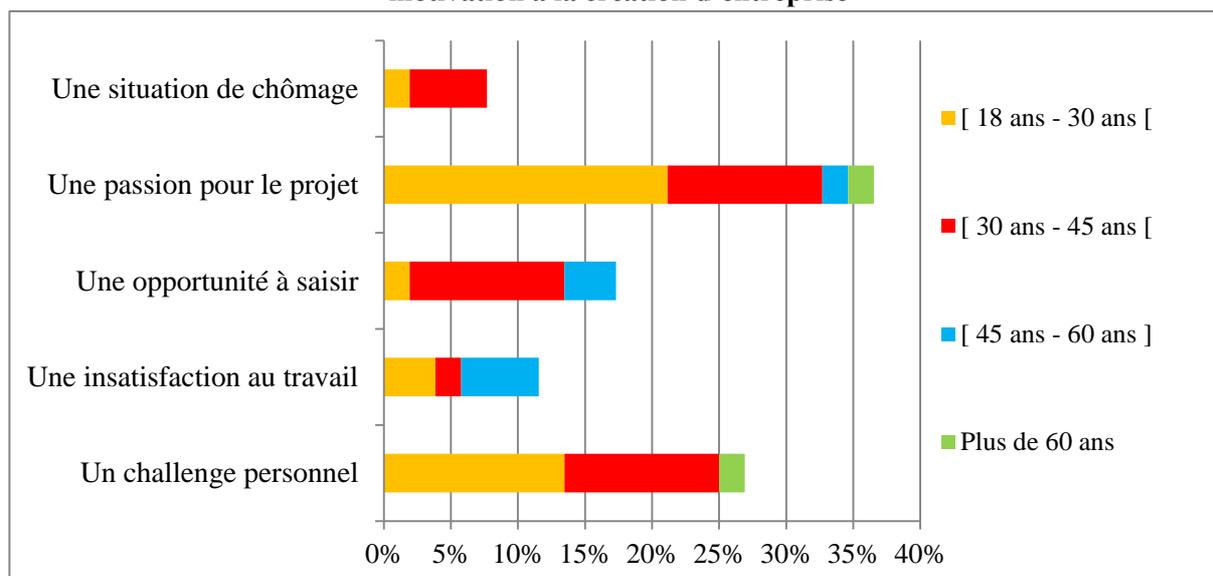
Tableau n° 27 : La distribution des entrepreneurs selon la tranche d'âge et la principale motivation à la création de l'entreprise

		[18 ans - 30 ans [[30 ans - 45 ans [[45 ans - 60 ans]	Plus de 60 ans	TOTAL
Un challenge personnel	%	12,50%	11,83%	0,00%	1,97%	26,30%
	nombre	19	18	0	3	40
Une insatisfaction au travail	%	3,93%	1,97%	6,57%	0,00%	12,47%
	nombre	6	3	10	0	19
Une opportunité à saisir	%	1,97%	12,00%	3,93%	0,00%	17,90%
	nombre	3	18	6	0	27
Une passion pour le projet	%	21,02%	9,86%	1,97%	1,97%	34,82%
	nombre	32	15	3	3	53
Une situation de chômage	%	1,97%	6,54%	0,00%	0,00%	8,51%
	nombre	3	10	0	0	13
TOTAL	%	41,39%	42,20%	12,47%	3,94%	100,00%
	nombre	63	64	19	6	152

Source : Tableau réalisé d'après les résultats de l'analyse statistique par le logiciel IBM SPSS Statistics.20

La figure n° 19 synthétise les données du tableau n° 27.

Figure n° 19 : La distribution des entrepreneurs selon la tranche d'âge et la principale motivation à la création d'entreprise



Source : Figure réalisée d'après les résultats de l'analyse statistique par le logiciel IBM SPSS Statistics.20

Nous remarquons que 80% des entrepreneurs de la wilaya de Constantine choisissent d'entreprendre suite à des situations positives et ne sont pas forcés d'entreprendre à causes de situations négatives. En effet, la motivation personnelle de l'entrepreneur poussée par des situations positives présente l'un des facteurs clés de succès du projet entrepreneurial.

6.3.1.4. Le type de la formation et l'appartenance familiale : Les entrepreneurs de notre échantillon ne sont pas issus d'une famille d'entrepreneurs, avec un taux de 73%, dont 57% n'ont pas, non plus, suivi une formation en entrepreneuriat. Le tableau n° 28 synthétise la distribution des entrepreneurs selon le type de formation et l'appartenance familiale.

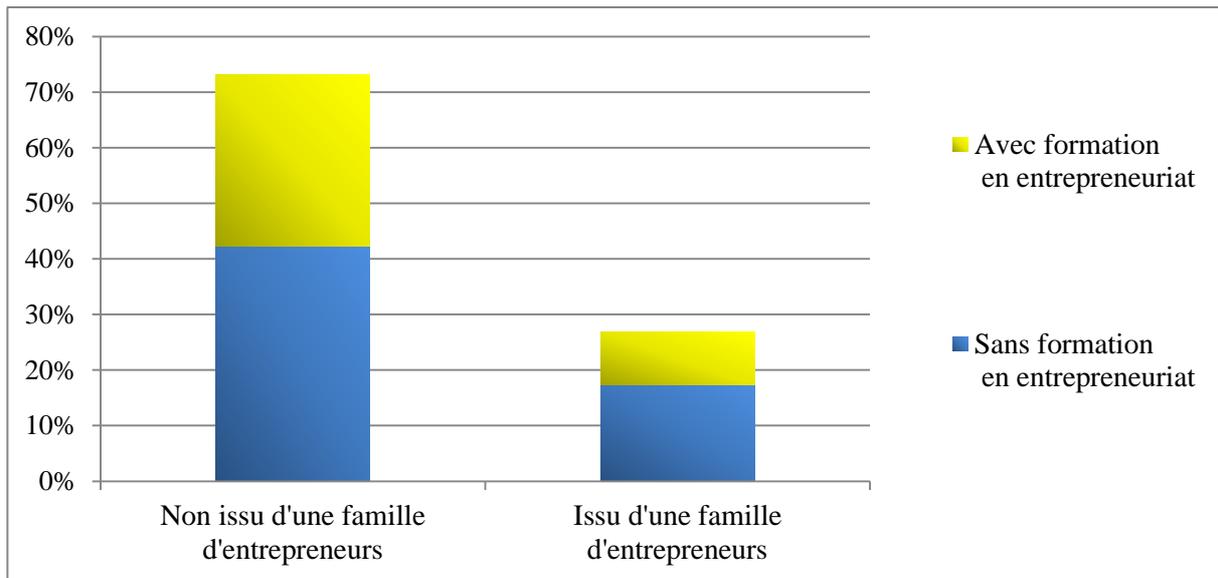
Tableau n° 28 : La distribution des entrepreneurs selon le type de formation et l'appartenance familiale

		Non issu d'une famille d'entrepreneurs	Issu d'une famille d'entrepreneurs	TOTAL
Sans formation en entrepreneuriat	%	42,00%	17,00%	59,00%
	nombre	64	26	90
Avec formation en entrepreneuriat	%	31,00%	10,00%	41,00%
	nombre	47	15	62
TOTAL	%	73,00%	27,00%	100,00%
	nombre	111	41	152

Source : Tableau réalisé d'après les résultats de l'analyse statistique par le logiciel IBM SPSS Statistics.20

La figure n° 20 synthétise les données du tableau n° 28.

Figure n° 20 : La distribution des entrepreneurs selon le type de formation et l'appartenance familiale



Source : Figure réalisée d'après les résultats de l'analyse statistique par le logiciel IBM SPSS Statistics.20

Les entrepreneurs non issus d'une famille d'entrepreneurs sont, normalement, les plus susceptibles de suivre une formation en entrepreneuriat, puisqu'il manque d'expérience, de conseils et d'orientations dans le domaine. Cependant, nous remarquons à travers le tableau n°28 et la figure n°20, que l'appartenance familiale n'a pas d'impact sur le choix des entrepreneurs de suivre ou non une formation en entrepreneuriat. En effet, 42% des entrepreneurs non issus d'une famille d'entrepreneurs, n'ont pas suivi une formation en entrepreneuriat.

6.3.3. Le modèle OCR de l'écosystème entrepreneurial de la wilaya de Constantine

L'analyse de l'écosystème entrepreneurial de la wilaya de Constantine, à travers l'étude quantitative réalisée, nous a permis de classer les six piliers de ce dernier en opportunités à saisir et en défis à relever. Nous avons, ainsi proposé les recommandations jugées nécessaires à la réussite d'un écosystème favorable au développement de l'entrepreneuriat dans la wilaya de Constantine. Dans ce qui suit, nous présentons les différentes opportunités, les challenges, ainsi que les recommandations.

6.3.3.1. Les opportunités : Les résultats de notre étude quantitative nous permis de sélectionner deux piliers de l'écosystème entrepreneurial en opportunités, à savoir : le marché des biens et des services et le capital humain.

Chapitre 6 : Le modèle empirique de l'écosystème entrepreneurial favorable au développement de l'entrepreneuriat dans la wilaya de Constantine

a. Le marché des biens et des services : Malgré que le marché des services de la wilaya de Constantine est considéré comme étant plus au moins saturé, néanmoins le marché des biens offre des opportunités d'investissement importantes, surtout dans le domaine des nouvelles technologies, l'énergie renouvelable, les produits bio dégradables et le recyclable. Cependant, le souci majeur des entrepreneurs de la wilaya de Constantine est la concurrence internationale. En effet, une fois commercialisé, le produit ne trouve pas de demande par manque de confiance de la clientèle dans le produit algérien. Ce problème peut coûter, jusqu'à la faillite au chef de l'entreprise, et dans les meilleurs des cas, des coûts supplémentaires d'importation des produits finis pour éviter de fermer son usine.

b. Le capital humain : Notre étude quantitative nous a permis de constater que la ressource humaine qualifiée et expérimentée, est disponible dans la wilaya de Constantine. En effet, l'étude a montré que le niveau des compétences managériales et techniques, est relativement bon, cependant, les entrepreneurs rencontrent des difficultés de recrutement de la main d'œuvre par rapport aux exigences salariales de cette dernière.

Dans un autre angle, et pour relever le niveau des nouveaux diplômés, un écosystème favorable aux jeunes entrepreneurs se met timidement en place dans la wilaya de Constantine, porté par l'université. En effet, en plus des programmes de formations traditionnelles, l'université de Constantine organise régulièrement des journées portes ouvertes pour ces jeunes diplômés, en collaboration avec la maison de l'entrepreneuriat, le centre de carrière régional, ainsi que les différents professionnels dans le domaine. L'objectif de ces programmes est de sensibiliser les jeunes diplômés à l'esprit entrepreneurial. Ces initiatives sont des espaces où les jeunes peuvent exprimer leur projet d'entreprises innovants, trouver un soutien, pas nécessairement financier, rencontrer et se former auprès d'entrepreneurs, partager leurs expériences et échanger des pratiques et des idées pour la mise en place réelle de leur entreprise.

6.3.3.2. Les challenges : Les résultats de notre étude quantitative nous permis de classer quatre piliers de l'écosystème entrepreneurial en défis à relever, à savoir : la politique, le financement, les supports divers et la culture entrepreneuriale.

a. La politique : L'une des politiques de l'Etat algérien pour la relance de l'activité économique concerne la promotion de l'entrepreneuriat, à travers le déploiement de quatre facteurs primordiaux : la formation, le soutien à l'investissement, l'assouplissement de la fiscalité et la promotion de l'innovation.

Chapitre 6 : Le modèle empirique de l'écosystème entrepreneurial favorable au développement de l'entrepreneuriat dans la wilaya de Constantine

Premièrement, au niveau de la formation, le budget consolidé de l'éducation nationale, de la formation professionnelle et de l'enseignement supérieur, est le plus important des dépenses publiques algériennes. Signalons que la formation est gratuite à tous les niveaux, du primaire à l'université. Cependant, un chômage structurel s'installe dans le pays, avec un taux de 11,3% en 2015 contre 9,8% en 2013¹.

Deuxièmement, la politique de soutien à l'investissement a pris deux formes en Algérie : le soutien à la demande globale pour la relance de la croissance économique et les dispositifs de soutien à l'investissement pour mettre à niveau l'infrastructure nationale. Toutefois, la mauvaise gouvernance, la corruption, la bureaucratie, la taxation élevée et le cadre juridique difficile, ont limité les résultats escomptés. En effet, le magazine américain *Forbes* a publié un nouveau classement² des meilleurs pays où on peut faire des affaires en se référant au rapport de Doing Business de la Banque mondiale pour évaluer les impôts des pays, la protection des investisseurs et les formalités administratives³. L'Algérie occupe la 114^{ème} place, sur 161 pays, très loin derrière le Maroc, 62^{ème}, et la Tunisie, 80^{ème}, qui figurent dans le top cinq des économies africaines.

Troisièmement, l'Algérie a opté pour deux types d'incitation à l'investissement avec deux régimes d'octroi d'avantages fiscaux : le régime général relatif aux investissements en dehors des zones à développer et le régime dérogatoire pour les investissements dans les zones à développer. Cependant, ces réformes n'ont eu pour effet qu'une réduction de l'impôt sur les bénéfices de 6,6%, ce qui place l'Algérie au 174^{ème} rang en termes de pression fiscale⁴. En effet, la législation algérienne est caractérisée par un système de fiscalité ordinaire lourd, qui n'a pas une vision stratégique de développement, ni une parafiscalité qui encourage la création d'entreprise.

Quatrièmement, la politique publique en matière d'innovation en Algérie repose sur la valorisation des recherches par trois agences nationales : l'Agence Nationale pour le Développement de la Recherche Universitaire (ANDRU), l'Agence Nationale pour le Développement de la Recherche en Santé (ANDRS) et l'Agence Nationale de Valorisation des Résultats de la Recherche et du Développement Technologique (ANVREDET).

¹ http://leconews.com/fr/-11-3-en-2015-en-algerie-07-10-2014-171767_290.php, 07/10/2015, 10h00

² Pour déterminer les meilleurs pays pour entreprendre, *Forbes* s'est basé sur 15 facteurs différents : droits de propriété, innovation, taxes, technologie, corruption, infrastructures, taille du marché, risque politique, qualité de vie, main-d'œuvre, libertés (personnelle, commerciale et monétaire), bureaucratie et protection des investisseurs. Chaque catégorie étant pondérée de manière égale.

³ <https://www.elwatan.com/edition/economie/les-meilleurs-pays-pour-entreprendre-lalgerie-hors-du-top-5-africain-10-01-2019>, le 09/02/2020, 9h40.

⁴ Banque Mondiale, « Doing Business Middle East & North Africa », 2015, p: 86.

Chapitre 6 : Le modèle empirique de l'écosystème entrepreneurial favorable au développement de l'entrepreneuriat dans la wilaya de Constantine

Cependant, il est difficile d'évaluer l'activité de ces agences à cause de leur jeune âge, de la rareté des travaux dans ce domaine. De ce fait, il est impossible de se prononcer sur la réussite de la politique d'innovation en Algérie.

Les efforts du gouvernement algérien pour la promotion de l'entrepreneuriat dans le pays sont importants. Cependant, les résultats escomptés de la politique de l'Etat demeurent embryonnaires et sans impact réel sur le développement économique.

b. Le financement de l'entrepreneuriat : Le financement des entrepreneurs de la wilaya de Constantine est considéré comme un challenge à relevé. En effet, L'accès aux sources de financement est particulièrement difficile pour les entreprises qui ne disposent pas de garanties suffisantes, n'ont pas de références établies, ni d'historique de crédit. De plus, le choix en termes de modes de financement est très limité, puisqu'il n'existe deux modes de financement, à savoir : le crédit bancaire et le dispositif public, tels que ANSEJ, ANGEM, CNAC et ANDI.

D'un côté, l'appui des banques et des dispositifs publics est inadéquat aux besoins de financement des nouvelles entreprises, les procédures d'octroi de crédit sont lourdes, le coût du crédit est élevé, les garanties exigées sont excessives et les délais de traitement des demandes de crédit sont trop longs. D'un autre côté, l'absence de la notion de la prise de risque partagée chez les institutions de financement, alourdi la procédure de financement et les perspectives de développements des entreprises nouvellement créées. Ces obstacles poussent les dirigeants des petites et moyennes entreprises à recourir souvent aux ressources de financement familiales et aux réseaux de financement informel, pour survivre, en attendant l'assainissement du réseau formel et l'assouplissement des conditionnalités jugées jusqu'au là insurmontables, par les investisseurs privés.

c. Les supports divers : Les supports divers, autres que financiers, qui sont offerts aux entrepreneurs, sont relatifs à des formations de courte durée dans le domaine de la gestion de l'entreprise, ainsi que l'organisation de différents salons de rencontre pour la promotion des nouvelles entreprises. Cependant, nous avons remarqué l'absence totale des centres d'incubations, des espaces de bureaux collectifs et des espaces de co-working, qu'ils soient publics ou privés. En effet, ces centres et espaces offrent à l'entrepreneur un appui en termes de bureautique, de conseils et d'orientations par des professionnels, de réseautage, et même de formations selon le besoin, en plus d'un appui psychologique.

Chapitre 6 : Le modèle empirique de l'écosystème entrepreneurial favorable au développement de l'entrepreneuriat dans la wilaya de Constantine

La création d'une entreprise est une mission difficile à accomplir, et le fait que l'entrepreneur se sent entouré de personnes qui partagent avec lui les mêmes expériences et difficultés, lui procure un soutien moral important qui l'encourage dans son projet de réalisation de l'entreprise. Par ailleurs, l'indisponibilité de données et d'orientations sur les opportunités d'investissements, le manque d'informations sur la concurrence et les pratiques des opérateurs économiques, le manque de données et des études de marché national, régional et local, rendent la tâche de l'entrepreneur encore plus difficile. En effet, ces choix d'investissement vont être arbitraires et non stratégiques.

d. La culture entrepreneuriale : La communauté constantinoise valorise le métier d'entrepreneur et le considère comme respectable et créateur de richesse. Cependant, elle ne valorise pas la créativité, l'innovation et la prise de risque, qui sont les éléments clés du métier de l'entrepreneur. Ceci implique que la culture entrepreneuriale chez la communauté constantinoise est moyennement avantageuse à l'entrepreneuriat.

La culture entrepreneuriale et l'esprit d'entreprendre sont primordiaux à l'existence de l'activité entrepreneuriale. En effet, la réussite des projets entrepreneuriaux sont tributaires de l'état d'esprit de l'entrepreneur lui-même. Le contexte socio-familial, économique, éducatif, ainsi que les expériences vécues peuvent l'influencer. Ce sont ces facteurs qui vont forger l'individu et développer chez lui des traits de caractère tels que la curiosité, la persévérance, le goût du risque, le leadership, et qui vont établir dès le départ, les conditions de réussite ou d'échec de l'entreprise. Dans ce contexte, il est important de développer la culture entrepreneuriale chez les jeunes de la wilaya de Constantine. Dans ce cas, la culture entrepreneuriale peut être inculquée à la condition d'utiliser des méthodes pédagogiques particulières. A ce titre, Cronin (2007), confirme que la pédagogie par l'action pour enseigner l'entrepreneuriat est la plus appropriée, car elle est en relation avec la nature holistique de la discipline. En effet, il est reconnu par plusieurs auteurs, notamment Shepherd et Douglas (1996), qu'un individu ne peut réellement apprendre que s'il se confronte à un environnement aussi proche que possible de la réalité.

Par ailleurs, cette pédagogie doit se concevoir dans un environnement qui développe chez les étudiants l'estime de soi, la connaissance et les qualités pour agir. Cet environnement, qui développe chez les apprenants des comportements et des attitudes, qui sont le cœur de l'entrepreneuriat, doit les encourager à s'engager activement plutôt que d'apprendre passivement ou lire à propos de l'entrepreneuriat.

Cela signifie un style d'enseignement orienté sur l'action, qui encourage l'apprentissage par l'expérimentation, la résolution de problème, la créativité à partir d'un projet. Dans le même sens, Kirby et al. (2006), prônent le développement de qualités telles que la créativité, la persuasion, la pensée critique et le leadership.

6.3.3.3. Les recommandations : Les recommandations proposées ci-dessous, sont relatives aux opportunités, afin d'améliorer leur exploitation, et aux challenges, afin d'en relever les lacunes. Ils sont sélectionnés suite à des séances de briefing en collaboration avec les différentes parties prenantes dans l'écosystème entrepreneurial de la wilaya de Constantine. Nous citons les principales recommandations collectées, selon les six piliers du modèle d'Isenberg (2011), à titres indicatifs, et non d'une manière exhaustive :

Pilier 1 : La politique

✓ La réforme de la législation fiscale, en mettant en place des régimes fiscaux réels et flexibles, pour permettre à l'entrepreneur de choisir l'imposition fiscale qui convient à la nature de son activité, selon des options préétablies.

✓ La réforme de l'administration publique, en réduisant le degré de la bureaucratie, avec la création des centres spécialisés pour la facilitation des procédures de création des entreprises.

✓ La réforme financière, en facilitant les procédures d'obtention des crédits bancaires pour les entrepreneurs.

Pilier 2 : Le financement

✓ Le renforcement des ressources financières par l'établissement de sociétés de capital investissement régionales, afin de mettre à la disposition de la petite entreprise les capitaux nécessaires, ainsi qu'un accompagnement stratégique, à tous les stades critiques de son cycle de vie.

✓ La diversification des produits bancaires, avec la mise en place d'offres spécifiques de financement pour la phase « recherche et développement » et la phase « amorçage » du cycle de vie de l'entreprise.

✓ La mise en place d'un fond spécialisé dans le financement des entreprises dont l'activité est orientée vers l'innovation et les technologies de l'information.

Pilier 3 : Les supports divers

- ✓ La création d'un établissement d'observation de la petite et moyenne entreprise afin d'apporter plus de connaissances et de visibilité sur le secteur des petites entités, qui demandent un suivi et un appui particulier à chaque étape de leurs vies.
- ✓ La création des organismes d'accompagnement orientés vers le développement international des entreprises algériennes.
- ✓ La création des espaces de bureaux collectifs et des centres d'incubation au niveau régional.

Pilier 4 : La culture

- ✓ L'intégration des programmes de promotion de l'entrepreneuriat au niveau des écoles primaires, du secondaire et des lycées, afin d'inculquer la culture entrepreneuriale dès le jeune âge, à l'instar des programmes d'éducation canadienne, américaine et européenne.
- ✓ La multiplication des concours des meilleurs projets, pour la sensibilisation des étudiants à la création de projets innovants, l'émergence de l'esprit de compétitivité et la promotion des projets ayant une valeur ajoutée marchande.
- ✓ L'organisation des séminaires et des journées d'études en collaboration avec les entrepreneurs leaders, qui partagent leur expérience dans la création de l'entreprise, afin d'inculquer les valeurs entrepreneuriales aux élèves et aux étudiants.

Pilier 5 : Le marché des biens et services

- ✓ La mise en place d'un dispositif de protection des produits locaux contre la concurrence internationale, avec l'appui d'un processus de conformité et d'un label de qualité du produit fabriqué en Algérie.
- ✓ La mise en place d'un programme national d'innovation, à l'instar du Manuel d'Oslo pour les pays de l'OCDE, en parallèle à l'établissement de nouveaux dispositifs d'aide et de promotion des PME-High Tech, orientées vers l'innovation et les technologies de l'information.
- ✓ La mise en place d'un système efficace de collecte, d'analyse et de diffusion de l'information économique, nationale et régionale.

Pilier 6 : Le capital humain

- ✓ Le renforcement des formations universitaires et professionnelles par des programmes orientés vers la pratique de l'entrepreneuriat via des jeux de simulations pour

Chapitre 6 : Le modèle empirique de l'écosystème entrepreneurial favorable au développement de l'entrepreneuriat dans la wilaya de Constantine

améliorer la capacité des participants à analyser et à gérer les processus d'affaires dans des conditions réelles de marché.

✓ L'implication des professionnels dans la mise en place des programmes d'enseignement de l'entrepreneuriat. En effet, leur capacité d'accompagner et de conseiller les porteurs de projets est aussi une pratique de promotion de l'entrepreneuriat au sein de l'université.

✓ La coopération avec des universités entrepreneuriales internationales afin de mettre en place des programmes de formations des formateurs, ainsi que l'organisation des séminaires, des journées d'études, et des concours de meilleurs projets.

Le tableau n°29 synthétise le modèle de l'écosystème entrepreneuriale de la wilaya de Constantine. Il est établi selon la méthode OCR, et il met en relief les opportunités, les challenges et les principales recommandations pour la création d'un écosystème favorable au développement de l'activité entrepreneuriale dans la région.

Tableau n° 29 : La cartographie de l'écosystème entrepreneurial de la wilaya de Constantine

Ecosystème de l'entrepreneuriat Wilaya de Constantine	
<div style="text-align: center; border: 2px solid green; padding: 5px; margin-bottom: 10px;">Opportunités</div> <div style="border: 2px solid green; padding: 5px;"> <p>Pilier 5 : Marché des biens et services</p> <ul style="list-style-type: none"> • Création d'un label de qualité pour les produits locaux ; • Mise en place d'un système national et régional de collecte, d'analyse et de diffusion de l'information économique et financière. </div> <div style="border: 2px solid green; padding: 5px; margin-top: 10px;"> <p>Pilier 6 : Capital humain</p> <ul style="list-style-type: none"> • Implication des professionnels dans les programmes d'enseignement de l'entrepreneuriat avec renforcement des formations par des jeux de simulations; • Coopération avec des universités entrepreneuriales internationales pour la formation des formateurs. </div>	<div style="text-align: center; border: 2px solid red; padding: 5px; margin-bottom: 10px;">Challenges</div> <div style="border: 2px solid red; padding: 5px;"> <p>Pilier 1 : Politique</p> <ul style="list-style-type: none"> • Réformes fiscale, administrative et financière. </div> <div style="border: 2px solid red; padding: 5px; margin-top: 10px;"> <p>Pilier 2 : Financement</p> <ul style="list-style-type: none"> • Renforcement de la capacité de financement via la diversification des ressources financières. </div> <div style="border: 2px solid red; padding: 5px; margin-top: 10px;"> <p>Pilier 3 : Supports divers</p> <ul style="list-style-type: none"> • Création des centres d'incubation des espaces de bureaux collectifs et d'un centre d'observation de la PME. </div> <div style="border: 2px solid red; padding: 5px; margin-top: 10px;"> <p>Pilier 4 : Culture</p> <ul style="list-style-type: none"> • Intégration des programmes de l'entrepreneuriat dans les écoles ; • Multiplication des concours de meilleurs projets et des séminaires. </div>

Source : Tableau réalisé d'après l'étude quantitative et des séances de briefing avec les différentes parties prenantes dans l'écosystème entrepreneurial de la wilaya de Constantine

Conclusion

L'analyse de l'écosystème entrepreneurial de la wilaya de Constantine nous a permis de relever les principales recommandations pour la promotion de l'entrepreneuriat dans la région. Par ailleurs, il est important de signaler, que nous avons opté pour une analyse de l'écosystème entrepreneuriale selon le modèle standard d'Isenberg (2011), qui ne prend pas en considération l'analyse de l'axe « innovation », qui est considéré, aussi, comme un élément central en entrepreneuriat. Cependant, l'absence des données fiables, qu'elles soient nationales ou régionales, ne nous permet d'avoir un état crédible de la situation de l'innovation de la wilaya de Constantine.

A l'issue de ce chapitre, nous pouvons affirmer notre sixième hypothèse. Nous précisons que les critères de l'écosystème propices au développement de l'entrepreneuriat, au niveau de la wilaya de Constantine, selon le modèle d'Isenberg (2011), sont classés en opportunités, à savoir : le marché et le capital humain, et en challenges, à savoir : la politique, le financement, les supports divers et la culture.

Conclusion Générale

Conclusion générale

L'objet de la présente étude est un essai d'élaboration d'un modèle d'écosystème entrepreneurial favorable au développement de l'entrepreneuriat dans la wilaya de Constantine. Ce travail nous a permis de mettre en relief, entre autres, les initiatives de promotion de l'entrepreneuriat, les obstacles au développement de l'entrepreneuriat, ainsi que les principales recommandations, afin de construire un écosystème favorable à l'activité entrepreneuriale dans la wilaya de Constantine.

Pour réaliser notre travail de recherche, nous avons structuré notre travail en six chapitres, en adoptant une méthodologie descriptive analytique avec une démarche hypothético-déductive. Dans les deux premiers chapitres, nous avons développé les aspects ayant traités au concept de l'entrepreneuriat, notamment son positionnement épistémologique et ses paradigmes, la trilogie de l'entrepreneuriat, ainsi que les apports de l'entrepreneuriat à l'économie. Dans le troisième et quatrième chapitre, nous avons présenté les contenance de l'écosystème entrepreneurial, entre autres, le cadre conceptuel, le modèle d'Isenberg (2011) et les principales caractéristiques d'un écosystème favorable au développement de l'activité entrepreneuriale. Le cinquième chapitre était dédié à un aperçu général de l'environnement de l'entrepreneuriat en Algérie. Enfin, le sixième chapitre était consacré à l'analyse de l'écosystème entrepreneurial de la wilaya de Constantine.

L'aspect théorique de la recherche s'insère dans les fondements de base du concept de l'entrepreneuriat et de l'écosystème entrepreneurial, qui englobe notamment les définitions, les écoles et les approches de l'entrepreneuriat, ainsi que les piliers, les capacités synergiques et les principales caractéristiques de l'écosystème favorable au développement de l'entrepreneuriat. A l'issue de cette partie, nous avons établi une synthèse des principaux résultats, comme suit :

✓ La littérature relative à l'entrepreneuriat présente plusieurs définitions qui peuvent être résumées en deux principales catégories, à savoir celles axées sur l'acte « l'entrepreneuriat » et celles axées sur la personne « l'entrepreneur ».

✓ L'entrepreneuriat est un concept économique en développement, qui ne se limite pas à la simple création d'entreprise, puisque son champ d'intervention est beaucoup plus large et affecte des dimensions économiques et sociales.

Conclusion générale

✓ L'activité entrepreneuriale s'inscrit dans une dynamique d'innovation et de prise de risque, à travers lesquelles l'individu, structure des activités et engage des ressources pour créer de la richesse.

✓ La dynamique entrepreneuriale peut contribuer de manière significative à la réalisation d'objectifs de croissance économique, à travers l'innovation, la hausse de la productivité et les opportunités sociales, la création d'emplois et la lutte contre la pauvreté.

✓ L'écosystème entrepreneurial peut être présenté comme un ensemble d'acteurs interconnectés, au sein d'une même zone géographique, qui ont des objectifs et des attentes différents, et qui ont, également, une influence sur le développement macroéconomique de toute une région, voire sur l'économie toute entière.

✓ La grande diversité des composantes de l'écosystème entrepreneurial, d'un auteur à un autre, est expliquée par la spécificité du contexte temporel et géographique qui le porte.

✓ Les composantes de l'écosystème entrepreneurial n'agissent pas de manière causale les uns sur les autres, mais interagissent de manière complexe au sein d'un système : interrelations, interdépendance, cohérence, cohésion, délais associés aux rétroactions, propriétés émergentes.

✓ Les principales caractéristiques d'un écosystème favorable au développement de l'entrepreneuriat intègrent des dimensions macro-environnementale et individuelle. La première dimension regroupe la politique, la bureaucratie et le financement. La deuxième dimension regroupe la culture entrepreneuriale, l'esprit et l'enseignement entrepreneurial.

L'étude empirique est basée sur trois modes de collecte des données. La première est une étude exploratoire documentaire, la deuxième est une étude qualitative, basée sur un guide d'entretien et la dernière étude est quantitative, en utilisant les techniques statistiques.

L'entreprise objet de l'étude est définie comme suit : « *Toute entreprise installée au niveau de la wilaya de Constantine, active dans tout secteur d'activité, avec un minimum une année d'existence et qui réalise des taux de croissance annuels positifs de leur chiffre d'affaires* ».

Conclusion générale

En utilisant la méthode d'échantillonnage non probabiliste ou empirique, nous avons regroupé un échantillon de 152 entreprises. La taille de la population étant impossible à déterminer, pour trancher sur la représentativité de notre échantillon, nous nous sommes, donc, référées aux restrictions de validation du test de Khi2, qui nécessite un échantillon supérieur à 30 effectifs, et aucun échantillon théorique n'est inférieur à 5.

L'analyse des données est basée sur l'analyse statistique bi-variée, avec le test de Khi2 et le calcul du coefficient de Cramer, ainsi que la méthode OCR (Opportunités, Challenges et Recommandations), pour la synthèse des résultats. Par ailleurs, nous avons utilisé le logiciel IBM SPSS Statistics.20 en langue anglaise, pour le traitement des données.

La principale difficulté que nous avons rencontrée concerne le taux des réponses sur le questionnaire. En effet, nous avons établi un questionnaire en ligne, que nous avons publié par mailing, sur une trentaine de page facebook, et même en mode « face à face ». Nous avons contacté les entrepreneurs par téléphone pour les encourager à répondre à nos questions. Au bout de trois mois, environ, nous avons reçues en moyenne, deux réponses par jour.

Les principaux résultats de notre étude sont synthétisés dans les points suivants :

✓ Les secteurs d'activité les plus dominants des entreprises présentes dans notre échantillon d'étude sont les services, l'industrie manufacturière et le bâtiment, travaux publics et hydraulique (BTPH).

✓ Les formes juridiques des entreprises présentes dans notre échantillon sont comme suit : Personnes Physique, la société à responsabilité limitée (SARL), l'entreprise unipersonnelle à responsabilité limitée (EURL), et enfin la société en nom collectif (SNC).

✓ Le mode de financement favori des entrepreneurs à la création de leur entreprise est, d'abord, l'apport personnel, ensuite les dispositifs publics (ANSEJ, ANGEM, CNAC, ANDI).

✓ La présence des hommes dans le milieu de l'entrepreneuriat est dominante par rapport aux femmes, dont, la plus grande majorité, sont des universitaires, ce qui reflète les qualifications des entrepreneurs de la wilaya de Constantine.

Conclusion générale

✓ Les entrepreneurs de notre échantillon sont âgés, en grande majorité, entre 18 ans et 45 ans, avec pour la majorité aucune expérience, ou moins de 5 ans d'expérience professionnelle avant la création de leur entreprise. Ceci met en avant un appétit pour le risque élevé de ces entrepreneurs, puisque l'expérience professionnelle avant la création de l'entreprise minimise le risque d'échec du projet.

✓ La grande majorité des entrepreneurs de la wilaya de Constantine choisissent d'entreprendre suite à des situations positives et ne sont pas forcés d'entreprendre. En effet, la motivation personnelle de l'entrepreneur poussée par des situations positives, présente l'un des facteurs clés de succès du projet entrepreneurial.

✓ Plus de la moitié des entrepreneurs motivés par une passion de leur projet, et de ceux motivés par un challenge personnel sont âgés entre 18 ans et 30 ans.

✓ Les entrepreneurs non issus d'une famille d'entrepreneurs sont, normalement, les plus susceptibles d'avoir une formation en entrepreneuriat, puisqu'il manque d'expérience, de conseils et d'orientations dans le domaine. Cependant, nous avons constaté que l'appartenance familiale n'a pas d'impact sur le choix des entrepreneurs de suivre ou non une formation en entrepreneuriat.

✓ L'analyse de l'écosystème entrepreneurial de la wilaya de Constantine, à travers les six composantes du modèle d'Isenberg (2011) nous a permis de les classer en opportunités à saisir et en défis à relever. Les opportunités sont relatives au marché des biens et des services, et au capital humain. Les défis à relever sont relatifs à la politique, au financement de l'entrepreneuriat, aux supports divers et à la culture entrepreneuriale.

A l'issue de notre étude, nous avons proposé les recommandations jugées nécessaires à la réussite d'un écosystème favorable au développement de l'entrepreneuriat dans la wilaya de Constantine, nous citons de manière non exhaustive :

✓ Le renforcement de la capacité de financement des entreprises par la création de banques spécialisées dans le financement des jeunes entrepreneurs, qui a pour vocation d'accompagner leur développement. Ainsi, que la modernisation du système bancaire, en adoptant le financement par le capital investissement.

Conclusion générale

✓ La réforme de l'administration publique, en facilitant les procédures de création des entreprises, en adaptant leur fonctionnement aux exigences de l'économie de marché, et en réduisant le degré de la bureaucratie.

✓ La mise en place d'un système national et régional de collecte, d'analyse et de diffusion d'informations économiques et financières.

✓ La multiplication des organismes d'appui et d'accompagnement pour le développement des entreprises de la wilaya de Constantine, via notamment les centres d'incubations, les espaces de bureau et de co-working publiques et/ou privés.

✓ La mise en place d'un programme national et régional qui a pour objectif le suivi des PME/TPE, pour leur donner la chance de grandir, surtout pour les entreprises à forte croissance, qui deviendront dans quelques années de grands groupes.

✓ La mise en place des dispositifs de protection du produit local contre la concurrence internationale, notamment le label de qualité, ayant pour objet de certifier le produit local, pour en encourager sa consommation.

✓ La mise en place de nouveaux programmes spécifiques d'aide et de promotion des PME- High Tech, orientées vers l'innovation et les technologies de l'information.

Notre étude présente deux principales limites résumés dans ce qui suit :

✓ Les entrepreneurs, objet de notre travail de recherche, sont localisés au niveau de la wilaya de Constantine, de ce fait, les résultats de notre étude ne peuvent être extrapolés sur tout le territoire algérien, suite à la divergence nationale de l'activité entrepreneuriale.

✓ Le modèle d'Isenberg (2011), que nous avons choisi d'extrapoler sur la wilaya de Constantine, ne prend pas en considération l'étude de l'innovation, alors que c'est un axe majeur en entrepreneuriat. Aussi, nous n'avons pu réaliser une étude indépendante de la dimension innovation par manque de données fiables, sur lesquelles nous pouvons nous baser, qu'elles soient régionales ou nationales.

Conclusion générale

A la fin, nous proposons les perspectives de recherches suivant :

- ✚ La promotion de la culture entrepreneuriale à travers l'enseignement.
- ✚ Le rôle du capital investissement dans le financement des entrepreneurs.
- ✚ L'impact des centres d'incubations dans le développement de l'entrepreneuriat.
- ✚ Les perspectives de promotion de l'entrepreneuriat social.

Bibliographie

1. Les livres :

- Assie Guy R, Kouassi R R, « Cours d'initiation à la méthodologie de recherche », Ecole pratique de la recherche de commerce et d'industrie, Abidjan, 2010.
- Belley A, « Les milieux incubateurs de l'entrepreneurship », Fondation de l'entrepreneurship, 2ème Edition Québec Canada, 1990.
- Brochaus R H, (1992), « Entrepreneurship Education: A research Agenda», 1992, cité chez Fayolle A, « L'enseignement de l'entrepreneuriat à l'université: enjeux, légitimité et pédagogies », Edition Wassim Aloulou, Tunis, 2007.
- Bruyat C, « Création d'entreprise : contributions épistémologiques et modélisation », Thèse de doctorat en Sciences de Gestion, Université Pierre Mendès, France, Grenoble, ESA, 1993.
- Bruyat C, « Créer ou ne pas créer : une modélisation du processus d'engagement dans un projet de création d'entreprise », Revue de l'entrepreneuriat, Vol 1, N°1, France, 2001.
- Cantillon R, « Essai sur la nature du commerce en général », Institut national d'économie démographiques, Paris, 1997, réimpression de l'édition de 1952, fondée sur le texte original de 1755.
- Carricano M, Poujol F, « Analyse de données avec SPSS », Edition Pearson, France, 2009.
- Coster M, « Entrepreneuriat », Edition Pearson Education, Paris, 2011.
- Degeorge J M, Hounounou J M, et autres, « 100 fiches sur l'entrepreneuriat », Edition Bréal, Paris, 2010.
- Drucker P, « Les entrepreneurs », Editions Lattés, Paris, 1985.
- Fayolle A, « L'enseignement de l'entrepreneuriat dans les universités françaises : analyse de l'existant et propositions pour en faciliter le développement », Editions d'Organisation, France, 1999.
- Fayolle A, « Introduction à l'entrepreneuriat », Editions Dunod, Paris, 2005.
- Fayolle A, Fillion J L, « Devenir entrepreneur: Des enjeux aux outils», Pearson Education France, Paris, 2006
- Fayolle A et Degeorges J M, « Dynamique entrepreneuriale : le comportement de l'entrepreneur », Edition de Boeck, 1er Edition, Mai 2012, Paris.

- Feld B, « Startup Communities: building an entrepreneurial ecosystem in your city », Hoboken, New Jersey, Wiley, 2012.
- Florida R, « The Rise of the Creative Class And How it's transforming work, leisure, community and everyday life », Perseus Book Group, New York, 2002.
- Fillion J L, Ananou C, Schmitt C, « Réussir sa création d'entreprise sans business plan », Edition Eyrolles, Paris, Octobre 2012.
- Gasse Y, D'Amours A, « Profession : Entrepreneur ». Les Éditions Transcontinentales, Montréal, Canada, 2000.
- Julien P, Marchesnay M, « L'entrepreneuriat », Editions Economica, Paris, 1996.
- Julien P, Marchesnay M, « Economie et stratégie industrielle », Edition Economica, Paris, 1997.
- Kirzner I, « Perception, Opportunity and Profit : Studies in The Theory of Entrepreneurship », University of Chicago Press, Chicago, 1979.
- Kuhn T S, «The structure of scientific revolutions », University of Chicago Press, USA, 1962.
- Leibenstein H, «Entrepreneurship and development», American Economic Review, vol. 58, n° 2, 1968.
- Mason C, « Entrepreneurial dynamics and the origin and growth of high-tech clusters, in C. Karlsson (ed.) », Handbook of Research on Innovation and Clusters: Cases and Policies, Cheltenham, UK and Northampton, MA, USA: Edward Elgar, 2008.
- Mezghani L et autres, « Culture Entrepreneuriale », Centre Universitaire d'Insertion et d'Essaimage de Sfax, Université de Sfax, 2008/2009.
- Muzyka F D, Churchill C N, « Cultiver l'esprit d'entreprendre », in :SUE BIRLEY, DANIEL MUZYKA, (sous la direction), « L'art d'entreprendre : guide de la création d'entreprise », Village Mondial, Paris, 1998.
- Penrose E, «The theory of growth of the firm», 1ère Edition, Oxford University Press, New York, 1959.
- Say J B, « Cours complet d'économie politique pratique », 3ème édition, Bruxelles, 1825.
- Schumpeter J, « Théorie de l'évolution économique », Edition Dalloz, Paris, 1935.
- Smith A, « Recherche sur la nature et les causes de la richesse des nations », Edition Flammarion, Paris, 1991.

- Shane S, «A general theory of entrepreneurship: the individual-opportunity nexus», Edward Elgar Publishing, UK, 2003.
- Storper M, « The regional world: Territorial development in a global economy », Guilford Press, New York, 1997.
- Sweeney G P, « Innovation, Entrepreneurs and Regional Development », Pinter, London, 1987.
- Thietard A R, « Méthodes de recherche en management », Edition Dunod, 3ème Edition, Paris.
- Verstraete T : « Entrepreneuriat : connaître l'entrepreneur, comprendre ses actes», Editions Harmattan, Collection Economie et Innovation, Paris, 1999.
- Verstraete T, « Histoires d'entreprendre : les réalités de l'entrepreneuriat », Editions Management et Société, Paris, 2000.
- Walras L, « Eléments d'économie politique pure ou théorie de la richesse sociale », Paris, 1976.

2. Les thèses de doctorat :

- Berreziga A, « L'entrepreneuriat en Algérie : Réalités et Perspectives », Thèse de Doctorat en Sciences de Gestion, Ecole Supérieure de Commerce, Alger, 2014.
- Degeorge J M, « Le déclenchement du processus de création ou de reprise d'entreprise: Le cas des ingénieurs français », Thèse de doctorat en sciences de gestion, Université Jean Moulin Lyon III, Ecole Doctorale MIF (Management-Information-Finance), Novembre 2007.
- Mouloungui A M, « Processus de transformation des intentions en actions entrepreneuriales », Thèse de doctorat, Université Charles de Gaulle, Lille III, 2012.
- Meziane A, « Le rôle des mécanismes d'appui et d'accompagnement dans le développement entrepreneurial en Algérie, étude de cas : structure ENSEJ », Thèse de doctorat en sciences de gestion, Option : Management, Ecole Supérieure de Commerce, Koléa, Algérie, 2016.
- Tounes A, « L'intention entrepreneuriale : Une recherche comparative entre des étudiants suivant des formations en entrepreneuriat (bac+5) et des étudiants en DESS CAAE », Thèse en Science de Gestion, Université de Rouen, Faculté de Droit, des Science Economiques et de Gestion, 2003.
- Tremblay M, « Identification collective d'opportunités entrepreneuriales : Une étude exploratoire », Thèse de doctorat, Université du Québec à Trois-Rivières, Québec, Novembre 2010.

- Ruel P, « La culture entrepreneuriale : conditions favorisant sa mise en œuvre, son émergence et sa pérennité en milieu scolaire », Mémoire de maîtrise, Université du Québec, Canada, 2007.

3. Les articles :

- Adams S, « Growing where you are planted: exogenous firms and the seeding of Silicon Valley », *Research Policy*, n° 40 (3), 2011.
- Basso O, « Peut-on manager les Intrapreneurs ? », *Revue française de gestion*, n° 168-169, 2006.
- Bathelt H, Malmberg A, Maskell P, « Clusters and knowledge, local buzz, global pipelines and the process of knowledge creation », *Progress in Human Geography*, 28(1), 2004.
- Baumol W J, « The Free-market Innovation Machine: Analyzing the Growth Miracle of Capitalism », Princeton University Press, United Kingdom, 2002.
- Benouna C, « Processus d’informalisation de l’économie algérienne et économie de marché : éléments d’une problématique », publication dans la revue de l’université de Tlemcen, Algérie, 2003.
- Bruyat C, « Contributions épistémologiques au domaine de l’entrepreneuriat », *Revue française de gestion*, n° 101, 1994.
- Cloutier L M, Cueille S et Recasens G, « Mise à l’épreuve de la cartographie des concepts comme méthode intégrative d’identification et d’analyse d’un écosystème entrepreneurial », *Revue internationale P.M.E.*, Editions EMS, Volume 27, numéro 3-4, Canada, 2014.
- Cunningham J B, Lischeron J, « Defining entrepreneurship », *Journal of Small Business Management*, Vol 29, N° 1, Janvier 1991.
- Danjou I, « L’entrepreneuriat », *Revue française de gestion*, n°138, France, 2002.
- David B. Audretsch D B, « Entrepreneurship : A survey of the literature », *Revue : Enterprise Papers*, No 14, Belgique, 2003.
- Drucker P, « Innovation and Entrepreneurship: Practice and Principles», New York, 1986, cite chez Ronald J D, «Teaching Entrepreneurship Students to Become Knowledge-Agents for Innovation »,working paper, International School of management, Paris, n° 64, 2010.

- Fayolle A, « A la recherche du cœur de l'entrepreneuriat: Vers une nouvelle vision du domaine », Revue Internationale PME, numéro 17(1), 2004.
- Fayolle A et Degeorge J M, « Dynamique entrepreneuriale : le comportement de l'entrepreneur », Edition de Boeck, 1er Edition, Mai 2012, Paris.
- Feldman M A, Francis J, Bercovitz J, « Creating a Cluster While Building a Firm: Entrepreneurs and the Formation of Industrial Clusters », Regional Studies, vol 39, 2005.
- Fillion L J, « Le champ de l'entrepreneuriat : historique, évolution, tendances », Revue Internationale P.M.E, vol 10, n° 2, France, 1997.
- Gartner W B, « What are we Talking About When we Talk About Entrepreneurship?», Journal of business Venturing, vol.5, 1990.
- Gertler M, « Tacit Knowledge and the economic geography of context », Journal of Economic Geography, n°3, 2003.
- Gharbi A, « Les PME en Algérie : Etat des lieux », Cahier du Laboratoire de Recherche sur l'Industrie et l'Innovation, Université du Littoral Côte d'Opale, n° 238, Calais, Mars 2011.
- Guechtouli W, Guechtouli M, « L'entrepreneuriat en Algérie : quels enjeux pour quelles réalités ? », IPAG Business School, 2014.
- Hernandez E M, « L'Etat et l'entrepreneur en Afrique », Revue Internationale PME, vol 10, 1997.
- Isenberg D, «The entrepreneurship ecosystem strategy as a new paradigm for economy policy: principles for cultivating entrepreneurship», Babson Entrepreneurship Ecosystem Project, Babson College, 2011.
- Isli MA, « La création d'entreprise en Algérie », les cahiers du CREAD, n° 73, Algérie, 2005.
- Laukannen M, « Exploring Alternative Approches in High Level Entrepreneurship Education : Creating Micro-Mechanisms for Endogenous Regional Growth », Entrepreneurship and regional Developpement, n°12, 2000

- Mason C M, Harrison R T, « After the exit: Acquisitions, entrepreneurial recycling », *Regional Studies*, 2006.
- Mayer H, « Entrepreneurship in a Hub and Spoke Industrial District: Firm Survey Evidence from Seattle's Technology Industry », *Regional Studies*, 2013.
- McClelland D C, « Achievement and entrepreneurship: A longitudinal study », *Journal of Personality and Social Psychology*, vol. 1, 1965.
- Menzies T et autres, « Nascent Entrepreneurs in Canada An Empirical Study », Paper presented at the ICSB 47th World Conference, San Juan, Puerto Rico, June 2002.
- Messeghem K, « L'entrepreneuriat d'une pratique à un enseignement », *Les cahiers du Management*, France, Août 2012.
- Nsingani J K, « Les Écosystèmes Entrepreneuriaux Dynamiques : Facteurs clés de succès », École de Gestion, Université de Sherbrooke, Canada, Décembre 2016.
- Patrice Duny, « SiliconValley : Territoire Créatif », *Revue Qu'en savons-nous*, n°57, Septembre 2013, p : 1.
- Paturel R, « Grandeurs et servitudes de l'entrepreneuriat », Editorial du n° spécial de la *Revue Internationale de Psychosociologie* consacré aux Représentations entrepreneuriales, Volume XIII, n° 31, Paris, 2007.
- Reynolds P et autres, « Exploring Start-Up Event Sequences », *Journal of Business Venturing*, Volume 11, N°3, United Kingdom, 1996.
- Simon H, « A behavioral model of rational choice », *Quarterly Journal of Economics*, n°69, Etats-Unis.
- Stevenson H H, Jarillo C J, « A Paradigm of Entrepreneurship: Entrepreneurial Management », *Strategic Management Journal*, vol. 11, 1990.
- Verstraete T, Fayolle A, « Paradigmes et entrepreneuriat », *Revue de l'entrepreneuriat*, Vol. 4, n° 1, Paris, 2005.
- Verstraete T, « La théorisation dans le domaine de l'entrepreneuriat et ses frontières dans le contexte scientifique français », Université de Bordeaux IV, *Revue internationale P.M.E. : économie et gestion de la petite et moyenne entreprise*, Volume 21, N° 2, 2008, p 169.

4. Les séminaires :

- Assala K, « PME en Algérie : De la création à la mondialisation », 8^{ème} congrès international francophone en entrepreneuriat et PME sous le thème : L'internationalisation des PME et ses conséquences sur les stratégies entrepreneuriales, Haute Ecole de Gestion (HEG), Fribourg, Suisse, Octobre 2006.
- Boukhari M, « Rôle de l'État vis-à-vis des TPE/PME dans un pays nouvellement adhérent à l'économie de marché : cas de l'Algérie », Colloque international, 11^{ème} journées scientifiques du réseau entrepreneuriat, 2009.
- Elouazzani Ech Chahdi K, Koubaa S, Yassine S, « L'enseignement de l'entrepreneuriat dans l'université », 12^{ème} Congrès International Francophone en Entrepreneuriat et PME, Agadir, Maroc, Octobre 2014.
- Fayolle A, « Processus entrepreneurial et recherche en entrepreneuriat : les apports d'une approche perceptuelle et empirique du domaine » AIREPME, CIFPME, 5^{ème} congrès international francophone sur la PME, 25, 26 et 27 octobre 2000, Lille.
- Fouda Ongodo M, « L'effet de l'écosystème entrepreneurial sur le développement des activités entrepreneuriales au Cameroun », 13^{ème} congrès international francophone en entrepreneuriat et PME, Cameroun, 2016.
- Jaziri R, « Une vision renouvelée des paradigmes de l'entrepreneuriat : Vers une reconfiguration de la recherche en entrepreneuriat », Colloque International sur : «Entrepreneuriat et Entreprise : nouveaux enjeux et nouveaux défis», Gafsa, Tunisie, Avril 2009.
- Koubaa S, Benaziz S, « L'accompagnement face aux mutations de l'écosystème entrepreneurial Marocain : Quels défis à relever ? », Communication ISCAE, Casablanca, Maroc, 2016.
- Melbouci L, « L'essor des PME algérienne par la théorie des ressources, 7^{ème} Congrès International Francophone en Entrepreneuriat et PME, CIFEPME, 2004.
- Mezghani L et autres, « Culture Entrepreneuriale », Centre Universitaire d'Insertion et d'Essaimage de Sfax, Université de Sfax, 2008/2009.
- Ramdane M O, « L'Algérie sur le chemin des réformes », Communication des Chefs d'Entreprise : Le développement du Secteur Privé, Palais du Sénat, Paris, Octobre 2001.

- Toulouse J M, « La culture entrepreneuriale », Colloque du 10^{ème} anniversaire de la Fondation de l'entrepreneurship, Montréal, Canada, 1990, p : 1-11.
- Tounes A, Assala K, « Influences culturelles sur des comportements managériaux d'entrepreneurs algériens », 5ème Congrès international de l'Académie de l'entrepreneuriat, Sherbrooke, 4 au 7 octobre 2007.
- Toutain O, « L'Ingénierie Combinatoire Des Ressources : Une modélisation des compétences pour contribuer à la compréhension du pilotage des processus entrepreneuriaux », 5ème congrès de l'Académie de l'Entrepreneuriat, Sherbrooke, 2007.

5. Les rapports :

- Abedou A, Bouyacoub A, Kherbachi H, « L'entrepreneuriat en Algérie : Données de l'enquête GEM 2011 », Réalisé par GIZ & CREAD, 2013.
- Lawton Smith H, « Oxfordshire : key drivers of an entrepreneurial ecosystem », Presentation to OECD LEED Programme, Workshop on Entrepreneurial ecosystems and Growth-oriented entrepreneurship, The Hague, 2013.
- Mason C, Brown R, « Entrepreneurial ecosystems and growth oriented entrepreneurship », Background paper prepared for the workshop organised by the OECD LEED Programme and the Dutch Ministry of Economic Affairs on Entrepreneurial Ecosystems and Growth Oriented Entrepreneurship, The Hague, Netherlands, 7th November 2013.
- Ministère des PME, « Rapport annuel des actes des assises nationales de la PME », Algérie, Janvier 2004.
- Napier G, Hansen C, « Ecosystems for Young Scaleable Firms », FORA Group, 2011.
- OCDE, « Promouvoir l'entrepreneuriat et les PME innovantes dans une économie mondiale » Istanbul, Turquie, Juin 2004.
- OCDE, « Encourager l'entrepreneuriat en tant que moteur de la croissance dans une économie mondialisée » Istanbul – Turquie, juin 2004.
- ONS, « Bulletin d'Information Statistiques de la PME », n° 33, 2018.
- Schreyer P, « SMEs and Employment Creation: Overview of Selective Qualitative Studies in OECD Member Countries », STI Working Paper, Paris, 1996.
- The world bank, « World development indicators », 2012.

- Vogel P, « Building and assessing entrepreneurial ecosystems », Presentation to OECD LEED Programme, Workshop on Entrepreneurial ecosystems and Growth-oriented entrepreneurship, The Hague, 2013.

6. Les sites Internet :

- http://www.afdb.org/fileadmin/uploads/afdb/Documents/Publications/ADR_final_FR_web.pdf, le 05/02/2015, 10h00.
- http://www.africa.com/blog/tony_elumelu_foundation_announces_impact_investment_deal_with_mtanga_farms_in_tanzania/, le 08/02/2015, 10h25.
- <http://www.changemakers.com/SME-Finance>, le 8/02/ 2015, 15h00.
- <http://www.kiva.org/>, le 8/02/2015, 15h30.
- <http://www.gsma.com/mobilefordevelopment/programmes/mobile-money-for-the-unbanked/about>, le 8/02/2015, 16h00.
- <http://fr.kamerblog.com/2011/05/cest-quoi-lentreprenariat.html>, le 19/04/2015, 15h00.
- <http://fr.kamerblog.com/2011/05/cest-quoi-lentreprenariat.html>, le 19/04/2015, 19h30.
- <http://corporate.stanford.edu/innovations/index.html>, le 20/06/2015, 20h00.
- http://leconews.com/fr/-11-3-en-2015-en-algerie-07-10-2014-171767_290.php, 07/10/2015, 10h00
- <http://français.doingbusiness.org/data/exploreeconomies/algeria/>, 7/10/2015, 13h00
- <http://www.olf.gouv.qc.ca/ressources/bibliotheque/officialisation/terminologique/fiches/1298933.html>, le 26/10/2015, 10h00.
- www.andi.dz, le 15/04/2016, 14h35
- www.cnac.dz, le 15/04/2016, 14h46
- www.angem.dz, le 15/04/2016, 15h13.
- www.lise.cnrs.fr/docgriot16.pdf, 16/04/2016, 10h00.
- <https://fr.scribd.com/document/134708372/Definition-de-la-recherche-qualitative>, le 11/10/2018, 11h10
- <https://fr.slideshare.net/zebrezebu/methodologie-6etapesrecherchedocumentaire>, le 17/10/2018, 19h50.
- https://www.reflexiondz.net/Pourquoi-il-faut-stimuler-la-culture-entrepreneuriale-en-Algerie_a41753.html, le 08/11/2018, 13h30.
- <http://www.mdipi.gov.dz/?-L-aide-a-l-acces-au-financement->, le 11/11/2018, 13h45
- <http://www.mdipi.gov.dz/?Les-societes-de-capital>, le 11/11/2018, 13h50.
- <http://www.mdipi.gov.dz/?CGCI>, le 11/11/2018, 13h55.

- <http://www.mdipi.gov.dz/?Le-fonds-de-caution-mutuelle-de,81>, le 11/11/2018, 13h58
- <http://www.mdipi.gov.dz/?Le-FGAR>, le 11/11/2018, 14h00.
- <http://www.mdipi.gov.dz/?Le-fonds-de-caution-mutuelle-de>, le 11/11/2018, 14h00
- <http://www.mdipi.gov.dz/?Le-fonds-de-garantie-mutuelle-des>, le 11/11/2018, 14h05
- <http://www.babson.edu/academics/executive-education/expanding-entrepreneurship/babson-entrepreneurship-ecosystem-platform/>, 02/04/2019, 15h10.
- <https://bpifrance-creation.fr/encyclopedie/financements/leprunt/recourir-a-pre-bancaire-financer-son-projet-creation>, le 15/04/2019, 11h30.
- <https://www.liberte-algerie.com/entreprise-et-marches/algerie-20-banques-et-9-etablissements-financiers-agrees-264254>, le 15/04/2019, 11h36.
- <https://carmincapital.com/faq-items/les-prets-bancaires/>, le 15/04/2019, 11h45.
- <http://www.aps.dz/economie/76483-investissement-le-departement-d-etat-evoque-des-opportunités-considerables-en-algerie>, le 09/05/2019.
- <http://monographies.caci.dz/index.php?id=1634>, le 03/09/2019 à 10h40.
- <http://www.algerie-monde.com/villes/constantine/>, le 03/09/2019 à 11h00.
- https://www.u-psud.fr/_resources/scd/scd-Sceaux/swot.pdf?download=true, le 05/09/2019 à 11h00
- https://www.u-psud.fr/_resources/scd/scd-Sceaux/swot.pdf?download=true, le 05/09/2019 à 11h00
- <https://www.codeur.com/blog/analyse-swot/>, le 05/09/2019 à 14h30
- <http://www.aniref.dz/monographies/ar/constantine.pdf>, le 03/09/2019 à 10h35.

7. Les magazines :

- Bouzar M, «Entrepreneuriat des jeunes diplômés : une dynamique s'enclenche ! », Investir Magazine, N° 44, Editorial.
- Lettre de l'agence, « La formation pour un accompagnement de qualité », Lettre de l'agence, ANGEM magazine, N°3, 2008.

Annexes

Annexe 1

Exemples of Entrepreneurship Définitions (Gartner, 1990)	
1.	We think of entrepreneurship as the starting of new ventures. We avoid any implication of small or large. We view a new venture quite broadly. A new venture might be buying of an old business: it is a new venture for the buyer. We prefer to stress the creation of new economic enterprises - the creation of wealth.
2.	Entrepreneurs share financial risk, management risk, and, perhaps more importantly, put their whole career on the line in their pursuit of a new, independent enterprise. Essentially, they become inextricably intertwined with the new enterprise. In the early days of the new enterprise, the overall enterprise is not viable without the entrepreneur. The enterprise should be a for-profit business. It should be a new venture although not necessarily a start-up. For example, a leveraged buy-out of a division of a large business is in most cases a new venture (even though no new products or services are created), and the lead entrepreneur meets the conditions of my “definition” of the entrepreneurial actor.
3.	I most often define entrepreneurship as concerned with those activities associated with becoming an owner-manager of a new or small firm. This includes the starting of any firm, regardless of whether it is innovative. It also includes the purchasing of an established new or small firm. Entrepreneurship can also be defined to include the starting of new and typically innovative ventures with established organizations. This includes the starting of innovative ventures within established corporations, as well as in nonprofit or governmental organizations.
4.	The definition of entrepreneurship is a difficult one to achieve consensus on. Webster defines it as a profit-making undertaking. My definition is as follows: “An entrepreneur is a person who refines a creative idea and adapts it to a market opportunity, gathers resources to provide potentially for self-employment and/or profit.” I feel that this definition addresses the original creative thought process. Secondly, I dispute the idea that it has to be a “successful” venture in order for one to be classified as an entrepreneur. Lastly, I feel strongly that there is no profit motivation and at most perhaps the goal of self-employment. I do not necessarily feel comfortable with equating innovation with entrepreneurship since it does not always involve the same, or as many, skills. The key word for me is initiation and implementation. I feel that a true entrepreneur is always the initiator and the implementer. He/she is the person who “puts it together and carries it off.”
5.	Entrepreneurship: The creation of a new venture. The new venture strategy possesses one or both of the following characteristics: <ul style="list-style-type: none"> ✓ An orientation toward significant and rapid growth. ✓ Innovative in product, service, technology, or market.
6.	An entrepreneur is a leader who starts up his/her own profit or nonprofit enterprise. His/her most important (most severely tested) personality trait is commitment, which is manifested as perseverance or persistence. The entrepreneur is a risk taker – moderate, he/she says. But he/she may view risk in an entirely different light (according to different criteria) from the manager who take “moderate” risks.
7.	I prefer the traditional definition of an owner-managed business. It seems to me that ownership makes a difference in the motivation and interests of the manager. The “personality trait” approach to entrepreneurship is a hopeless direction for identification of successful entrepreneurs. Although we may eventually be able to identify traits appropriate to entrepreneurship, we will not be able to predict success based upon these traits. The reason is that human beings are capable of change in personality, and they do this when they are subjected to trauma. There is no trauma greater than threat to income survival, so we can expect much personality change to occur in the process of entrepreneurship. In fact, it may be that this personality change is exactly the phenomenon that underlies the assumption that owner-managers are more effective than hired managers. Existentialist philosophy is probably a better tool for understanding entrepreneurs than psychology.
8.	Entrepreneurs are typically risk takers who have a vision that their need for achievement, power, and control over their life and enterprise can be best accomplished in a new environment under their direction and control. A stubborn determination, belief, and perseverance that they can and will achieve their goals and objectives in the face of adversity seems to be a requirement for the successful entrepreneur; they must also have the ability to challenge the common wisdom of logical intelligent advisors, friends, and associates who indicate that they will be unable to achieve their goals and objectives.
9.	The act of innovation for commercial benefit within an autonomous organizational entity, be it a start-up, or an internal venture subsidiary.
10.	Entrepreneurship is the sum of the qualities and activities of a person who establishes, and assumes the risk for, a new or innovative business venture. Entrepreneurs have special skills and talents, which include management skills and give them a “sixth sense” for business. Those personality traits and characteristics listed above, plus imagination, creativity, and long-term vision can probably be enhanced with experience, but I don’t believe they can be taught or learned.
11.	Innovative activity in combining resources to exploit a new technology, invention, source of supply, outlet, or consumer demand. The exercise of leadership to direct and inspire purposeful activity. The acceptance of personal responsibility for results and the risk of loss or gain for personal capital. The assumption of control over an enterprise as a whole.
12.	Entrepreneurship is the process of designing and managing dynamic growth strategies for an organization.

Annexe 2

Guide d'entretien destiné aux responsables des structures de financement (Banque Commerciale, Banque Islamique, Dispositifs de promotion à l'entrepreneuriat)

Thème 1 : Le financement et l'accompagnement

1. Quelle est la nature des services offerts aux entrepreneurs ?
2. Ces services concernent quelle phase du cycle de vie de l'entreprise ? (Intention – Création – Développement – Déclin ou restructuration)
3. Quels sont les secteurs qui bénéficient de votre appui ?
4. Quelles sont les critères d'éligibilité à vos services ?
5. Quelles sont les garanties demandées aux entrepreneurs ?
6. L'apport financier que vous accordez correspond-t-il aux besoins des entrepreneurs ?
7. Quels sont les éléments clés à prendre en considération pour une décision d'octroi du crédit d'investissement ?

Comment les décisions politiques et la conjoncture économique peuvent-ils influencer le choix d'octroi du crédit ?

Thème 2 : La culture et le capital humain

1. Comment pouvez-vous décrire la culture entrepreneuriale dans la wilaya de Constantine ? (Esprit entrepreneuriale, créativité, innovation)
2. Quelles sont les solutions que vous pouvez proposer pour développer la culture entrepreneuriale chez les constantinois (es) ?
3. Le capital humain dans la wilaya de Constantine présente-il les caractéristiques suffisantes en termes de formation, savoir-faire technique et managériale pour développer une activité entrepreneuriale ?

Pensez-vous qu'une formation spécialisée en entrepreneuriat est importante pour le développement de l'activité entrepreneuriale ?

Thème 3 : Le marché et la politique

1. Quelles sont les réformes politiques que vous jugez nécessaires pour le développement de l'activité entrepreneuriale en Algérie ?

Comment pouvez-vous décrire l'environnement des affaires dans la wilaya de Constantine ? (Opportunités, Facilités et Obstacles à faire des affaires)

ANNEXE 3

Questionnaire

L'écosystème entrepreneurial de la wilaya de Constantine

Ce questionnaire est établi en appui à notre recherche doctorale, qui a pour thème : « les caractéristiques favorables de l'écosystème entrepreneurial pour le développement de l'entrepreneuriat dans la wilaya de Constantine ».

Il est destiné aux entrepreneurs de la wilaya de Constantine.

Nous vous assurons l'anonymat, ainsi que la confidentialité de vos données.

Merci de votre collaboration.

Rubrique 1 : Présentation de l'entreprise

Question 1 : Quelle est la localisation de votre entreprise ? * (*Question sélective de l'échantillon*)

Constantine	Autre.....
-------------	------------

Question 2 : Quel est l'âge de votre entreprise ? * (*Question sélective de l'échantillon*)

Moins d'une année	Entre 5 ans et 10 ans
Entre 1 an et 5 ans	Plus de 10 ans

Question 3 : Quel est le secteur d'activité de votre entreprise ?

Industrie Manufacturière	Services
Agroalimentaire	Commerce (Import/Export)
BTPH	Autre.....

Question 4 : Quelle est la forme juridique de votre entreprise ?

Personne physique	EURL
SARL	Autre.....

Question 5 : Quel est le mode de financement lors de la création de votre entreprise ?

Apport personnel	ANSEJ, ANGEM, etc.
Crédit bancaire	Autre.....

Question 6 : Quel est le taux de croissance prévisionnel de votre chiffre d'affaires annuel, pour les 5 prochaines années ?* (*Question sélective de l'échantillon*)

Nul ou négatif	Entre +4% et 6% par an
Moins de +2% par an	Plus de +6% par an
Entre +2% et +4% par an	

Rubrique 2 : Présentation de l'entrepreneur

Question 7 : Êtes-vous ?

Un homme	Une femme
----------	-----------

Question 8 : Quelle est votre tranche d'âge ?

Entre 18 ans et 30 ans	Entre 45 ans et 60 ans
Entre 30 ans et 45 ans	Plus de 60 ans

Question 9 : Êtes-vous un diplômé universitaire ?

Oui	Non
-----	-----

Question 10 : Avez-vous suivi une formation en entrepreneuriat ?

Oui	Non
-----	-----

Question 11 : Êtes-vous issu d'une famille d'entrepreneurs ?

Oui	Non
-----	-----

Question 12 : Quel est le nombre d'années de votre expérience professionnelle avant la création de votre entreprise ?

Aucune expérience	Entre 5 ans et 10 ans
Moins de 5 ans	Plus de 10 ans

Rubrique 3 : Contexte politique de l'activité entrepreneuriale

Question 13 : Pensez-vous que la politique économique en Algérie est en faveur de l'entrepreneuriat ?

Oui	Non
-----	-----

Question 14 : Comment pouvez-vous classer l'efficacité des institutions publiques, mises en place par le gouvernement algérien, pour le soutien de l'entrepreneur ?

Pas du tout efficace	Peu Efficace	Moyennement efficace	Efficace	Très Efficace
1	2	3	4	5

Question 15 : Comment pouvez-vous classer la qualité des procédures administratives relatives à l'activité entrepreneuriale et la création de l'entreprise ?

Très Mauvaise	Mauvaise	Bonne	Très Bonne	Excellente
1	2	3	4	5

Question 16 : Est-ce que la fiscalité algérienne est avantageuse pour l'entrepreneur ?

Pas du tout avantageuse	Peu avantageuse	Moyennement avantageuse	Avantageuse	Très Avantageuse
1	2	3	4	5

Rubrique 4 : Marché des biens et des services

Question 17 : Est-ce que le marché des biens et des services de la wilaya de Constantine présente des opportunités d'investissement pour les entrepreneurs ?

Oui	Non
-----	-----

Question 18 : Est-ce que la concurrence internationale est considérée comme une menace pour les entreprises locales ?

Oui	Non
-----	-----

Question 19 : Est-ce que la relation client-fournisseur est permanente à travers le temps ?

Très court terme	Court terme	Moyen terme	Long terme	Très long terme
1	2	3	4	5

Question 20 : Est-ce qu'il existe des secteurs d'activité en croissance, monopolisés par l'Etat ?

Oui	Non
-----	-----

Rubrique 5 : Financement de l'entrepreneur

Question 21 : Est-ce que les structures de financement couvrent le besoin en capital de l'entrepreneur ?

Oui	Non
-----	-----

Question 22 : Est-ce que les structures d'aide à la création de l'entreprise procurent des services non financiers tels le conseil en stratégie et management ?

<input type="checkbox"/>	Oui	<input type="checkbox"/>	Non
--------------------------	-----	--------------------------	-----

Question 23 : Comment pouvez-vous classer la qualité du financement des banques et des dispositifs publics (ANSEJ, ANGEM, CNAC, ANDI), en termes de durée, de taux d'intérêt, de différé de remboursement etc. ?

Pas du tout satisfaisant	Peu satisfaisant	Moyennement satisfaisant	Satisfaisant	Très satisfaisant
1	2	3	4	5
<input type="checkbox"/>				

Question 24 : Avez-vous fait appel à un financement via des sociétés de capital investissement?

<input type="checkbox"/>	Oui	<input type="checkbox"/>	Non
--------------------------	-----	--------------------------	-----

Rubrique 6 : Supports divers

Question 25 : Est-ce que les structures d'accompagnement répondent aux différents besoins des entrepreneurs de la wilaya de Constantine, en termes de soutien, de conseils et d'orientations?

<input type="checkbox"/>	Oui	<input type="checkbox"/>	Non
--------------------------	-----	--------------------------	-----

Question 26 : Est-ce qu'il y'a des centres d'incubations actifs, qui aident les entrepreneurs dans les premières phases de lancement de l'entreprise ?

<input type="checkbox"/>	Oui	<input type="checkbox"/>	Non
--------------------------	-----	--------------------------	-----

Question 27 : Est-ce qu'il y'a des infrastructures publiques mises à la disposition des entrepreneurs (exemples : les espaces de bureau, les espaces de co-working, et les plateformes d'échange) ?

<input type="checkbox"/>	Oui	<input type="checkbox"/>	Non
--------------------------	-----	--------------------------	-----

Question 28 : Est-ce qu'il y a des associations et des professionnels (comptables, avocats, consultants, etc.), offrant des services de soutien à l'entrepreneur ?

<input type="checkbox"/>	Oui	<input type="checkbox"/>	Non
--------------------------	-----	--------------------------	-----

Rubrique 7 : Culture de l'entrepreneuriat

Question 29 : Est-ce que la culture entrepreneuriale est avantageuse à l'entrepreneuriat chez la communauté constantinoise ?

<input type="checkbox"/>	Oui	<input type="checkbox"/>	Non
--------------------------	-----	--------------------------	-----

Question 30 : Est-ce que la communauté constantinoise considère le métier d'entrepreneur comme respectable et créateur de richesse ?

<input type="checkbox"/>	Oui	<input type="checkbox"/>	Non
--------------------------	-----	--------------------------	-----

Question 31 : Est-ce que la communauté constantinoise valorise la créativité, l'innovation et la prise de risque ?

<input type="checkbox"/>	Oui	<input type="checkbox"/>	Non
--------------------------	-----	--------------------------	-----

Question 32 : Quelle est la principale motivation qui vous a poussé à créer votre entreprise ?

<input type="checkbox"/>	Une opportunité à saisir	<input type="checkbox"/>	Une insatisfaction au travail
<input type="checkbox"/>	Une passion pour le projet	<input type="checkbox"/>	Une situation de chômage
<input type="checkbox"/>	Un challenge personnel	<input type="checkbox"/>	Autre.....

Rubrique 8 : Capital humain

Question 33 : Est-ce que les entrepreneurs de la wilaya de Constantine dispose d'un capital humain qualifié et compétent ?

<input type="checkbox"/>	Oui	<input type="checkbox"/>	Non
--------------------------	-----	--------------------------	-----

Question 34 : Comment pouvez-vous classer les compétences techniques des jeunes diplômés de l'université algérienne ?

Très Mauvaise	Mauvaise	Bonne	Très Bonne	Excellente
1	2	3	4	5
<input type="checkbox"/>				

Question 35 : Comment pouvez-vous classer les compétences managériales des jeunes diplômés de l'université algérienne ?

Très Mauvaise	Mauvaise	Bonne	Très Bonne	Excellente
1	2	3	4	5
<input type="checkbox"/>				

Question 36 : Est-ce que vous avez rencontré des difficultés pour le recrutement de la main d'œuvre expérimentée ?

<input type="checkbox"/>	Oui	<input type="checkbox"/>	Non
--------------------------	-----	--------------------------	-----